

Booktrailers: crear paso a paso, subir a la Red y promocionar

David Zurdo



Informe 2017

Publicación patrocinada por



Booktrailers: crear paso a paso, subir a la Red y promocionar

© 2017, David Zurdo

© 2017,  ACTA

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

Se autorizan los enlaces a este informe.

POR QUÉ UN BOOKTRAILER

La creatividad es inventar, experimentar, crecer, correr riesgos, romper las reglas, cometer errores y divertirse.
Mary Lou Cook

La irrupción del mundo digital cambió, hace ya algunos años, el modelo de trabajo de los autores y traductores: procesadores de texto, sistemas OCR, buscadores de Internet, correo electrónico... Hoy hemos llegado mucho más lejos y ya no basta con la labor de escritura: es necesario promocionar nuestras obras. En este ámbito,



Logotipo de YouTube.

uno de los elementos más interesantes es la realización de un booktrailer, es decir, un vídeo de promoción de un autor y/o su obra. Las actuales plataformas de vídeos *online*, como YouTube o Vimeo, unidas a la difusión a través de las redes sociales y webs, hacen que un *booktrailer* pueda ser uno de los medios de promoción más importantes. Y no sólo el propio vídeo: a menudo las cadenas de radio utilizan su audio en el marco de entrevistas a los autores, de un modo parecido a los trailers o teasers de las películas de cine.

Afrontar la tarea de realizar un booktrailer es algo complejo, pero que se puede lograr con un poco de esfuerzo y aprendiendo a manejar las herramientas necesarias. Por un lado, la consecución de las imágenes, que pueden ser originales o extraídas de bancos de uso libre u otros vídeos; también la música o efectos de audio. Una vez tengamos todo el material a nuestra disposición, habrá que editar el vídeo en un programa específico (de entre los muchos disponibles). Por último, suele hacerse necesaria una locución antes de subir el booktrailer a las plataformas citadas, donde habremos tenido que registrar un canal (también gratuito).

En este informe se abordan, de un modo ordenado, completo y didáctico, todas las tareas enunciadas para que cualquier autor o traductor sea capaz por sí mismo de crear, publicar y dar a conocer su booktrailer promocional... Y, espero, divertirse haciéndolo.



Logotipo de Vimeo.

INTRODUCCIÓN. QUÉ ES UN BOOKTRAILER

Ante la pregunta "¿qué es un booktrailer?", la respuesta más clara es esta: un booktrailer es básicamente un vídeo de promoción de un libro. Esta definición resulta un tanto vaga, pero responde con claridad al concepto. Porque, al fin y al cabo, no existen reglas más allá del enunciado. Esto no significa que no podamos introducir nociones que, sobre todo, se fundamentan en la costumbre, lo habitual, lo que se hace de un modo general, sin que ello constituya más que una senda por la que empezar a transitar. En este caso, innovar puede ser muy bueno (con sus debidos matices), por eso hay que sumergirse en lo que ya se ha hecho y captar sus valores, lo mejor que nos ofrece. No se trata de copiar, pero sí de inspirarse.

El booktrailer como medio de promoción de obras y autores

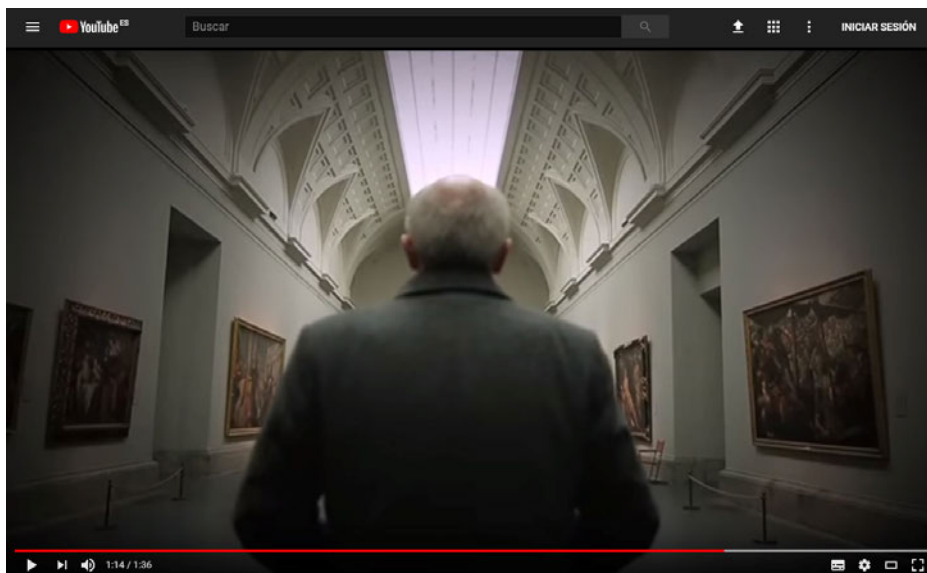
En lo que respecta a la promoción de un libro, el booktrailer ofrece diversas vías bastante diferentes, aunque complementarias y derivadas de un único elemento (el propio booktrailer). En primer lugar, sirve como promoción directa para quien se tome el tiempo de verlo. A ese potencial espectador debemos convencerle de que nuestro libro merece la pena ser leído, así que no basta con que el booktrailer sea en sí mismo interesante.

Por otra parte, dado que es muy difícil que nos entrevisten en un programa de televisión, debemos destacar el sonido del booktrailer. Éste puede servir para cadenas de radio, un medio donde es más probable que nos inviten para hablar de nuestro trabajo. Aún queda una vía más en la que el booktrailer puede servirnos de promoción: la inclusión de una buena imagen de nuestro libro y otra nuestra, o un enlace a una página web donde cualquier periodista pueda encontrar ese material.

Esto es muy importante, aunque parece que muchos autores no lo tienen claro e incluso “protegen” su imagen sin darse cuenta de que eso sólo les perjudica a ellos. En mi labor en prensa, al frente de la revista *Qué leer*, por ejemplo, que dirigí durante tres años, había ocasiones en que no pudimos incluir un cierto libro porque la imagen de autor no estaba disponible en buena calidad. Siempre recordaré a Isabel Allende, gran escritora y persona de infinita amabilidad, que dispone de imágenes suyas a destajo y en alta resolución, que pone a disposición de la prensa en su web; un ejemplo de saber hacer, que numerosos autores quizá no han comprendido aún, a pesar de que vivimos en la era de la comunicación.

Ejemplos de booktrailers

Hace unas líneas he dicho que es poco probable que nos entrevisten en televisión por alguno de nuestros libros, y es cierto, pero depende mucho de la relevancia del autor. Como escritor científico-técnico sólo he sido invitado en un par de ocasiones a TV, mientras que como novelista he aparecido quizá quince o veinte veces; muy poco, en todo caso, si lo comparamos con la radio, en la que –dejando aparte colaboraciones y secciones en distintos programas– he superado con creces las cien entrevistas. Y ahí, curiosamente, a veces es más fácil “entrar” con un libro técnico que con uno de ficción. El motivo es claro: la información que podemos aportar tiene un interés en sí, aparte del propio texto o de cómo esté escrito. Una novela con un mismo argumento puede ser maravillosa o una porquería sin valor alguno, dicho con claridad, y eso no se puede saber en el marco de una entrevista.



Un frame del booktrailer de El maestro del Prado, de Javier Sierra.

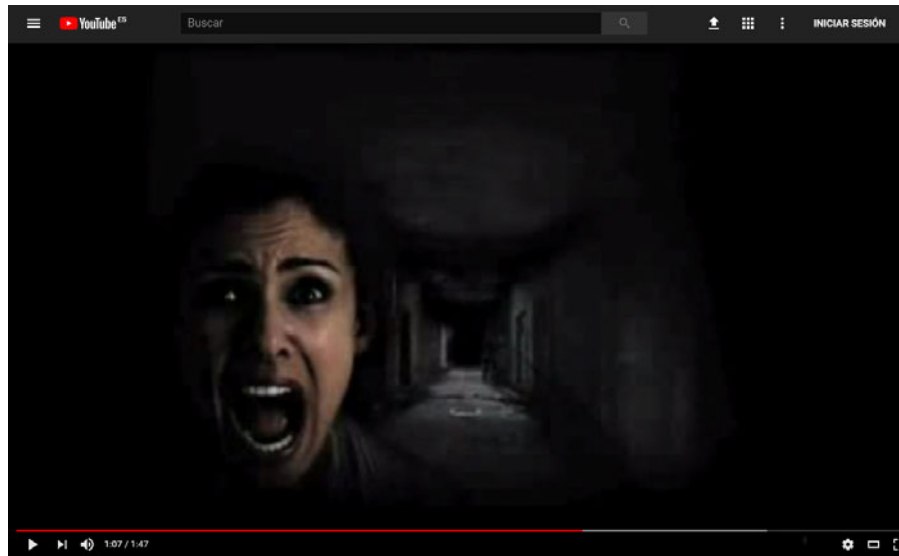
Quizá por eso son los autores muy famosos –los *mediáticos*– quienes interesan más en TV, ya que son ellos mismos lo que sustentan ese interés, a veces incluso por encima de sus obras. Por ejemplo, el premio Planeta 2017, Javier Sierra, sí ha tenido programas de televisión propios y comparece de vez en cuando en los pocos programas culturales que ese medio mantiene en parrilla. El booktrailer de su novela *El maestro del Prado*, firmado en el Museo del Prado a puerta cerrada, con magníficas imágenes y medios técnicos, fue emitido en Antena3. Pero esto no es lo normal, ni mucho menos. Tampoco es normal haber aparecido en la lista de ventas de *The New York Times*, como Sierra logró con *La dama azul*.

Es bueno, por tanto, que analicemos un puñado de booktrailers de todo tipo, desde los más profesionales hasta los más modestos. De todos se puede aprender, y no siempre la calidad profesional es prohibitiva si aguzamos el ingenio y tenemos un poco de "visión".

La señal

<https://www.youtube.com/watch?v=8670AfRWMus>

Comenzaremos con el booktrailer de uno de mis libros, la novela *La señal*, coescrita junto a Ángel Gutiérrez. Esta novela fue publicada en España e Hispanoamérica por Plaza & Janés, y tuvo también ediciones en más de una decena de países y en otras lenguas. La editorial optó por un modelo de booktrailer que es interesante, sobre todo para quienes tengan capacidades de dibujo o diseño (aunque no sólo, como veremos).



Un frame del booktrailer de La señal.

Este booktrailer comienza con la imagen del libro, algo poco habitual que demuestra algo importante: no hay reglas fijas a la hora de crear un booktrailer. La narrativa pretende intrigar, "engancha", no ser fiel de un modo completo a la historia del libro. Estamos en una época de cebos, no lo olvide; y aunque a menudo los cebos no se resuelven (es decir, dejan insatisfecho al lector o espectador de una película), se utilizan casi sin medida. Algo que, en mi opinión, es un error. Los cebos están bien, pero siempre que se concluyan sin trucos ni engaños.

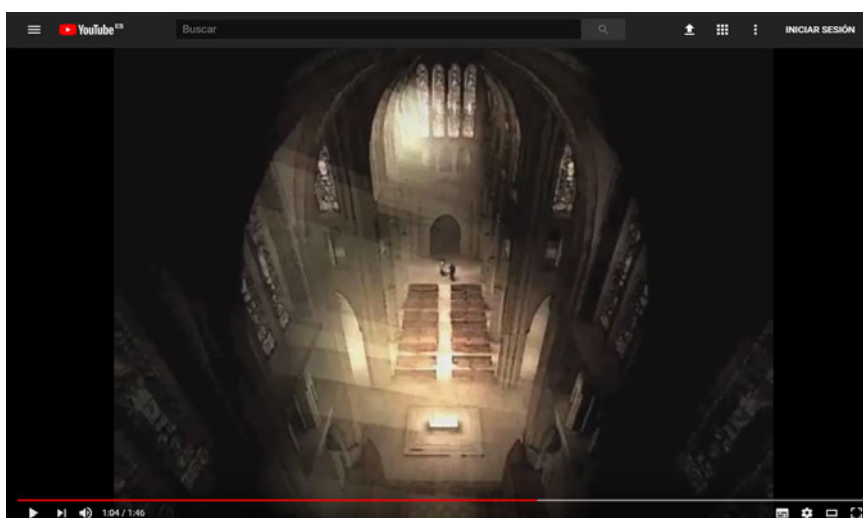
En el caso de una obra científica o técnica los cebos también existen. No es lo mismo enunciar un contenido que "venderlo". Hay que intentar captar la atención del posible lector, incluso de una obra muy sesuda. No es lo mismo hablar de "las estructuras de puentes" que de "las más desafiantes estructuras de puentes", o "las estructuras de puentes que desafían las leyes de la física". Siempre sin pasarse, pero dando un poco de brillo a lo que ofrecemos. La forma de vender es algo que, en nuestro tiempo, separa el éxito del fracaso.

616. Todo es infierno (versión alemana)

<https://www.youtube.com/watch?v=Pc3GdmrhI5Q>

616: Todo es infierno es un libro de misterio y suspense publicado por originalmente por Plaza & Janés. El booktrailer que vamos a comentar es la versión que se hizo en Alemania del audiolibro. Su duración, no es corta ni larga, dura 1' 47", que aunque a priori parezca poco tiempo no lo es.

La base que confiere ese aire de misterio y suspense a este booktrailer son las ilustraciones animadas, en unión a la música. Comienza con la silueta de un hombre bajo la lluvia, en la noche, acompañada de música y efectos de sonido de fondo de lluvia y tormenta. A los pocos segundos el narrador empieza a contarnos la historia, al mismo tiempo que la imagen se va alejando para dar paso a la siguiente: unos ojos que parpadean, que buscan, investigan. Sin dejar de narrar, nos presenta uno de los escenarios, a la vez que la música y los efectos de sonido se vuelven más misteriosos, casi podríamos decir de terror. Una puerta se abre, se ve reflejada en el suelo la luz del interior de una estancia y la silueta de una persona, mientras el narrador enfatiza sus palabras, dando más misterio a la escena. La imagen se aleja, ofreciendo un plano general donde puede verse a dos personas en la puerta, hablando. Seguidamente pasamos a un plano que nos desvela a la persona del interior.



Un frame del booktrailer del audiolibro en alemán de 616. Todo es infierno.

Ya dentro del edificio se observa un plano general de la escena, que poco a poco se va alejando, acompañado de efectos de luz. La música se acelera para dar paso a la imagen de un esqueleto semienterrado, siniestro, mezclando con ilustraciones en blanco y negro. Poco a poco aparece "616", el título del libro, en color, con llamas ardiendo dentro. Ese 616 se acerca poco a poco hasta terminar formando parte de la portada del libro. Termina con los datos del booktrailer, que en este caso, como decíamos, es del audiolibro.

Como se puede observar, todas las imágenes huyen del colorismo, y muchas son en blanco y negro, por lo que quien lo está visualizando no se distraerá por algo específico de la escena: la verá de forma plana. Pero no nos equivoquemos con este término, plana, ya que se trata de imágenes animadas con movimientos propios y movimientos de cámara que le dan dinamismo, casi como si estuviésemos viendo una película. Los efectos de sonido y la música, así como el tono y la interpretación del narrador, hacen mucho más dinámica esta "película"; y para apreciarlo, podemos probar a visionarla de nuevo con el sonido apagado.

Cierto es que para realizar este tipo booktrailer hay que tener conocimientos de animación, pero tampoco es tan complicado con el software disponible hoy en día (al alcance de casi todos por coste, pues es mínimo). En definitiva, este booktrailer es una forma amena de contar la sinopsis de un libro, con la que conseguiremos crear curiosidad en los posibles lectores... o "escuchadores".

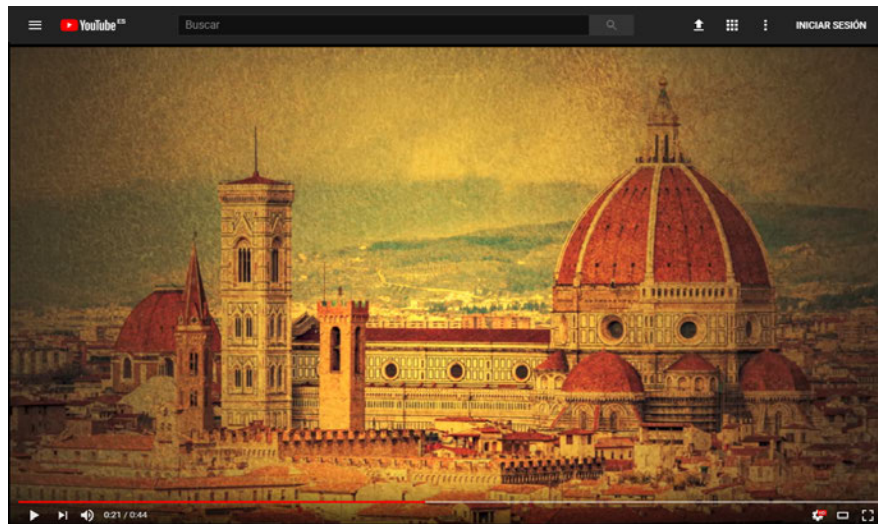
[Christian Gálvez y *Matar a Leonardo da Vinci*](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=oB7gFhJoHXw>

Christian Gálvez ya había publicado un primer ensayo sobre Leonardo, pero esta fue su primera novela sobre el complot para matar a uno de los grandes genios de la humanidad: Leonardo da Vinci. Cuenta con seis ediciones y 60.000 lectores en España, y se ha publicado en Argentina, Chile, México y Serbia.

Aunque sencillo, en apariencia, se trata de un booktrailer muy impactante. Es un vídeo corto, 44 segundos de duración, en el que la música y las imágenes van de la mano. Los únicos medios de que dispone son imágenes y sonido. Arranca mostrando palabras clave que muestran la esencia del libro: arte, venganza, pasión. Estas aparecen, de una en una, sobre un fondo de papel pergamino, escritas con pluma en una tipografía clásica, estilo italiano del Renacimiento, característica del protagonista. Las palabras van acompañadas de un efecto de sonido para causar impacto, misterio.

Si nos fijamos bien, las palabras no aparecen en la misma posición. Cuando la primera desaparece, la segunda surge donde terminó la primera, y la tercera donde terminó la segunda. Con esto conseguimos movimiento, a la vez que conectamos con la siguiente escena. Aquí empieza la música y vemos un manuscrito de Leonardo con una lupa inspeccionándolo, moviéndose de un lado a otro y acercando la imagen, transmitiéndonos intriga, investigación. Acto seguido nos presenta a los personajes, primero con su nombre y luego con un retrato de cada uno de ellos: Leonardo da Vinci, Michelangelo Buonarroti, Raffaello Sanzio, Niccolò Machiavelli. Continúa presentando los escenarios donde se desenvuelve este *thriller* histórico, de la misma manera que lo ha hecho con los personajes: Florencia, Monserrat, Milán, Roma, Amboise. Acto seguido se muestra el título del libro: *Matar a Leonardo da Vinci*, y el autor: Christian Gálvez.



Un frame del booktrailer de Matar a Leonardo da Vinci.

Para terminar, aparece la portada del libro sobre una de las litografías más conocida de Leonardo da Vinci. Y, como fin, a modo de créditos, los datos de la editorial y del autor, así como las redes sociales donde el lector puede encontrarlos.

En apenas 44 segundos, este booktrailer ha conseguido despertar nuestra curiosidad sobre el libro, de una forma muy sencilla pero muy bien elaborada, donde la música desempeña un papel fundamental; por eso recalco la importancia de escoger bien la música, ya que eso marcará la diferencia entre que consigamos transmitir lo que queremos o no.

Javier Sierra y *El maestro del Prado*

https://www.youtube.com/watch?v=Fa2kdBEE_sQ

Merece la pena analizar uno de los booktrailers más ambiciosos y con más medios técnicos que se han acometido en nuestro país: el ya mencionado *El maestro del Prado*, del superventas y premio Planeta 2017 Javier Sierra. En primer lugar, la cuidada elección de la música destaca la importancia de este punto. Aunque hay una parte subjetiva, la música no es *totalmente* subjetiva: con ella se puede transmitir entusiasmo, melancolía, nostalgia, ardor, fogsidad... Y esto conecta con nuestro inconsciente, que es muy parecido en

todos nosotros. Una cosa es el gusto personal y otra el significado de las cosas. Tengámoslo en cuenta a la hora de elegir la música para nuestro booktrailer, porque es mejor una que "le vaya más" que una que nos guste mucho pero "no pegue ni con cola".

En cuanto a la imagen, el booktrailer de *El maestro del Prado* comienza desde negro, algo bastante habitual, aunque cada vez menos de moda. La imagen, luego, muestra una máscara oscura en las esquinas que le da "misterio". Además, la cámara está en movimiento. De los varios tipos de movimiento posibles, en este caso es con grúa –también podría ser con raíles, el llamado travelling, mediante una steady cam, etc.–. Aunque pensemos que estos medios no están a nuestra alcance, todo tiene sus opciones y sus matices, como veremos a la hora de hablar de la adquisición de imágenes cuando éstas van a ser originales y grabadas por nosotros mismos.

La imagen inicial de *El maestro del Prado* no está elegida al azar: las imágenes han de contar una historia, y la primera que vemos nos muestra a un joven entrando en el Museo del Prado. Seguimos al joven por el interior del museo, desde atrás, con un plano subjetivo y grabado con "cámara al hombro". Así entramos en lo que él ve. Otra vez con plano objetivo, le vemos llegar a la sala de *El jardín de las delicias*, de El Bosco. Siempre con algo de movimiento en la imagen, que contribuye al dinamismo de la escena. El primer plano del muchacho, justo después, mirando el cuadro, igualmente incluye un pequeño acercamiento a su rostro.

Ahí viene el primer "giro" del booktrailer: surge otra persona, una primera voz, alguien a un lado que sobresalta al joven mientras está absorto en la contemplación. Ahí comienza la historia verbalizada del booktrailer, con un objetivo muy claro: transmitir que el arte puede contener ideas que no se ven a simple vista, que hay que saber interpretar y que éstas, a veces, pueden ser peligrosas. El enlace narrativo es perfecto: ahora vemos al chico fuera del museo, corriendo por una calleja y luego estudiando y buscando claves para conseguir esa interpretación que le "abra los ojos" a lo que está oculto y, al mismo tiempo, a la vista de todos. Acto seguido, el booktrailer remarca el peligro con más carreras y nos devuelve a la mirada del chico en el museo, que ahora se encuentra ya solo, como si el "maestro" estuviera a medio camino entre la realidad y la imaginación. Aunque una imagen final de él de espaldas supone el colofón para que cada uno pueda interpretar lo que más le guste.

El vídeo "ficcional" acaba ahí, pero aún falta la portada del libro y los datos objetivos del mismo, junto con una sencilla frase que resume el sentido básico de la obra. En suma, un booktrailer de altísimo nivel.

Me gustaría aquí destacar lo que, a mi modo de ver, es lo más importante que podemos extraer de este booktrailer: la narrativa. Aunque no tengamos a nuestro alcance, en general, medios tan amplios, sí podemos escribir una escaleta con las escenas que "cuentan" la historia de nuestro libro y después analizar qué podemos hacer y qué no. Con imaginación, un travelling puede convertirse en un paseo en silla de oficina, con ruedines; o una grúa suplirse con buen pulso y un palo de selfies.

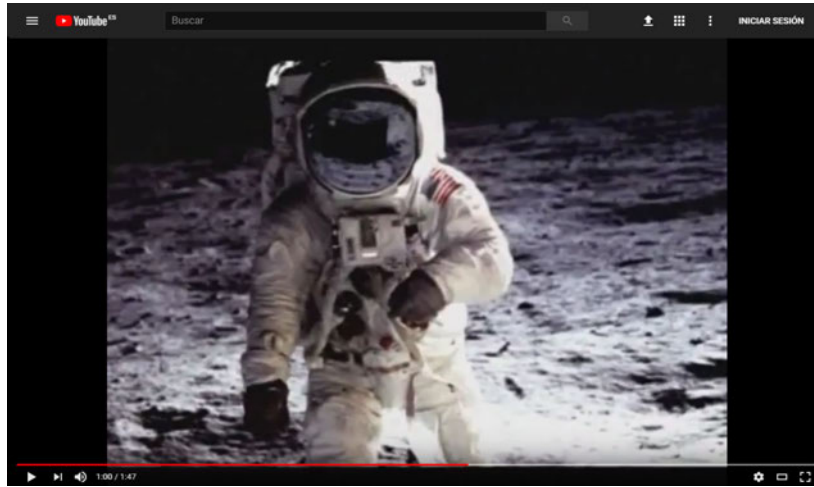
97 segundos

<https://www.youtube.com/watch?v=PjhO4HWVp7g>

Este booktrailer, para el que empleé imágenes de la NASA –libres de derechos siempre que se respete su espíritu–, tuvo la capacidad de "atrapar" a un productor de cine en Estados Unidos, a través de un director español, por lo que el libro estuvo cedido durante un año como opción para desarrollar la película. No cuajó –de hecho, mi única película hasta ahora ha sido con un guión original, desde cero, no basado en una anterior novela–, pero sirve para demostrar que un buen booktrailer sirve para mucho, incluso lo inesperado.

Lo primero que hice fue planificar qué imágenes necesitaba. Elegí las de la conquista lunar, busqué alguna en la sala de control espacial, fotos de los astronautas en la Luna... y un vídeo de animación por ordenador sobre cómo se "tragaría" la Tierra un hipotético agujero negro. Todo esto tenía que ver con el libro, así que lo metí en una carpeta y, con Photoshop, creé lo que me faltaba: una caja en la Luna con el sello de Estados Unidos en

la parte superior (la novela es de ciencia ficción). El resultado, el que ha visto en el booktrailer, no es una maravilla, pero sí impactante y efectivo. Como detalle final, mencionar que opté por texto escrito en lugar de una locución. Este tipo de decisiones son totalmente discretionales.



Un frame del booktrailer de 97 segundos.

Los límites de la realidad

https://www.youtube.com/watch?v=q2q_KxFktbw

Los límites de la realidad es un libro de ciencia y misterio, editado por Oberón Libros (Anaya); son historias en la frontera de la ciencia con lo inexplicable. En él trato de profundizar en misterios que, de algún modo, no han podido ser explicados por la ciencia. El prólogo lo ha escrito Javier Sierra, que por su reputación en el mundo editorial y del misterio le da más peso a esta publicación.

Un vídeo de una duración digamos correcta, 1' 08", que no se hace corto ni largo, pero que por su contenido, podríamos decir, deja al futuro lector con la miel en los labios. Ahora veremos por qué. La producción es sencilla, al alcance de cualquiera, aunque no posea conocimientos especiales. El vídeo comienza con una frase para introducirnos en el contenido del libro sobre un fondo de color rojo: "El mundo está lleno de misterios que la ciencia no puede explicar". A la vez que el narrador lee, las letras se van acercando para dar movimiento. Se acompaña con música; una música que ya nos está transmitiendo misterio, intriga.

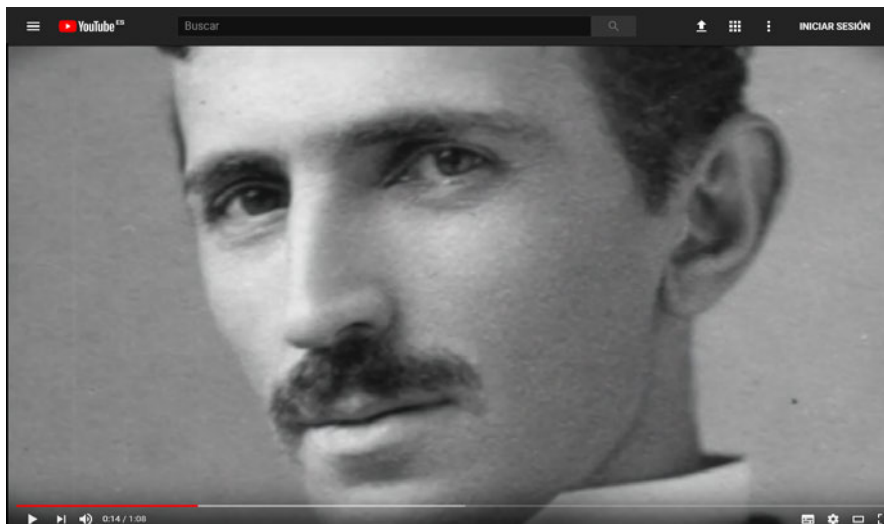
Lo siguiente es una imagen de una explosión, muy luminosa, que se va acercando y llama la atención de quien lo está viendo. Enlaza con un rayo e imágenes sobre Tesla. Aquí el narrador, a modo de cebo, comienza a hacer preguntas que todos podríamos habernos planteado alguna vez con respecto a la ciencia y el misterio. Empieza con Tesla: "¿Creó Tesla el rayo de la muerte?". Sigue con imágenes de Kennedy: "¿El asesino de Kennedy fue programado mediante hipnosis?". Y con las siguientes cuestiones: "¿Es la Sábana Santa una radiografía de Jesús?" / "¿Somos tan manipulables como juguetes de control remoto?" / "¿Es posible el motor de agua?" / "¿Tienen memoria los órganos trasplantados?" / "¿Inventó Edison un teléfono para hablar con los muertos?" / "¿Creía Einstein en la telepatía?" / "¿Vino la vida del espacio exterior?".

Todas estas preguntas van acompañadas de imágenes relacionadas con las mismas, así como de efectos de sonido apropiados para dar más énfasis a lo que se plantea. Lo que se consigue es dar el contenido justo y de diversos temas para que se pueda apreciar que el libro abarca diferentes aspectos del misterio y de la ciencia. Como hemos dicho anteriormente, deja al futuro lector con la miel en los labios. Y esto lo enfatiza con una frase final: "Hay más preguntas que repuestas... pero la búsqueda es fascinante...". Termina igual que empezó, con una frase que se va acercando sobre un fondo rojo. Por último, se muestra la portada del libro y los datos del mismo.

Booktrailers: crear paso a paso, subir a la Red y promocionar

Algo a destacar en este caso es que se muestra el nombre del narrador: Chema García Langa. Es cierto que este narrador no está al alcance de cualquier persona, y que su voz es reconocible como presentador del programa *El canto del grillo* en RNE. Algo que le da más calidad al vídeo.

En definitiva, el booktrailer de *Los límites de la realidad* pretende, en poco más de un minuto, crear expectación y curiosidad por descubrir qué más misterios se encuentran en su interior.



Un frame del booktrailer de Los límites de la realidad.

[José María Íñigo y David Zurdo y 100 misterios sin resolver](#)

<https://www.youtube.com/watch?v=mXVAIgvQc>

En *100 misterios sin resolver: del código secreto de la Biblia a la quimérica fusión fría*, escrito a cuatro manos por el reconocido periodista y comunicador José María Íñigo y un servidor, intentamos explicar 100 misterios que desafían al ser humano y forman parte de nuestra aventura hacia la verdad que se oculta detrás al apariencia: profecías, exorcismos, espíritus, vampiros, seres monstruosos, extraterrestres y ovnis, alquimia, milagros, etc. Respuestas a preguntas tales como: ¿Dónde se encuentra la fuente de la eterna juventud? ¿Estamos diseñados por una inteligencia superior? ¿Qué se esconde detrás de la sonrisa de la Gioconda? ¿Existen los vampiros? ¿Llegaremos a vivir en Marte? ¿La Biblia tiene un código secreto?...

El booktrailer de este libro, editado por Lectio Ediciones, tiene una duración de 1' 14", por lo que no se hace largo. Como podemos observar, el tema central de este vídeo es un fragmento de la mítica entrevista que hizo José María Íñigo en *Directísimo*, en 1975, a Uri Geller, donde con sólo dos dedos consigue que una cuchara se doble sin producir calor. El booktrailer comienza con la presentación del libro en movimiento, acompañado de música de misterio y efectos de sonido. La primera imagen que se ve es la que está reflejada en el ojo de la portada, que va alejándose hasta mostrar el libro completo.

Seguidamente aparece el fragmento del programa citado. Cuando termina, enlaza con una serie de imágenes al más puro estilo de los programas de misterio: ovnis, extraterrestres, animales monstruosos, lugares mágicos, oscuros cementerios, etc. Termina con un sonido de campana y un golpe de luz para pasar, a continuación, a mostrar la portada del libro nuevamente. Todas estas imágenes van acompañadas de música.

Es un booktrailer sencillo en su realización, que no cuenta mucho del contenido que el futuro lector se va a encontrar en el libro. Pero juega una baza interesante: el fragmento de *Directísimo*, que es conocido por una gran mayoría del público y tuvo mucha repercusión en nuestro país. Se usa como cebo, para crear el deseo de saber cuáles serán los otros 99 misterios que se ocultan en el texto del libro.



Un frame del booktrailer de 100 misterios sin resolver.

LAS IMÁGENES

El material que emplearemos en nuestro booktrailer es muy diverso, pero se sustenta en tres patas: imágenes (en vídeo, fotografías o dibujos), audios (músicas, efectos de sonido y locuciones) y textos (títulos, rótulos, etc.). En lo que respecta a las imágenes, su adquisición puede venir de muy diversos lugares, aunque lo habitual es que sean propias o las busque en Internet. En cuanto a los audios, salvo que tenga un grupo musical o se dedique a la música, recurrirá a temas y canciones de discos o archivos digitales, sea cual sea su estilo. Las locuciones son un caso aparte, dado que puede hacerlas usted mismo o pedirle que locute a alguien con una voz adecuada. Los textos, por fin, se pueden crear en el programa de edición o mediante cualquier otra aplicación que sirva para introducir texto, guardando el archivo en formato de imagen.

Buscar y elegir fotografías

Para su booktrailer puede emplear tanto imagen fija (fotografías, dibujos, diseños, gráficos) como en movimiento (vídeo). Al editar, la imagen fija puede dotarse de dinamismo mediante efectos como el paneo, el encadenado o el zoom.

Si dispone de fotos propias, estupendo, ya las tiene; si no, deberá buscar el material necesario en Internet. Dado que su vídeo no es comercial en sí, y aunque respetar los derechos de autor es esencial para creadores como nosotros, puede emplear imágenes de recurso procedentes de muchos orígenes sin causar ningún perjuicio: informativos, oficinas de prensa, oficinas de turismo, etc.

En todo caso, ante la duda pregunte. Casi siempre le darán permiso para utilizar las imágenes y así se quedará tranquilo.

Es recomendable que las fotos tengan una calidad al menos tan alta como la de resolución del booktrailer, porque acabarán siendo parte de un vídeo. Eso sí, no establezca comparaciones con la resolución necesaria para una buena impresión en papel: el vídeo la calidad no es necesariamente tan alta, y hay "trucos" para disfrazar una calidad escasa. Por ejemplo, puede probar a añadir ruido a una imagen, o aplicar algún otro filtro con un programa de retoque fotográfico que, si bien no mejorará la calidad (eso es casi imposible), sí que le permitirá usar fotos sin que se aprecie tanto su falta de resolución.

Buscar y elegir vídeos

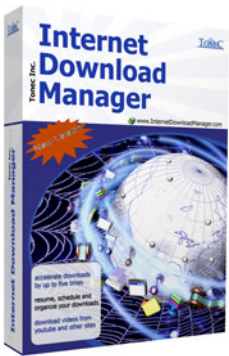
Lo dicho para las fotografías fijas sirve igualmente para los vídeos. En YouTube o Vimeo podrá encontrar mucho material que, parcialmente, le sirva para su propio booktrailer. Puede bajárselo, aunque siempre teniendo en cuenta que debe respetarse el copyright y, en caso de duda, pedir permiso de uso al propietario de los derechos de autor.

Si realiza una lista del material que necesita, es una tarea previa muy importante dedicar el tiempo que se necesaria a localizar los vídeos. Una buena forma de trabajar es ir guardando los enlaces en el navegador o en un documento de texto. Cuando crea que tiene todo lo el material que requiere, es momento de bajar los vídeos.

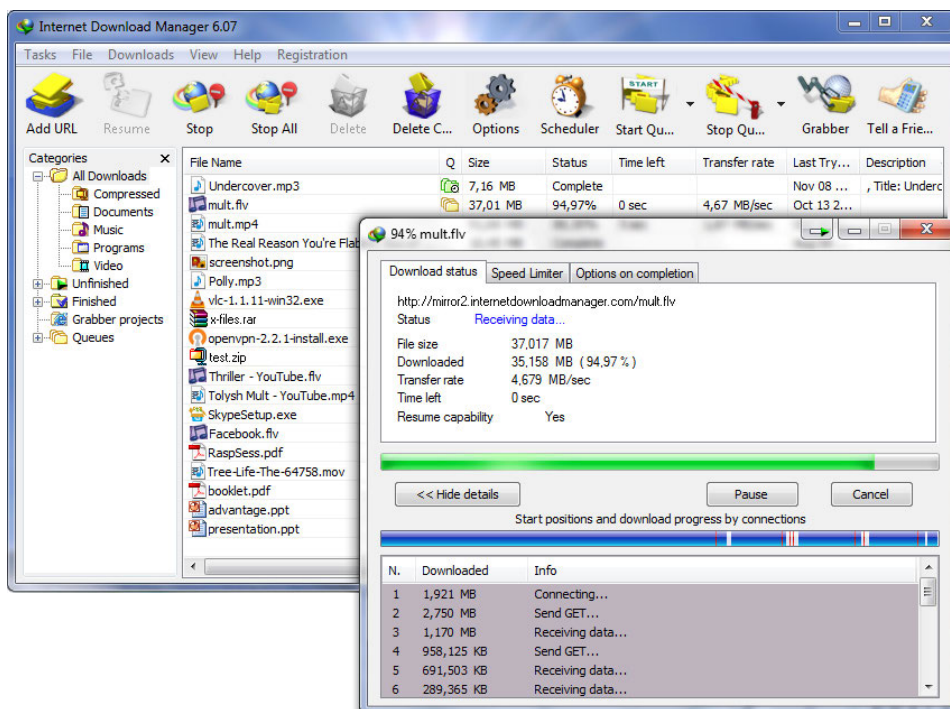
No se preocupe por el audio original que lleven incluido, ya que lo eliminará posteriormente en el programa de edición para sustituirlo por el suyo.

Descarga de vídeos

Para poder descargar vídeos desde cualquier página web, el mejor programa que he encontrado y que utilizo habitualmente es Internet Download Manager. El fabricante nos ofrece en su web (<http://www.Internetdownloadmanager.com/>) la descarga del programa en una versión de prueba para un periodo de 30 días.



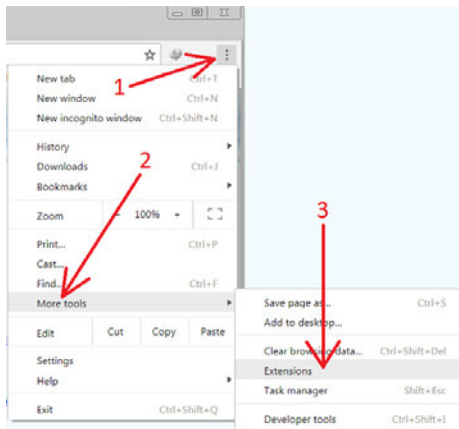
Al tenerlo instalado en nuestro ordenador, cada vez que visitemos una web con vídeos nos aparecerá una pestaña que nos preguntará si queremos descargar el vídeo contenido en la misma. Otra opción de descargar es introducir la URL de la página que queremos descargar. Con este programa, además de vídeo, se pueden descargar imágenes y archivos. También cuenta con la posibilidad de reanudar la descarga desde donde se interrumpió, de planificar las descargas más tarde y de guardarlas en carpetas específicas, facilitando la organización de nuestras descargas. Un programa fácil de manejar, eficaz y rápido.



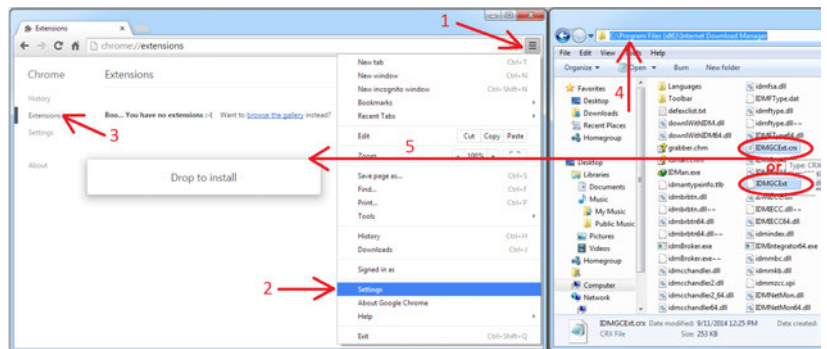
Una ventana de Internet Download Manager.

Cómo instalarlo en nuestro ordenador

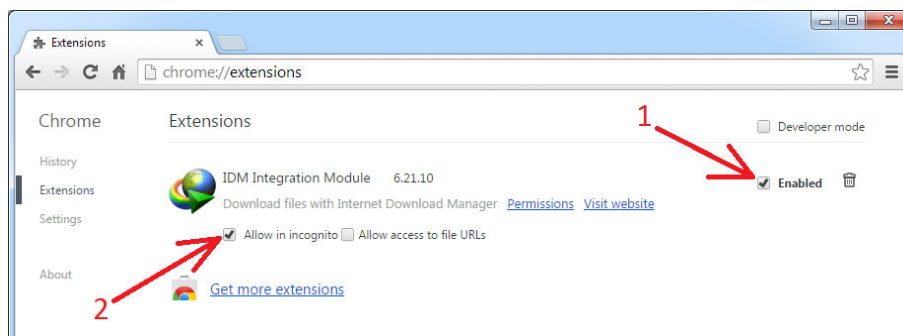
Sí, por ejemplo, nuestro navegador predeterminado es Google Chrome (el más utilizado a día de hoy), deberemos instalar la extensión en él. Para ello procederemos de la siguiente forma, después de haber descargado el programa en un disco local de nuestro ordenador:



1. Ir al menú de Chrome (flecha 1), seleccionar "más herramientas" (flecha 2) y luego "Extensiones" (flecha 3).
2. Arrastrar y soltar, desde la carpeta donde se aloja el programa (flecha 4) a "Extensiones" (flecha 5), el archivo: IDMGCExt.crs.



3. Una vez añadida la extensión hay que configurarla. Marcar "Enabled" (flecha 1). Si se utiliza la navegación de incógnito de Chrome, activar la casilla "Allow incognito" (flecha 2).



Este programa también lo podemos instalar para su uso en Mozilla Firefox y/o Internet Explorer, de la misma forma descrita.

Existen más extensiones que podemos utilizar para descargar vídeos, como:

- Vídeo Downloader GetThemall. Una extensión que podemos encontrar en Chrome Web Store.
<https://chrome.google.com/webstore/search/Vídeo%20Downloader%20GetThemAll?hl=es>
- Vídeo DownloadHelper. Una extensión para Firefox.
<http://es.ccm.net/download/descargar-2266-vídeo-downloadhelper>
- VídeoCyborg. Una web desde la que podremos descargar los vídeos de cualquier página de Internet sólo insertando la URL.
<https://vídeocyborg.com/>

Tenga en cuenta que los vídeos descargado pueden requerir una conversión de formato antes de ser utilizados en el programa de edición.

Grabar imágenes propias

Hace no muchos años existía una limitación a la hora de grabar imágenes de vídeo, ya que las cámaras o bien eran muy caras o bien daban una calidad más que limitada. Poco a poco se fueron abaratando y ofreciendo calidades superiores, pero hoy incluso un *smartphone* permite grabar vídeo con calidades más que aceptables y, desde luego, válidas para un booktrailer. En realidad, el audio supone más problema que el vídeo, ya que se aprecia con facilidad cuándo el sonido no es profesional (esto vale igualmente para la televisión o el cine). Sin embargo, también los micrófonos de los *smartphones* han mejorado hasta el punto de que, a menudo, podemos utilizar grabaciones hechas con ellos –ya sean incluyendo vídeo o solamente audio– en nuestros booktrailers.

En lo que respecta al material que se vaya a emplear en la confección del booktrailer, no es objeto de este informe entrar en detalles artísticos o de gusto personal. Pero sí hay una serie de recomendaciones que podemos enunciar:

- 1) Trate de grabar lo que necesite. El exceso de material suele convertirse en una fuente de dudas y problemas, más que de soluciones.
- 2) Haga un plan de grabaciones lo más ajustado posible a la realidad. Aunque no necesita un auténtico guión –esto es algo en que abundaremos más de una vez–, sí es positivo saber lo que quiere y tener claro que es realista.
- 3) Si graba a personas, no deje demasiado espacio sobre sus cabezas. En paisajes o panorámicas, compruebe que la luz es la adecuada. Cuide los encuadres y sea firme con el pulso, sobre todo si se mueve al grabar. A este mismo respecto, mover levemente el dispositivo con que esté captando las imágenes puede aportar dinamismo. En sentido contrario, un encuadre fijo requiere algún tipo de apoyo, ya sea casero o alguna clase de trípode.
- 4) Si emplea un móvil, grabe las imágenes en horizontal. Es el formato de los televisores y del cine. Si graba en vertical, el resultado será mucho menos “profesional”.



- 5) Evite emplear el zoom de la cámara. Aun cuando se trate de un zoom óptico, es un efecto muy poco empleado hoy en día –si se activa de un modo aislado–. Si el zoom es digital, se une lo anterior a que perderá calidad de imagen, algo nunca deseable. Además, si la calidad es sobradamente alta, ya hará el efecto de acercamiento al editar el vídeo en el ordenador.
- 6) La iluminación es lo más difícil de todo. Trate de no emplear flashes led y, de optar por iluminar, hágalo con mucho cuidado y comprobando que el resultado es el apetecido.
- 7) No grabe sólo planos generales. Es habitual que necesite obtener planos medios, primeros planos y planos de detalles. Aquí, de nuevo, es bueno recordar el plan de trabajo antes de comenzar a captar sus imágenes.

También las fotografías pueden alternarse con el vídeo en movimiento cuando quiera recrearse en un detalle concreto.

8) Cuestiones como el color, el contraste, los filtros y, llegado el caso, el cambio de sonido o la agregación de efectos, músicas y locuciones, será mejor realizarlos al editar con el ordenador. No pierda el tiempo añadiendo a sus grabaciones elementos que pueden incluso estropearlas y que, en ocasiones, serán imposibles de "limpiar" más adelante.

Calidad y retoque de las imágenes

Para trabajar con imágenes fijas puede emplear programas como esa maravilla llamada Adobe PhotoShop. Para los vídeos, emplearemos el propio programa de edición en el que crearemos el booktrailer. En este apartado analizaremos la resolución necesaria y algunos "trucos" para mejorar sus fotografías, ya que el retoque del vídeo se verá, como decimos, a la hora de editar.



Si va a emplear fotografías o dibujos, diseños, etc., debe asegurarse de dos cosas: primera, que la resolución de la imagen es superior a la que tiene su vídeo; y segunda, que esa resolución sea real, no fruto de un retoque que haya elevado sus píxeles sobre la base de una calidad baja. Hay que decir también, para matizar, que la resolución de las imágenes fijas puede ser mejor que la del vídeo en una sola de sus dimensiones. El vídeo, en general, es más ancho que alto, pero a menudo hay imágenes con un formato contrario (una portada de libro,

por ejemplo). También tenga en cuenta que, si piensa hacer ampliar la imagen o destacar una parte, la resolución necesaria será aún mayor.

En PhotoShop, hay una serie de herramientas que serán muy útiles a la hora de preparar sus fotos fijas para incluirlas en el booktrailer. Son estas:

- 1) Imagen > Ajustes. Aquí encontrará algunas opciones muy útiles. Destacamos: Niveles automáticos, que buscará el punto de equilibrio entre brillo, color y contraste de la imagen; Brillo/contraste, que le permitirá modificar estos valores a su gusto; Tono/saturación, para variar el color y la cantidad de color; Invertir, que le ofrecerá una imagen en negativo del a original.
- 2) Imagen > Tamaño de imagen. Puede cambiar el tamaño en píxeles, centímetros o pulgadas de la imagen, y también –lo cual es muy interesante– la densidad de píxeles por unidad de medida. Es un paso previo a posteriores retoques que sirven para retocar la imagen como tal.
- 3) Imagen > Rotar lienzo. Le permitirá girar la imagen a su gusto, si es que está torcida o desea un efecto de rotación.
- 4) Edición > Transformación libre. Es una de las herramientas más potentes de PhotoShop. Activa los "tensores" de los márgenes de la imagen, lo que le permitirá modificar su forma, dimensiones y proporciones a voluntad. Como truco, mantenga pulsada la tecla Mayúsculas cuando quiera mantener la proporción inalterada.
- 5) Filtro. Este menú incluye una enorme cantidad de opciones valiosas de tipo Artístico (bajorrelieve, plastificado, etc.), Bosquejar (relativamente similares a las anteriores pero sin color), Desenfocar (útil para suavizar la imagen o eliminar molestos pixelados interiores), Distorsionar (alterar la forma), Enfocar (para resaltar los bordes y detalles)... Destacaremos finalmente los destellos y efectos de iluminación de la opción Interpretar y, sobre todo, la posibilidad de añadir Ruido y Textura a la imagen. Estas opciones son muy útiles cuando le imagen tiene una baja calidad, porque a menudo "camufla" esa circunstancia.

En todo caso, "juegue" con sus imágenes –siempre con copias que le eviten perder originales– y vaya probando herramientas. PhotoShop es un programa inabarcable y, en muchos sentidos, poco intuitivo, pero con paciencia se pueden conseguir resultados espectaculares.

Conversión de formatos de vídeo

Existen diferentes formatos de vídeo, siendo los más comunes: MP4, AVI, 3GP, WMM, MPEG. Y aunque plataformas como YouTube o Vimeo aceptan casi cualquier formato de vídeo (MP4, WMV, AVI, FLV), puede que necesitamos cambiar el formato de nuestro vídeo para que pueda visualizarse sin ningún problema en teléfonos móviles, ciertos sistemas operativos, etc. Para ello no es necesario descargarse ningún software, ya que en Internet existen páginas donde podemos realizar la conversión de nuestro vídeo online:

- Online Vídeo Converter. Una web donde se puede convertir de formato un archivo de vídeo o audio de nuestro ordenador, o a partir de un enlace/URL de vídeo.

<https://www.onlinevideoconverter.com/es>

- Convertio. Web desde la que podemos convertir el formato a nuestro antojo.

<https://convertio.co/es/video-converter/>

Derechos de autor de las imágenes

Es importante resaltar que, con respecto al uso de imágenes en nuestro booktrailer, debe tenerse en cuenta que deben estar libres de derechos de autor, para poder insertarlas, o disponer de los permisos adecuados para su utilización. Casi todas las fotografías y vídeos que podemos encontrar navegando por Internet gozan de estos derechos y, en tal caso, debemos proceder con cautela. A diferencia de los usos comerciales, la violación de estos derechos –llegado el caso– no acarreará problemas legales, pero el booktrailer podría ser eliminado y nuestra reputación se verá afectada negativamente. En caso de duda, es mejor no utilizar cierta imagen o, sencillamente pedir permiso.

¿Qué es una licencia libre?

La licencia de contenido libre da derecho al autor de la imagen a retener los derechos de propiedad intelectual y a que se reconozca su autoría, así como, permitir a otros copiar, distribuir y hacer algunos usos de su obra. Estas características comunes sirven como base sobre la cual los autores otorgan permisos adicionales en el momento de decidir cómo quieren que sea utilizada su obra. Toda la información al respecto vendrá recogida en la página dedicada a la misma.

Dónde podemos conseguir imágenes libres

Wikipedia Commons, el almacén o base de datos multimedia de Wikipedia, podremos acceder a una amplia colección de documentos y obras que cuentan con los derechos de contenido libre que hemos explicado.

De este modo estaremos seguros de violar ningún derecho de autor. Pero, esto no me da derecho a usarlas de cualquier manera. Las imágenes cuentan cada una con una serie de obligaciones de uso que se indican en relación con cada imagen.

Veamos un ejemplo. Accedemos a Wikimedia Commons y elegimos una imagen cualquiera. Al abrirla, se mostrará en el margen inferior derecho un recuadro azul que indica "Más detalles". Al pulsarlo, veremos los detalles de la imagen y, bajando un poco, encontramos el apartado "Licencia". Aquí reside la información de los derechos de autor de la imagen que deberemos tener en cuenta.

En el siguiente enlace puede consultarse el texto completo: <https://www.gnu.org/copyleft/fdl.html>

También observamos que somos libres de copiar, distribuir, transmitir y adaptar el trabajo bajo las siguientes condiciones: "Debes atribuir el trabajo de la manera especificada por el autor o persona que lo haya licenciado (pero no de manera que sugiera que estas personas te respaldan o respaldan el uso que hagas del trabajo)". "Compartir similar – En caso de alterar, transformar o ampliar este trabajo, deberá distribuir el trabajo resultante sólo bajo la misma licencia o una similar".

Licencia [editar]

Yo, titular de los derechos de autor de esta obra, la publico en los términos de las siguientes licencias:

 Se autoriza la copia, distribución y modificación de este documento bajo los términos de la **licencia de documentación libre GNU**, versión 1.2 o cualquier otra que posteriormente publique la **Fundación para el Software Libre**; sin secciones invariables, textos de portada, ni textos de contraportada. Se incluye una copia de la dicha licencia en la sección titulada *Licencia de Documentación Libre GNU*.

Este archivo se encuentra bajo la licencia [Creative Commons de Atribución/Compartir-Igual 3.0 Unported](#), [2.5 Genérica](#), [2.0 Genérica](#) y [1.0 Genérica](#).

Eres libre:

- **para compartir** – para copiar, distribuir y transmitir el trabajo
- **para remezclar** – para adaptar el trabajo

Bajo las siguientes condiciones:

- **atribución** – Debes atribuir el trabajo de la manera especificada por el autor o persona que lo haya licenciado (pero no de manera que sugiera que estas personas te respaldan o respaldan el uso que hagas del trabajo).
- **compartir similar** – En caso de alterar, transformar o ampliar este trabajo, deberá distribuir el trabajo resultante sólo bajo la misma licencia o una similar.

Puedes usar la licencia que prefieras.

Características de la licencia de una fotografía

¿Qué es Creative Commons (CC)?

Creative Commons (CC) es una organización sin ánimo de lucro que ofrece modelos de licencia libre que permite a los autores depositar sus obras, limitando o no los usos de las mismas, a través de una serie de instrumentos jurídicos de carácter gratuito.



El autor de una obra puede, de una manera simple y estandarizada, otorgar permiso al público en general para compartir y usar su trabajo creativo bajo los términos y condiciones de su elección, a través de un conjunto de "modelos de contratos de licenciamiento" o licencias de derechos de autor (licencias Creative Commons o licencias "CC").

Además, las licencias Creative Commons permiten al autor cambiar fácilmente los términos y condiciones de derechos de autor de su obra de "todos los derechos reservados" a "algunos derechos reservados".

Para incrementar la compatibilidad y disponibilidad del contenido libre, los términos para los derechos de autor se incluyen en las licencias:

- Creative Commons Attribution-ShareAlike 3.0 Unported License:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/es/legalcode.es>

Las diferentes licencias, y por lo tanto el uso específico de una creación puede consultarse aquí: <https://creativecommons.org/licenses/>

Siendo la imagen de mi entera propiedad, podemos licenciarla nosotros mismos en Creative Commons, accediendo a su web y especificando las condiciones de nuestra licencia: <http://es.creativecommons.org/blog/licencias/>

Contenido de dominio público

Los contenidos de dominio público, por su propia definición, pueden utilizarse con libertad, y así debe especificarse. Ha de confirmarse que, en efecto, están en dominio público, pero a veces no resulta sencillo comprobar que una cierta obra se halla en esta circunstancia. Para cerciorarnos nos podemos guiar por los siguientes principios:

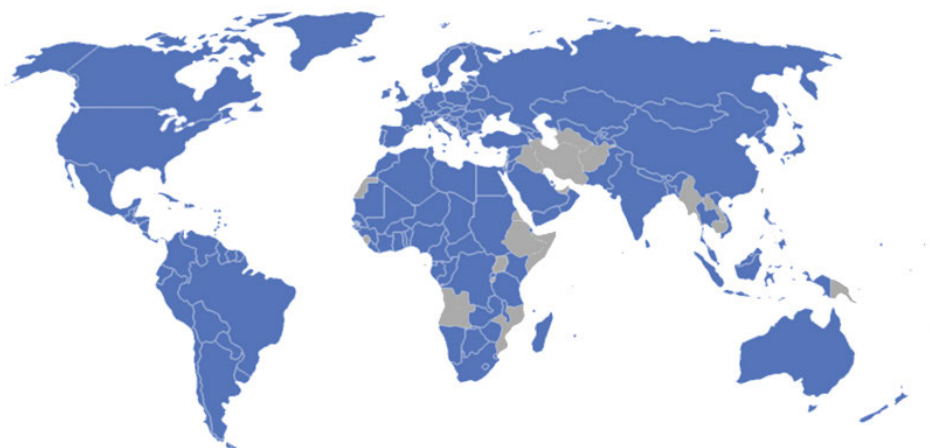
Si la obra fue publicada en los Estados Unidos:

- Antes de 1923, está en el dominio público.
- Si su autor murió hace más de 70 años, está en el dominio público.

Si la obra fue publicada fuera de los Estados Unidos:

- Antes de 1909, está en el dominio público.
- Antes de 1923 y su autor murió hace más de 70 años, está en el dominio público.
- Si los derechos de autor expiraron en el país en que se publicó, está en el dominio público.

Para más información, puede consultar el texto del Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas: (http://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=283698), un acuerdo internacional suscrito por nuestro país y por la mayoría de naciones del mundo. En él se establecen los criterios generales y las excepciones que existen.



Convenio de Berna



Países firmantes del Convenio de Berna.

LAS MÚSICAS Y LOS EFECTOS DE AUDIO

Tan importante como el contenido de nuestro booktrailer es la música (o músicas) que lo acompañen, ya que nos ayudará a remarcar conceptos y transmitir las emociones que deseamos a los potenciales lectores de nuestro libro. Si se trata de una obra de índole técnica, puede convenir emplear una música “tecnológica” o casi mecánica, pero también todo lo contrario (recordemos la poética serie *Cosmos* de Carl Sagan).

Elegir músicas

Normalmente se opta por música acústica para que la letra no distorsione la historia que se cuenta, pero no es preceptivo, sino únicamente recomendable. Se debe seleccionar una melodía acorde con el contenido del booktrailer, que acompañe y envuelva a la persona que lo está viendo. En definitiva, se trata de que el conjunto atrape al futuro lector.

Algo a tener muy en cuenta cuando elijamos la música es el copyright de la misma. Aunque nuestro booktrailer es un vídeo sin ánimo de lucro en sí mismo, si utilizamos material con derechos de autor y sin permiso, espacios como YouTube o Vimeo nos lo podrían vetar y cancelar la visualización en su plataforma. Sobre derechos de autor hablaremos más adelante, pero conviene mencionar que deben tenerse en cuenta las condiciones generales para poder publicar nuestros booktrailer en plataformas como YouTube o Vimeo.

YouTube tiene un listado de obras musicales permitidas o prohibidas para su utilización en los vídeos que vayamos a colgar en el canal, si es que no disponemos de los derechos de autor por nuestra cuenta. En este listado se hallan los temas y canciones cuyos autores han dado su consentimiento para ser utilizadas. A veces nos encontramos con obras que están prohibidas solamente en algunos países, por lo que deberemos cerciorarnos de que la que vayamos a utilizar se puede reproducir en los países donde queremos publicar nuestro booktrailer.

Puede consultar el listado, una vez registrado como usuario de YouTube, en esta dirección web:

https://www.YouTube.com/audiolibrary/ad_supported_music

La lista está dividida en dos apartados: música gratuita y música con anuncios, ambas libres de derechos de autor (con las segundas puede que se añada publicidad a nuestro vídeo cuando sea reproducido). Si la canción no está incluida en el listado es que no se “debe” utilizar, y puede que YouTube no deje que publiquemos nuestro vídeo, aunque esto no es siempre así. En ocasiones, aparecerá una opción de compra del álbum al que pertenece el tema¹.

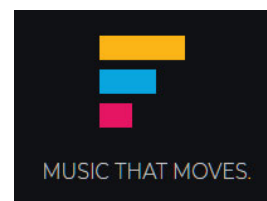
Vimeo, al igual que YouTube, permite difundir nuestros vídeos siempre y cuando el contenido sea nuestro o se posean los derechos de autor para poder hacerlo. Si lo que pretendemos es contabilizar visitas, para una futura generación de rendimientos económicos, obviamente sólo será posible cuando poseamos los derechos completos de todo el material empleado.

Las condiciones para publicar vídeos se pueden consultar aquí: <https://Vimeo.com/help/guidelines>

Antiguamente en Vimeo existía una tienda donde poder comprar música para nuestros vídeos. Ahora esta empresa se ha asociado con diferentes páginas donde podemos descargar la música libre de derechos de autor o en la que se puede comprar una licencia para su utilización:

¹ Hace unos años, la banda de rock asturiana WarCry escribió una canción basada en una de mis novelas, *616 Todo es Infierno*. Yo mismo he utilizado este tema en un vídeo que no se eliminó de YouTube, sin tener que demostrar que tenía autorización de uso.

- Filmstro. Son un equipo de músicos, compositores, productores y supervisores que ofrecen música para una amplia gama de productos. Tienen una biblioteca bien diseñada e intuitiva, detrás de un software que permite personalizar cada tema de la biblioteca con facilidad. Es una plataforma de pago en la que existen diferentes planes, dependiendo del uso que le vayamos a dar a la música, y por lo tanto distintos precios.



<https://www.filmstro.com/>

- Musicbed. Es una plataforma formada por un equipo de creativos que representan a músicos y compositores. Ofrece la compra de licencias de canciones para diferentes usos de la música. Se paga por canción.

<https://www.musicbed.com/>

- Marmoset. Una plataforma similar a la anterior que representa artistas independientes, bandas y sellos discográficos, antiguos y emergentes para licencias de sincronización. También dispone de un equipo que puede componer la música que mejor se adapte a nuestro proyecto. Se paga por canción.

<https://www.marmosetmusic.com/>

- Song Freedom. Plataforma de pago mensual o anual, con una amplia biblioteca de música que representa a artistas y vende las licencias de sus composiciones, algo más baratas que las dos anteriores, ya que se paga por registrarse y no por canción.

<https://www.songfreedom.com/>

- Free Music Archive. Es una biblioteca interactiva de alta calidad, donde se pueden realizar descargas legales de audio dirigidas por WFMU, una emisora de radio independiente estadounidense de gran reconocimiento. El sitio web está inspirado en Creative Commons y en el movimiento del software de código abierto. Una página en la que encontraremos una gran variedad de archivos de música con la interesante licencia de Creative Commons. Es una página sencilla en su uso y en la que da la opción de registrarse o no.

<http://freemusicarchive.org/>

- Audiosocket. Plataforma que vende licencias de música para su utilización en diferentes proyectos. Posee más de 50.000 pistas de música clasificada por género, tempos, instrumentos, modos, voces, etc. También permite búsqueda por texto.

<https://www.audiosocket.com/>

- SmartSound. Plataforma que ofrece música libre de derechos. Dispone de dos licencias para comprar: Extended y Widest.

<http://www.smartsound.com/>

Además de en estas webs, también podemos encontrar música libre de derechos en las siguientes páginas:

- Museopen. Se define como: "una organización sin ánimo de lucro orientada a incrementar el acceso a música a través de la creación de recursos y material educativo". Es una página interesante en cuanto que se puede efectuar la búsqueda por compositor, intérprete, instrumento, período o forma.

<https://musopen.org/es/>

- Audionity. Ofrece música de pago y libre de derechos. Es una comunidad de compositores y artistas independientes en España, ya que ninguno de los autores de Audionity es miembro de SGAE o AIE, ASCAP, BMI, etc.

<http://www.audionity.com/>

- OnClassical. Sitio web donde podemos encontrar música clásica de pago y libre de derechos de autor.

<http://onclassical.com/>

Bancos de efectos de sonido

Los efectos de sonido son elementos importantes de expresividad, que se utilizan en paralelo a las imágenes o como contrapunto para crear ambientes y emociones, y así hacer más fluida la historia. Por ello es importante disponer de una buena biblioteca de efectos de sonido para incluir en la edición de nuestro booktrailer.

Podemos descargar bancos de efectos de sonido desde las siguientes páginas web:

- Ministerio de educación y Cultura. En su web encontraremos un amplio banco de imágenes y sonidos, bajo la licencia Creative Commons. Los audios están disponibles en formato WAV, MP3 y OGG. No hace falta registrarse para poder descargar el material.

<http://recursostic.educacion.es/bancoimagenes/web/>



Recursos audiovisuales del Ministerio de Cultura.

- YouTube. Esta plataforma dispone de una gran biblioteca de audios, en la que además de canciones y música podemos encontrar efectos de sonido gratuitos.

<https://www.YouTube.com/audiolibrary/music>

- SoundBible. Esta web tiene una biblioteca de sonidos bajo licencia Creative Commons y de dominio público, que se actualiza como mínimo tres veces por semana. Los audios están disponibles en formato MP3 y WAV.

<http://soundbible.com/free-sound-effects-1.html>

- Sshhtt!! Una web donde podemos descargar gratuitamente efectos de sonido, audios y voces.

<http://www.sshhtt.com/>

- Flashkit. Web que posee una gran variedad de efectos de sonidos diferentes a los que podemos encontrar en otros sitios web. No requiere que nos registremos para poder descargarlos.

<http://www.flashkit.com/soundfx/>

Conversión de formatos de audio

Los audios digitales pueden tener diferentes formatos, que se corresponden con una extensión específica del archivo. Los más utilizados y universales son: MP3, WAV, AAC, MIDI y OGG. No todos se pueden escuchar utilizando un mismo reproductor (requieren el códec específico), por lo que vamos a necesitar convertirlos en otro formato. Para ello podemos utilizar convertidores online, sin necesidad de descargar ningún software.

Algunas páginas web donde podemos convertir formatos de audio son:

- Online Audio Converter. <http://online-audio-converter.com/es/>
- El convertidor. <https://www.elconvertidor.com/audio-converter.php>
- SwiftConverter. <http://www.swiftconverter.com/audio>

Estas páginas web son muy fáciles de utilizar, ya que simplemente tendremos que subir el archivo de audio desde nuestro ordenador para su conversión y posterior descarga.

Derechos de autor de los archivos sonoros

El uso de nuestro booktrailer no es comercial en sí mismo, y plataformas como YouTube o Vimeo no van a contabilizar las visitas, por lo tanto, no obtendremos una ganancia monetaria. YouTube reportará las ganancias de la publicidad incluida en el vídeo al dueño de los derechos de autor, en su caso.

Pero aún así, debemos tener muy en cuenta los derechos de autor de los audios que utilicemos, porque puede que nos bloqueen la reproducción del booktrailer.

Por ello, para asegurarnos de que no vamos a tener ningún problema, lo mejor es utilizar archivos libres de derechos de autor y con licencia Creative Commons, la cual hemos explicado en el apartado dedicado a las imágenes y puede aplicarse también para la música y los efectos de sonido.

EDICIÓN DEL BOOKTRAILER

Llegamos al meollo de este informe/manual, a su parte fundamental y más práctica. Lo primero que debemos mencionar es que en el mercado existe una multitud de programas para la edición de vídeo/audio. En el mundo profesional, el más extendido es Avid, de una complejidad de manejo extraordinaria –a veces parece

complicado adrede– pero no menos potente y empleado tanto en programas de TV como en películas de cine. También está Final Cut, de Apple, más intuitivo aunque quizá algo menos versátil y estable. Ambos programas exceden con mucho las necesidades de creación de un booktrailer.

Hace unos años, Windows incorporaba el programa gratuito MovieMaker, que aún se puede encontrar por la Red. Entre los muchos programas de pago, mi preferido es Pinnacle Studio, que cuenta también con versiones de evaluación que permiten crear un trabajo y, si nos convence, adquirir la versión con licencia por precios que, según versión, rondan los 50-100 €. Si prefiere emplear un programa gratuito (para uso no comercial), le recomiendo VideoPad (<http://www.nchsoftware.com/videopad/es/index.html>).



La cuestión del uso no comercial es importante, lo repito una vez más. Aunque con nuestro vídeo pretendamos vender un libro, el vídeo en sí no es comercial. Por eso, y a pesar del respeto que, como autores socios de CEDRO debemos siempre mantener, el uso de imágenes y sonidos con derechos de autor se tolera en esta clase de trabajos. Al fin y al cabo, no obtenemos ningún rendimiento económico directo, y se entiende un uso aceptable por su valor cultural y divulgativo (en todo caso, no oculte las fuentes de su material si opta por no emplear imágenes y sonidos propios o libres de derechos; son un valor positivo que merece todo el respeto por nuestra parte).

Nociones básicas sobre la edición

No es necesario que escriba un guión completo y detallado de su booktrailer, aunque puede hacerlo si está familiarizado con la escritura de guiones y le resulta cómodo hacerlo. En general, bastará con una escaleta en la que pueda consultar la lista de imágenes, fijas y en movimiento, así como el texto que va a incluir, escrito o locutado. Lo mismo vale para las músicas y los efectos de sonido. Es buena idea crear una carpeta en su ordenador, o en un disco duro externo, con todos los elementos que compondrán su booktrailer, que también le servirá para contener los archivos generados posteriormente por el programa de edición.



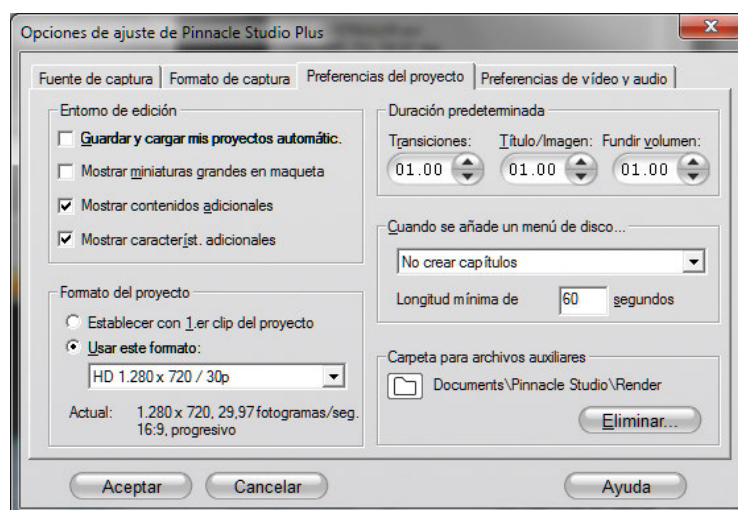
Logotipo de Pinnacle Studio.

Una vez recopilado todo el material y convertido a formatos válidos, es hora de abrir Pinnacle Studio (su instalación es igual a la de cualquier otro programa informático). Veremos una ventana que puede diferir según versión, pero contendrá los elementos principales: cabecera, con las barras de títulos y de menús; área superior destinada a herramientas de vídeo y audio, zona de visualización de los clips y zona de previsualización del vídeo editado; zona inferior con la línea de tiempo en la que iremos insertando clips, audio, texto y efectos.

En este informe no vamos a adentrarnos ni mucho menos en todas las opciones de que dispone Pinnacle Studio, sino únicamente en las esenciales para crear nuestro booktrailer. Con ellas seremos capaces de un resultado de corte profesional o semiprofesional (en función, eso sí, de la calidad de las imágenes de base que empleemos). Siempre nos quedará la opción de profundizar en sus muchas capacidades más adelante, cuando

empecemos a “soltarnos” en su manejo. Lo mejor es probar, avanzar poco a poco y aprender a base de aciertos y errores. Llegará un momento en que editar un vídeo –para un booktrailer u otra clase de trabajo– se convertirá en algo casi adictivo.

Configurar el proyecto – De todas las opciones que se hallan a nuestra disposición en la barra de menús, nos detendremos únicamente en la que nos permite configurar el proyecto. Es muy importante, porque todo nuestro trabajo se verá condicionado por estas características aquí definidas. Iremos a “Configurar” > “Preferencias del proyecto”. En la ventana que se abre estará seleccionada la pestaña del mismo nombre. Lo más importante es especificar el formato del proyecto: podemos definirlo sobre la base del primer clip importado (es decir, tal como sea el primer fragmento de vídeo que utilicemos) o bien definirlo a nuestro gusto (en general, en sistema PAL y alguno de los modos de alta definición HD). Las duraciones de las transiciones y fundidos son modificables durante la edición. También podrá elegir la carpeta de archivos auxiliares, que podrá eliminar cuando termine –sólo cuando termine– el booktrailer, con la consiguiente recuperación de espacio en disco.



Crear el archivo base

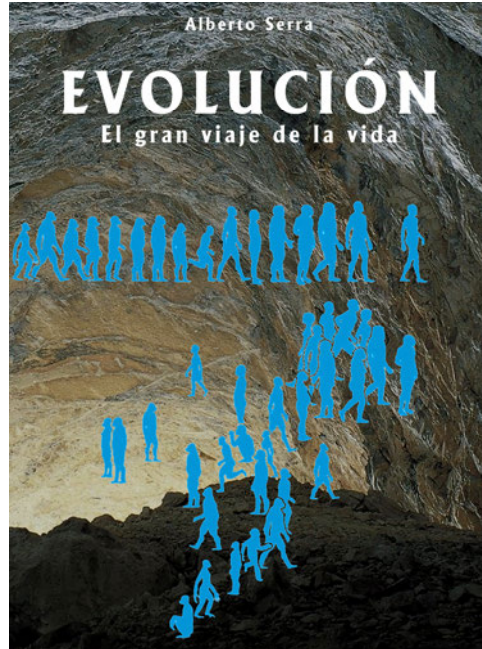
Para empezar, la ventana de edición de vídeo se activa pinchando en la segunda pestaña de la zona superior de Pinnacle: “2 Editar” (por defecto, la ventana visualizará esta opción, en todo caso). La primera, “1 Capturar”, sólo tiene utilidad si va a emplear una cámara de vídeo analógica, algo ya en desuso; y la tercera, “3 Hacer vídeo”, la analizaremos más adelante, pues sirve para crear el archivo final del booktrailer.

Creo adecuado que aprendamos las nociones sobre cómo realizar nuestro propio booktrailer a partir de un libro ficticio, pero de índole científico-técnica. He dado en llamarlo: *Evolución. El gran viaje de la vida*, y trata sobre cómo las especies biológicas han surgido en la Tierra y han ido cambiando a lo largo de los milenios hasta llegar a nosotros y el resto de especies actuales.

Para el booktrailer he elegido un “cebo”: enfrentar la teoría de la evolución de Darwin con la teoría creacionista. Podría haber optado por un resumen de contenidos, pero creo más efectivo, desde un punto de vista de promoción, destacar una parte tan polémica como esa.



En el booktrailer voy a emplear diversas músicas libres de derechos de autor e imágenes de la NASA, también de uso libre (no violando su espíritu). También emplearé algunas imágenes de dos películas, *La herencia del viento* y *2001, una odisea del espacio*, y de la miniserie británica *El viaje de Darwin*, que sí tienen copyright. Es recomendable incluir en los rótulos finales todo el material protegido que se ha empleado (también el libre,

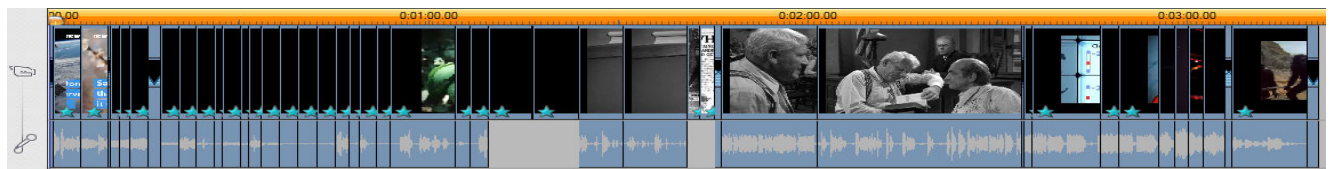
pero con mayor énfasis en el primero). No se trata de un vídeo comercial ni pretende hacer uso de esas imágenes en contra de sus derechos de autor, sino como algo meramente divulgativo. Es importante pedir permiso para usar las imágenes, que en general será positivo. En todo caso, si se recibe algún mensaje pidiendo la retirada del vídeo, debemos hacerlo, por mucho que no estemos violando ninguna ley. Como miembros de ACTA y de CEDRO, debemos poner la ética por encima de la norma.




Portada del libro ficticio Evolución, el gran viaje de la vida, del autor también inventado Alberto Serra.

Para crear el archivo base, con los fragmentos de vídeo e imágenes que compondrán nuestro booktrailer, seguiremos estos pasos:

- 1) Acceda a la carpeta del disco donde ha recopilado todo el material necesario. Esto se hace pinchando en el icono que simboliza una carpeta en la zona superior de la ventana . Eso sí, debe tener la precaución de haber pinchado o tener activa "Mostrar vídeos", la primera de las opciones de la barra vertical .
- 2) En el área de visualización se mostrarán miniaturas de los vídeos (las fotos fijas están en Mostrar fotos y fotogramas grabados, como veremos más adelante). Para incorporar un vídeo de la lista al suyo, basta con pinchar en la miniatura y, sin soltar el botón de ratón, arrastrarla hasta la pista de vídeo de la zona inferior.



- 3) Haga clic en la opción de "Mostrar fotos y fotogramas grabados"  para hacer lo mismo con las fotos fijas. No se preocupe si no ha sido totalmente exhaustivo con los contenidos, ya que es posible agregar más vídeos o imágenes en cualquier momento de la edición.

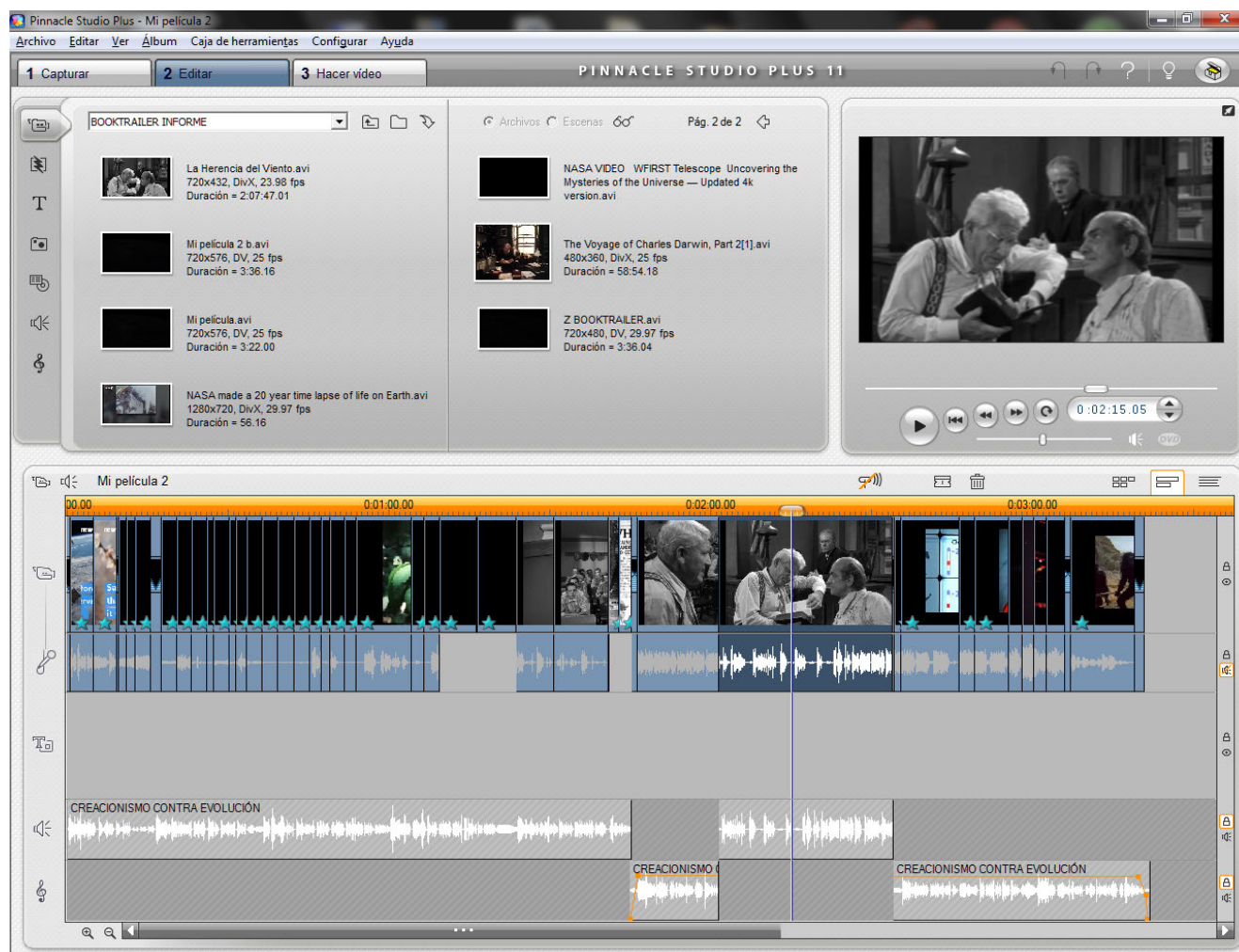
Al finalizar los pasos anteriores tendrá su archivo base. Podrá verlo en el área de visualización, presente en la zona superior derecha de la pantalla con controles similares a los de cualquier reproductor de vídeo (además, en la esquina superior derecha hay una pequeña flecha diagonal; al oprimirla la previsualización pasará a pantalla completa). Le recomiendo que guarde a menudo el proyecto con el nombre que desee y el lugar del disco que prefiera ("Archivo" > "Guardar proyecto"). Este archivo base está en bruto, es decir, con los

fragmentos de vídeo completos, las imágenes fijas con una duración estándar, sin efectos, filtros ni transiciones... ¡Pero es el comienzo de todo el trabajo que finalizará convirtiéndose en su booktrailer!



Editar el vídeo

El archivo base no es más que un "chorizo" (créame, este es su nombre habitual) con todos los elementos visuales, pero sin ninguna clase de forma. Dársela, y luego añadir músicas, efectos de sonidos, locuciones y rótulos, es la parte esencial de la confección del booktrailer. Este informe pretende explicarle cómo crear su booktrailer, pero no puede convertirse en un manual completo del programa de edición utilizado (Pinnacle Studio, en este caso). Si necesita o quiere aumentar sus conocimientos, para sacar todo el jugo posible a la aplicación, puede consultar un completo manual en <http://www.mundomanuales.com/manuales/4828.pdf>.



Ventana de Pinnacle Studio 11 con la edición final de nuestro booktrailer de ejemplo.

He querido mostrarle una imagen de la edición final del booktrailer de ejemplo, que he confeccionado para este informe, para "ponerle los dientes largos"... Y también para que vea que la edición tiene muchos elementos, pero tampoco tiene que abrumarnos. Se trata de una sucesión de imágenes, aderezadas con audio y algunos textos. Claro que, es cierto, lograr un buen resultado no es tan fácil.

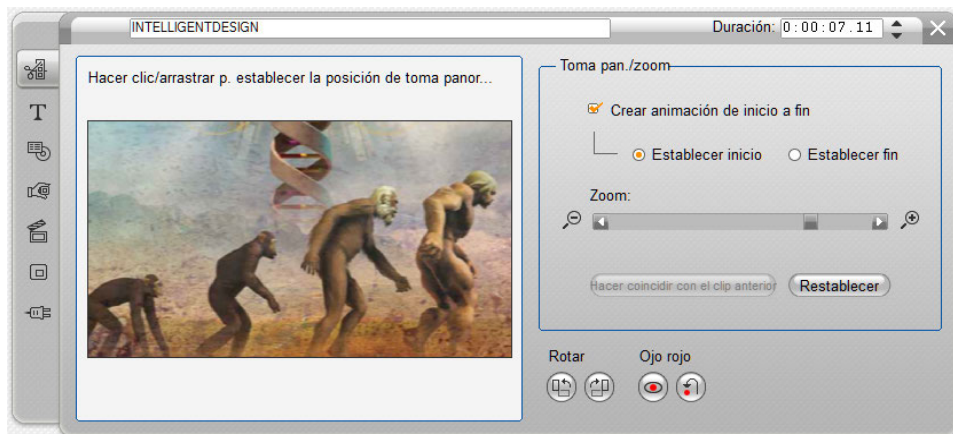


Cortar clips

En general, los fragmentos de vídeo que haya elegido para el booktrailer estarán sin "pelar", en bruto y con una extensión y contenido que no son los deseados. Para cortar un clip basta con colocarse sobre él en la pista de vídeo y, con el botón derecho del ratón, elegir en el menú desplegable la opción "Dividir clip". Para elegir el punto exacto, puede emplear la barra superior a la pista de vídeo, con un indicador que muestra el lugar del vídeo en que nos encontramos, o bien utilizar los controles de la zona de visualización, donde es posible afinar *frame a frame* o por tiempos.

Modificar la duración de una imagen fija

En imágenes fijas, seleccione el clip en la pista de vídeo y pinche con el botón derecho del ratón. Elija "Propiedades del clip" y, en la zona superior derecha, especifique la duración.



Zoom y animación de una imagen fija

En la misma ventana, podremos establecer el zoom (acercamiento/alejamiento) o incluso una animación, estableciendo el punto inicial y final. Si queremos mover la imagen, podemos hacerlo pinchando con el botón izquierdo del ratón sobre ella, sin soltarlo, en la parte izquierda de la ventana.


En caso de que nos satisfaga la animación, o que deseemos empezar de nuevo, volver atrás es tan fácil como oprimir el botón "Restablecer" de la zona derecha.

Propiedades de los clips de vídeo

Elijiendo la misma opción "Propiedades del clip" sobre un fragmento de vídeo, se abrirá una ventana donde podremos llevar a cabo muchas acciones diferentes e interesantes. En realidad, nos detendremos sólo en dos de las opciones que se muestran en la zona vertical de la izquierda: "Añadir un efecto a un videoclip" y "Crear o editar un título". Ambas son tan relevantes que las analizaremos en detalle más adelante.



Transiciones

Cuando tengamos "pelado" nuestro vídeo y con las duraciones de las imágenes deseadas, podemos incorporar las transiciones. Para ello, pincharemos en el botón "Mostrar transiciones"  de la zona de visualización general. Hay muchas disponibles (pinchando en cada una de ellas veremos una previsualización), pero las más importantes son las dos primeras: "Resaltar o atenuar" y "Encadenar". La primera opción realiza un fundido en negro y la segunda funde entre las dos imágenes contiguas, ya sean de vídeo o foto fija.

El modo de incorporar una transición al vídeo es tan fácil como arrastrarla con el ratón hasta el punto deseado, al inicio o fin del clip o entre dos clips. Utilice la zona de previsualización para comprobar el resultado.



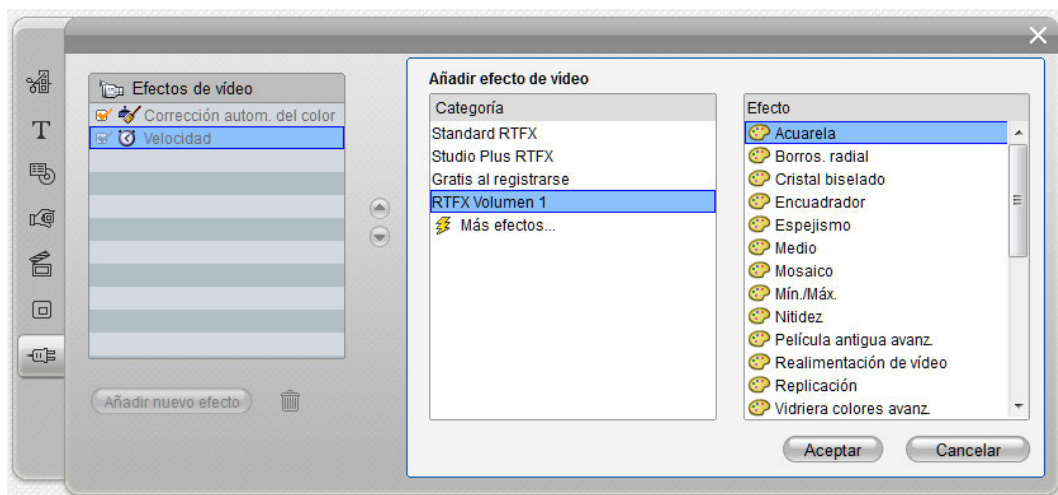
Incorporar efectos de imagen

Pinnacle Studio pone a nuestra disposición una enorme cantidad de efectos que nos permitirán retocar y modificar nuestras imágenes. Pincharemos con el botón derecho del ratón en el clip sobre el que queremos actuar, y luego elegiremos la opción "Propiedades del clip", como se vio anteriormente. Pero esta vez, en la ventana que se abre, pincharemos en la última opción de la barra vertical izquierda: "Añadir un efecto a un videoclip".

Vamos a analizar sólo los más habituales e interesantes (en Internet puede encontrar efectos extra que incorporar al programa, para usuarios expertos), presentes en las categorías mostradas en la ventana:

- Corrección automática de color. Hace que el programa mejore la imagen según sus criterios almacenados en cuanto a luminosidad, contraste, color, etc.
- Reducción del ruido. Elimina, en la medida de lo posible, el ruido de una imagen, a menudo indicador de su baja calidad.



- Velocidad. Es muy interesante, ya que permite acelerar o ralentizar un clip de vídeo. Es uno de los efectos más típicos que podemos emplear.
- Toma panorámica/zoom. Es tan interesante como la opción anterior. Está pensada para ampliar o reducir la imagen, alejando o destacando una parte, pero también para crear una animación. Por ejemplo, si tenemos una entrevista a alguien con plano fijo, éste puede hacer un tanto pesado y monótono. Pero podemos dotar a la imagen de algo de movimiento, que incluye acercar, alejar y moverse arriba, bajado o a los lados.
- Borrosidad. Difumina la imagen para casos en que no nos interese verla muy nítida.
- Película antigua. Es un efecto muy curioso que simula cómo eran las antiguas filmaciones.
- Corrección del color. Ofrece una serie de controles para modificar los valores visuales de la imagen, lo que permite corregirlos o modificarlos para crear un efecto concreto.
- Ruido. Nos permite añadir ruido con cantidad, grosos y transparencia variables. A veces es útil cuando queremos "camuflar" que una imagen no tiene demasiado calidad, o simplemente porque es un efecto que, usado con cautela, recuerda al cine.
- Tinte. Podemos teñir la imagen de un color o modificar colores a nuestro antojo.



Incorporar músicas

En la zona inferior de la ventana de Pinnacle encontramos dos pistas de audio, una pensada para música y otra para locuciones. En la práctica, podemos usar ambas del mismo modo. De hecho, la mayor limitación de Pinnacle Studio, en esta versión, es que sólo dispone de esas dos pistas de audio, lo que a veces obliga a crear una película completa, reimportarla y añadir nuevos efectos de sonido o música.



Para insertar una música o locución pregrabada, basta con arrastrarla hasta la pista de audio elegida de las dos posibles. Podrá ver los audios en la ventana superior pinchando en los botones de la barra superior izquierda, "Mostrar efectos de sonido"  y "Mostrar música" .

Si quiere modificar el volumen de una pista de audio, pinche en ella con el ratón y verá una línea naranja sobre la forma de onda. Es posible moverla a voluntad: subir implica aumento de volumen y bajar descenso. También se puede modificar el volumen en las distintas partes creando puntos que posibilitan adaptar la música a una locución, por ejemplo, o para que no se inicie "de golpe" y acabe suavemente. En la imagen se ven varios de estos puntos, que se eliminan con facilidad arrastrándolos con el ratón fuera de la pista de audio.

Bloquear las pistas de audio

Aunque mi recomendación es incorporar el sonido una vez las imágenes ya editadas, puede hacerlo antes si quiere ir comprobando o chequeando el resultado de su trabajo. En ese caso, es importante tener en cuenta que, al cortar un clip de vídeo, las pistas de audio también se verán modificadas, salvo que las bloquee con los botones de candado, al efecto, que se muestran en la zona derecha de la ventana.

Allí también encontrará botones para silenciar el audio y, en el caso de las pistas de imagen, no visualizarlas momentáneamente.



Incorporar efectos de sonido

El proceso de inclusión de efectos de sonido en el vídeo es idéntico al de la música, con la particularidad de que suelen tener que colocarse con gran finura, en el sitio exacto donde deben sonar. Una vez colocados arrastrando, *grosso modo*, puede afinar moviéndolos con el ratón. Si necesita cambiar la escala de visualización, utilice los botones de lupa que están en la zona inferior izquierda de la ventana.

Incorporar una locución

El proceso es exactamente igual que incluir música o efectos de sonido. Aunque el programa dispone de una herramienta para grabar la locución, yo le recomiendo que la grabe en un programa de edición de audio, como el que incorpora Nero, por ejemplo. O, mucho más fácilmente, aunque requerirá conversión de formato de audio, voy a contarle un truco muy empleado por quienes trabajamos en radio: las notas de voz de Whatsapp. Quizá le suene increíble, pero esta aplicación para móviles es capaz de grabar con una calidad excepcional, además de ser muy fácil de utilizar y de compartir (en este caso, para enviar la locución a su propio email).

En nuestro booktrailer, el texto de *Evolución*, que irá locutado por mí mismo, será este:

La vida en la Tierra es exuberante, está por todas partes, incluso en lugares en los que hasta hace poco se creía imposible. Pero ¿cómo surgió? Y, una vez establecida, ¿cómo nació el ser humano? ¿Fue un hecho fortuito, existió alguna "intervención" externa...?

Pongamos la mirada en el siglo XIX e imaginemos, por un momento, un barco llamado Beagle surcando los mares del Sur en dirección a las islas Galápagos. En él viaja un brillante joven llamado Charles Darwin. Nada más descender del barco, se lanza a investigar. Quiere saber cómo se desarrolló la vida en un lugar tan apartado, y allí descubre seres que le desconciertan.

Darwin está entusiasmado. Poco a poco fragua una idea que cambiará el mundo: la Evolución de las Especies. Todos los seres vivos actuales han surgido como evolución de seres anteriores. Las especies no han aparecido tal y como son en la actualidad. Se trata de un proceso largo y complejo, de millones de años, en que los más fuertes triunfaron y los cambios que han favorecido la vida se han transmitido a las generaciones futuras.

A pesar de todas las deficiencias de esa primera teoría, la base sigue vigente. Pero convirtió a Darwin en una especie de mártir de la ciencia, ya que lo ridiculizaron hasta el escarnio. Llegaron a representarlo como un

mono subido a un árbol y dijeron de él que no era más que un mentecato. Sin embargo, hoy sólo niegan la base de su teoría los creacionistas y los seguidores de la teoría del Diseño Inteligente.

En "Herencia del viento", una conocida película norteamericana de 1960, Spencer Tracy encarna el papel del abogado que defiende a un profesor de Tennessee despedido por enseñar a sus alumnos las teorías de Darwin, y cuestionar a través de ellas la verosimilitud histórica de los relatos bíblicos sobre la creación del mundo y el ser humano. El caso real, conocido como "Juicio del Mono", ocurrió en 1925.


En una de las escenas culminantes de la película, Tracy hace subir al estrado al acusador que encabeza a los creacionistas, y tras preguntarle expresamente si cree que la Biblia es un relato exacto de los hechos y no puede contener errores, le pregunta por algo muy difícil de justificar...

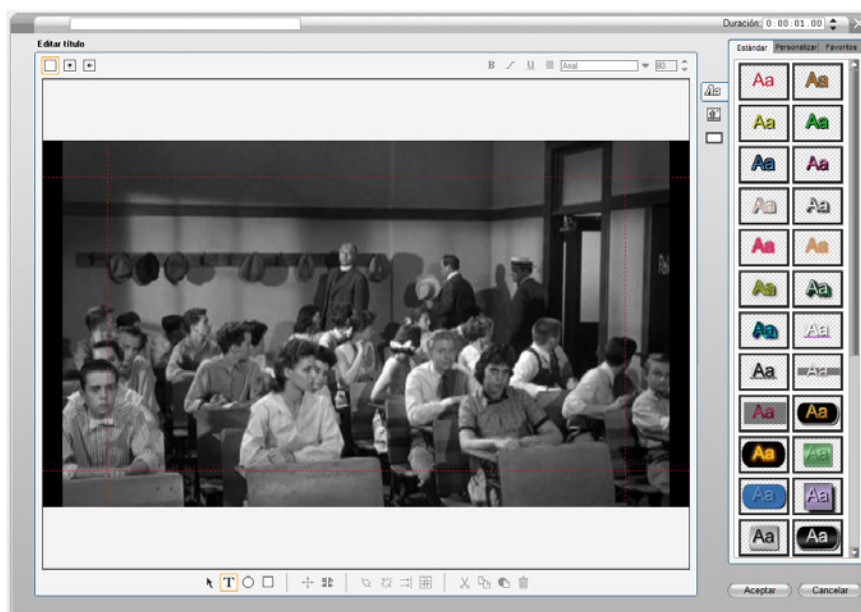
Quienes aún defienden el creacionismo han encontrado un apoyo que viene de su tradicional enemigo: la ciencia. Algunos científicos sostienen que la evolución de las especies ha sido demasiado rápida y tiene puntos oscuros. Esta teoría ha llevado al nacimiento del Movimiento del Diseño Inteligente. Para sus seguidores, una inteligencia exterior a la Tierra, divina o alienígena, tuvo que actuar en algún momento para provocar un "salto" en la evolución.

No hay forma de saber si algún ser superior o divino ha creado el mundo. En eso se basan todas las creencias: en confiar sin pruebas en lo invisible e indemostrable. El Universo es un misterio tan profundo que la existencia o la no existencia de Dios son, ambas, igual de increíblemente alucinantes. Aunque eso sí, al margen de la creencia, la evolución es un hecho.

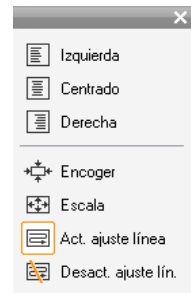
Incorporar rótulos

Antes de hablar de la inclusión de rótulos, es necesario comentar que hay dos tipos de textos muy diferentes. Uno es el que ha podido crear como imagen en un programa de edición fotográfica, como PhotoShop. En ese caso, los textos serán imágenes fijas y se incluirán del mismo modo que estás –tenga la precaución de emplear una resolución de imagen adecuada, ya que de otro modo el texto se verá mal y estará poco definido–. Además de esta clase de textos, puede incluir rótulos con Pinnacle Studio, que podrán sobreimpresionarse en el vídeo.

Para incluir un rótulo, pinche con el botón derecho del ratón en la zona de texto del área de edición, indicada en la zona izquierda con este símbolo . En el menú desplegable, elija "Ir al Editor de títulos". Se abrirá una ventana en la que se mostrará la imagen que está en el punto elegido –no se preocupe si no es el punto exacto deseado porque luego podrá mover el rótulo, editarlo, cambiar su duración, etc.–. para insertar su rótulo, pinche sobre la imagen. Eso hará que se muestre una caja de texto de tamaño y posición variables.



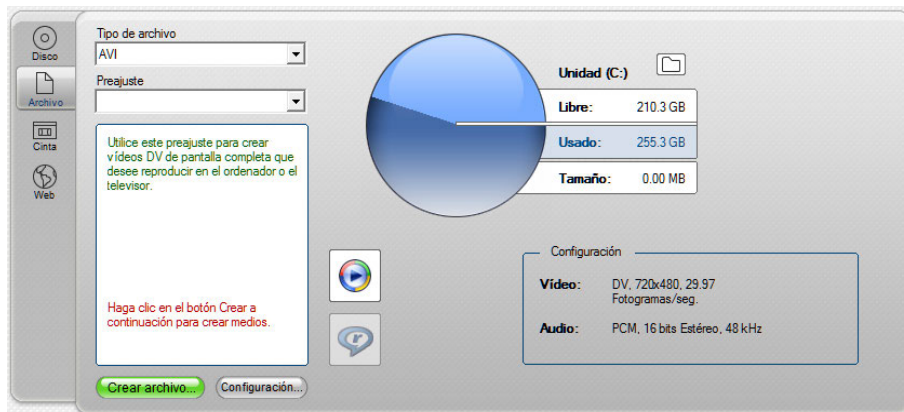
Escriba el texto con el teclado y luego dele formato (seleccionándolo previamente con el ratón para dejarlo activo). En la zona superior derecha de la ventana encontrará las típicas opciones de formato de texto: negrita (B), cursiva o itálica (I) y subrayado (U); además, podrá elegir el tipo de ajuste de texto, centrado, izquierda, derecha, etc.; y también la fuente de texto (Arial por defecto; aparecerán las fuentes presentes en su sistema) y su tamaño en puntos, que es el modo clásico en tipografía.



En la zona de la derecha verá una barra de herramientas con letras. Se trata de formatos que puede elegir para su rótulo. Hay muchas, pero no todas resultan convenientes si se quiere dar una imagen profesional. Mi recomendación es sencillez y simplicidad, nada de cajas de colores ni textos demasiado barrocos. En cuanto al color del texto en sí mismo, deberá elegirlo en función de la imagen sobre la que irá colocado, ya que debe poder leerse sin esfuerzos. Tenga también cuidado de no situarlo fuera del área marcada con puntos rojos en la imagen, ya que podría quedar muy al borde de la imagen real del vídeo definitivo cuando se reproduzca.

Crear el archivo de vídeo definitivo

Después de muchas pruebas, de cambios, de inclusión de nuevas imágenes o retirada de otras; después de añadir músicas y efectos de sonido, y de haber hecho todo esto con el sudor de su frente –sé que es complejo al principio, pero luego será coser y cantar–, habrá llegado la hora de crear el archivo de vídeo. Quizá no sea el definitivo, pero le sirva para probar el resultado hasta el momento de su booktrailer, para visualizarlos usted mismo a la calidad real o incluso para enviarlo a otros y recibir sus comentarios. Sea cual sea el caso, deberá pinchar en la solapa “3 Hacer vídeo” de la zona superior de la ventana.



Se visualizará una nueva ventana de opciones. En ella destaca un gran círculo que simboliza el disco duro actual, con su espacio total y libre. Es necesario comprobar que el vídeo cabe en ese espacio disponible –luego podrá cambiar el formato para que ocupe menos–. También verá un recuadro informativo con la resolución del vídeo y la calidad del audio.

En el área de la izquierda se muestra un desplegable con distintos formatos de vídeo posibles. Le recomiendo que emplee AVI, que ocupa mucho pero da la más alta calidad. Deje el “Preajuste” sin tocar. Tampoco modifique, hasta que sea más experto, la “Configuración” con el botón de la zona inferior. Sencillamente oprima “Crear archivo”, elija el sitio en disco y el nombre del archivo, y espere. Verá cómo el proceso avanza, transformado sus clips en un único archivo. La duración del proceso dependerá de los efectos añadidos en el vídeo, de la resolución y, sobre todo, de la potencia de su ordenador. Si ve que avanza lentamente, sea paciente y déjelo trabajar.

Para visualizar el resultado de sus esfuerzos, le recomiendo que instale un programa de reproducción de vídeo concreto: VLC Media Player. Es muy potente y versátil, y dispone de códecs prácticamente para cualquier

formato, además de una enorme cantidad de opciones que no son objeto de este informe. Es una aplicación gratuita que puede encontrar y descargar desde <https://www.videolan.org/vlc/index.es.html>.



Ventana del reproductor de vídeo VLC con un instante congelado del booktrailer de Evolución.

PUBLICAR EL BOOKTRAILER

Una vez terminado el proceso de creación y edición del booktrailer, es necesario utilizarlo para la promoción de nuestro libro. De otro modo, sería inútil todo el esfuerzo. Por un lado, puede ser interesante enviarlo directamente a ciertos destinatarios de nuestro interés: periodistas, blogueros, personas muy activas en redes sociales, Whatsapp, etc. Pero para esto es muy importante el cambio de formato, ya que lo más probable es que nuestro booktrailer, en su calidad original, sea demasiado grande para enviarlo por medios convencionales sin haberlo reducido previamente mediante una de estas herramientas. Son las mismas que ya vimos en el apartado dedicado a las imágenes, aunque ahora en lugar de unificar formatos para la edición se trata de variar su tamaño para hacerlo más manejable.

Conviene recordar una serie de conceptos. Con nuestro booktrailer, lo que pretendemos es describir visualmente y de forma atractiva el contenido de un libro, con el objetivo esencial de promocionarlo. A diferencia de los trailers de las películas, hemos tenido que crear las imágenes o seleccionarlas a partir de un texto, un contenido, una historia... Nuestro libro, en suma. Para hacerlo llegar al mundo tenemos que alojarlo en la red. Obviamente si disponemos de una página web, lo colgaremos en ella. Pero además podemos aprovechar las plataformas que se encuentran en Internet para que el alcance sea mayor.

Vamos a analizar dos plataformas gratuitas, YouTube y Vimeo, en las que podremos alojar nuestro booktrailer. A continuación explicaremos cómo crear nuestra cuenta en dichas plataformas y el modo de subir los vídeos.



Crear un canal de YouTube

YouTube es una plataforma de Internet gratuita de acceso compartido a vídeos. La distribución se hace a través de un servidor de *streaming*. El

90 % del contenido que se encuentra en esta red es creado por el UGC (User Generated Content), es decir, generado por los propios usuarios de la plataforma. El 10 % restante es de empresas. YouTube consigue ingresos gracias a la publicidad que se distribuye a través de estos vídeos.

Para crear un canal de YouTube, lo primero que debemos tener es una cuenta de correo electrónico de Gmail. Si no disponemos de ella, nos daremos de alta de la siguiente forma:

1. Ir a la página de creación de cuenta de Google: <https://accounts.google.com/SignUp>.
2. Rellene los campos para configurar la cuenta de correo. Y hacer clic en "Siguiente paso".
3. Aparecerá una página de Privacidad y condiciones. Tendremos que aceptar.
4. La siguiente página nos pedirá que verifiquemos la cuenta con un número de teléfono (no es obligatorio).

En todo caso, se puede escoger que nos envíen el código por SMS o por llamada de voz.

1. Introducir el código y hacer clic en "Verificar".
2. Aparecerá una página de Bienvenida. Hacer clic en "Continuar".
3. La siguiente página ofrece personalizar con las preferencias de cada uno la cuenta, si se desea.
4. Listo. Ya tenemos creada una cuenta de Gmail.

¡Te damos la bienvenida!

Tu nueva dirección de correo electrónico es
booktrailerprueba@gmail.com.

Gracias por crear una cuenta de Google. Te permitirá suscribirte a los canales de YouTube, mantener un chat de vídeo de forma gratuita, guardar tus lugares favoritos en Google Maps y mucho más.

Continuar



Ahora que ya tenemos nuestra cuenta de correo electrónico de Gmail, vamos a proceder a crear una cuenta de YouTube para tener nuestro propio canal, donde alojaremos y distribuiremos nuestros booktrailers. Para hacerlo seguiremos los siguientes pasos:


1. Ir a la página de YouTube: <https://www.YouTube.com/>.
2. Hacer clic en "Iniciar sesión", situado en la parte superior derecha de la página. Los datos de acceso son los mismos que los de la cuenta de Gmail: la dirección de correo electrónico y la contraseña.
3. Para poder tener presencia pública en YouTube es necesario crear un canal, sino toda la actividad será totalmente privada.

Para crear un canal seguiremos los siguientes pasos:

1. Ir al icono de nuestra cuenta situado en la parte superior derecha de la pantalla y hacer clic en "Mi canal".

2. Se nos abrirá una ventana para crear nuestro canal, al que le podremos poner el nombre que nos parezca más oportuno (pero sin fantasía, ya que esto puede perjudicar la seriedad de nuestro trabajo).

Usar YouTube como...



Al hacer clic en "Crear canal", aceptas las [Condiciones de Servicio de YouTube](#).
[Más información](#)

Los cambios que hagas se aplicarán al contenido de todos los servicios de Google que crees y compartas, y los verán las personas con las que interactúes. [Más información](#)

[Utiliza un nombre de empresa u otro nombre](#)

Podemos ver las condiciones y términos de uso de YouTube aquí: <https://www.YouTube.com/t/terms>

Al hacer clic en "Crear canal" nos saldrá una pantalla donde nos aparecerán las siguientes opciones:

- Personalizar nuestro canal.
- Creator studio.
- Y en la parte inferior un enlace "Sube tu vídeo".

En principio, los vídeos subidos sólo los podemos ver nosotros, no son públicos. Esta opción es muy útil para poder trabajar tranquilamente hasta que nuestro vídeo esté tal y como deseamos. Más tarde cambiaremos el valor de esta opción.

Lo vamos a hacer ahora es personalizar nuestro canal. Aquí podremos poner una foto de cabecera de nuestro canal. Las demás opciones las veremos más adelante. Sí pinchamos sobre la pestaña "Información", podremos escribir una descripción sobre los vídeos que los usuarios verán en él, así como nuestro correo electrónico y el país donde residimos. También podremos incluir enlaces de interés, si así lo deseamos.

En la parte superior derecha, al lado de "Suscribirse", está la pestaña de "Configuración del canal", donde podremos:

- Gestionar la privacidad.
- Si queremos o no que los fans puedan dejar comentarios.
- Personalizar el diseño.

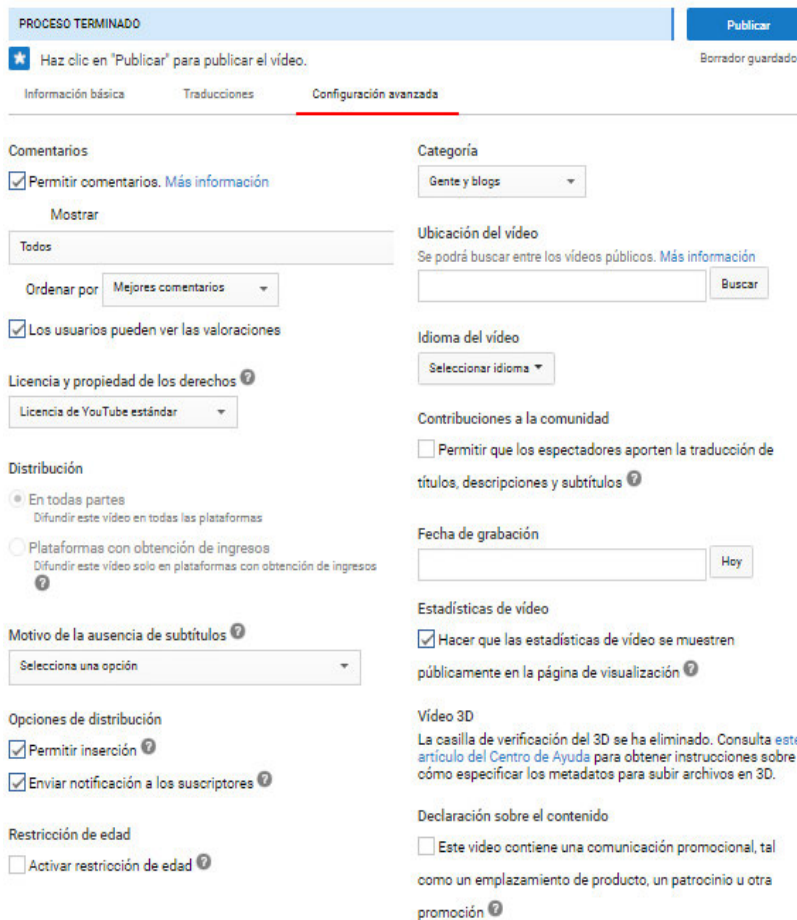
Subir el booktrailer a YouTube

Una vez configurado nuestro canal, procederemos a subir nuestro vídeo. Para hacerlo tendremos que seguir los siguientes pasos:

1. En la parte superior derecha pincharemos sobre la flecha que apunta hacia arriba. Nos saldrá una pantalla donde podremos subir el vídeo desde una carpeta alojada en nuestro ordenador. Lo podemos poner para que sea: público, oculto, privado o programado. La mejor opción es que sea privado, como hemos comentado anteriormente. Luego podremos cambiar esta opción.



- Una vez subido el vídeo, tendremos que rellenar la "Información básica": título, descripción y etiquetas. También podemos seleccionar el idioma, así como las traducciones de nuestro vídeo.
- En la pestaña "Configuración avanzada", podemos definir: comentarios, categoría donde aparecerá nuestro vídeo, la licencia y propiedad de derechos de autor, las opciones de distribución, la restricción de edad, el idioma, contribuciones a la comunidad (permitiendo o no que los espectadores aporten la traducción de títulos), descripciones y subtítulos, hacer visibles las estadísticas de visionado del vídeo, declaración sobre el contenido.



Una vez configuradas todas las opciones, ya podemos alojar el vídeo en nuestro canal. Para ello pincharemos en la opción "Publicar", situada en la parte superior derecha de la pantalla.

¡Listo! Ya tenemos nuestro booktrailer subido a YouTube. Es importante que, ahora sí, lo pongamos como "Público", para que pueda visionarlo cualquier persona.

Creator Studio

Tanto para organizar nuestro canal como para gestionar nuestros vídeos e interactuar con nuestro fans, podemos usar "Creator Studio". Accederemos a esta opción simplemente dirigiéndonos al icono de nuestra cuenta y haciendo clic en "Creator Studio". Las herramientas de que disponemos en este apartado son:

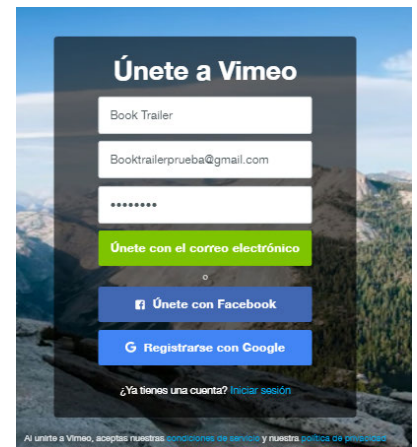
1. Panel de control. Podremos ver las estadísticas de visualización e interacción de nuestros vídeos.
2. Gestor de vídeos. Se puede organizar y actualizar el contenido de un vídeo en concreto, o de todos en un solo clic.
3. Comunidad. Para interactuar con los fans, así como para gestionar sus comentarios.
4. Canal. Para ajustar la configuración general de nuestro canal.
5. Analytics. Para consultar la evolución de crecimiento de nuestro canal, donde podremos obtener diferentes informes sobre el rendimiento tanto del canal como de los vídeos, tales como número de suscriptores, tiempo de visualización de los vídeos, número de visualizaciones, etc.
6. Audio. Una biblioteca muy útil donde podemos descargarnos música gratis para nuestros futuros proyectos (<https://www.YouTube.com/audiolibrary/music>).

Crear un canal de Vimeo



Vimeo es una plataforma nacida en 2004 donde se pueden compartir vídeos de forma similar a YouTube. Esta web nos da la opción de crear una cuenta gratuita o de pago para alojar nuestros vídeos, según lo que ocupen, además de otras opciones. Nosotros vamos a optar por Vimeo Basic, que es gratuita y que nos va a permitir alojar 500 MB de almacenamiento semanal con un límite de 25 GB al año. Para registrarnos seguiremos los siguientes pasos:

1. Ir a la página de Vimeo: <https://vimeo.com/> (para ver las condiciones de uso de esta plataforma dirigirse al siguiente enlace: <https://vimeo.com/help/guidelines>).
2. Hacer clic en "Registrarse gratuitamente". Nos saldrá una pantalla en la que, para registrarnos, podremos hacerlo introduciendo nuestros datos: nombre, correo electrónico y contraseña, y haciendo clic en "Únete con el correo electrónico", o bien haciendo clic en "Registrarse con Google", si disponemos de una cuenta de correo de Gmail.
3. Nuestra cuenta de Vimeo ya está creada. Ahora hay que configurarla según nuestras preferencias: hacer clic sobre la carita sonriente situada en la esquina superior derecha, al lado del botón "Subir". Se desplegará un recuadro con diferentes secciones: hacer clic en "Configuración de la cuenta y vídeo".
4. Se abrirá una nueva página donde podremos configurar la cuenta en las distintas pestañas. Sólo comentaremos las que nos van a ser de utilidad para nuestro fin, publicar el booktrailer:



4.1. Cuenta:

- Nombre de nuestra cuenta.
- Cambiar el correo electrónico.
- Definir el sexo (si queremos).
- Bloquear a algún miembro de Vimeo.
- Cambiar el plan de almacenamiento en Vimeo.
- Cambiar contraseña.

4.2. Perfil:

- Subir foto.
- Escribir una breve biografía de presentación, de un máximo de 160 caracteres, que aparecerá en la portada de nuestro perfil.

- Acerca de: aquí podremos dar una descripción más amplia de nosotros y de lo que hacemos. Aparecerá en la sección "Acerca de".

4.3. Notificaciones:

- Actividad en el sitio, es decir, sobre nuestro vídeo.
- Vimeo On Demand: opción que no nos interesa porque es de compra de títulos dentro de la web.
- Novedades de Vimeo: nos pueden informar sobre productos y cuentas que sigamos.

4.4. Preferencias de visualización:

Podemos seleccionar el idioma en el que queremos usar Vimeo.

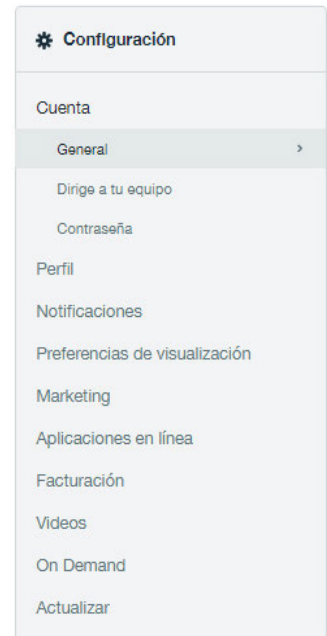
4.5. Marketing:

Sólo disponible para cuentas Vimeo Business. Es de utilidad si queremos hacer seguimiento, a través de Google Analytics, de la visualización del vídeo incrustado en nuestra web. Pero sobre esto hablaremos más adelante.

4.6. Aplicaciones en línea: podemos conectar nuestra cuenta de Vimeo con las demás cuentas de redes sociales para compartir las publicaciones que hagamos.

4.7. Vídeos: configuración de las subidas:

- Configuración de la calificación del contenido: sin calificación, todos los públicos, para adultos.
- Preferencias de vídeo: podemos poner visible o no el número de visualizaciones de nuestro vídeo.



Aplicaciones en línea

Conecta Vimeo a tus otras cuentas

= verificada por Vimeo



Facebook

Permitir que Vimeo publique en mi biografía y en las noticias de mi cuenta de Facebook las acciones que elija, incluidas las publicaciones automáticas de las subidas recientes y del contenido que me gusta.

Conectar



Twitter

Permitir que Vimeo publique tweets de las acciones que elija y que cuelgue a mi cuenta de Twitter los vídeos que comparta.

Conectar



LinkedIn

Permitir que Vimeo publique en mi cuenta de LinkedIn las actualizaciones de las acciones que elija.

Conectar



Google+

Permitir que Vimeo publique en mis noticias de Google+ las acciones que yo elija, incluidas las publicaciones automáticas de las subidas recientes y del contenido que me gusta.

Conectar



Tumblr

Permitir que Vimeo publique en mi blog de Tumblr las acciones que yo elija.

Conectar

Sube tus vídeos



Dropbox

Permitir que Vimeo acceda a mi Dropbox para que pueda subir vídeos de forma automática. (Más información)

Conectar

- Privacidad: especifica quién puede ver los vídeos, quién puede comentarlos, dónde se pueden ver, definir la licencia de Creative Commons que queremos aplicar al vídeo.

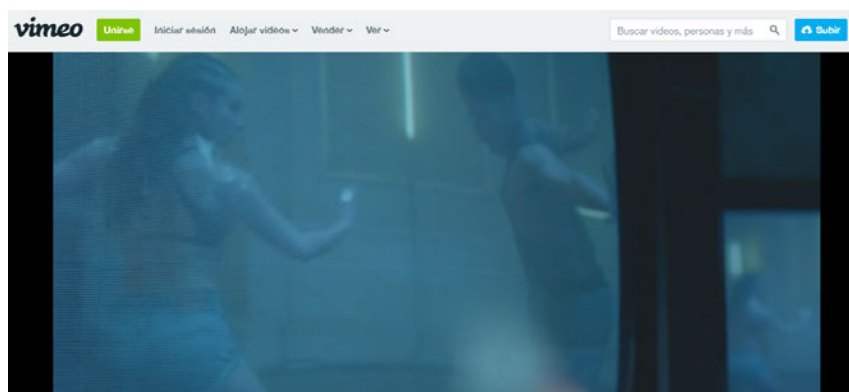
4.8. Actualizar: podemos cambiar nuestra cuenta por una de pago.

Subir el booktrailer a Vimeo

Ya tenemos nuestra cuenta de Vimeo creada y configurada, de modo que ahora procederemos a subir nuestro booktrailer. Para ello seguiremos los siguientes pasos:

1. Hacer clic en el botón "Subir" situado en la parte superior derecha de la página. Podremos subir los vídeos desde una carpeta alojada en nuestro ordenador o simplemente arrastrando el archivo. Al igual que en YouTube, podremos definir la privacidad de visualización del vídeo. Es recomendable, como ya hemos dicho con anterioridad, mantenerlo de forma privada hasta que veamos que se ha subido y se visualiza de la forma correcta.
2. Una vez subido nuestro vídeo tendremos que rellenar los distintos apartados:
 - Título.
 - Descripción.
 - Privacidad.
 - Etiquetas.
 - Idioma.
 - Calificación del contenido.
3. Hacer clic en "Editar configuración". Además de la información que hemos rellenado en el punto anterior, podemos añadir:
 - Créditos: quién ha participado de una u otra forma en la confección o contenidos del booktrailer.
 - Miniaturas: podemos seleccionar un fotograma concreto o cargar nuestra propia miniatura (JPG/GIF/PNG) que represente el booktrailer cuando no se esté reproduciendo.
4. Hacer clic en "Guardar".

¡Listo! Ya tenemos nuestro booktrailer alojado en la plataforma de Vimeo. Podemos visualizar como vería la página cualquier persona que accediera a ella haciendo clic en "Ir al vídeo".

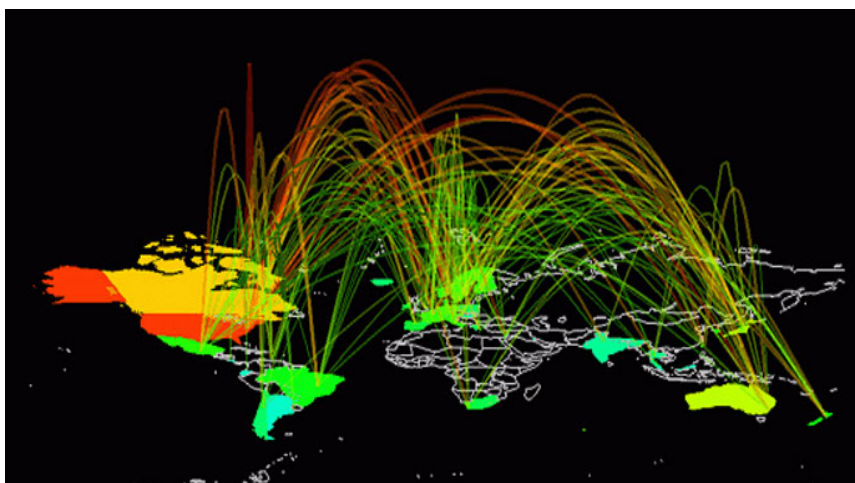


PROMOCIÓN DEL BOOKTRAILER

Vivimos en la era digital y casi todo el mundo utiliza Internet a diario, por lo que es el mejor medio para promocionar nuestro booktrailer. Lo que vamos a hacer es vídeo marketing, ya que lo que estamos “vendiendo” no es el vídeo, sino nuestro libro a través del vídeo.

Hay que tener en cuenta que, cada vez más, el consumidor reclama información extra sobre el producto que quiere adquirir, y una de las mejores formas de proporcionársela es utilizando un medio audiovisual. Las ventajas son múltiples. En un tiempo de entre 1-5 minutos podemos contar de qué trata nuestro libro, y además podemos generar un interés por él que quizá con sólo ojearlo en la estantería de una librería no conseguiríamos.

Internet está abierta 24 horas al día, 365 días al año y siempre al alcance de cualquier persona a nivel mundial. Según los estudios de publicidad, Internet es el medio más usado en las búsquedas, y por tanto, el medio perfecto para promocionar nuestro libro. Resulta evidente que, cuanto mayor sea el público al que lleguemos, mayores serán las posibilidades para que lo conozcan y decidan comprarlo.



Para lograr una mayor difusión y repercusión debemos utilizar las herramientas correctamente, ya que no sólo basta con que nuestro booktrailer esté en la Red. Hay que alojarlo en los sitios correctos y promocionarlo de una manera adecuada. Si no, todo nuestro esfuerzo y trabajo servirán de poco o nada.

Como es lógico, el primer sitio donde debemos publicar y promocionar nuestro booktrailer es nuestra propia página web, si disponemos de ella, y la web de la editorial. Pero, a continuación, analizaremos otros sitios donde promocionar el booktrailer.

Redes sociales



Según la RAE una red social es: “una plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a gran número de usuarios”. Las redes sociales en Internet son una estructura que permite que las personas se comuniquen entre sí, compartan intereses y contenidos entre ellas. Representan un magnífico escaparate abierto al mundo sobre lo que somos y lo que hacemos.

Cuanto mayor impacto tenga nuestro contenido en una red social, conseguiremos al mismo tiempo que goce de mayor repercusión, e incluso podríamos llegar a convertirlo en viral, del mismo modo que una bola de nieve se va haciendo más grande a medida que baja rodando por una colina nevada.

Facebook



Facebook es una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial, con casi 2.000 millones de usuarios registrados en todo el mundo y más de 20 millones en España. Una red que nació para conectar a personas con personas y también permite crear "Páginas" destinadas a perfiles profesiones, marcas, productos, etc.

En Facebook podemos crear un Perfil o una Página. No es lo mismo. Lo primero es una página personal, que sólo es recomendable para comunicarse con los amigos, no para promocionarse como autor o hacer marketing de libros. Un error muy común, y no sólo en el sector literario, es utilizar un Perfil personal para ello.

Para promocionarse y conseguir más fans, lo mejor es crear una Página, ya que este es el canal que tiene Facebook de mostrar a profesionales, como artistas, negocios y productos. No hay que mezclar lo personal con lo profesional.

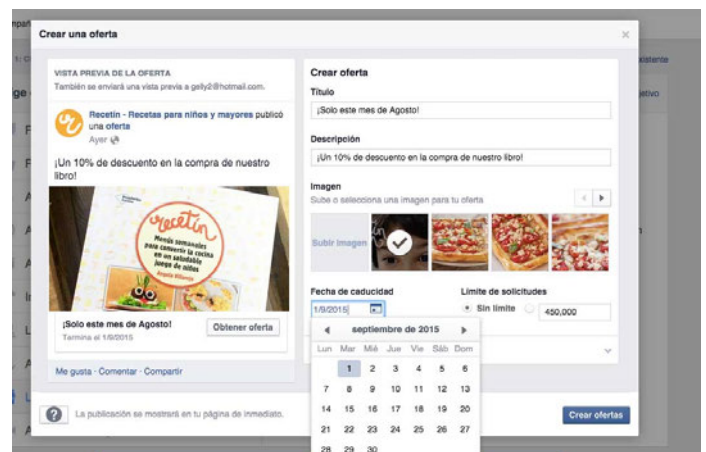
Los perfiles personales sólo permiten tener 5.000 amigos como máximo. En cambio, las Páginas pueden tener un número de fans ilimitado, por lo que llegaremos a más personas. Otra ventaja de las Páginas es que permiten acceder a una serie de herramientas que ofrecen informes estadísticos de quién es nuestro fan (localización, sexo, edad, educación, etc.) y sus interacciones con nuestros contenidos. Información muy útil para tomar decisiones futuras de marketing, no sólo dentro de Facebook. Además, se puede conectar con otras redes sociales para que cuando publiquemos algo nuevo también aparezca en ellas de forma automática, como Instagram o Twitter.

En el siguiente enlace puede informarse sobre cómo crear una página y anuncios en Facebook: <https://www.facebook.com/business/help/>

En Facebook se puede promocionar una publicación o crear un anuncio por poco dinero, aunque dependiendo de lo que optimicemos ese anuncio costará más: público al que va destinado (sexo, edad, intereses, etc.), localización (por países, provincias, etc.) y el presupuesto que de que dispongamos.

Existen diferentes formatos de anuncio: con imagen, con vídeo, por secuencia, de colección, con presentación y de Canvas.

- Anuncio con imagen. Es un anuncio para Facebook e Instagram con una única fotografía.
- Anuncio con vídeo. Es un anuncio con vídeo para Facebook e Instagram, que se puede crear desde nuestra página o con las herramientas publicitarias de creación de anuncios de Facebook: Power Editor o Business Manager.
- Anuncios por secuencia. Anuncios que permiten mostrar hasta diez imágenes o vídeos en un mismo anuncio, cada uno con su propio enlace. También están disponibles las herramientas publicitarias de creación de anuncios.
- Anuncios de colección. Tienen un formato parecido a los anuncios por secuencia, ya que permiten combinar un vídeo, una presentación o una imagen con más imágenes. Están enfocados al comercio electrónico, donde se puede mostrar un catálogo de productos.



- Anuncios con presentación. Están enfocados a todos los objetivos publicitarios. Se pueden combinar varias imágenes o vídeos, texto y sonido, y contar una historia. Ofrece herramientas para crear un anuncio de alta calidad.
- Anuncios de Canvas. Se pueden hacer anuncios de imagen o vídeo único, por secuencia, con presentación o de colección. Están especialmente diseñados para mostrarse en dispositivos móviles. Esta opción ofrece herramientas publicitarias de creación de anuncios.

El presupuesto en Facebook es el dinero que queremos gastar en los anuncios, optimizándolo y fijando el tiempo que deseamos que la publicidad se mantenga. Según Facebook: "Cuando configuras un presupuesto, no compras anuncios ni la capacidad de mostrarlos, sino que nos estás indicando cuánto estás dispuesto a gastar en ellos. Si tu conjunto de anuncios puede competir constantemente en subastas de anuncios, es probable que gastemos todo tu presupuesto. Por el contrario, si no puede, es posible que no lo hagamos. Es decir, tu presupuesto es distinto a tu importe gastado".

Existen dos tipos de presupuesto:

- Presupuesto diario. Nosotros decidimos cuánto queremos gastar de media al día por el anuncio. Es un valor aproximado, con un margen del 25 %, ya que puede que haya días en los que existan mayores oportunidades de promoción. Pero Facebook nunca gastará más del presupuesto que hayamos indicado en una semana.
- Presupuesto total. El importe total que queremos gastar durante el periodo que hemos decidido que el anuncio se publicite. Facebook decidirá cuánto gastar cada día según los criterios que crea que son mejores para la promoción del anuncio.

Twitter



Twitter nació en 2006 y es una red social en la que se permite compartir texto, con un máximo de 280 caracteres, en que se pueden agregar etiquetas o *hashtag* (#). Al igual que en Facebook e Instagram, sirve para unificar las publicaciones por temática, contexto, etc. Cuenta con más de 328 millones de usuarios activos al mes, por lo que puede ser de gran utilidad para promocionarnos tanto a nosotros mismos como a nuestro trabajo.

Además de texto, se pueden subir fotos y vídeos. Aunque algo que puede que sea bastante desconocido por el público es la posibilidad de crear campañas de reproducción de vídeo. A la pregunta: ¿qué son los vídeos promocionados?, Twitter dice esto: "Los Vídeos Promocionados son una herramienta efectiva para llegar a los consumidores interesados relevantes. Los vídeos en Twitter impulsan una conexión con recuerdos y emociones mayor que en cualquier otra plataforma digital".

Los Vídeos Promocionados son una solución fantástica para atraer la atención de nuestra audiencia en Twitter. La característica de reproducción automática, añadida recientemente, hace que la reproducción de los vídeos se inicie por sí sola mientras los usuarios se desplazan por sus cronologías; esto los invita a interactuar con el contenido haciendo clic.

Para mayor información puede visitar el siguiente enlace:

<https://business.twitter.com/es/help/campaign-setup/create-a-video-views-campaign.html>



Los vídeos admisibles deben estar en formato MP4 o MOV, tener un tamaño de menos de 1 GB y durar 10 minutos como máximo.

Una vez subido el vídeo, se pueden crear campañas de reproducción diferentes. Estas pueden ser campañas que permanezcan activas de forma continua, es decir, que permanecerán activas hasta que las detengamos o hasta que finalice nuestro presupuesto. También existe la posibilidad de que estén activas durante un periodo determinado de tiempo.

Como resulta evidente, estas campañas son de pago. Existen dos tipos de presupuesto: total y diario. El presupuesto total es opcional, y se establece el dinero que queremos gastar en toda la campaña, que se detendrá una vez se agote el presupuesto. El presupuesto diario es el gasto que queremos hacer en la campaña por cada día de reproducción. Los días que debe durar lo establecemos nosotros.

Más información en el siguiente enlace:

<https://business.twitter.com/es/help/campaign-setup/campaign-dates-and-budget.html>

Instagram



Instagram nació en 2010. Es una red social y una aplicación móvil para publicar fotografías y vídeos, que cuenta con 800 millones de usuarios activos a día de hoy. Una de las cosas que caracterizan a esta aplicación es la forma cuadrada en la que se publican las fotos y los vídeos, en honor a Kodak Instamatic y las cámaras Polaroid. Una

herramienta muy útil es la de retoque fotográfico.

Además, los usuarios pueden subir vídeos, que duren hasta 30 segundos, a Instagram Stories. Estos vídeos estarán disponibles durante 24 horas y le darán mayor visibilidad, por lo que conseguirá que más personas le conozcan. Pero hay que tener en cuenta la limitada duración.



Instagram es una de las redes sociales más utilizadas a nivel mundial. Las grandes marcas se han dado cuenta de ello y, cada vez más, se está empleando para hacer marketing. También permite compartir las publicaciones con otras redes sociales como Facebook y Twitter.

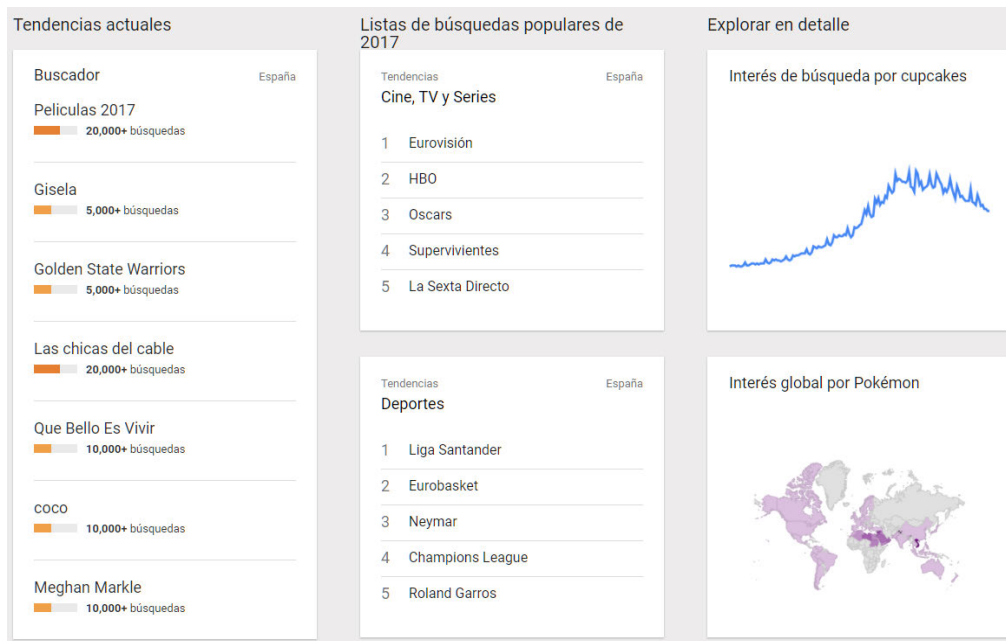
YouTube y Vimeo

YouTube y Vimeo, de las que ya hemos hablado anteriormente, son dos plataformas que nos permiten alojar nuestros vídeos. Después de Google, YouTube es el segundo buscador más utilizado en todo el mundo y constituye la primera red social para vídeos: supera los mil millones de usuarios al mes y está disponible en más de 80 países. Otro factor a tener en cuenta, por su gran importancia, es que mejora nuestro Seo, es decir, nos ayudará a posicionarnos en las búsquedas de Google.

Estas plataformas también permiten incluir enlaces a nuestras otras redes sociales, por lo que favorecerá el tráfico tanto a nuestra página web como a nuestras redes. Es importante utilizar palabras clave para posicionarnos. Para ello es recomendable utilizar Google Trends: <https://trends.google.es/trends/>

Algunos factores para el posicionamiento de nuestro vídeo son:

- La calidad del vídeo. YouTube mejora el posicionamiento de los vídeos que sean de mayor calidad.
- El tiempo de reproducción. Si nuestro vídeo es demasiado largo, lo más seguro es que la visualización del vídeo no sea completa, por lo que debemos ajustarnos a los tiempos estándar.
- Retención. Está relacionado con el tiempo de reproducción. YouTube tiene en cuenta el tiempo que alguien está viendo el vídeo.
- Interacción social. Hay que intentar que la gente comente, diga si le gusta y comparta el vídeo. Cuanta más interacción, mejor será el posicionamiento.



Google Trends.

YouTube pertenece a Google, por lo que éste nos ayudará con nuestro posicionamiento en el buscador. Ciertamente es que YouTube se encuentra en el primer lugar como plataforma de reproducción de vídeo, pero existen alternativas, como Vimeo –en segundo lugar y en aumento–, muy interesantes también para el posicionamiento en las búsquedas de Google.

Vimeo es un juego de palabras entre vídeo y el término anglosajón “me”, que representa la esencia de esta plataforma: vídeos creados por los propios usuarios. Lo que Vimeo ofrece son vídeos que no se centren en contenido comercial, es decir, que sean vídeos creativos pero no comerciales. Dispone de una plataforma con un buscador por temáticas artísticas. A diferencia de YouTube, en que se pueden encontrar vídeos de todas las temáticas, aquí sólo se centran en vídeos artísticos, por lo que ya hemos ganado en el posicionamiento al existir esta especialización. No tendremos que utilizar tantas palabras clave.

Al restringir la cantidad de contenido que podemos subir según el plan que tengamos –por ejemplo, si es gratuito, 25 GB de almacenamiento al año–, nos enfrentaremos con una menor competencia, ya que no habrá tantos vídeos como en YouTube.

Algo que normalmente no gusta a nadie, entre los usuarios que acceden a una plataforma de vídeos, es que nos inserten publicidad cuando estamos visionando un contenido. Para evitarlo, Vimeo nos ofrece, por 50 € al año, que nuestro canal esté libre 100 % de publicidad. Es una opción a valorar porque dará de nosotros una imagen más profesional.

En un sentido general, ambas plataformas, YouTube y Vimeo, como ya vimos anteriormente, son las más adecuadas para alojar nuestro booktrailer. Aunque YouTube es la más conocida y la más usada, no hay que

hacerle feos a Vimeo, que nos facilita la vida a la hora de alojar nuestro trabajo y posicionarlo. Lo ideal es estar en ambas plataformas a la vez.

Webs

Existe una web que se dedica a difundir y promocionar los booktrailers que los autores o las editoriales pongan a su disposición: Book Trailers <https://www.booktrailersweb.es/>.

Es muy simple, sólo debemos enviar un archivo con: biografía, fotografía del autor, nombre de la editorial, imagen de la portada del libro, género de la obra, sinopsis y los enlaces de los booktrailers a la dirección de email: info@booktrailersweb.es.

The screenshot shows the homepage of the 'Book Trailers' website. At the top, there's a banner image of a library with the text 'Book Trailers'. Below this is a navigation menu with buttons for 'Inicio', 'Quiénes somos', '¿Qué es un book trailer?', 'Autores', 'Títulos', 'Creación y producción de book trailers', 'Libro de visitas', 'Contacto', and 'Aviso legal'. The main content area features a promotional banner for 'APRENDE MECANOGRAFÍA' with a '30€' price tag and a list of benefits. Below this is a section titled 'Book Trailer, la nueva manera de conocer tu próxima lectura' which describes the platform and includes a '¿Qué es un book trailer?' sub-section. The right sidebar contains a 'Contacto:' section with a list of required information for sending book trailers, the email address 'info@booktrailersweb.es', and social media links for Twitter and Facebook. A video player for 'Dragontime Booktrailer' is also visible in the main content area.

Blogs

Hoy en día, la gran mayoría de los consumidores buscan información en Internet sobre los productos que desean antes de comprarlos. Y una fuente de información que más emplean, según estudios estadísticos de marketing, son los blogs. Un 31 % recurre a la opción de los blogueros para decidir si comprar o no un producto, por lo que este medio se coloca en el tercer puesto por orden de influencia.

Es por ello por lo que no debemos desdeñar ponernos en contacto con blogueros influyentes en el mundo de la literatura, ya que sus reseñas y críticas pueden aportarnos más ventas. De hecho, y cada vez más, las mismas editoriales recurren a estos blogueros para que reseñen sus libros.

Se supone que estas personas son imparciales, por lo que su opinión se considera honesta, algo muy valorable y valorado por el consumidor. Si a un cierto bloguero le gusta nuestro libro, y además le facilitamos un booktrailer atractivo, hará que nuestra obra gane sustancialmente, haciéndose más visible en Internet.

A continuación, algunos de los blogs literarios más influyentes en la Red:

- Actualidad literaria. Una web que cuenta con casi medio millón de seguidores en Twitter. Además de reseñas, incluye críticas, noticias, entrevistas, premios, etc.

<https://www.actualidadliteratura.com/>

- Papel en blanco. Cuenta con 222.000 seguidores en Twitter, y está considerado uno de los grandes blogs dedicados a la literatura. Además de reseñas incluyen críticas, noticias y novedades.

<https://papelenblanco.com/>

- Lectoralia. Cuenta con 77.709 usuarios registrados y aparece en las primeras posiciones en las búsquedas de blogs en Google. Tiene gran influencia entre los lectores, donde pueden comentar sus opiniones personales.

<http://www.lecturalia.com/>

- Libros y literatura. Se trata de un blog creado por un grupo de lectores a los que, además, les gusta escribir. Posee tanto secciones para escritores como para lectores. Y ofrece reseñas, críticas y noticias. En Twitter cuenta con 100.000 de seguidores.

<https://www.librosyliteratura.es/>

- El placer de la lectura. Se autodefine como la mayor comunidad de lectores online. Cuenta con casi 78.000 seguidores en Twitter y más de 400.000 en otras redes sociales. Permite añadir reseñas libres.

<http://www.elplacerdelalectura.com/>

- Lectura obligada. Cuenta con casi 18.000 seguidores en Twitter, y por lo que más destaca es por la calidad de sus entrevistas a autores. También ofrece reseñas, recomendaciones y novedades.

<https://lecturaobligada.wordpress.com/>

- El Boomerang. Está soportado por el Grupo Prisa, con casi 10.000 seguidores en Twitter. Ofrece reseñas, vídeos, audios y una librería escaparate de novedades.

<http://www.elboomeran.com/>

- Abracalibro. Aparece en la primera posición en las búsquedas de Google, por lo que es muy interesante para los autores aparecer en él. Colabora con muchas editoriales distintas y ofrece reseñas y críticas de los libros.

<http://abracalibro.blogspot.com.es/>

- Tratalibros. Aparece en las primeras posiciones de búsqueda en Google. Su administrador se define como: "Persona aficionada a viajar y a recorrer mundos y países a través de los libros". Colabora con varias editoriales y ofrece reseñas y críticas.

<http://www.trotalibros.es/>

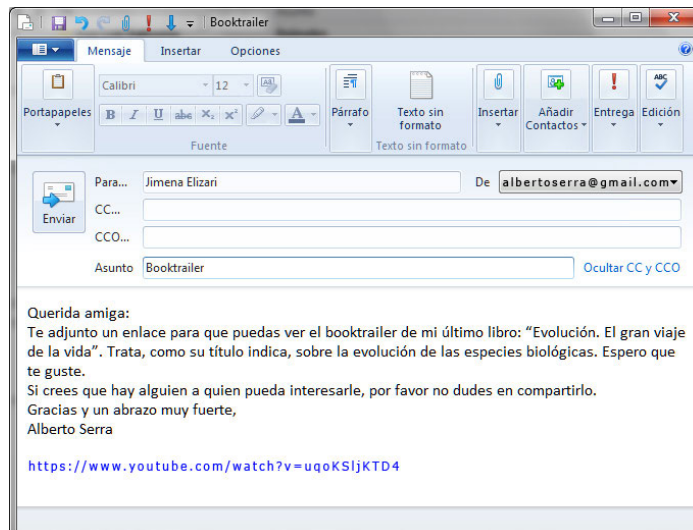
- Anika entre libros. Es uno de los blogs pioneros en este campo, creado en 1996. Ha tenido varios dominios, que aparecieron en diversos medios de comunicación: televisión, radio, periódicos revistas,

webs, libros y blogs. Está subvencionado por el Ministerio de Cultura. Ofrece reseñas, críticas, entrevistas y un magazine.

<http://www.anikaentrelibros.com/>

Email

El email es una herramienta de comunicación muy valiosa y cercana, que se ha mantenido como vía principal de contacto en ordenadores por su gran versatilidad. No desdeñe enviar su booktrailer a través de este servicio, aunque tenga mucho cuidado de hacerlo en una versión comprimida o de resolución más baja de la normal. Si no, el servidor de correo rechazará en envío por exceder su capacidad. Otra opción, quizá más adecuada, consiste en escribir unas líneas sobre su booktrailer y agregar un enlace para poder verlo en YouTube o Vimeo. Algo conciso y escueto, del estilo de lo mostrado en la siguiente imagen:



CONSIDERACIONES FINALES

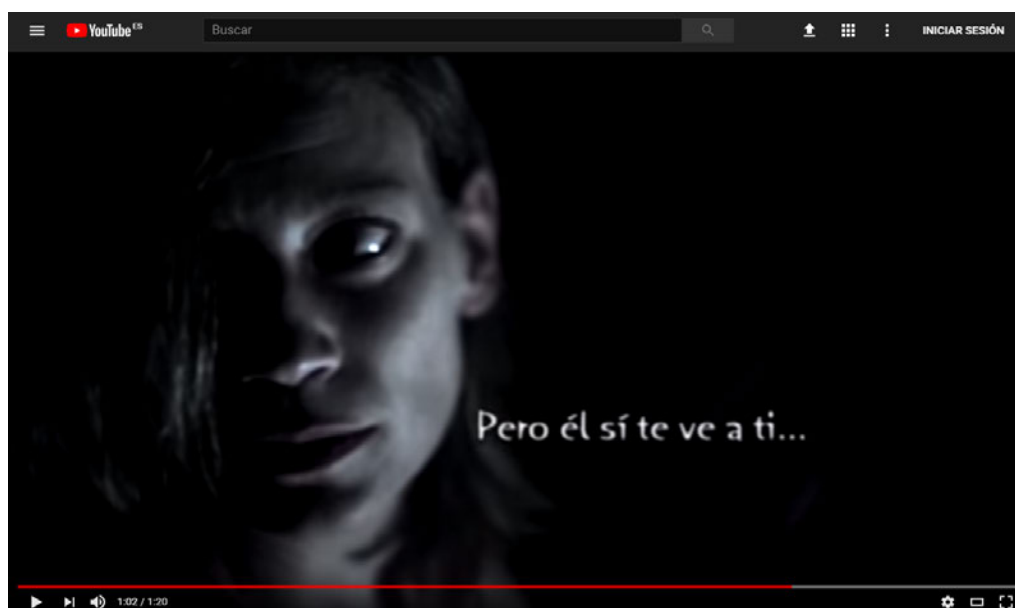
Soy consciente de que crear un booktrailer desde cero, si no se tiene experiencia en el manejo de programas de edición de imágenes, es una labor compleja y ardua. Pero, si ha seguido fielmente los pasos de este informe, estoy seguro de que habrá conseguido una primera prueba que le habrá ayudado a acumular una importante experiencia.

Mi consejo ahora es que comience de nuevo desde el principio. Ahora será capaz de adelantar los problemas que habrán de presentarse, conocerá mejor lo que puede conseguir y sabrá cómo hacerlo. Su segundo booktrailer será mucho mejor que el primero. Quizá deba incluso crear un tercero antes de publicarlo y compartirlo con sus contactos y hacer promoción de su libro. Por eso he dejado para el final unas consideraciones que podían haber estado al principio de este informe, pero que he preferido incluir aquí porque ahora las comprenderá en su verdadera magnitud:

- Un booktrailer debe ser conciso.
- Debe despertar curiosidad.
- Debe contener imágenes adecuadas y relacionadas con el libro.
- Se debe usar texto como complemento de las imágenes –siendo éste breve o ir locutado.
- Lo ideal es que dure aproximadamente 1-2 minutos, y que nunca supere los 5 minutos, en casos excepcionales y muy justificados.

También quiero hablar, en este final, de un tipo de booktrailer más ambicioso que el que se compone sólo de imágenes, música, texto y locuciones: el booktrailer con actores. Dicho de otro modo, un vídeo que es como una pequeña película. A modo de ejemplo, pondré el que realizó para mí el director de cine Hugo Stiven Casanovas, hijo del famoso realizador de televisión, sobre la base de la novela *El mensajero de las sombras* (Minotauro), coescrita junto a Ángel Gutiérrez.

En este caso, el booktrailer cuenta una historia en sí mismo, más allá del libro. Lleva al posible lector a un lugar donde la novela es una extensión de lo que ha visto, un desarrollo relacionado pero no equivalente. Digamos que se trata de una "promesa". En mi opinión, es el mejor tipo de booktrailer, aunque también el más complejo de realizar por razones evidentes.



Puede ver el booktrailer de *El mensajero de las sombras* en: <https://www.youtube.com/watch?v=kj3tg8VaM4c>.

No crea que un booktrailer con actores sólo sirve para obras de ficción. En el caso de un libro técnico o científico podría tratarse de la recreación del episodio en que Einstein ideó la Relatividad o de cómo madame Curie aisló el radio, por poner dos ejemplos famosos. O, en lugar de trabajar con actores, puede optar por una animación del mismo corte, si dispone de las herramientas para crearla, que cada vez son más fáciles y accesibles. La imaginación al poder.

Sólo me queda ya agradecerle la lectura de este informe y asegurarle que, con paciencia y un poco de dedicación, conseguirá crear booktrailers de alta calidad que lograrán su objetivo básico: aumentar la promoción de sus obras, hacerlas visibles y más interesantes. ¡Suerte!

Puede ver el booktrailer creado para este informe en: <https://youtu.be/yLQGA5syjE>.



FIN