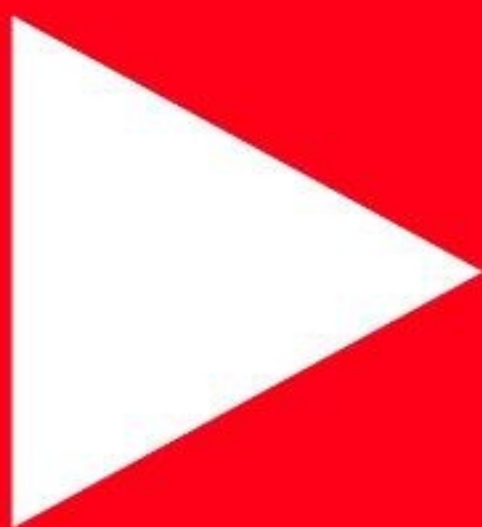


Ignacio Esains

Yo quiero ser YouTuber



Grabación / Edición / Streaming / Difusión
Todo lo que hay que saber para crear los mejores videos



Lectulandia

Los youtubers han conquistado el mundo.

En la última década, YouTube ha reemplazado a la televisión en los hábitos de una generación entera. Los youtubers son irreverentes, sinceros, e imprimen su personalidad en cada uno de sus videos. En estas páginas vas a conocer a los más populares, y entender cuál es la diferencia entre un youtuber de 100 suscriptores y los ídolos que superan los cinco millones.

Youtube es el medio de expresión del futuro.

No todos los youtubers son iguales. Algunos apuestan por la comedia. Otros crean detallados tutoriales sobre sus «hobbies» favoritos. Y los más audaces confiesan sus secretos más íntimos a sus seguidores en formato de «vlog». Este libro te enseña una serie de trucos para perderle el miedo a la cámara. Cómo controlar el tono de tu voz. Dónde mirar. Cómo escribir un guión. Cómo responder a los comentarios de tu comunidad y enfrentar a los temidos «trolls».

Todo lo necesario para crear tu propio canal.

¿Qué tipo de cámara tengo que comprar? ¿Dónde debo instalar el micrófono? ¿Cuál es la mejor iluminación para mi cuarto? «Yo quiero ser youtuber» tiene capítulos enteros dedicados a todas tus preguntas técnicas, desde las distintas aplicaciones de edición de video hasta los programas indicados para el «streaming» de videojuegos en vivo y en directo. Además, consejos para hacer que tu canal sea más visible en las búsquedas, las opciones más importantes de análisis de YouTube y la respuesta a la pregunta que muchos se hacen ¿cómo puedo vivir de mi canal?

Lectulandia

Ignacio Esains

Yo quiero ser Youtuber

ePub r1.0

XcUiDi 19.03.2018

Título original: *Yo quiero ser Youtuber*

Ignacio Esains, 2016

Editor digital: XcUiDi

ePub base r1.2

Este libro se ha maquetado siguiendo los estándares de calidad de www.epublibre.org. La página, y sus editores, no obtienen ningún tipo de beneficio económico por ello. Si ha llegado a tu poder desde otra web debes saber que seguramente sus propietarios sí obtengan ingresos publicitarios mediante archivos como este.

más libros en lectulandia.com



Los Youtubers + Populares

El primer paso para convertirse en youtuber es analizar lo que se puede hacer a través de esta plataforma. Este capítulo elige a 10 youtubers emblemáticos e investiga las razones detrás del éxito de cada uno. No son necesariamente los mejores, ni los que más dinero ganan, pero cada uno de ellos representa un estilo propio y original.

A primera vista no hay nada que diferencie el contenido de un canal de 10 000 suscriptores de lo que ofrece un canal de 10 millones. Sean videos de gameplay, video blogs, sketches o tips de belleza, lo que hace que un canal sea un éxito y otro pase desapercibido tiene que ver con una sola cosa: la personalidad.

Un canal de YouTube es una extensión de la personalidad del youtuber. Cuando el canal es exitoso, es porque cada uno de los aspectos técnicos y creativos reflejan las intenciones de su creador. La iluminación de los tips de Yuya es esencial para que sus consejos resulten atractivos. El ritmo pausado y misterioso con el que Dross narra una historia de terror hace que tenga el efecto deseado en el público. El Rubius sabe perfectamente el estilo de música y el volumen con el que quiere que esta entre para dar cierre a un video.

En cada uno de estos canales hay algo para aprender, sin importar cuál sea el estilo que queremos dar al nuestro. CaELiKe estaba muerta de aburrimiento en Japón viendo videos de werevertumorro cuando pensó «¿por qué no hago mi propio video blog?». DeiGamer se inspira en el canal Epic Rap Battles of History para sus Batallas Legendarias, pero les da un toque personal y el humor típico de la provincia argentina de Córdoba. Mox creció viendo los videos del youtuber Ray William Johnson, pero su whatdafaqshow evolucionó en una dirección muy distinta a la del norteamericano. Conocer lo que hacen los demás es una herramienta para encontrar nuestra propia voz.

GERMÁN



HolaSoyGermán

GERMÁN GARMENDIA

(25 DE ABRIL DE 1990)



CHILENO

VIDEOS DE 5 A 7 MINUTOS

15 - 20 MILLONES DE REPRODUCCIONES POR VIDEO

26 MILLONES DE SUSCRIPTORES

«Un abrazo psicológico»

Germán Garmendia parece vivir al doble de velocidad que el resto del mundo, como si tuviera siempre encima uno de esos efectos de aceleración de Snapchat: habla rápido, piensa más rápido aún, y su rostro es capaz de poner mil expresiones distintas en un segundo.

Pero lo que más rápido mueve Germán es su mirada. Él es un observador de los pequeños detalles de la vida. Desde pequeño estudia el comportamiento de la gente en todo tipo de situaciones y es capaz de encontrar el humor de la vida cotidiana. La parada del ómnibus, el salón de clases, las mentiras de los padres, hasta un terremoto es ocasión para que Germán se ría de las cosas de las que todos nos reímos. Como

dice él mismo: «Yo no soy humorista, si te ríes es porque te recuerda a una situación graciosa que tú viviste».

Sus videos suelen durar alrededor de cinco minutos, y la estructura siempre es más o menos la misma: una pequeña presentación sobre el tema general seguida de una lista de observaciones específicas. Si el tema es el *bullying*, empezará hablando de cómo el *bullying* cambió desde su infancia, para pasar al *cyberbullying*, los psicólogos infantiles, y hasta los nombres que un padre nunca debería poner a su hijo.



De a poco, sin mucha publicidad y de forma viral, HolaSoyGermán se fue convirtiendo en un fenómeno internacional, al punto de que su protagonista debe mudarse periódicamente de casa («una vez cometí el error de mostrar un paneo de la puerta de casa y al otro día tenía 30 personas instaladas fuera»). Sin embargo, Germán no ha cambiado su modo de producción, hace sus videos en su casa, los sube, y a pesar de muchas ofertas prefiere mantenerse alejado de la televisión para que su vínculo con la gente siga siendo tan directo como siempre. ¿De dónde viene Germán? Su historia tiene mucho de trágico. Su padre falleció cuando él tenía 3 años, el día de Navidad, y para que sus hijos no se obsesionen con ese dolor, su madre decidió que Germán y su hermano no se críen encerrados en un solo lugar, que conozcan el país. Germán vivió en Valdivia, Serena, Chiloé y en el pueblo de Los Vilos («puedes caminar de una punta a la otra en 10 minutos», dice en uno de sus videos, «¡y no es broma!»). El apoyo de su madre fue esencial para que Germán se convirtiera en el youtuber más popular de Latinoamérica. Según él: «Le dije “Mamá, voy a hacer videos en YouTube” y ella me dijo “okey” sin ni siquiera saber lo que era».

Germán ya no hace videos semanales como en su primera época, pero sigue actualizando el canal, y planeando el próximo paso en su carrera, que quizás tenga que ver con su primer amor: su banda de *rock*.



FACEBOOK HolaSoyGermán (16 000 000):
Casi no lo actualiza. Solamente incluye links a sus videos más recientes.



TWITTER @GermánGarmendia (7 400 000):
Chistes, actualizaciones de distintos proyectos, y RTs de fanáticos. Twittea dos o tres veces por día, pero suele responder directamente a preguntas a través de esta red.



INSTAGRAM @Germánchelo (3 700 000):
Es una cuenta personal que incluye fotos detrás de cámara de la realización de sus videos. Actualiza una o dos veces por semana.

CARACTERÍSTICAS



- 1 HABLA A TODA VELOCIDAD
- 2 ES EL ÚNICO ACTOR DE SUS SKETCHES
- 3 NO TIENE MIEDO AL RIDÍCULO
- 4 USA MUCHO TEXTO EN SUS VIDEOS
- 5 SU HUMOR NACE DE LA OBSERVACIÓN

EL DATO

Germán tiene dos canales de YouTube adicionales. El primero es HolaSoyGermán2, que no se actualiza hace tiempo y contiene cosas que no encajan con el canal principal (como bloopers y mensajes especiales). El segundo es JuegaGermán, dedicado al *gaming* y famoso por los gritos que pega cuando prueba juegos de terror. JuegaGermán se actualiza más seguido que el canal principal, pero sus videos tienen muchas menos reproducciones.

ELRUBIUSOMG



elrubiusOMG

RUBÉN DOBLAS GUNDERSON (RUBIUS)

(13 DE FEBRERO DE 1990)



ESPAÑOL

VIDEOS DE 3 A 15 MINUTOS

7 MILLONES DE REPRODUCCIONES POR VIDEO

17 MILLONES DE SUSCRIPTORES

«Muy buenas, criaturitas del señor»

Si Bart Simpson hubiera nacido en Málaga, sería idéntico a «Elrubius»: una personificación del caos y el desorden, un espíritu eternamente adolescente que no se toma nada en serio, no puede prestar atención a la misma cosa por más de unos segundos, y siempre encuentra la forma de divertirse rompiendo las reglas. Elrubius sube varios videos por semana, y la mayoría tienen que ver con los videojuegos. Están los que son tipo «Let's Play», en los que prueba un juego y lo comenta a alta velocidad, listas de Top 10 y anécdotas, y (los más exitosos) parodias como el clásico «Minecraft en 1 minuto» que lo lanzó a la fama viral en 2012.

Pero a pesar de que el 90% de su canal está dedicado al *gaming*, son los videos más personales de ElRubius los que suelen superar los 20 millones de

visualizaciones. El canal se ha expandido hasta convertirse en un verdadero universo que suma al círculo social de este youtuber (liderado por su mejor amigo MangelRogel) y sus canales respectivos. En sus videos personales Elrubius juega con aplicaciones (Chatroulette, Photo Booth), responde preguntas del público, y cuenta detalles sobre su vida en sus «Epic Vlogs», verdaderos diarios personales con un alto nivel de producción que pueden narrar todo, desde un viaje a Islandia hasta un paseo a patinar al parque.



La edición de los videos de ElRubius es tan frenética como su personalidad, insertando sobre la imagen textos, memes, comentarios y realizando cortes bruscos que llevan a *flashbacks* y todo tipo de recursos creativos. Pero ElRubius no se limita a un solo estilo, y renueva constantemente su canal ofreciendo videos de juego en directo, videos musicales, sesiones de *gaming* con amigos. Si ElRubius tiene una misión, esta es nunca aburrir a su público.

¿CÓMO ES EN REDES SOCIALES?



FACEBOOK ElRubiusOMG (6 940 000):

Anuncia sus videos, comparte fotos y se comunica directamente con sus seguidores con mensajes extensos. A veces responde comentarios.



TWITTER @Rubiu5 (5 590 000):

Es un contacto personal con su público. Cuenta su vida cotidiana y retuitea generosamente memes y tributos de sus seguidores.



INSTAGRAM @elrubiuswtf (2 700 000):

Comparte fotos personales y cortos videos con sus amigos. Muchas de las fotos las dedica a Wilson, su galo, que es muy popular entre

CARACTERÍSTICAS



- 1 INCLUYE A SU GRUPO DE AMIGOS
- 2 SUBE Y BAJA EL TONO DE SU VOZ
- 3 MUSICALIZA CON HIP HOP Y EDM
- 4 ES IRREVERENTE Y SE RÍE DE TODO
- 5 HACE REFERENCIAS A SEXO Y DROGAS

ElRubius es el youtuber más popular de España, y en la prensa de ese país ha sido criticado por las referencias que hace en sus videos a la homosexualidad, las drogas, o el sexo, aunque para este creativo esa es la gran ventaja de YouTube, la libertad de expresión que le permite decir y hacer lo que quiera.

En junio de 2015 ElRubius dio una entrevista al canal español Antena 3 en la que habló de los períodos de tristeza por los que pasa cualquier chico de su edad. Períodos en los que no podía ni acumular suficiente ánimo como para grabar los videos de su canal, aunque en su caso esta situación se hizo más difícil ya que él sentía que debía mostrar al público una imagen de felicidad constante. En esa entrevista ElRubius rompió a llorar, y admitió haber pasado varios meses encerrado, obsesionado con la opinión de la gente. A pesar de alejarse del «personaje», el mostrar ese lado humano aumentó aún más la popularidad del youtuber. Sin embargo, en febrero de 2016 subió un video en el que declaró que no iba a dar entrevistas porque siente que la prensa solo busca ridiculizarlo.

EL DATO

ElRubius ha perfeccionado el arte de ser un «troll», jugando bromas pesadas a amigos y a desconocidos por igual. Este aspecto de su personalidad es a la vez uno de los más criticados y uno de los más populares. Los videos en los que usa la aplicación social ChatRoulette son un ejemplo perfecto (copiado por muchos imitadores inferiores) de esta faceta del youtuber.

LADY16MAKEUP



lady16makeup.

GMARIAND CASTREJÓN (YUYA)

(13 DE FEBRERO DE 1990)



MEXICANA

VIDEOS DE 10 MINUTOS

2 MILLONES DE REPRODUCCIONES POR VIDEO

13 MILLONES DE SUSCRIPTORES

«Muchas, pero muchas letritas de amor»

Hay miles de canales en YouTube que dan tips de estilo, pero ninguno se acerca en popularidad al de Yuya, una mexicana con aspecto y voz de niña que en cuatro años se ha convertido en la más popular youtuber de Latinoamérica. Yuya tiene una habilidad natural para dar consejos de maquillaje, explicando cada uno de sus tips con un lenguaje coloquial que cualquiera puede entender, pero es su personalidad la que le ha ganado sus millones de suscriptores.

Yuya es espontánea, alegre, y positiva. Este último factor es importante, ya que sus videos (que ella llama «tutoriales») están cargados de mensajes motivadores para sus seguidoras (sus «guapuras») y son la razón principal por la que, especialmente en México, se la considera un icono de su generación. Los consejos de Yuya son siempre

personales. Prueba y modela cada *look* y habla de sus experiencias y las razones por las que elige sombras, colores, y estilos.

Los videos actuales de Yuya (sus «tutoriales») tienen un alto nivel técnico. Se puede percibir una verdadera inversión en iluminación y cámara que hace que ella siempre se vea perfecta, algo esencial para cualquier youtuber dedicada a hablar de estilo de vida. Yuya publica dos videos semanales (miércoles y viernes), y aunque sus «guapuras» le piden más, ella insiste en que ese es el tiempo necesario para mantener el nivel de calidad.



El gran aliado de Yuya en la realización de sus videos es su hermano Sergio, mejor conocido como «Fichis». Fichis es camarógrafo y casi un personaje secundario en los videos de Yuya, conversando y hasta peleando con su hermana. La relación entre ellos gusta tanto a las «guapuras» que tienen un segundo canal (Yuyacst) con pocos videos, pero más de dos millones de seguidores. Uno de los momentos más recordados por los fanáticos ocurrió en la celebración de los 10 millones de seguidores de lady16makeup, cuando Fichis lanzó una serpentina que tenía un trozo de metal que impactó a Yuya en la boca rompiéndole un diente, suceso que la mexicana tomó con humor.

¿CÓMO ES EN REDES SOCIALES?



FACEBOOK yyuyaa (11 590 000):

Es la red social que más utiliza. Postea actualizaciones de su canal y mensajes personales. Responde a comentarios de sus seguidores.



TWITTER @yuyacst (6 160 000):

Twittea varias veces por día frases personales que reflejan su estado de ánimo. No responde a preguntas del público a través de esta red.



INSTAGRAM @yuyacst (4 700 000):

Actualiza dos o tres veces por mes, publicando fotos de distintas sesiones y recuerdos de sus viajes. La cuenta de su mascota (@conchitacst) tiene 180 000 seguidores.

CARACTERÍSTICAS



- 1 SU VOZ AGUDA ES INCONFUNDIBLE
- 2 USA ADJETIVOS MUY VARIADOS
- 3 GESTICULA CONSTANTEMENTE CON LAS MANOS
- 4 ES CAPAZ DE REÍRSE DE SÍ MISMA
- 5 NO DIVULGA SU VIDA PRIVADA

Yuya no solo es la youtuber latinoamericana más exitosa, sino que en su categoría (How to & Style) es la que más suscriptores tiene en el mundo. Fue nominada a premios de MTV, fue portada de varias revistas juveniles, publicó un libro de secretos de maquillaje, y en 2015 lanzó su propia fragancia que presentó en distintos países frente a multitudes de «guapuras». Sin embargo, Yuya es muy cuidadosa con su imagen pública. Casi no da entrevistas, rara vez menciona productos en su canal, y (como muchos youtubers) rechaza salir en televisión.

EL DATO

Yuya viene de una familia de clase media mexicana, y grabó su primer video de tips para participar de un concurso en el que el premio era un set de brochas de maquillaje. A pesar de que no ganó el concurso, continuó haciendo videos y ganando poco a poco seguidores.

VEGETTA777



Vegetta777

SAMUEL DE LUQUE

(12 DE ABRIL DE 1989)



ESPAÑOL

VIDEOS DE 20 A 40 MINUTOS

3 MILLONES DE REPRODUCCIONES POR VIDEO

13 MILLONES DE SUSCRIPTORES

«¡Muy buenas a todos, guaaaapísimos!»

No es raro que Vegetta777 se haya inspirado en un personaje animado para elegir su nombre, ya que su personalidad, su voz y su sentido del humor recuerda a los bonachones héroes de la animación con los que creció. Los videos de Vegetta777 son mucho más largos que los de otros youtubers, ya que están grabados en vivo y sin edición. En manos de otro creativo podría ser aburridísimo, pero Vegetta777 tiene una capacidad sobrenatural de convertirlo todo en una historia, de narrar una partida de Minecraft con la emoción y el suspenso de una película de Hollywood.



Minecraft es el juego perfecto para las cualidades de Vegetta777, ya que sus enormes mundos abiertos sin objetivos definidos le permiten tomarse su tiempo para explicar estrategias, reflexionar sobre sus errores, hacer bromas relacionadas con las peculiaridades del juego de Mojang y hablar de cualquier tema que le venga a la mente. Los videos de Minecraft de Vegetta777 suelen ser parte de series organizadas en temporadas, cada una con una temática distinta. La más popular es Planeta Vegetta, en la que en cada temporada empieza un mundo («seed») desde cero, probando distintos mods y dedicándose principalmente a explorar y socializar, a diferencia de Zona Minecraft que está dedicada a derrotar a los enemigos más difíciles, o de KARMALAND, enfocada en el juego cooperativo.

¿CÓMO ES EN REDES SOCIALES?



FACEBOOK Vegetta777paginaoficial (3 000 000):

Es una página oficial en la que anuncia cada vez que «cuelga» un video con una breve descripción.



TWITTER @vegetta777 (3 270 000):

Actualiza constantemente, interactúa con sus seguidores. Saluda cada mañana con un «Wenooooooooooh diah».



INSTAGRAM @vegetta777 (1 200 000):

Actualiza muy poco, subiendo fotos de firmas de autógrafos y de viajes.

CARACTERÍSTICAS



- 1 SUS VIDEOS SE GRABAN DE CORRIDO
- 2 SU LENGUAJE ES ACEPTABLE PARA NIÑOS
- 3 SE CONCENTRA EN DIVERTIR, NO EN JUGAR BIEN
- 4 CUENTA UNA HISTORIA EN CADA PARTIDA
- 5 PIDE SUGERENCIAS AL PÚBLICO

Su compañero de aventuras en la mayoría de los videos cooperativos es otro youtuber conocido como Willyrex (Guillermo Díaz), que comparte su sentido del humor, pero provee un contrapunto más centrado al temperamento más espontáneo de Vegetta777. No es raro que recuerde a los protagonistas de tantas series animadas, y es que el público de Wigetta es principalmente infantil (un 70-80% según el dúo), niños de España y Latinoamérica que han reemplazado la programación televisiva por los youtubers, o como dice Willyrex: «No se diferencia tanto de una serie convencional, salvo que puedes verla cuando quieres y es muy interactiva. Incorporamos a nuestras aventuras las propuestas que nos hace el público».

A pesar de que los videos no están editados, sino que muestran una sesión de juego de principio a fin, Vegetta777 no suele transmitir en directo, graba sus experiencias con el audio en vivo y sin la ventana en una esquina de la pantalla que muestra el rostro del jugador que usan otros youtubers. La productividad de Vegetta777 es altísima, subiendo dos o tres videos por día, de aproximadamente media hora de duración («a veces te quedas afónico», dijo en una entrevista). Son días de 10 a 12 horas, que empiezan muy temprano en la mañana y que no dejan tiempo para mucho más, pero que son el ejemplo perfecto de cómo convertir una diversión en un trabajo rentable.

EL DATO

El éxito del dúo de Vegetta777 y Willyrex se ha extendido al mundo editorial con una serie de libros que cuentan las aventuras de «Wigetta» (nombre con el que los fanáticos bautizaron al dúo) en Minecraft en clave de cuento infantil. Muy al estilo youtuber, es una serie de libros que mezcla formatos y que invita a interactuar, mezclando historieta con prosa y hasta secciones para colorear.

WEREVERTUMORRO



werevertumorro

GABRIEL MONTIEL

(23 DE SEPTIEMBRE DE 1990)



Mexicano

VIDEOS DE 10 MINUTOS

2 MILLONES DE REPRODUCCIONES POR VIDEO

11 MILLONES DE SUSCRIPTORES

«Estoy orgasmeado de felicidad»

Para muchos de los youtubers de esta lista, werevertumorro es un pionero. En 2007, hartos de una televisión latinoamericana que se había olvidado de los jóvenes y adolescentes, empieza a grabar video blogs cómicos, audaces, originales en su casa y en los pasillos de su universidad. El canal werevertumorro empezó con parodias de comerciales, sketches y cortometrajes que a pesar de su poca calidad técnica demostraban la ambición creativa de Gabriel Montiel. Cada año werevertumorro fue expandiendo su oferta, manteniendo los video blogs pero también sumando series como «Adultescentes», de calidad televisiva, o la parodia futbolística «Pelusa Caligari».



Y es que el humor de werevertumorro no se puede encajar en una sola categoría. Los video blogs mezclan un monólogo a cámara con pequeños sketches en el que colabora con su grupo de amigos interpretando distintos personajes, amplificando el humor con efectos de sonido y filtros de video. Las series, en cambio, son la oportunidad de experimentar con distintos personajes y estilos, como «El Yunque» que parodia a los programas de farándula y «chisme» de México, y «Confusión Youtuber» en la que imita a los creadores más conocidos de YouTube. Werevertumorro usa expresiones típicamente mexicanas, y aunque Gabriel mismo no entiende cómo el canal es tan popular en el resto de Latinoamérica («Es raro porque soy más chilango que nada», este es el tipo de localismos que se usan) es un ejemplo más de cómo la espontaneidad de un youtuber llega directamente a su público más allá del lenguaje.

¿CÓMO ES EN REDES SOCIALES?



FACEBOOK werevertumorro (19 100 000):

Es muy activo. Publica actualizaciones del canal, pero también memes, comentarios y enlaces a otras páginas, lo que sea que le parezca gracioso.



TWITTER @werevertumorro (7 130 000):

Actualiza constantemente. Twittea bromas, fotos, y hasta comentarios sobre fútbol.



INSTAGRAM @werevertumorro (1 200 000):

Actualiza varias veces por semana. Fotos de trascámara, viajes, y distintas actualizaciones del canal.

CARACTERÍSTICAS



- 1 MEZCLA DISTINTOS TIPOS DE HUMOR
- 2 USA LENGUAJE TÍPICAMENTE MEXICANO
- 3 USA FILTROS DE VIDEO Y SONIDO
- 4 HABLA DE SU VIDA Y AMIGOS
- 5 SUS VIDEOS TIENEN UNA CORTA INTRODUCCIÓN

Gabriel expone en sus videos todo lo que piensa y siente, no oculta nada de su vida personal y responde a sus fanáticos lo que quieran saber. Esta puede ser un arma de doble filo, ya que en los últimos años werevertumorro ha pasado por momentos difíciles, un duro proceso que fue capturado minuto a minuto por sus propias cámaras. Una disputa legal con su exmanager lo sumió en una profunda depresión, al punto que consideró dejar de lado su canal. Uno de sus videos, «Gabriel vs. werevertumorro» enfrenta al creador con su personaje, demostrando lo difícil que es sostener el entusiasmo todo el tiempo.

Sin embargo, este arduo proceso tuvo un resultado positivo para werevertumorro, que ha vuelto a hacer videos con la misma pasión que cuando empezó, coronando sus primeros 9 años con un video musical llamado «Confía en Mi», un verdadero himno a la filosofía positiva y motivadora del canal. En el último año Gabriel ha sumado a sus proyectos una serie de documentales llamada «Doble Moral» en la que usa su capacidad de comunicar para tocar temas como el ciberactivismo y el acoso sexual callejero. Como Gabriel dice: «Ya no se tienen 17 años como cuando empezamos», la evolución de werevertumorro es un mapa para el que quiera imaginar qué es lo que pasa luego de ser youtuber por casi una década.

EL DATO

Además de youtuber, Gabriel Montiel es un talentoso futbolista, al punto de que sus profesores creían que podía dedicarse a este deporte en forma profesional. En 2014 werevertumorro quiso hacer el sueño realidad y jugó una temporada en el club Murciélagos FC. A pesar de que solo pudo estar en la cancha por unos minutos por sufrir una lesión, Gabriel cuenta toda su experiencia en varios video blogs.

DROSS



DrossRotzank

ÁNGEL DAVID REVILLA

(16 DE JULIO DE 1982)



VENEZOLANO

(RADICADO EN ARGENTINA)

VIDEOS DE 10 A 20 MINUTOS

3 MILLONES DE REPRODUCCIONES POR VIDEO

8 MILLONES DE SUSCRIPTORES

«¿Tú eres idiota o te parió un teletubby?»

Dross es una verdadera excepción entre los youtubers de esta lista. Entre tantos adolescentes y veinteañeros que lucen camisetas de sus videojuegos favoritos, Dross destaca con su ropa negra, su sombrero de ala ancha, su cabello largo y el tono sarcástico, pero profundamente inteligente que lo convirtió en un verdadero gurú de la nueva generación de youtubers.



Dross estaba ahí cuando recién nacía la web como la conocemos hoy, y en su adolescencia frecuentaba canales de chat y foros haciendo gala de su léxico incomparable y la personalidad de un verdadero troll. Su manejo del lenguaje le ganó la posición de crítico de videojuegos en prestigiosos sitios de *gaming* de habla hispana, pero su rebeldía le ganó la ira de sus empleadores, en poco tiempo Dross se destacó como blogger, autor de guías de videojuegos y, en 2006, uno de los primeros youtubers prominentes con sus inimitables video blogs.

El estilo de Dross se aleja mucho de los vertiginosos Germán o ElRubius. Dross se toma su tiempo para transmitir una idea. Piensa y elige perfectamente sus palabras, en especial cuando está describiendo las razones por las que alguna película o algún desarrollador de videojuegos le causa desprecio. El éxito de Dross viene de esa sinceridad devastadora, de su capacidad de analizar las razones por las que algo es malo o es bueno, desmantelando la maquinaria del *marketing*. Dross dice siempre lo que opina, dice siempre la verdad, no censura ni se autocensura, no le importa si queda bien, si queda mal, o a quién ofenda.

¿CÓMO ES EN REDES SOCIALES?



FACEBOOK eldiariodedross (3 200 000):

Página comercial. Sube actualizaciones de su canal y distintas notificaciones a la comunidad que lo sigue.



TWITTER @eldiariodedross (1 280 000):

Muy activo. Sube videos, actualizaciones de su canal, memes y creepypastas.



INSTAGRAM @soydrossrotzank (180 000):

Pocas actualizaciones. Sube fotos promocionales y fotomontajes.

CARACTERÍSTICAS



- 1 HACE LISTAS DE TEMAS INTERESANTES
- 2 SU ESPECIALIDAD: LO GROTESCO Y LO SOBRENATURAL
- 3 EN SUS VLOGS HABLA CALMADO Y HACE PAUSAS DRAMÁTICAS
- 4 SE TOMA MUY EN SERIO LA INVESTIGACIÓN DE CADA TEMA
- 5 NO LE TEME A LA CONTROVERSIA

En 2010 Dross empezó a subir a su canal videos en formato de «Top 10». Listas de temas (los jefes más difíciles de los videojuegos, los mejores villanos del cómic) ordenados en 7, 10, o 12 puestos, dependiendo del interés del tema, aunque su favorito es el 7 («el balance perfecto entre información y desarrollo»). A diferencia de los video blogs, estos videos tienen guiones que Dross locuta a su ritmo calmado, dramático. La imagen de Dross no sale en estos videos, solamente su voz, y aunque las listas están cargadas del punto de vista satírico de su creador no incluyen sus controversiales puntos de vista.

En 2013 Dross tomó una decisión drástica, dividiendo su canal en dos. DrossRotzank se dedicaría a videos de listas y a cortos informes sobre temas sobrenaturales y grotescos (entre ellos los «creepypastas» que fascinan a su público). Este canal se actualiza con regularidad, tres veces por semana, mientras que los video blogs pasaron al canal secundario «Los Vlogs de Dross» y mantuvieron su audiencia sin que su creador se vea obligado a lanzar este contenido en días específicos. Con esta reinención Dross reactivó su popularidad, atrayendo nuevo público y alcanzando en los últimos años sus picos de audiencia.

EL DATO

No es casualidad que Dross esté a la vanguardia de YouTube. Se graduó de comunicador social en la prestigiosa Universidad Santa María de Venezuela y en 2015 demostró su inteligencia para analizar su entorno con dos lanzamientos paralelos: la exitosa novela de ciencia ficción «Luna de Plutón» y una aplicación para celulares y tablets que funciona como un punto de encuentro para la comunidad que Dross ha creado alrededor de sus canales.

WHATDAFAQSHOW



whatdafaqshow

JOSÉ ROMERO (MOX)



Peruano

VIDEOS DE 10 MINUTOS

2 MILLONES DE REPRODUCCIONES POR VIDEO

4 MILLONES DE SUSCRIPTORES

«Y si no lo sabes... ahora lo sabes»

Con más de 300 capítulos de whatdafaqshow, Mox ha llevado al YouTube hispanoparlante el estilo de los mejores comediantes norteamericanos. El programa presenta videos extraños sacados de toda Internet y comentados por el ingenio infinito de este youtuber peruano, que llena sus guiones de chistes y referencias a la cultura pop de todo el mundo.

Cada domingo Mox sube a YouTube un episodio de whatdafaqshow, que tiene un formato que se repite programa a programa. Comienza con sus «auspiciantes», personajes de videos virales de pocos segundos que dan el tono «WTF» al programa. De ahí pasa a la apertura y a presentar una serie de videos, siempre con algún comentario agudo y algún que otro meme. Mox ha perfeccionado la transición de un tema a otro (pasa de una celebración en Medio Oriente a otro tema con «no los juzgo porque me divierten, ¿y sabes quién más me divierte? ¡Los faquín rusos!»). Una técnica que Mox suele usar es mandar un video casi sin comentario, y luego repetir sus mejores momentos marcando los detalles que más lo hicieron reír. El programa termina con las respuestas a la pregunta de la semana para facebook («¿Qué truco

hace tu mascota?» «¿Cómo fue tu primera pelea?»). Es un formato que, en vez de hacer el programa predecible, hace que el que lo ve sepa cuándo viene cada uno de sus momentos favoritos.



En 2014 Mox sufrió un golpe durísimo cuando YouTube cerró whatdafaqshow por un reclamo de derechos de autor de una empresa rusa productora de video. En vez de desesperarse por esto, Mox vio una oportunidad en la crisis y se volcó de lleno a su canal Mox (WDF) para experimentar con un estilo más personal de hacer videos. En pocos meses acumuló cientos de miles de seguidores que se conectaron con este nuevo estilo y una serie de populares videos que enumeraban las cosas que el Mox odia de Facebook, la tecnología, y claro, el mismo YouTube. La historia tuvo un final feliz y poco tiempo después Mox recuperó whatdafaqshow, pero no dejó de lado las lecciones aprendidas durante el «apagón».

¿CÓMO ES EN REDES SOCIALES?



FACEBOOK moxwdf (2 100 000):

Tiene dos perfiles. En el «oficial» hace las preguntas de la semana y presenta nuevos videos. En el personal comparte fotos, anuncios y todo tipo de comentarios.



TWITTER @whatdafaqshow (500 000):

Twittea varias veces por día. Comparte anuncios del canal, memes, y comentarios personales.



INSTAGRAM @moxwdf (190 000):

Fotos personales, de sus viajes y distintas experiencias.

CARACTERÍSTICAS



- 1 USA VIDEOS VIRALES COMO PUNTO DE PARTIDA
- 2 NO PASA MUCHO TIEMPO CON UN SOLO TEMA
- 3 MEZCLA DISTINTOS TIPOS DE HUMOR
- 4 TIENE VARIAS FRASES QUE ALTERNA Y REPITE
- 5 USA FONDOS VIRTUALES Y PANTALLA VERDE

Mox (WDF) continúa activo y hoy incluye videos de *gaming*, colaboraciones con otros youtubers, y videos en los que responde preguntas personales e informa a sus seguidores sobre nuevos proyectos como el libro «Internet Según Mox». Se nota un verdadero cambio en el Mox antes y después del cierre de su canal. «Mox es como mi demonio, que está ahí, *lurking*», decía el youtuber en una entrevista de esa época, y hoy el demonio convive con José, sumando a su sentido del humor una calidez que lo hace aún más divertido que antes.

EL DATO

Whatdafaqshow se inspira en Ray William Johnson, uno de los primeros youtubers famosos de Estados Unidos, pero la gran cualidad de Mox es poder insertar todo tipo de humor en su narración. Puede empezar con una parodia de un documental, continuar con un minimonólogo sobre las cosas que más molestan a Mox y cambiar de golpe a una imitación delirante del fundador de facebook Mark Zuckerberg. Mox hace lo imposible para que sus espectadores no se aburran.

DEIGAMER



DeiGamer

DAVID MEDINA

(4 DE DICIEMBRE DE 1992)



ARGENTINO

VIDEOS DE DURACIÓN INDETERMINADA

1 MILLÓN DE REPRODUCCIONES POR VIDEO

13 MILLONES DE SUSCRIPTORES

«Wesa ¿Qué pasooooa?»

«Soy medio bipolar, tripolar, cuádrupolar que se yo, tengo como siete millones de personalidades» dice DeiGamer en uno de sus videos, y su canal es prueba de que este youtuber tiene un universo entero en su cabeza. Cada uno de los creativos de esta lista tiene un estilo o formato que repite en la mayoría de sus videos, pero Dei no tiene paciencia para eso, él prefiere experimentar con lo que quiera hacer en ese momento, crea nuevas series y las deja inconclusas cuando considera que no lo

divierten más («odio hacer series largas»), puede hacer videos de dos minutos o de veinte, o encender una cámara y hablar durante media hora sobre cuestiones personales. La creatividad de DeiGamer es inagotable.

El *gaming* es el tema central del canal de DeiGamer, y en particular Minecraft, que encara desde muchas perspectivas distintas. Algunos son videos explicativos (tutoriales llenos de humor y observaciones personales sobre el juego) pero la mayoría son parodias que incorporan a los personajes que Dei ha creado. El Noob, el Hater, o el Pro empezaron como chistes rápido, pero de a poco recibieron voces, personalidades, e historias delirantes o Jorge, que en el universo DeiGamer se ha vuelto no solo un personaje (interpretado por su amigo Darío), sino un adjetivo para describir al gamer que no puede hacer nada bien.



Entre los más de mil videos de DeiGamer destacan sus raps, en especial las «batallas legendarias» inspiradas en el canal norteamericano «Epic Rap Battles of History». En estos videos interpreta a dos personajes enfrentados, demostrando su habilidad para ponerse en los zapatos de héroes y villanos tan variados como Goku o Slenderman. Dei se toma los aspectos técnicos del rap muy en serio, experimentando con rimas cada vez más complejas y entrenando su «flow» para transmitir más emoción en cada video. A pesar de que estos videos superan en varios millones de visualizaciones al resto de su material, Dei prefiere no saturar y solo lanzar una batalla cuando está realmente inspirado.

¿CÓMO ES EN REDES SOCIALES?



FACEBOOK DeiGamer (1 000 000):
Actualizaciones del canal. No suele responder comentarios.
Prefiere interactuar por chat en directos.



TWITTER @DeiGamer (355 000):

Twittea actualizaciones del canal y avisa cuando se viene un directo. Pocos comentarios personales.



INSTAGRAM @deigamer_original (14 000):

Casi no la actualiza. Solo ha subido una pequeña cantidad de fotos sin camiseta.

CARACTERÍSTICAS



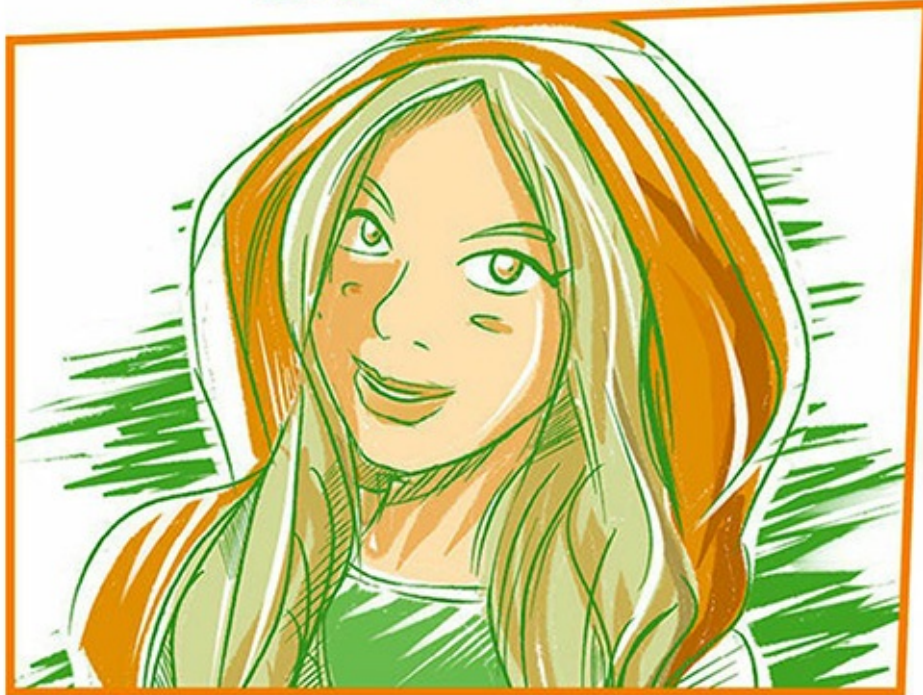
- 1 NO TIENE UN ÚNICO FORMATO
- 2 COMPONE E INTERPRETA RAPS
- 3 CREA PERSONAJES Y LES DA VOZ
- 4 RENUEVA CONSTANTEMENTE EL CONTENIDO
- 5 HABLA ABIERTAMENTE DE SU VIDA PERSONAL

Otro formato que DeiGamer ha perfeccionado es el doblaje falso. Toma programas de televisión y hace las voces de cada uno de los personajes, llevando las situaciones más cotidianas al surrealismo. Dei no se queda quieto, y solo en el último año ha incorporado video blogs de lo más personales, sketches de distintos estilos y directos de juegos retro que convocan miles de espectadores. Sus videos no tienen calendario, no tienen restricciones de tiempo, y no tienen censura, su inspiración es su única brújula.

EL DATO

DeiGamer ama crear historias y personajes, y su proyecto más reciente es escribir la historia de su propio manga. Dei pasó su infancia leyendo cómic japonés y norteamericano, y este arte influyó muchísimo en su creatividad y el estilo de sus personajes. El manga tendrá al mismo Dei como protagonista, enfrentándose a una horda de zombis y, por supuesto, estará repleto de referencias a sus videojuegos favoritos. Como dice el autor, será «un shonen como Dios manda».

CAELIKE



CaELiKe

PATRICIA CAELI SANTA OLALLA

(2 DE FEBRERO DE 1990)



MEXICANA

VIDEOS DE 5 A 10 MINUTOS

2 MILLONES DE REPRODUCCIONES POR VIDEO

6 MILLONES DE SUSCRIPTORES

«Mi mi mi miércoles»

El humor no es solo cosa de hombres en YouTube. En la línea de comedia observadora de werevertumorro y HolaSoyGermán está CaELiKe, una youtuber mexicana que se ríe de lo cotidiano y explora con ingenio en sus videos el complejo universo de la mente femenina.

El formato de los videos de Caeli es muy parecido al de otros youtubers. Monólogos sobre temas que le interesan alternados con pequeños sketches

interpretados por la youtuber y sus amigos. Pero Caeli se diferencia en detalles del guion y de la producción. Sus historias, por ejemplo, son un poco más personales que las de otros monologuistas. En vez de hablar de típicas situaciones que le pasan a todo el mundo, cuenta anécdotas específicas que le ocurrieron y actúa los momentos más cómicos. Una intolerable fiesta de cumpleaños, lo que pasa cuando no duerme, y hasta los mismos videos de YouTube que la critican, todo es una oportunidad para convertir sus experiencias en comedia.

Caeli cuida especialmente el aspecto visual de sus videos. Hay un alto nivel de profesionalismo en la iluminación, el trabajo de cámaras y el sonido. Los segmentos actuados incluyen cambios de vestuario, peinado, maquillaje, y varios actores invitados.



Caeli cuelga dos videos por semana. Los miércoles se dedica al humor, y los sábados son los días de «Be You», una reciente sección de su canal en la que muestra un lado aún más personal («cosas de belleza o un poco más... femeninas, estoy tratando de aprender esas cosas»). Esta sección incluye video blogs en los que habla de cosas que están pasando en su vida, contesta preguntas y da trucos de belleza. También ha experimentado con series más tradicionales y videos que prueban otro estilo de humor. Una de sus creaciones más populares es el personaje de Juanxita Pisiosa, una vlogger de voz aguda, tan entusiasta como torpe.

¿CÓMO ES EN REDES SOCIALES?



FACEBOOK tututumiercoles (4 500 000):
Actualizaciones del canal. No responde a comentarios.



TWITTER @CaELiKe (2 070 000):
Twittea muy seguido, informando de novedades en el canal y enviando mensajes personales.



INSTAGRAM @caeliyt (1 000 000):

Actualiza de forma frecuente con selfies, videos cortos y distintas imágenes de su vida personal.

CARACTERÍSTICAS



- 1 CUENTA ANÉCDOTAS DE SU PROPIA VIDA
- 2 CAPTA LA ATENCIÓN EN LOS PRIMEROS SEGUNDOS
- 3 CUIDA MUCHO LA CALIDAD DE IMAGEN
- 4 JUEGA CON SU VOZ, DE AGUDO A GRAVE Y VICEVERSA
- 5 DA CONSEJOS DE BELLEZA SIN DEJAR EL HUMOR DE LADO

Su motivación principal para empezar a grabar video blogs fue, según ella misma admite, el aburrimiento. Y es que el camino de Caeli hacia YouTube fue indirecto. Su primer amor es la actuación, y aunque participó como extra en programas juveniles, no tenía suerte en los *castings* y pronto se desmotivó. Caeli abandonó temporalmente ese sueño en busca de otra aventura: la carrera de traductora que la llevó hasta Japón, desde donde produjo sus primeros videos.

EL DATO

Caeli es de las pocas youtubers que tiene buena relación con el mundo de la televisión. En 2013 participó del programa de entretenimiento «Un Tal Show» en Televisa, y el 2015 recibió la oferta de ser parte de la tercera temporada del *reality show* «La Voz Kids» en la cadena norteamericana Telemundo. Su participación recibió críticas muy positivas, tanto que regresó para la temporada siguiente como experta en redes sociales.

JARAMISHOW



jaramishow

JUAN PABLO JARAMILLO

(14 DE JULIO DE 1993)



COLOMBIANO

VIDEOS DE 10 MINUTOS

1 MILLÓN DE REPRODUCCIONES POR VIDEO

2 MILLONES DE SUSCRIPTORES

«Mi nombre es Juan Pablo Jaramillo y este es mi nuevo videillo»

El 27 de noviembre de 2014 un popular youtuber colombiano colgó el video más difícil de su vida. El nombre del video era: «Mi orientación sexual era un secreto» y en este monólogo de 18 minutos Juan Pablo Jaramillo reveló que es gay, aun sabiendo que en un país (y un continente) en el que la homosexualidad es un tabú, esta revelación podía costarle seguidores y dañar la relación con las marcas que le permitían vivir de su trabajo como youtuber. «Con este video me estoy arriesgando a perderlo todo», decía Juan, «pero también me estoy arriesgando a ser libre y feliz». El

resultado fue el opuesto. Desde entonces el canal jaramishow ha multiplicado la cantidad de seguidores y Juan Pablo se ha convertido en un verdadero icono de la moda y el estilo en Colombia.



Juan Pablo amó YouTube desde que descubrió el sitio a los 14 años con videos musicales de grupos pop filipinos. Empezó con videos de karaoke, y pronto pasó a colgar a su canal video blogs grabados con celular en los que Juan y sus amigos narraban pequeñas anécdotas de su vida a través de sketches cómicos. Pero fue tal el impacto del video en que Jaramillo manifestaba su orientación que el contenido del canal fue naturalmente en la dirección de temas que pocos youtubers discuten: relaciones, pareja, sexo, o como él lo llama en una de sus series «la ilógica lógica del amor».

¿CÓMO ES EN REDES SOCIALES?



FACEBOOK [juanjaramishow](#) (3 900 000):

Actualiza con frecuencia con novedades del canal, pero también postea muchos comentarios personales. No responde a comentarios.



TWITTER [@Juanjaramilloe](#) (1 400 000):

Twittea muy seguido. Comparte frases y detalles de su vida. No suele responder a comentarios ni retuitear seguidores.



INSTAGRAM [@juanjaramilloe](#) (1 800 000):

Es uno de los youtubers más activo en esta red, tiene una gran cantidad de seguidores y sube varias fotos por día.

CARACTERÍSTICAS



- 1 HABLA DEL AMOR Y LAS RELACIONES DE PAREJA
- 2 USA ACERCAMIENTOS Y EFFECTOS DE SONIDO
- 3 MUSICALIZA DE PRINCIPIO A FIN SUS VIDEOS
- 4 COMPARTE CADA ASPECTO DE SU VIDA
- 5 PARTICIPA DE CAMPAÑAS SOCIALES

El canal Jaramishow es un verdadero manual sobre relaciones humanas en el mundo de Internet y las redes sociales. Los videos de Juan Pablo son monólogos hiperactivos que juegan un estilo visual muy distinto al de otros youtubers, cortando cada pocos segundos, usando acercamientos, repeticiones y efectos musicales además del lenguaje corporal de un youtuber que no se mantiene quieto ni un instante. En general Jaramillo tampoco usa sketches para cortar su monólogo, pero desde fuera de cámara solemos escuchar el ingenioso sarcasmo de Juana Martínez, su mejor amiga y socia de algunos de sus videos más vistos.

En los últimos años Juan Pablo ha buscado otras formas de comunicar su experiencia de vida a sus seguidores. En 2015 presentó su libro «La Edad de la Verdad» en la Feria del Libro de Bogotá, un evento que convocó a tanta gente que la editorial tuvo que instalar una carpa para que Juan Pablo pudiera firmar sus libros.

EL DATO

La historia de vida de Juan Pablo es dura. Creció en la ciudad de Cali y a sus 13 años su padre desapareció para siempre. Según las autoridades de la ciudad fue un caso de secuestro seguido de muerte, y esa pérdida marcó la infancia de Juan Pablo. Al graduarse de bachiller Jaramillo ya se había convertido en uno de los youtubers más seguidos de su país, y a pesar de que empezó las carreras de actuación y diseño, decidió dedicarse de lleno a su canal.

Escenas NACIONALES





Argentina

Los gamers dominan la lista de los canales con más suscriptores de Argentina gracias al éxito del hoy difunto canal *maritokids*, una versión bizarra del programa infantil argentino de videojuegos «Nivel X». De ese canal salió su creador Marito Baracus, que realiza principalmente doblajes que cambian el sentido de caricaturas infantiles; *JugandoConNatalia* en el que el personaje del título (el barbudo comediante Juan Manuel Paradiso, vestido de mujer) prueba distintos juegos haciendo gala de un durísimo humor negro y *Alfredo*, que acumula cientos de miles de seguidores en sus múltiples canales. Entre los monologuistas argentinos, el más exitoso es Lucas Castel, que alcanzó más de 6 millones de visualizaciones con sus parodias de comerciales como «Cómprate un Turro» o «Cómprate un Cheto».



Chile

También en Chile destacan los canales de *gaming*. *Xodaaa* prueba distintos juegos de terror y sus fanáticos aman sus reacciones (aunque en los últimos años ha empezado a jugar distintos géneros) mientras que su amigo *Vardoc* se especializa en *gameplays* sin cortes de todo tipo de videojuegos. Los videos de *Valentina Villagra* son intensamente personales, casi un diario íntimo en versión YouTube, que la han hecho superar el millón de suscriptores a pesar de que cuelga nuevos videos de forma esporádica.



Colombia

A diferencia de otros países, hay pocos canales de *gaming* entre los más populares de Colombia. El líder actual en suscripciones es Sebastián Villalobos, que colabora con youtubers de todo el continente en videos de humor cotidiano alternados con todo tipo de retos. Es un estilo que funciona muy bien en Colombia y tiene otros exponentes como Mario Ruiz, Sebastián Arango y el estrambótico Nicolás Arrieta. Pero ningún youtuber se parece a Fausto Murillo, que cada semana cuelga rutinas de ejercicios y se vuelto un verdadero fenómeno nacional gracias a su carisma y sentido del humor. Entre las youtubers colombianas destaca el canal de Pautips (Paula Galindo), y Laura Sánchez, expertas en belleza y estilo de vida.



México

Al ver la lista de youtubers más populares de México salta a la vista la popularidad del w2m crew, el grupo de amigos de werevertumorro que aparece en sus videos y destaca en sus propios canales. Luisito Rey es uno de los más populares, no solo por sus participaciones en los videos de Gabo Montiel sino por ser finalista del *reality show* mexicano «La Isla». Otro grupo popular es «No Me Revientes», formado por Yayo Gutiérrez, y que tiene una amistosa rivalidad (algo exagerada por los seguidores) con el crew de Montiel, e incluye a vloggers tan populares como AlexXxStrecci, Luisito Comunica y DebRyanShow. La popularidad de Yuya y CaELiKe ha inspirado a varias youtubers mexicanas. Algunas de las más populares son YosStoP (que se dedica a sketches y series cómicas como «La Novia Bipolar»), Miku (que da tips de belleza inclinados hacia el lado del cosplay) y Miranda Ibáñez (la «princesa del DIY» que enseña cocina, artesanía, y maquillaje temático).



España

Los youtubers españoles forman un gran círculo social, así que no es raro ver en la lista de los más populares a los grupos de amigos del Rubius (aLexBYll, mangelrogel, CheetoSenior) y Vegetta (TheWillyrex). Varios canales de gameplay

superan el millón de suscriptores en este país, y entre ellos se destaca ITownGameplay, donde el youtuber conocido como «Town» se hizo famoso probando juegos de terror independiente. Los intereses de Town fueron cambiando durante los años, y actualmente graba videos de gameplay con sus primos y hasta con su madre (que tiene su propio canal, MomGamePlay con casi 300 000 suscriptores). El humor subido de tono también tiene su lugar en España gracias a los sketches de Mahe, las aventuras troll de Wismichu y los personajes descontrolados de Mister Jagger.

Otros PAÍSES

El público de YouTube no rechaza nacionalidad ni acento. Del pequeño país de El Salvador llegan los gameplay de FernanFloo, que ha crecido vertiginosamente en cantidad de seguidores gracias a la dinámica edición de sus videos y su entusiasmo para narrar. En Ecuador soytansutil usa sus habilidades como compositor y DJ para remixar videos de noticias al estilo del canal norteamericano Songify The News, mientras que en Perú el éxito de Mox (whatdafaqshow) ha abierto las puertas al ácido comentario social de brunoacme y Andynsane. De Uruguay vino El Bananero (hoy radicado en Miami), un personaje controvertido que se ha ganado amores y odios con un humor grotesco que hace gala del mal gusto.



Los youtubers más populares del mundo nos dejan una lección muy valiosa, y es que no hay una sola manera de triunfar, ni una fórmula ganadora que todos tengan en común. Cada uno tiene su propio estilo y su propia manera de producir un video, pero a pesar de sus diferencias hay ciertas categorías que funcionan como un punto de partida, cada una con sus reglas y sus tradiciones que es mejor conocer para no meter la pata antes de empezar, y en este capítulo vamos a profundizar en todos los estilos para que decidas cuál es el que mejor te queda.



EL VLOGGER viene de «Video Blogger» y es el que cuenta su vida a la cámara, como si fuera un diario íntimo. Los youtubers de esta categoría le hablan directamente a su público, contando detalles cotidianos, personales, sin un guion ni notas previas. Las emociones en estado puro. Este estilo requiere solo una cosa de parte del youtuber: absoluta sinceridad, para lo bueno y para lo malo.



EL COMEDIANTE busca ante todo hacer reír a su audiencia. Es el estilo en el que Germán y Werevertumorro fueron precursores pero que cada nuevo youtuber adopta a su propia manera. En cada video el comediante elige un tema y habla directamente a cámara en un monólogo alternado por cortísimas situaciones cómicas, a veces actuadas por él mismo, a veces por amigos.



EL GAMER es el que usa los videojuegos como su medio de expresión. Hay muchas maneras de integrar los juegos a YouTube: algunos juegan en vivo narrando lo que están haciendo, otros invitan a amigos a jugar con ellos, y algunos hasta mezclan los elementos de otras categorías. ElRubius hace videos cómicos parodiando juegos, mientras que Dross utiliza las técnicas del vlogger para hablar de lo que siente respecto a su *hobby* favorito.



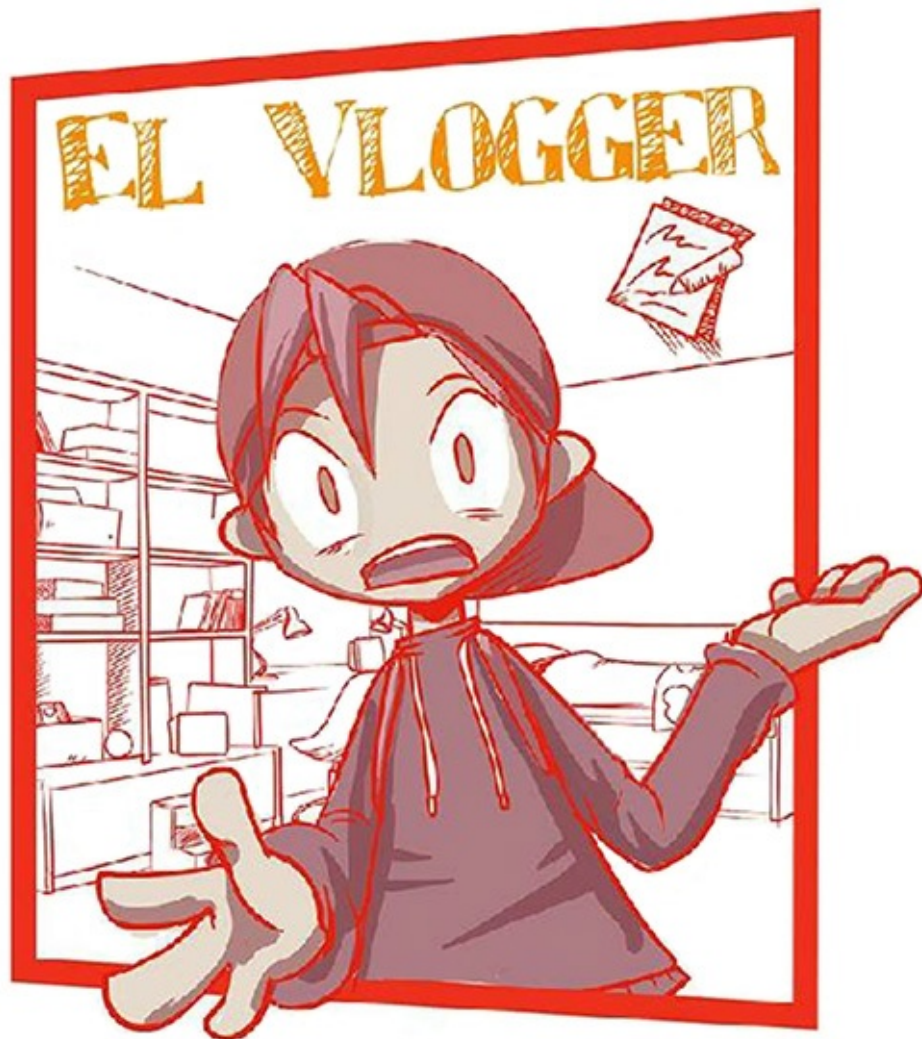
EL CONSEJERO es el que usa sus videos para dar tips sobre todo tipo de temas. Los más comunes son los tips de belleza, maquillaje y estilo que dan las youtubers más populares del mundo, pero también en esta categoría entran los videos que enseñan cómo realizar tareas del hogar, artesanías, y los «unboxing».



EL ARTISTA es el que usa sus videos para mostrar sus habilidades al mundo, sea para la música, el baile, o la actuación. YouTube es un gran medio para hacerse conocer como artista, pero es uno de los mundos en los que es más difícil destacar, el youtuber artístico debe lograr algo realmente especial para llamar la atención de la gente.



EL NARRADOR utiliza YouTube para contar historias, comentar noticias, y hablar de cosas que no tienen que ver directamente con su vida. Un buen narrador investiga un tema, escribe un gran guion, y le da un estilo personal a su forma de contar, ilustrando el audio con imágenes memorables. Dross es un ejemplo de narrador exitoso en YouTube, con sus listas de 7 cosas que acumulan millones de visualizaciones.



El «Video Blog» se hizo popular hace más de una década, cuando YouTube recién estaba empezando. Los primeros vloggers hablaban directo a cámara, sin edición, como si fueran capítulos leídos en voz alta de un diario íntimo, pero con los años el formato fue mejorando, sin perder la naturalidad que lo hizo tan exitoso.

Un vlog es un video corto en el que una sola persona habla directo a cámara de lo que sea que tiene en la mente en ese momento. En un video blog no hay personajes ni guion, sino que se habla directamente del corazón, de la forma en la que uno lo haría con un amigo. Sin embargo, es común editar los video blogs para hacer versiones más cortas y quitar los tiempos muertos y los momentos en los que se pierde el sentido de lo que se está diciendo. El vlog es una de las mejores formas de empezar como youtuber, ya que no requiere mucho más que una webcam o la cámara que viene en tu notebook.

El primer paso antes de empezar es elegir un tema. No tiene que ser nada «importante», pero tiene que tener alguna conexión personal para el youtuber. A la hora de elegir temas, conviene pensar en las experiencias del día, en cosas que uno ha visto o ha escuchado y que provocan emociones reales. Esa palabra es muy importante, y la vamos a repetir muchas veces a lo largo del libro: un youtuber debe ser REAL, o nunca creará un lazo con su público. El tema puede ser lo que

desayunaste, la película que te hace llorar, o el medio ambiente, lo que sea que te despierte el entusiasmo para hablar frente a una cámara.

3 Tips

RELAX.

Lo más importante es estar tranquilo a la hora de grabar. Por eso conviene hacerlo en un lugar que te provoque comodidad. La mayoría de los vloggers empieza grabando desde su dormitorio.

LOOK.

No es necesario maquillarse como actor de Hollywood para salir en un video, pero una piel grasosa o pelo descuidado puede distraer al que está mirando, y todos sabemos que los comentarios de YouTube pueden ser hirientes. Una lavada de cara y un peine suele ser suficiente para no salir mal en cámara.

AUDIO.

No hay nada peor que detener un video porque no se entiende lo que la persona dice. Esto suele pasar cuando usamos el micrófono ambiental de la PC o el celular para grabar. Hay micrófonos muy baratos con los que pueden lograrse buenos resultados, como los que se usan para celulares o consolas de videojuegos.

El equipo técnico

Un vlogger puede empezar utilizando solamente una webcam o la cámara que viene instalada en una notebook, pero para lograr una mejor calidad (y por lo tanto, más seguidores y comentarios) es mejor invertir en un equipo técnico básico.

- 1 Cámara y 1 micrófono de buena calidad o 1 Celular de alta gama
- 1 Trípode de escritorio o de pie
- 1 Softbox para instalar sobre una fuente de luz de bajo consumo
- 1 Computadora básica para editar
- Software de edición simple (iMovie o Windows Movie Maker)

Cuando ya está elegido el tema, es hora de hablar a cámara, y en ese momento empieza la guerra contra los nervios. Lo mejor que se puede hacer es imaginar que del otro lado de la cámara está tu mejor amigo, alguien que disfruta de escucharte hablar y no va a juzgar lo que digas. Es normal que en tus primeros video blogs hables demasiado rápido, no hagas pausas, y se mezclen tus ideas. No hay apuro, y lo

que digas se puede repetir mil veces. Tampoco es necesario que salga perfecto, sino que se entienda lo que estás diciendo y que las palabras reflejen lo que está en tu corazón.

Muchos vloggers suben el video directo, de principio a fin, de lo que han dicho a cámara. Otros prefieren revisar lo grabado y cortar las partes que sientan como aburridas o repetitivas, para mantener el video final lo más corto posible.

Estudia los videos de

Sebastián Villalobos

El éxito de Sebastián tiene que ver con la forma en que habla a la gente. Hace pausas, modula bien su voz, gesticula con las manos para reforzar lo que dice y mantiene la mirada a la cámara. Se siente como si fuera el mejor amigo del que está viendo.

Caelike (videos de la lista «Be You»)

En los últimos años, la popular Caeli empezó a hacer un segundo video semanal dedicado a tips de belleza y cuestiones más personales que sus entregas cómicas de los miércoles. En estos videos ella se sincera y muestra un lado más vulnerable, sin perder el sentido del humor.

Dross (canal «Los Vlogs de Dross»)

Dross tiene el mejor léxico de cualquier youtuber, y es un placer verlo expresar ideas de lo más complejas. A diferencia de Caeli o Sebastián, no suele cortar sus videos, pero usa otros recursos, como *zooms* (acercamientos de cámara), golpes de sonido y musicalización.

El canal del Vlogger

Los videos del vlogger siempre son personales, expresiones de su punto de vista sobre el mundo y sobre su propia vida. Estos son los videos característicos que podemos ver en el canal de un vlogger.

50 cosas sobre mí

Lo primero que hay que dejar atrás para ser un buen vlogger es la vergüenza. Hay que estar listo para revelar miedos, deseos y secretos, y este tipo de videos es ideal para darse a conocer a un público. Los videos de «50 cosas» son simplemente listas de

características que quizás nuestros seguidores no sepan sobre nosotros, o respuestas a preguntas que ellos quieran saber. En general son cincuenta porque se busca la variedad, saltar de confesiones personales a detalles triviales, lo importante, como siempre, es la honestidad. La lista se puede escribir de antemano, pero lo mejor es encender la cámara y hablar desde el corazón. Siempre se puede cortar en edición lo que no quieras mostrar.

Cómo somos

Una de las reglas básicas para jóvenes escritores es limitarse a hablar de lo que uno sabe. Es un buen consejo, ya que aunque creas que tu experiencia en la vida no es mucha, tu poder de observación es clave en tu camino a convertirte en un gran youtuber. Cuando no encuentres un tema para un video, la inspiración puede venir de tu propia experiencia, de tu vida diaria, y de las cosas que te llaman la atención. Los videos de «Cómo son» generan mucho interés del público porque la gente se siente identificada, y además te sirven para mostrar tu sentido del humor y el punto de vista, que te ayudará a crear una comunidad. Los temas son los típicos: ¿cómo son los novios y las novias?, ¿cómo es la gente de mi país?, ¿cómo son los mejores amigos? Mirando las listas de videos de los youtubers más populares de todo el mundo podemos encontrar mil variantes de esta simple pregunta.

El momento que cambió mi vida

Hay hechos que marcan un antes y un después en nuestras vidas. La muerte de un ser querido, el primer amor, una amistad rota. Son momentos que recordamos como si hubieran ocurrido ayer y que forman parte de nuestra personalidad. No es una buena idea que tu primer video sea una confesión profunda, pero cuando tengas una comunidad formada, y un grupo de seguidores que quieran saber más sobre tu vida, puede ser el momento de compartir las historias que te marcaron.



No hay nada que funcione mejor que el humor en YouTube, pero que mucha gente lo haga no significa que sea fácil. Entre los canales de comedia más populares hay sketches en el estilo de «Chespirito», parodias de canciones y comerciales, humor experimental y, en especial, monologuistas cómicos que hablan de la vida cotidiana.

Este es el estilo de «Hola Soy German», Werevertumorro, o Luisito Rey, que hablan directamente a cámara como un video blogger pero trabajando con un tema que busca ser del interés de su público, y con una planificación mayor. Algunos de estos youtubers trabajan con un guion completo, escribiendo palabra por palabra lo que van a decir. Otros utilizan una lista de ideas y parten de esa base para buscar la forma más cómica de expresarlas, y también están los que improvisan a cámara varias veces y de ahí eligen la mejor toma para el video final.

3 Tips

SMILE.

No pienses en lo que podría resultar gracioso para tu audiencia, sino en lo que más te haga reír. Si tus videos son divertidos, van a encontrar un público que comparta tu sentido del humor.

PLAN.

La primera parte, la del guion, es la más importante. Hay que visualizar el video completo, de principio a fin, con todo lo que se te ocurre que pueda llegar a tener. Lee en voz alta el guion al terminarlo para asegurarte de que sea divertido, si está mal, no hay edición que lo salve y todo el trabajo de los días siguientes será en vano.

LUZ.

Si para los vloggers lo más importante es el audio, para los comediantes la iluminación es clave, porque un video oscuro siempre va a parecer deprimente. Es ideal encontrar un espacio amplio donde grabar, con paredes blancas que hagan destacar las figuras de los actores. Algunos (como Mox de whatdafaqshow) prefieren usar pantalla verde y fondos virtuales. Profundizaremos sobre esta técnica en próximos capítulos.

El equipo técnico

La iluminación es clave para los comediantes, pero también es importante buscar un micrófono que te permita moverte sin restricciones.

- 1 Cámara semiprofesional y (al menos) 1 micrófono «corbatero» BlueTooth de buena calidad
- 1 Trípode de escritorio o de pie
- Al menos 2 Softbox para instalar sobre focos de buena potencia
- 1 Computadora básica para editar
- Software de edición simple (iMovie o Windows Movie Maker)

Pero la comedia no solo está en lo que se dice, sino en cómo se dice. Mientras que los vloggers hablan en un tono natural, los comediantes exageran cada palabra, cada gesto, juegan con la voz creando personajes y hasta cantan, todo con tal de sacarte una sonrisa. Los comediantes eligen un plano de cámara más abierto que los video bloggers, donde se ve medio cuerpo, al menos de la cintura para arriba, para poder desplazarse y gesticular para enriquecer cada detalle cómico.

Un monólogo a cámara de 5, 7, o 10 minutos puede ser muy divertido, pero la mayoría de los comediantes de YouTube mezclan sus observaciones sobre la vida cotidiana con pequeñas escenas interpretadas por ellos mismos o por sus amigos.

Estas escenas, que pueden durar solo segundos, sirven para ilustrar el humor del resto del monólogo. Si el comediante habla de los castigos de los padres, puede aparecer en una escenita interpretándose a sí mismo de pequeño y salir, en otro plano, con una peluca actuando de su propia madre. En general estas pequeñas escenas (sketches) no tienen mucha utilería ni vestuario, y esa producción de bajo presupuesto suma al humor en vez de restar.

El toque final se da en la edición. Los mejores comediantes saben cortar todo lo que no sea gracioso, y elegir las mejores tomas para cada uno de los chistes escondidos en el video. Además, muchos de ellos suman otras cosas: efectos de sonido, textos sobre la imagen, transiciones y efectos visuales simples que enriquecen el humor. Los comediantes suelen hacer pocos videos por semana, porque cada uno de los pasos toma su tiempo. Lo ideal es tomarse un día para hacer el mejor guion posible, otro día para grabar todas las veces que sea necesario, y un tercero (¡o más de uno!) para editar y sumar los efectos.

Estudia los videos de

Hola Soy Germán

Es una buena idea estudiar cómo el estilo de Germán fue evolucionando desde sus primeros videos. Al principio eran más improvisados, pero el ritmo era menor y los chistes estaban más espaciados. Los más nuevos tienen mucho más trabajo.

Werevertumorro

Gabriel Montiel juega con distintos tipos de humor en sus videos, y en general su ritmo es mucho más acelerado que el de Germán. Mientras el chileno interpreta a todos los personajes en las escenas que alterna con su monólogo, Montiel recluta a sus amigos y los hace participar como actores.

Luisito Rey

Los mexicanos son los reyes de la comedia en YouTube, y a pesar de compartir nacionalidad con Gabriel, el estilo de Luisito es muy distinto. Utiliza la parodia para reírse de la vida cotidiana, y a veces de los mismos youtubers, además de aprovechar recursos como el humor absurdo, la música, y efectos especiales para hacer más variados sus videos.

El canal del comediante

¿No se te ocurre qué tipo de video hacer? Estos son los «clásicos» de un comediante. Los youtubers más populares han realizado sus propias variantes de estos videos que son casi una garantía de éxito.

Personajes

Desde el nacimiento del teatro, los actores cómicos descubrieron un truco que aún hoy sigue funcionando: la mejor manera de decir lo que no nos atrevemos es a través de un personaje. Esta «máscara» nos permite expresar ideas que quizás nos avergüence compartir, y a la vez nos invita a exagerar nuestro sentido del humor y jugar a ser otra persona. Muchos youtubers crean sus personajes (la Juanxita de Caeli, el Noob de DeiGamer) para reírse de características de la gente, mientras que otros, como Gabo Montiel de werevertumorro o Mox de whatdafaqshow, interpretan versiones exageradas de sus propias personalidades.

Desafíos

Cada vez están más de moda los desafíos en redes sociales, retos que se viralizan e invitan a los youtubers a formar parte de todo tipo de experiencias. El «Ice Bucket Challenge» de 2014 fue el punto de partida. Como parte de una campaña contra la esclerosis lateral amiotrófica, los participantes debían lanzarse un balde de agua helada en el cuerpo y retar a tres amigos más a que lo hagan. En los últimos años se han realizado variantes de forma periódica: el «cinnamon challenge» que reta a youtubers a comer canela sin tomar agua, el «cómelo o pónelo» y experiencias de terror famosas como el juego de la ouija o el «Charlie Charlie». Estos desafíos suelen generar videos divertidos, y a la vez ayudan a que tu canal pueda salir en el buscador de YouTube cuando alguien busque este tipo de acciones.

Colaboraciones

Hay un refrán que dice que «dos cabezas piensan mejor que una», y en el caso de YouTube suele ser verdad. Una forma de sumar variedad a tu canal y de generar algo original es colaborar con otros youtubers, en especial si se conocen personalmente. No solo es una gran oportunidad para combinar dos comunidades, sino que al sumar la perspectiva de otra persona podemos descubrir formas distintas de hacer nuestros propios videos. Esto también se aplica para los creadores que recién están empezando, y para los que el apoyo de un youtuber conocido podría significar miles de seguidores de la noche a la mañana.



Los youtubers que se dedican principalmente a videojuegos merecen una categoría aparte, aunque en general adaptan las mismas técnicas al mundo del *gaming*. Este tipo de youtubers prueba todo tipo de juegos y la diversión nace no del juego en sí sino de la forma en que narran lo que están haciendo y reaccionan a lo que ocurre.

La técnica más simple para producir videos de *gaming* es grabar lo que ocurre en el juego mientras, usando un micrófono tipo headset, se narra lo que se está haciendo. Esta narración puede ser simultánea, o el youtuber puede grabar primero el video y luego realizar la locución sobre el material grabado. Este estilo suele ser el más apropiado para los que quieren mostrar técnicas de juego o comentar sobre la calidad de lo que están jugando.

Pero la mayoría de los youtubers de *gaming* prefieren grabarse mientras juegan, usando una cámara en simultáneo para capturar las expresiones, grabando a la vez el juego, la narración, y las expresiones del que juega. Esto requiere un trabajo técnico adicional, pero cada vez son más las aplicaciones gratuitas que permiten hacer esto en

PC, mientras que las consolas de videojuegos PlayStation 4 y Xbox One ofrecen la posibilidad de grabar o transmitir video en vivo utilizando cámaras especiales.

3 Tips

JUGAR.

No hay nada peor que jugar un juego por primera vez frente a un público (a menos que esa sea la idea del video). Siempre es mejor jugar una o dos horas antes de empezar a grabar, para poder narrar sin tener que prestar atención a tutoriales o videos que explican la historia.

ELEGIR.

Los juegos indicados para YouTube son los que permiten al jugador cierto control sobre lo que pasa. Juegos de acción que no se detengan nunca suelen ser una mala idea, ya que es imposible mantener la concentración requerida para hablar y para jugar. También es mala idea elegir juegos con mucho texto como aventuras gráficas o juegos de rol que obligan al youtuber a pausar para leer.

EXPLICAR.

El gamer que conoce muy bien su juego favorito suele olvidar que la gente que está viendo probablemente nunca lo haya jugado. Es importante explicar por qué uno está haciendo cada cosa, en especial con juegos que involucren el uso de menús o estrategia.

El equipo técnico

Las nuevas consolas han simplificado los requerimientos para grabar gameplay (videos de juego) simple pero para realizar videos más complejos siempre será necesaria una PC.

- 1 Computadora preparada para *gaming* o
- 1 Consola moderna (PlayStation 4 / Xbox One)
- 1 Cámara y 1 micrófono de buena calidad o
- 1 Cámara de PS4 / Xbox One con un headset oficial
- Software de edición simple (puede ser el que viene incluido con las consolas)

Los videos de los youtubers de *gaming* suelen ser más largos que los de las otras categorías. Son muy populares los llamados «Let's Play» («juguemos» en inglés) en los que un youtuber experimenta un juego de principio a fin, con narración en vivo. Se busca transmitir la sensación de jugar con un amigo, comentando cada una de las

cosas que hace.

En los últimos años YouTube ha implementado formas de transmitir eventos en vivo, y a fines de 2015 abrió una división dedicada a los videojuegos llamada YouTube Gaming, que invita a los youtubers a jugar en vivo desde su PC o consola. Otras plataformas como Twitch proponen algo similar, y también están integrados a PlayStation 4 y a Xbox One. El youtuber que quiera dedicarse a los videojuegos debe tener una mente activa y una buena concentración, ya que hablar y jugar a la vez no es algo fácil pero, como todo, es una habilidad que se desarrolla con la práctica.

Estudia los videos de

Vegetta666

Este youtuber español tiene un estilo personal muy narrativo. Aunque son muchos los juegos que prueba, se especializa en Minecraft y tiene la capacidad de explicar lo que está pasando, además de convertir lo impredecible que ocurre en cada partida en una pequeña historia.

ElRubius

No es estrictamente un youtuber gamer, pero mucho del contenido de su canal tiene que ver con videojuegos, desde videos de gameplay normales hasta elaboradas parodias en las que participan sus amigos. A diferencia de Vegetta, Rubius graba largas sesiones de juego y las edita en videos cortos.

PewDiePie

El youtuber más popular del mundo se dedica casi exclusivamente a los videojuegos. En sus videos con mayor cantidad de visualizaciones se dedica a probar todo tipo de juegos, reaccionando de forma exagerada, sustos, gritos, lo que sea. PewDiePie es famoso por su expresividad.

El canal del gamer

Cada gamer elige sus juegos favoritos y se dedica casi exclusivamente a hacer videos sobre ellos... pero también hay «comodines», experiencias que siempre generan una buena respuesta por parte del público y por lo tanto son grandes ideas cuando no hay un juego nuevo para probar.

El juego del momento

Un youtuber especializado en videojuegos está siempre al tanto de lo que está pasando en el mundo del *gaming*. Hay juegos que parecen diseñados para llamar la atención de Internet, y conviene identificarlos en el momento justo para tener un video colgado cuando el público masivo empiece a buscar este tema. Los juegos que se vuelven fenómenos no suelen ser los que más publicidad generan ni los lanzamientos de mayor categoría comercial, sino pequeños juegos independientes que se popularizan de forma viral. Es lo que ocurrió con juegos simples pero adictivos agar.io y su sucesor slither.io, con ejemplos originales y extraños como Yandere Simulator y, en especial, con juegos de supervivencia como Ark, RUST, y The Culling.

Reacciones de terror

Todos los gamers hacen este tipo de videos, y no es difícil entender por qué. Son muy divertidos de grabar y el público ama ver los gritos de terror de sus youtubers favoritos. La moda la empezó PewDiePie, el youtuber más exitoso del mundo, y la clave está en generar un buen ambiente. Una webcam, un buen micrófono, las luces apagadas, y el juego indicado. La serie Five Nights at Freddy's, aunque ya haya saturado al público, es un ejemplo de lo popular que se volvió este estilo de videos, que en general funciona bien con juegos de terror orientados a la supervivencia, la exploración, y lo sobrenatural.

Juegos imposibles

En los últimos años se han vuelto a poner de moda los juegos de alto nivel de dificultad, que obligan al gamer a repetir múltiples veces cada nivel o cada combate hasta superarlo. Este tipo de juegos genera en el espectador algo similar a los juegos de terror: las emociones del youtuber se vuelven tan intensas, que es como si el espectador fuera el que está jugando. Entonces, cada triunfo se siente como una verdadera victoria compartida, algo que ha popularizado mucho los videos y streams de la saga japonesa Dark Souls y de arduos juegos independientes como The Escapists o la serie Don't Starve.



YouTube se ha vuelto visita obligada para la gente que quiere aprender a hacer cosas nuevas, desde peinarse para una fiesta hasta cambiar una llanta. Hay canales completos dedicados a «tutoriales», videos cortos que explican claramente cómo hacer algo. Los youtubers que se dedican a este género no son necesariamente expertos en lo que hacen, sino que están dispuestos a aprender y a compartir su experiencia.

Los tutoriales son pequeñas lecciones sobre distintos temas, y buscan ayudar a gente que tiene una necesidad en particular. El que quiera ser un youtuber de esta categoría debe concentrarse en problemas reales para los que pueda ofrecer una solución. «Cómo me maquillo» puede ser un buen punto de partida, pero hay miles de videos con este título en YouTube. Es mejor buscar algo especial que puedas mostrar mejor que nadie. «Cómo maquillarse para una entrevista de trabajo» resaltará mucho más, o «Cómo maquillarse para una entrevista de trabajo en un banco», mientras más específico mejor.

3 Tips

LENTO.

Nuestros primeros tutoriales estarán dedicados a temas que conocemos a la perfección. Pero a pesar de que estemos enseñando algo que hacemos de memoria, tenemos que explicarlo y realizarlo de forma pausada para que la

persona que nos ve pueda absorber el conocimiento.

MÍNIMO.

Tu ambiente de trabajo debe estar limpio para que resalte lo que vas a mostrar. Si el tutorial, por ejemplo, es de tecnología, lo más conveniente es acceder a un escritorio amplio, vacío, de madera clara, en el que se destaquen los componentes.

ESCUCHAR.

Los youtubers que quieren convertirse en consejeros son los que más importancia deben darle a los comentarios del público. Si la gente se queja de que no entiende lo que uno está explicando, debemos revisar nuestras técnicas para hacerlas más claras.

El equipo técnico

Es importante que un youtuber dedicado a los tutoriales tenga una cámara de buena calidad, pequeña para poder ubicarla en el punto en que mejor se vea lo que se está haciendo, pero también capaz de grabar con poca luz. Los celulares de alta gama son perfectos para videos de tutoriales, pero es más difícil controlar la grabación que con una cámara dedicada.

- 1 Cámara y 1 micrófono de buena calidad o 1 Celular de alta gama
- 1 Trípode de escritorio, con patas flexibles
- 1 Kit de iluminación completo para los planos en detalle.
- Software de edición (iMovie, Windows Movie Maker, o preferiblemente algo más avanzado, como una suscripción a Adobe Premiere)

La claridad es lo más importante en un tutorial. No importa que sepas perfectamente cómo hacer algo, sino la forma que tengas de comunicarlo. La primera parte de un tutorial es una presentación corta, a cámara, en la que se explica lo que se va a lograr, en lo posible mostrando el producto final. SÍ es un tutorial sobre instalación de una tarjeta de video en una PC, mostrar el *hardware* instalado y funcionando. SÍ vas a mostrar cómo coser un botón, mostrar el botón cosido.

Después de la introducción pasamos al tutorial en sí. Antes de empezar a grabar es recomendable escribir una lista de los pasos requeridos, y grabar solamente tu voz explicando, con tus propias palabras, lo que hay que hacer para lograr el objetivo. Es conveniente escuchar la grabación para confirmar que la explicación es clara, o mejor aún, enviarla a un amigo para que la escuche y compruebe que con solo nuestro audio se entiende lo que queremos hacer.

El tercer paso consiste de grabar tus acciones. Ubicar la cámara y la luz para que

se vea claramente lo que estás haciendo, y repetir cada uno de los pasos de la lista. Lo mejor es realizar cada paso de forma pausada, no contradecir lo que dice el audio y no realizar pasos adicionales que puedan confundir al que está viendo el video. Las primeras veces conviene repetir más de una vez cada paso, para luego poder elegir en la fase de edición la imagen perfecta.

Finalmente, es la hora de editar. Cada uno de los pasos debe ser ilustrado por imágenes, pero en esta fase se pueden usar otras herramientas del *software* de edición. Repetir más de una vez las imágenes para que se entienda mejor el paso. Usar la cámara lenta para mostrar una y otra vez un movimiento complejo. Remarcar cada uno de los pasos con un título en texto. Hacer acercamientos (*zoom*) para destacar alguna imagen. Lo ideal es empezar con tutoriales sobre temas simples y de a poco ir buscando actividades más complejas, además, hacer tutoriales es una gran excusa para aprender cosas nuevas.

Estudia los videos de

Yuya

La reina de los tips de belleza en YouTube produce de forma regular dos videos por semana, y explica cada consejo con un estilo muy personal, relajado y fresco, sin por eso descuidar el tema que está presentando.

Pro Gadget Review

Germán Conde es un especialista en tecnología español que da claras y concisas explicaciones sobre temas tan complejos como la instalación de un sistema operativo o desconectar a los usuarios no autorizados de tu red *wifi*.

Christianvib

Este experto en música de origen mexicano enseña paso por paso cómo tocar canciones populares en guitarra, trabajando con un plano fijo y muchos agregados digitales. También da clases más complejas de canto y sube las tablaturas de las canciones que enseña a su sitio web.

El canal del consejero

El conocimiento sobre un tema específico no es lo único que hace especial a cada consejero. Aplicar el estilo personal a videos tradicionales es una buena forma de captar nuevos seguidores.

The basics

En la categoría de «consejeros» se encuentran las youtubers que hacen videos de maquillaje y estilo. Si revisamos los canales de las youtubers más populares del género, siempre vamos a encontrar una serie de videos específicos («Cómo elegir un vestido de fiesta», «Maquillaje para una entrevista de trabajo») y, al menos, un video dedicado a lo básico: maquillaje para la oficina o el colegio, combinación de blusa y *jeans* para un día normal, distintas maneras de usar el cabello recogido. Es una forma de captar nuevas audiencias, un punto de entrada para nuevos suscriptores.

Unboxing

El *unboxing* es una categoría en sí misma. Videos que muestran el acto de sacar de su empaque un objeto adquirido de forma comercial, detallando paso a paso el proceso. Estos videos nacieron con los youtubers que se relacionan con la tecnología, ya que presentan una buena oportunidad de demostrar el conocimiento de cada uno de los componentes de una nueva consola de videojuegos, o de explicar cómo se inicializa de fábrica un celular recién adquirido. En los últimos años este estilo de videos se ha expandido, y podemos ver el éxito de desempaques de juguetes, sets de maquillaje, y hasta envíos de paquetes internacionales.

Listas

El formato de listas permite acumular una serie de datos cortos, que no justificarían un video en sí mismos. Consejos, recomendaciones, trucos, tips, cada youtuber tiene una palabra favorita para este tipo de videos que suelen acumular gran cantidad de visitas si se realizan de forma regular. El youtuber de tecnología puede enumerar ocho formas de acelerar una PC, la youtuber de belleza y estilo puede hacer una lista de los siete elementos básicos de un kit de maquillaje, y un youtuber dedicado a la cocina, cinco ideas para recalentar las sobras del día anterior.



No existe en el mundo mejor plataforma que YouTube para lanzar una carrera artística. La historia de Justin Bieber, descubierto por su manager a través de su canal, es la más reconocida, aunque son miles los artistas de todo el planeta que han ganado fama gracias a videos viralizados en YouTube.

Sin embargo, YouTube es una plataforma saturada de cantantes y músicos que quieren triunfar, así que para destacar hay que prestar aún más atención a las tendencias y modas que elevan a los canales más populares a la cima.

Es muy difícil popularizar un canal de YouTube con canciones originales. Hay que tener en cuenta que no estás compitiendo contra otros youtubers sino con los canales oficiales de los músicos más populares de todos los géneros. La mejor manera de viralizar es realizando versiones personales de tus canciones favoritas, lo que se llaman «covers», con un estilo que sea tuyo propio y que nadie más pueda imitar.

La calidad de imagen y audio del canal de YouTube de un artista debe ser la más alta posible. A pesar de que en los inicios de YouTube los videos a capella eran muy populares, hoy es más común grabar sobre una pista de audio profesional. Muchos youtubers prefieren preparar cuatro o cinco canciones y alquilar un estudio

profesional para grabar sus videos, lanzarlos en distintas fechas y ofrecer versiones para descargar en formato MP3.

3 Tips

IMAGEN.

Un artista es mucho más que su voz o su música, y debe transmitir emociones a través de su rostro y cuerpo. Para grabar un video musical en YouTube, aunque sea solo un artista y su micrófono, es importante que tu imagen represente tu estilo. No es necesario maquillarse como una modelo, pero sí un *look* que refleje tu personalidad.

ÉXITOS.

Empezar haciendo «covers» de tus canciones favoritas puede servir para que ganes confianza en tus habilidades como artista, pero la forma en la que se puede viralizar rápido es haciendo versiones de las canciones que estén de moda en el momento.

COLABORACIÓN.

La comunidad de músicos y cantantes de YouTube es enorme, y participar de ella es una buena manera de conocer gente nueva, recibir consejos, y colaborar en proyectos musicales más ambiciosos.

El equipo técnico

Un artista que quiera trabajar desde su casa necesita tener un espacio bien acustizado (algo que se puede hacer de forma relativamente económica), un micrófono profesional y el equipo necesario para editar video y audio.

- 1 Cámara de buena calidad
- 1 Micrófono profesional
- 1 Trípode de escritorio o de pie
- 1 Softbox para instalar sobre una fuente de luz de bajo consumo
- Software de edición simple (iMovie o Windows Movie Maker)
- Software de edición de audio (Audacity es una buena opción gratuita)
- OPCIONAL: Alquiler de un estudio profesional

Los seguidores de los artistas de YouTube no quieren solamente la música, sino sentir una conexión personal con el cantante o músico que han descubierto. Es importante responder comentarios, mantener una presencia activa en redes sociales y

alternar videos musicales con expresiones más personales como video blogs. Los canales de YouTube para músicos también tienen una variedad de opciones adicionales que permiten dar información personal, proveer enlaces a descargas de canciones, y, cuando tengas un evento para presentarte en vivo, puedas invitar a tus seguidores.

Pero lo primero, aunque parezca obvio, es el talento y la preparación. Los videos en YouTube quedarán activos durante años (aún se pueden ver los primeros de Bieber, en su canal kidrauhl) y tus seguidores se darán cuenta si empiezan a «desaparecer» los videos que dejan de gustarte. Lo que vayas a subir a YouTube tiene que ser lo mejor que puedas hacer, videos que te llenen de orgullo.

Estudia los videos de

Lindsey Stirling

Una violinista californiana que empezó su canal de YouTube a los 20 años y se hizo famosa de forma viral, con sus videos que mezclaban originales interpretaciones de éxitos musicales con elaboradas coreografías. Su canal alterna videos grabados, música en vivo y video blogs personales.

Juan Solo

Este artista abandonó la carrera de medicina para dedicarse a la música, y cuando todas las discográficas le cerraban las puertas abrió un canal de YouTube que alcanzó miles de visualizaciones y lo convenció de lanzarse como artista independiente.

YosStoP

Son muchos los youtubers famosos por sus vlogs o videos cómicos que deciden empezar una carrera musical. La mexicana YosStoP que mezcla la música y el humor, es una de ellas, pero también lo han hecho el argentino Julián Serrano (como «Jota Esse») y la española Yellow Mellow entre otros.

El canal del artista

El catálogo de YouTube está repleto de aspirantes a estrellas, y es muy difícil destacar entre esa multitud. Los artistas que lo han logrado se han aprovechado de estrategias virales para popularizar sus videos.

Canciones de personajes

Nada viraliza más en YouTube que el humor, y en los últimos años se han popularizado las canciones que nos muestran el punto de vista de un personaje histórico o de ficción. Ninguno de estos proyectos ha sido más exitoso que el canal Epic Rap Battles of History (ERB), que enfrenta a dos figuras de la historia en una batalla rapeada. El buen recibimiento de estas parodias ha permitido a los creadores del canal lanzar carreras serias como músicos y animadores (en particular al artista de hip-hop conocido como Nice Peter). El artista Paint (Jon Cozart) ha logrado millones de visualizaciones con sus videos de «Harry Potter» o «El Señor de los Anillos» en 99 segundos. En español, DeiGamer hace algo similar con sus batallas entre personajes, algo que él admite es un ejercicio para una carrera más seria como artista.

Covers en otro estilo

Cambiar el estilo musical de una canción es una manera altamente efectiva de viralizar a un artista. En Argentina son muchos los canales como Cumbia Drive, que han logrado miles de suscriptores versionando éxitos pop en clave de música local. De la misma forma, los músicos que quieren demostrar su virtuosismo pueden adaptar música popular al instrumento de su preferencia. La violinista Taylor Davis ha logrado millones de visualizaciones interpretando música de videojuegos en violín. El grupo instrumental de cello Break of Reality alterna música original con covers de bandas populares como Tool, Weezer, Metallica y un clásico: la melodía de apertura de «Game of Thrones». Los videos de covers, a pesar de ser canciones de otros artistas, también se pueden monetizar en YouTube, compartiendo las ganancias con el sello editor del original.

Nostalgia

Una fórmula que suele funcionar en canales de artistas es revivir los clásicos de la infancia y la adolescencia con un toque personal. Los ejemplos que mejor tienden a viralizar son las canciones de series animadas de los 80 y los 90, que cruzan las barreras de idioma y nacionalidad. Un gran ejemplo es el canal de Paulo Cuevas, que dio inicio a una exitosa carrera ganando miles de visualizaciones en YouTube con sus covers de series como «Dragon Ball Z» y «Pokémon»



Existen youtubers a los que no les interesa tanto ser el centro de atención, pero que aman contar una buena historia. Estos narradores suelen ser grandes conocedores de todo tipo de temas, y comparten su punto de vista a través de videos que, con solo locución e imágenes, transmiten ideas profundas.

Los youtubers dedicados a los videos narrados pueden hablar de cine, de videojuegos, contar leyendas urbanas de terror o hasta hablar de política, lo que los diferencia de otros youtubers es que prefieren no incluir su vida personal en el contenido de sus canales.

3 Tips

PAUSAS.

La velocidad con la que uno debe narrar es más lenta que el ritmo que tenemos para hablar. El entusiasmo puede hacer que uno hable demasiado rápido haciendo el video imposible de entender. Si el video está muy largo, quizás se puedan hacer cortes en el guion.

INVESTIGACIÓN.

Antes de grabar un video sobre el tema que sea, lo primero que hay que hacer es una búsqueda profunda de información. Internet está repleta de fuentes informativas, pero en general son poco confiables, en especial los foros de discusión y sitios tipo «wiki» en los que los datos no están confirmados. Es importante buscar la mayor cantidad de fuentes de confianza, porque en las secciones de comentarios siempre habrá alguien que sepa del tema y cuestione nuestra investigación.

DERECHOS.

Los narradores utilizan fotos, videos y música de muchas fuentes distintas, incluyendo enciclopedias digitales, otros canales de YouTube, y sitios varios de Internet. El problema es que este contenido podría estar protegidas por las leyes de derechos de autor, y los dueños de esas imágenes podrían obligarte a sacar el video de tu canal. En el capítulo 8 analizamos la forma de evitar reclamaciones de ContentID que podrían hacer que pierdas tu canal.

El equipo técnico

El narrador necesita, principalmente, el equipo correcto para grabar audio de buena calidad y una herramienta poderosa de edición que le permita agregar imágenes impactantes a sus historias.

- 1 Cámara y 1 micrófono de buena calidad
- 1 Trípode de escritorio o de pie
- 1 Softbox para instalar sobre una fuente de luz de bajo consumo
- Software de edición complejo (Lightworks o Adobe Premiere)

Los videos narrados suelen tener un guion. Se puede trabajar con un texto detallado de principio a fin o con una serie de puntos de los que se quiere hablar, como apuntes que guían la narración para que no quede acartonada. En base al guion se hace el trabajo posterior de edición, eligiendo imágenes que ilustren perfectamente lo grabado. Los youtubers más profesionales suman efectos especiales, infografías y texto que describe lo que estamos viendo.

Es común que los youtubers de esta categoría tengan un formato que van repitiendo con distintas variaciones. Dross, por ejemplo, tiene sus listas de «las 7 casas más aterradoras del mundo» o «7 hechos terroríficos que no tienen explicación». Estos formatos funcionan como series de televisión, motivando a un espectador que recién los descubre a ver los «episodios» anteriores, y haciendo que los seguidores esperen con ansias el siguiente.

Algunos de estos youtubers (por timidez, o por elección) ni siquiera usan sus propias locuciones, sino programas sintetizadores de voz como el popular Loquendo TTS. El problema con este tipo de programas es que no permiten controlar el ritmo de lo que se está contando, por lo tanto los videos quedan impersonales y es difícil que un espectador se convierta en suscriptor.

Estudia los videos de

Mundo Desconocido

José Luis Camacho fue testigo de un avistamiento OVNI en su infancia y desde entonces ha dedicado su vida a investigar los fenómenos sobrenaturales. Es uno de los youtubers más antiguos y más respetados de España, y es interesante ver su evolución desde un hombre que hablaba tras un escritorio a sus nuevos videos que utilizan todas las posibilidades técnicas de YouTube.

Dross (listas de siete)

En los últimos años Dross generó estas exitosas listas de siete cosas: hechos sobrenaturales, personajes, escenas borradas del cine... estos «tops» enumeran cosas que capturan el interés de este youtuber, que investiga cada una en detalle y las narra con su estilo personal, tan oscuro como un libro de H. P. Lovecraft.

Loulogio

Muchos de los videos de este youtuber español se han viralizado, en especial los que se burlan de pésimas películas de clase «B». Loulogio es ingenioso, sarcástico, y llena sus comentarios de referencias a la cultura pop.

El canal del narrador

Los narradores siempre tienen algo original para contar, historias que nadie haya escuchado antes, o al menos no como este narrador las cuenta. Para los narradores, los temas pueden variar, pero hay una serie de formatos que siempre generan interés en el público.

TOP 10

Los videos en forma de «top» son un clásico de los narradores. Son listas de temas que quizás no justifican un video completo, pero acumulados representan la enumeración de fenómenos fascinantes. A veces las listas implican una valoración

por parte del narrador («los 10 mejores capítulos de Breaking Bad») y a veces son solamente catálogos de temas de interés («10 novelas que predijeron el futuro»). La estructura suele ser en cuenta regresiva, empezando desde la décima posición y prometiendo que el primer puesto siempre será el más impactante. Muchos sitios profesionales producen videos de «Top 10» pero algunos youtubers se atreven a hacerlo de forma individual, en particular Dross, que les da su toque personal y las hace de siete puestos.

Reseñas

El narrador también puede ser crítico, analizando películas, videojuegos, cómics, libros, series de televisión, discos... lo que sea que llame tu atención. Un formato apropiado para estos videos da una pequeña introducción de la obra (contando la historia, sus responsables principales, y tus expectativas al respecto), desarrolla un análisis basado en tu punto de vista personal y cierra usualmente con una valoración que puede ir del 1 al 10 o usar un sistema propio de puntuación. Este tipo de videos funciona mejor mientras más cerca esté de la fecha de lanzamiento de la obra que estés analizando. Una película debe ser reseñada en el mismo fin de semana que se estrena, mientras que con una serie de televisión es ideal hacerlo de inmediato, menos de 24 horas después de la transmisión inicial del episodio.

Teorías

El youtuber de tipo narrador tiene una visión más profunda que el espectador promedio, y es capaz de encontrar facetas ocultas en todo tipo de obra. Los videos de teorías analizan series, novelas, videojuegos, cómics o películas en busca de verdades escondidas, o señales de lo que puede pasar en futuras entregas. Estos videos deben estar guionados y estructurados de forma meticulosa, para no dejar lugar a la duda, y en general suelen tener una cantidad de comentarios y respuestas alta. Por lo tanto, son ideales para generar una comunidad activa en tu canal.



1 *El primer paso es grabar.*

Pararte frente a la cámara, presionar el botón REC y decir lo primero que te venga a la mente. Una anécdota de tu infancia, lo que merendaste ayer, algún secreto, lo que más te gusta de la persona que te gusta. Lo que sea.

2 *El segundo paso es verse.*

Y lo más probable es que no te guste nada. La respuesta normal a verse grabado es identificar de inmediato cada uno de nuestros defectos. La voz es muy aguda o muy nasal, nos vemos nerviosos, nos da vergüenza. Es una reacción natural, y por eso lo importante es concentrarse en lo bueno. En lo que queremos mostrar en YouTube. Puede ser que sea tu sentido del humor, tu opinión sobre las cosas, un talento que te diferencia de los demás.

3 *El tercer paso es la búsqueda.*

No hay una sola manera de grabar videos para YouTube, pero buscando y experimentando vas a encontrar la que mejor se adapta a tu forma de hacer las cosas. Algunos youtubers escriben guiones detallados, imaginando el video completo antes de empezar a grabar. Otros prefieren improvisar y dejar que el instinto marque el camino. Y están los que buscan un punto intermedio, armando una lista de puntos para no perder el hilo de lo que están diciendo, pero dejando que las ideas fluyan naturalmente.

Lo hagas como lo hagas, al grabar un video estás buscando transmitir una idea de forma divertida, captar la atención del público comunicando algo a través de tus palabras. En este capítulo vamos a conocer técnicas para hacer que esa comunicación sea perfecta. Algunas de estas técnicas tienen miles de años, y vienen del teatro y de la poesía. Otras son más modernas, y son las que usan los presentadores de televisión, los actores de cine, y tus youtubers favoritos.

Cómo soltar la lengua

¿Qué es lo que hace a los youtubers la voz de una generación? En todas las entrevistas, encuestas, y artículos sobre el tema, una palabra destaca por sobre todas:

«real». La principal característica de un youtuber es su honestidad, mostrarse en cámara como realmente es.

Pero esto no quiere decir que los youtubers se comportan en la vida real como son en sus videos. Cualquiera que haya visto una entrevista a ElRubius o Germán Garmendia sabe que lo que vemos en YouTube es una versión ligeramente exagerada de la personalidad real, que resalta las mejores cualidades de cada uno, sin perder la esencia de honestidad que los diferencia del resto.

¿Y cuáles son TUS mejores cualidades? ¿Qué es lo que te diferencia de los demás? Quizás sea tu forma de contar una anécdota, quizás sea tu sentido del humor, o quizás lo descubras en tu video número 5, 10, o 20. La práctica no solamente te hará ser un mejor youtuber, sino que te ayudará a descubrir aspectos de tu personalidad que no conocías.

Una parte importante de descubrir tu propia voz es educarla. Porque de nada sirve lo que tengas para decir, si lo que estás diciendo no se entiende bien.



La velocidad

El problema número uno de los youtubers que recién empiezan es que hablan demasiado rápido. Es normal que el entusiasmo por comunicar tus ideas y el miedo a aburrir a la gente te haga acelerar el ritmo, pero esa velocidad puede hacer que tus palabras no se lleguen a escuchar bien y que, por lo tanto, tu público pierda el interés.

Un buen consejo para ajustar la velocidad es imaginar tu video como si fuera un viaje. El primer minuto es la partida, el último minuto es el punto al que estás llevando a tu público. El objetivo no es llegar lo más rápido posible, sino disfrutar ese viaje. Cuando estés llegando a un punto importante de tu «viaje», es el momento de bajar la velocidad, dejar que tu público entienda el valor de ese momento, que lo disfrute, y de ahí acelerar una vez más. Cambiar la velocidad de tu habla es una gran estrategia para mantener el interés de un espectador.

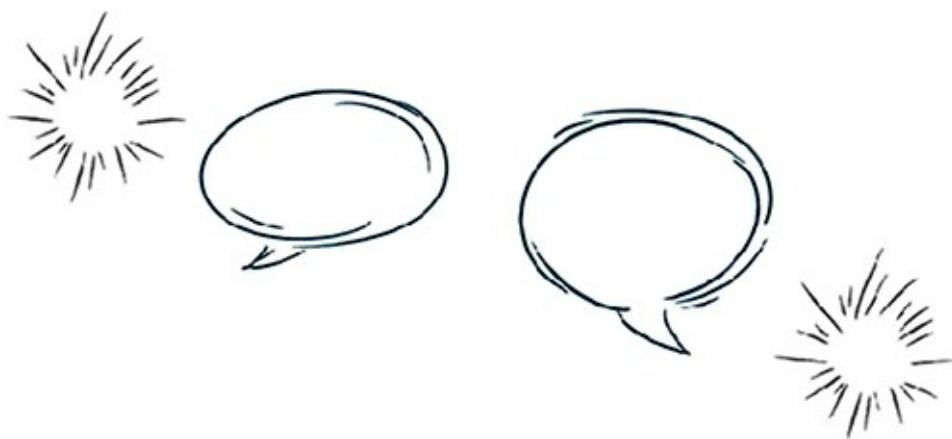


La repetición

Todos tenemos palabras que repetimos de forma constante. Seguramente tengas un amigo para el que todo es «fabuloso», o un tío que dice «exactamente» todo el

tiempo. Algunas de estas palabras (conocidas como «muletillas» por la forma en que te ayudan a expresar una idea) son parte de nuestra personalidad, pero muchas veces las usamos para que no se note que no se nos ocurre qué decir, y el público de YouTube es muy perceptivo para ese tipo de cosas.

No es necesario cambiar tu forma de hablar o corregir el uso de las palabras que más te gustan, pero el uso de palabras repetidas a veces demuestra falta de confianza en uno mismo, en especial los «emmm» y «eeeh» entre frase y frase. Cuando veas uno de tus videos, trata de identificar estas palabras y sonidos... ¿los estás usando porque te gusta como suenan, o para cubrir una pausa? En YouTube tenemos la gran ventaja de que lo que digas en cámara se puede editar, así que no tengas miedo a las pausas, y no trates de llenar el silencio con palabras que no necesitas. El amo de las pausas en YouTube es Dross Rotzank, que entre idea e idea hace silencio y mira a cámara, como dejándote un momento para respirar y procesar lo que acabas de escuchar.



El micrófono

Un video de YouTube puede tener la peor calidad de imagen, pero nadie perdona el mal audio: si tu voz no se escucha bien, lo más probable es que ningún espectador quiera ver tus videos hasta al final, no importa cuán interesante sea lo que estás diciendo.

Hay muchos tipos de micrófono que pueden ayudarte a mejorar la calidad de tus videos, y lo más importante es que te permitan hablar con tu voz natural y que se escuche bien, que no tengas que gritar ni hablar más agudo de lo normal. En general los micrófonos de teléfonos celulares o notebooks suelen distorsionar el audio, por

eso la mayoría de los youtubers usan micrófonos simples de escritorio con aislamiento de sonido (llamados cardioides) o los mismos «headsets» que se utilizan para jugar videojuegos en Internet.

Además, el micrófono es una herramienta que te puede ayudar a expresarte mejor. Comprar un micrófono nuevo es una oportunidad para experimentar con la mejor distancia para que se te escuche, y los efectos que se pueden lograr cambiando esa distancia, soplando, o alterando el tono de tu voz.

Ejercicios

Tu voz tiene que ser personal, natural, y real, pero tu forma de hablar no puede ser una barrera entre tu canal y tus espectadores. Aunque YouTube no es televisión, y nadie espera que hables como un presentador de noticiero, repetir estos cuatro simples ejercicios garantiza que tus palabras se entiendan a la perfección, sin importar la velocidad a la que estés hablando.



Trabalenguas

Siempre vas a encontrar palabras que te causen dificultades, en general las que repiten sílabas, las que te tienen muchas erres, o las que vienen de otros idiomas. El mejor truco para mejorar tu articulación (la pronunciación clara de las palabras) es repetir trabalenguas hasta que te salgan perfectos. Dedicar cinco o diez minutos por día a este ejercicio aumentará tu capacidad de pronunciar las palabras más largas y difíciles. Aquí van algunos ejemplos, pero se pueden encontrar cientos más en Internet.

- «¿Cuánta madera roería un roedor si los roedores royeran madera?»
- «La sucesión sucesiva de sucesos sucede sucesivamente con la sucesión del tiempo.»
- «Erre con erre guitarra, Erre con erre barril. Rápido corren los carros, Cargados de azúcar al ferrocarril»



El lápiz

Un ejercicio muy utilizado en el entrenamiento de locutores de radio. Solamente se necesita un lápiz común (pero sin punta, ya que puede ser peligroso) que vas a poner a lo largo de tu boca, de forma horizontal, de forma que obligue a mantener tu boca abierta. Con el lápiz en la boca debemos leer cualquier texto (este libro, por ejemplo) en voz alta, intentando que se entienda todo lo que decimos.

Difícil, ¿no? El objetivo es ejercitar los músculos del rostro, exagerando los movimientos faciales para ayudarte a modular y que tus palabras se entiendan a la perfección. Si estudiamos los movimientos de la boca de los youtubers más populares, es fácil darse cuenta de que la pronunciación es muy importante para expresarse mejor.



Respiración abdominal

No hay nada peor que quedarse sin aire justo cuando uno está llegando a lo mejor de un video de YouTube. La primera técnica y la más importante, es aprender a respirar con la parte baja de los pulmones, de forma que sientas que estás depositando el aire en la parte abdominal.

Para empezar, hay que acostarse boca arriba y poner las manos sobre el estómago. Respirar direccionando el aire a la zona del abdomen (como si quisieras levantar las manos que están con tu estómago), sostener el aire un momento, y expulsarlo.

Entrenarte para respirar desde el estómago no solo te ayudará a sostener el aire por más tiempo, sino que naturalmente servirá para hacer tu voz más profunda y clara, por eso es que los actores de teatro hablan «desde el diafragma» para que su voz alcance las últimas filas de asientos. Este es un ejercicio que conviene hacer durante 10 o 15 minutos, una o dos veces por día - ¡hasta se puede hacer mientras se ven videos en YouTube!





Transmitir emociones

Los mejores youtubers son los que contagian la emoción que quieren transmitir, y para esto es importante conocer cómo cargar de esos sentimientos a nuestra voz. El mejor ejercicio para lograr esto consiste en simplemente leer un texto y solo concentrarse en las emociones en juego. Un párrafo de cuatro o cinco líneas de un libro o un periódico es ideal.

Usando el celular o el micrófono de la computadora, vamos a leer en voz alta, por ejemplo, el párrafo anterior de este libro. Primero en lenguaje neutral, como un locutor de radio. Después vamos a probar varias emociones distintas, exageradas, pero que carguen el texto de distintas emociones:

- *Como si fuese un chiste.*
- *Como si fuese una historia de suspenso.*
- *Como si fuese un cuento para niños.*
- *Como si estuvieras furioso por lo que lees.*

Las emociones deben ser exageradas, y se pueden cambiar por otras cuando sientas que has dominado cada una de ellas. Realizar este ejercicio dos o tres veces por semana no te tomará más de 10 minutos y te ayudará a encontrar nuevos matices en tu voz.

El lenguaje corporal

Nuestra voz comunica exactamente lo que queremos transmitir, y si en el video no sale bien, la podemos corregir hasta que esté perfecta... pero el cuerpo también transmite emociones que pueden ser positivas o negativas, pequeñas señales que podemos corregir o —mejor aún— aprovechar para hacer que nuestros videos capturen al máximo la atención del público.



La mirada

El youtuber es casi como un amigo que, a través de la cámara, te habla directamente,

y por eso tu contacto con el público debe ser franco e inmediato. Mantener contacto visual con el lente de la cámara es esencial, y cada ligero movimiento de tus ojos va a cambiar la forma en la que el espectador se siente con respecto a tu video.

Una de las razones por las que es importante saber exactamente de lo que vamos a hablar antes de empezar, es que cuando estamos tratando de recordar algo, miramos en una dirección o en otra, perdiendo el contacto visual. Es posible que el espectador sienta este desvío de la mirada como aburrimiento por parte del youtuber, por eso debemos tratar de mantener la vista enfocada en la cámara, sin mirar hacia los lados.

Las cejas son una forma ideal de resaltar la importancia de lo que estás diciendo. Es como leer un texto y que algunas palabras estén destacadas en negrita. El ceño fruncido transmite concentración, como explicando al espectador que lo que estás diciendo debe ser pensado en profundidad.

La posición de la cabeza también se puede usar para transmitir una actitud. La cabeza levantada con la barbilla proyectada hacia delante denota una seguridad casi agresiva en lo que se está diciendo. Es una pose que usan muchos youtuber del tipo gamer para defender sus juegos favoritos o responder a una crítica. Bajar la cabeza, en cambio, mientras se mantiene el contacto visual, transmite una sensación de humildad, y es muy común que veamos este gesto en los youtubers dedicados a tutoriales, que explican cómo hacer algo desde su modesta experiencia personal.



La sonrisa

Una de las herramientas más simples para hacer sentir cómodo a un espectador es la sonrisa, pero no cualquier sonrisa. La sonrisa real, y natural, no solo se percibe en la boca sino también en los ojos, ligeramente contraídos. Es la sonrisa que surge del entusiasmo, de las ganas de compartir algo, y hace sentir bienvenido al espectador. Transmite seguridad y calidez.

Y por esa misma razón la sonrisa no es ideal para todos los youtubers. La mexicana Yuya, por ejemplo, mantiene una sonrisa amplia, casi constante, que combina perfectamente con su voz aguda y el tono delicado de sus tutoriales, mientras que la sonrisa de ElRubius es más sutil, levantando a veces solo una de sus comisuras, transmitiendo el humor irónico que tanto disfruta este youtuber español.



Los gestos

Es natural gesticular con los brazos y las manos, y en general lo hacemos de forma inconsciente para resaltar lo que estamos diciendo. Estos gestos son parte de nuestra forma de comunicar, y no es necesario cambiarlos, ejercitarlos ni estudiarlos... pero hay algunos movimientos de manos y brazos que pueden ayudarnos a mantener la atención de nuestro público.

Entrelazar las manos frente al rostro demuestra ansiedad y tensión. Es muy común que los youtubers dedicados a hablar de conspiraciones o de lo sobrenatural pongan las manos en esa posición, a veces posando su barbilla sobre los dedos entrelazados. También se puede notar que los youtubers que hablan de temas que conocen bien juntan las manos, pero solo las puntas de los dedos, una imagen que se relaciona con la arrogancia, pero también con la sabiduría. Las manos abiertas, que muestran las palmas, transmiten sinceridad, mientras que los puños cerrados dan a entender que la persona oculta algo.



El cuerpo

Nadie, ni siquiera una modelo internacional, está del todo cómoda con su cuerpo. Hay ciertos movimientos, gestos y posturas que tienen que ver con el instinto de querer ocultar defectos físicos (reales o imaginarios) y que generan la respuesta opuesta en el público, atrayendo la vista hacia lo que queremos esconder.

La señal más común de inseguridad es la postura encorvada. No importa dónde vayas a grabar tus videos, es conveniente que mantengas la espalda recta, la mejor herramienta para comunicar confianza en uno mismo. Por la misma razón hay que evitar el impulso de estar ajustándose constantemente la ropa y el pelo, y tratar de cambiar de postura lo menos posible.

Cruzar los brazos es demostrar rechazo, poner una barrera con el espectador. Transmite falta de comodidad, y una actitud crítica y cuestionadora, un estilo que no está mal para cierto tipo de youtubers, pero es importante que sepas lo que estás transmitiendo con esa postura. Lo mismo pasa cuando al estar parados cruzamos un

brazo por delante para sujetar el otro: transmitimos falta de confianza en nosotros.

Hablando desde el corazón

Las próximas páginas se dedicarán a los distintos niveles de preparación de un youtuber, desde los improvisadores puros hasta los que prefieren guiones más detallados. La mayoría alterna entre distintos tipos de videos, y lo mejor es experimentar con cada estilo hasta que encuentres el que más te gusta.



La cámara es tu amiga

Así empezaron los youtubers originales: encendiendo la cámara, eligiendo un tema, y diciendo lo primero que les venía a la mente. Y sigue siendo la mejor manera de empezar, ya que el primer paso es sentirse cómodo frente a la cámara, sí, es normal que al principio no te sientas así. Hay distintas estrategias para perder el miedo a hablar a la cámara, y la primera es la práctica. Mientras más videos grabes, mejor te vas a sentir con tu propia imagen. Y es que en YouTube, el miedo es tu peor enemigo. Para encontrar tu verdadera voz es importante silenciar al crítico interior, esa inseguridad que te quita la motivación. Cuando grabes tus videos, no pienses en si lo estás haciendo bien o mal. Lo importante es disfrutarlo y concentrarte en las cosas que más te gustan.

Una forma de evitar a este crítico es elegir una locación para grabar tus primeros videos que sientas que te representa bien (por eso es que la mayoría de los youtubers empieza grabando en su dormitorio). Para grabar tu primer video lo mejor es vestirte con tu ropa favorita, estar rodeado de tus posters y tus cosas, en un horario en que sepas que nadie te va a interrumpir.



¿De qué vas a hablar?

A pesar de que el vlogger parezca el estilo más fácil de realizar videos para youtube,

elegir un tema puede ser realmente difícil. Al menos al principio, lo mejor es hablar de experiencias personales, de las cosas que realmente te afecten. Puede ser algo que haya pasado con tus amigos o tu familia, una película que te haya emocionado, o hasta una noticia que hayas visto en la tele.

Pero muy pronto vas a notar que el tema inicial es solo una excusa, una puerta que te permite hablar de cosas más profundas. Un video que habla de una pelea que tuviste con tu mejor amiga puede terminar hablando sobre la hipocresía. Esa película que tanto te gustó puede decir mucho sobre la forma que ves el mundo, al igual que esa noticia que te indignó hasta las lágrimas.



La improvisación

Con un tema elegido y la cámara dominada, podemos empezar a hablar, y las palabras deben salir del corazón. Un youtuber (en especial un vlogger) no habla con la cámara como si del otro lado hubiera un amigo, o como si quisiera imitar a un locutor de radio, sino que trata sus videos como un diario íntimo, diciendo exactamente lo que quiere, sin importar lo que los demás opinen. La honestidad es lo más importante para el público de YouTube, y para eso tenemos que hablar como pensamos, o mejor dicho, como sentimos.

A la hora de grabar un video personal no hay reglas, y de a poco vas a encontrar una voz que quizás ni siquiera conocías. Las decisiones sobre el tipo de lenguaje, los temas, y lo formal o informal que quieras ser, se irán tomando naturalmente. No te censes, no te limites, porque lo peor que puede pasar es que el video no te guste y tengas que editarlo o borrarlo, pero de los errores se aprende.

Los grandes improvisadores

CAELIKE: Mi primer videoblog!

Caeli es un icono de YouTube, y sus videos son una explosión de energía y velocidad. Por eso es fascinante buscar el primer video de su canal para ver paso a paso cómo evolucionó su estilo. En una tarde de 2010, Caeli mira a cámara y trata de pensar qué decir, sin conseguir formar una idea, pero en vez de borrar el video e intentarlo de nuevo, decide seguir adelante, mostrando exactamente cómo se sentía en ese momento y creando un lazo imposible de romper con su audiencia.

SEBASTIÁN VILLALOBOS: Mi primera vez (perdí mi virginidad)

Hay pocos youtubers que estén más cómodos con la cámara que Sebastián, y aunque sus videos suelen tener cierta estructura, este es una verdadera excepción. Como siempre, Sebastián empieza saludando con ritmo entrecortado y dinámico, y anuncia que el contenido del video no será para todo el mundo. La historia completamente personal de su primera vez se alterna con una especie de juego en el que dará tres datos erróneos que hay que descubrir al final del video. De a poco Sebastián se relaja y empieza a contar su anécdota, sin buscar quedar bien, revelando sus inseguridades más profundas y llegando a una conclusión sincera.

DROSS: ¿Ateo? ¿Agnóstico? ¿Qué Soy?

Los vlogs de Dross suelen ser más extensos que los de otros youtubers, ya que él no edita dentro del video para cortar las pausas. En este vlog Dross enfrenta una verdadera pregunta filosófica, y explora los videos de su propio canal para hablar de su evolución espiritual a lo largo de los años. Dross utiliza el formato del vlog para dar forma a sus ideas, y se lo puede ver pensando y analizando su propio punto de vista en directo. Es una verdadera cátedra de autoanálisis del más elocuente de los youtubers.

Apuntes: El comodín del youtuber

Hablar desde el corazón es perfecto para videos personales como los vlogs, pero videos más complejos necesitan una cierta estructura, para asegurarte de decir todo lo que tengas para decir sobre un tema.

Cada video de YouTube que busca expresar una idea tiene una estructura natural en tres partes, la misma que se repite en un cuento, un artículo del periódico, o una publicidad: introducción, desarrollo y conclusión.

En la **introducción** damos al espectador la bienvenida al video y al tema de conversación, explicando los elementos básicos que tiene que saber para entender de qué estamos hablando. La introducción debe ser breve, pero a la vez atraer la atención del público. No solamente hay que dar los datos que sean importantes para entender el tema, sino también buscar hacerlo interesante, ofrecer una perspectiva distinta, un punto de vista propio. Los vloggers que buscan transmitir su opinión sobre ciertos temas prefieren cerrar la introducción con una pregunta que se responderá, por supuesto, en la conclusión.

El **desarrollo** es la parte más extensa de nuestro video. Aquí es donde hablamos en profundidad del tema, enumerando distintos ejemplos y argumentando nuestro punto de vista. En un video cómico el desarrollo consiste de distintas situaciones humorísticas. En un video blog personal, esta es la sección en la que hablamos de nuestra percepción de la situación que presentamos en la introducción, lo que sentimos sobre el tema elegido. En un video más informativo, como un tutorial, es el momento de explicar paso a paso lo que queremos lograr.

En la **conclusión** buscamos dar un cierre al tema, diciendo luego de nuestro argumento cuál es nuestra opinión final. La conclusión es el destino del viaje que comenzó con la introducción, y por lo tanto tiene que ser satisfactoria, contundente, dejar al espectador con la sensación de que no desperdició su tiempo viendo nuestro video. También es costumbre invitar a los espectadores a opinar sobre el mismo tema en los comentarios, una de las razones por las que YouTube se ha hecho tan popular es porque permite a todos tener su propia opinión. Después de la conclusión se puede invitar al espectador a suscribirse, seguirnos en redes sociales, y ver videos adicionales.

Para poder respetar la estructura de un video sin cambiar de tema o aburrir al espectador con detalles que nada tienen que ver con lo que estamos hablando, podemos usar listas de **apuntes**, que ayudan a mantener el interés sin atarnos a un guion que puede sonar muy acartonado y tomarnos mucho tiempo.

1: Apuntes simples

Palabras sueltas, que quizás no significan nada fuera de contexto pero que nos ayudan

a recordar qué es lo que viene después (en especial datos importantes como nombres y fechas, que no son fáciles de recordar). Usemos como ejemplo un video sobre una película que tenemos muchas ganas de ver.

INTRODUCCIÓN

- Saludo
- Se estrena «Planet Wars 3»
- Hoy salió el nuevo avance.

DESARROLLO

- Nuevo protagonista
- Historia igual a la anterior
- ¿Quién es el nuevo villano?
- Preguntas de la anterior

CONCLUSIÓN

- Opinión
- ¿Será mejor que la anterior?
- Preguntar opinión
- Suscripción, Facebook
- Instagram, otros videos

Como se ve en el ejemplo, este es el estilo más común de tomar apuntes: frases cortas, de no más de cinco palabras, contundentes y claras, preguntas que automáticamente nos dan un punto de partida para desarrollar y, finalmente, palabras sueltas que nos recuerdan información que no puede quedar fuera del video.

Cada persona tiene un estilo personal de abreviar, y por lo tanto no existen apuntes ideales para todo el mundo. Algunos youtubers prefieren imágenes, pequeños dibujos, o el uso de flechas en vez de puntos. Este formato puede ser un buen punto de partida, pero pronto vas a encontrar uno que sea perfecto para tu estilo.

2: Apuntes detallados

Los apuntes detallados son casi un guion completo, y por lo tanto tienen una estructura más rígida, pero que permite al youtuber sentirse un poco más preparado a la hora de grabar su video. Como se ve en el ejemplo, cada uno de los puntos principales está dividido en varios puntos secundarios.

INTRODUCCIÓN

- Saludo
- Se estrena «Planet Wars 3»
 - es la secuela de «Planet Wars 2: Destrucción», que se estrenó en 2015.
- Hoy salió el nuevo avance
 - el canal de YouTube oficial de la película es planetwars.com
 - «El avance juntó un millón de visualizaciones en menos de una hora.»

DESARROLLO

- El protagonista
 - actor John Smith
 - personaje King
 - John Smith antes estuvo en «Misión Mortal 2» y «Los Elegidos»
- La Historia
 - imperio Zoldar invade
 - traición
 - escape a la luna
- ¿Quién es el nuevo villano?
 - El emperador Zuño
- Las preguntas que quedan de la anterior
 - ¿quién mató al rey de Marte?
 - ¿dónde fue Mike al final de la película?
 - ¿de quién es la nave que salía al final de los créditos de la 2?
- Director: Robert Masters
 - Fecha: 30 de diciembre de 2018

CONCLUSIÓN

- Opinión
 - Efectos especiales se ven muy bien (explosión de la base, criaturas de

hielo)

- No me parece que hayan cambiado al protagonista. Parece que todavía no van a resolver lo de Mike porque no sale en el avance
- Frase de Zuño: «La venganza es una debilidad de la mente humana»
- ¿Será mejor que la anterior?
 - Preguntar opinión
- Suscripción, Facebook, Instagram, Otros videos

¿Cómo memorizo mis apuntes?

Una técnica muy común para memorizar nuestros apuntes es repetirlos en voz alta, haciendo una pausa entre las tres secciones. Después de esto dejamos pasar algunos minutos (configurando la cámara y micrófono, por ejemplo) y tratamos de repetirlos de memoria, de principio a fin.

Otra opción es numerar los apuntes. Sabemos que el video está dividido en tres partes, y podemos limitarnos a solo tener cinco «puntos» en cada una de las secciones. Esto nos permite saber que si solo recordamos cuatro, nos está faltando una, y por memoria visual es probable que recordemos el quinto. Por eso otra buena estrategia es colorear los apuntes, dando un color específico a cada una de las secciones.

La transición entre las tres partes de tus apuntes (introducción, desarrollo, conclusión) tiene que estar clara para el espectador y es una buena oportunidad para que nosotros mismos repasemos lo que estamos diciendo. Una pregunta suele ser una buena forma de generar este paso de una sección a la siguiente.

Luego de la introducción, una frase como «esto lo sabemos todos, ¿pero quieren saber cuál es mi opinión?» deja claro que estamos en una nueva fase del video. De la misma forma, es una buena idea buscar una frase que enumere y repita lo que desarrollamos en la segunda, extensa fase: «hay un nuevo protagonista, la historia es igual, pero todavía falta mucho por responder», es la preparación perfecta para nuestra conclusión.

Finalmente, no es necesario memorizar los apuntes de forma completa. Los apuntes pueden estar abiertos en el monitor en un archivo simple de texto, a la altura de la webcam para que no se note que estamos leyendo. También podemos imprimirlos con letra grande y tenerlos a la vista en un punto en el que no distraiga a nuestros espectadores, o pegarlos con cinta adhesiva debajo de la cámara que estemos utilizando.

En caso de textos más complejos o de guiones completos (como los que veremos en las páginas siguientes) se puede utilizar el sistema conocido como teleprompter,

texto en pantalla que se desplaza a la velocidad que uno elija, similar al que usan los presentadores de noticias de la televisión, y que se puede utilizar en múltiples sitios gratuitos en Internet, con solo buscar esa palabra en Google encontraremos varios ejemplos.

El guion completo

Hay videos que no se pueden improvisar, ni siquiera con los apuntes más detallados. Algunos de los youtubers más populares (Nox y Dross en particular) mantienen completo control sobre los videos de sus canales principales, escribiendo cada una de sus palabras y acciones en textos llamados **guiones**. Un guion permite aprovechar cada segundo del video, calcular la duración total, evitar cualquier momento aburrido, y seleccionar previamente los puntos en los que el youtuber insertará imágenes en edición.

El primer paso para escribir un guion es plantear una **escaleta**, una breve estructura dividida en tres actos similar a los «apuntes detallados» de la página anterior. Cada uno de esos puntos puede convertirse en un párrafo, dependiendo de lo mucho o poco que tengas para decir sobre cada tema. Pero cuidado, porque un guion no es una tarea para el colegio, sino una forma de organizar lo que quieras comunicar en tu video. El texto debe sonar casi como si fuera improvisado, y antes de grabarlo es buena idea leerlo una y otra vez en voz alta hasta encontrar el equilibrio perfecto entre claridad y naturalidad, sin importar cuántas veces haya que modificarlo. El ejemplo perfecto es Germán, quien escribe cada palabra de sus videos, pero en la grabación final cambia palabras hasta encontrar la que encaje perfectamente con la situación. Un guion de YouTube no es una locución de radio, es diálogo pensado para un actor, y el actor es el mismo youtuber.

¿Cómo se calcula la **duración** de un video? Cualquier procesador de texto que utilices (Microsoft Word, LibreOffice, Google Docs) tiene una función que cuenta la cantidad de palabras en un documento. Una persona puede leer entre 100 y 120 palabras por minuto a velocidad normal. Como punto de referencia, una página de este libro tiene aproximadamente 350 palabras, y por lo tanto te tomaría entre tres minutos y tres minutos y medio leerla en voz alta. En general, es raro ver videos de más de diez minutos en YouTube, pero aunque ciertos estudios indican que la duración ideal es de cuatro minutos y medio, los videos de los canales más populares de habla hispana promedian los 7 minutos.

Como podrás deducir por esta breve descripción, escribir un guion no es una tarea fácil —existen carreras universitarias dedicadas solamente a ese oficio— y por lo tanto es recomendable empezar con vlogs y videos más casuales hasta encontrar una voz personal que después puedas llevar al papel. Como con cada una de estas actividades, la práctica es lo que te hará un maestro.



COPETE

(esta palabra se usa en televisión para describir una presentación en la que la persona se ve en cámara, en algunos países de Latinoamérica también se dice «pantallazo»)

¡Hola! Me llamo Carlos, este es mi canal y hoy te voy a contar por qué Planet Wars 3 será la peor película del año (las primeras palabras después del saludo deben ser vendedoras, llamar la atención). O la mejor, la verdad es que no lo sé porque solamente hemos visto el primer avance.

IMÁGENES DE PLANET WARS 2

Para los que estén un poco perdidos, (el objetivo de la introducción es dejar claro el tema que se va a hablar) Planet Wars 2: Destrucción se estrenó en 2015 y fríe la película más taquillera de la historia. Hace años que los fanáticos esperamos el final de la trilogía porque la segunda parte nos dejó con muchas preguntas, y por lo que se vio en el nuevo avance parece que la tercera... no va a responder ni una, (las frases cortas nos permiten ilustrar cada comentario con una imagen, en este caso puede ser un meme de la película)

IMÁGENES DEL AVANCE DE PLANET WARS 3

Hoy a las seis de la mañana el estudio Film Production (las palabras en inglés pueden ser difíciles y los comentaristas en YouTube siempre marcarán si tu pronunciación está mal, siempre conviene chequearla en Google antes de decirla en voz alta) colgó en el canal oficial planetwars.com el primer avance de la película, o mejor dicho el avance de un avance, porque no dura ni siquiera un minuto y no sale NINGUNO de los protagonistas, (es común usar mayúsculas o negrita para marcar una palabra que requiere un énfasis especial). Si después de tres años de esperar creen que con eso va a ser suficiente para los fanáticos (los signos de puntuación marcan ciertos efectos en la locución, en este caso una pequeña pausa) pues ¡tienen razón! Porque el avance juntó un millón de visualizaciones en menos de una hora. Y para colmo con esos sesenta segundos yo pienso hacer un video de siete minutos. ¡Soy peor yo que el estudio! Vamos a ver si me sale...

Guiones cómicos: El *sketch*

Un «*sketch*» es una corta escena cómica, que puede durar varios minutos o solamente algunos segundos. En YouTube hay canales enteros de todo el mundo dedicados a los sketches cómicos (Smosh, Funny Or Die, los brasileños de Porta dos Fundos), pero en hispanoamérica el formato más popular es el que usan youtubers como Germán, Werevertumorro, y Caelike: monólogos a cámara intercalados con breves escenas cómicas, interpretadas por los mismos youtubers y sus amigos.

Los **monólogos** se escriben utilizando la misma técnica de guion que vimos en la página anterior con una introducción, un desarrollo y una conclusión. Es en la segunda parte (el desarrollo) en donde se suelen insertar los sketches que ilustran las ideas del monólogo. Estas breves escenas cómicas deben ser también guionadas, no solamente para que cada uno de los actores sepa lo que tiene que decir, sino para tener todos los elementos de producción listos.

Los elementos de producción pueden ser muy simples, pero hay que tenerlos en cuenta antes de empezar a grabar. Primero está la **escenografía**, que se refiere a la ambientación de la escena. Parte del humor de los sketches de youtube viene de los ambientes improvisados con elementos comunes, casi como un juego infantil. Con un poco de imaginación, por ejemplo, se puede simular una parada de colectivo con el barral de una cortina y un cartón con un número.

La **caracterización** (que incluye vestuario, maquillaje y peinados/pelucas) es igual de simple, pequeños elementos que dejan claro quién es quién en la escena. Un bigote falso y una pipa son suficientes para que tu mejor amiga esté interpretando a un padre estricto. Una peluca blanca, un vestido viejo y un bastón convierten a un amigo en una abuela.

Finalmente, la **utilería** se refiere a los objetos que se utilizarán en una escena, y dependen de la situación. A la hora de escribir los sketches siempre es conveniente pensar en objetos que sean fáciles de conseguir, o podrías tener que reescribir tu *sketch* sobre la marcha.

Paso 1: La sinopsis

El primer paso para escribir un *sketch* es elegir la situación que se quiere contar y visualizar la escena. Vamos a usar como ejemplo un video que hable sobre la forma en que las madres siempre quieren cambiar a sus hijos. La sinopsis es una breve descripción de lo que ocurre, de principio a fin.

El hijo (el youtuber) está sentado en el sofá jugando un videojuego. Detrás pasa su madre (un amigo, caracterizado) con dos enormes bolsas de basura. Le cuesta

llevarlas. El hijo pregunta de mala gana si la mamá necesita ayuda. La mamá dice que no. El hijo, feliz por no tener que levantarse, no insiste, la mamá sale. El hijo sospecha, y corre hacia su cuarto, lo encuentra completamente vacío porque la mamá ha echado a la basura todas sus cosas: desde sus videojuegos a sus posters.

Paso 2: Los diálogos

Cuando la situación ya está clara, es hora de convertir esta idea en un guion, con breves descripciones de escena y movimientos y diálogos asignados a cada uno de los personajes. Hay varios formatos distintos de guion. En **televisión** se suelen usar dos columnas, una para lo que se ve y otra para lo que se escucha. Por otro lado, el formato de guion de **cine** utiliza bloques de texto centrados en la página. Pero el más cómodo para un youtuber es el de teatro, que tiene pocas restricciones y es el más claro para actores no profesionales. Simplemente se escriben las descripciones entre paréntesis y los diálogos con el nombre del personaje seguido de dos puntos. Las indicaciones en mayúscula se refieren a la emoción con la que el personaje dice sus textos.

ESCENA 1 - SALA

(El hijo está jugando con su consola de videojuegos en el sofá. No vemos el juego, pero vemos el control en sus manos. Está muy concentrado.)

HIJO: ¡Qué padre que está este juego! Voy jugando catorce horas y no me cansé...

(En ese momento pasa su Mamá por detrás, con dos enormes bolsas de basura.)

HIJO: (DE MALA GANA) Eh, mami... ¿necesita que la ayude?

MAMA: No, mi amor, tu sigue jugando tu jueguito.

HIJO: ¿Segura, mami? Esas bolsas se ven pesadas... ¿Qué es lo que está botando? MAMA: Nada, nada... ¡tú diviértete!

(El Hijo se encoge de hombros y, feliz, sigue jugando. Hasta que piensa un momento) HIJO: Aguanta...

(El Hijo salta del sofá a toda velocidad)

ESCENA 2 - DORMITORIO HIJO

(El Hijo llega al dormitorio, y se da cuenta de que está completamente vacío, las paredes están llenas de agujeros donde deberían estar los posters)

HIJO: Mis posters de superhéroes...

(Abre los cajones del armario)

HIJO: Mis pijamas de Pokémon...
(Ve las estanterías vacías)
HIJO: ¡mi colección de videojuegos... MAMA!

Estos diálogos son simplemente un punto de partida, ya que en el momento de la grabación los youtubers suelen improvisar. Una escena tan simple como esta puede tomar una mañana completa de grabación para lograr los planos perfectos, y aunque escribir el guion puede tomar un largo tiempo, en el video serán solamente 30 segundos.

Paso 3: El desglose

Cuando está terminado el guion de grabación, es ideal repasarlo para hacer una lista de las necesidades artísticas y técnicas. Es un ayudamemoria simple para no olvidarse de nada, ya que la grabación de un *sketch* requiere mucho tiempo por parte de todos los involucrados, y no hay nada peor que cancelar porque falta utilería o vestuario. En el caso de este *sketch*, esta podría ser la lista de requerimientos.

CARACTERIZACIÓN:

nada especial para el Hijo, peluca y vestido para la Mamá.

ESCENOGRAFÍA SALA:

joystick de consola de videojuegos.

ESCENOGRAFÍA DORMITORIO:

paredes vacías (descolgar posters). Estantería vacía. Cajonera vacía.

UTILERÍA:

dos bolsas de basura grandes, llenas de ropa (para que no pesen demasiado).

Paso 4: El storyboard

Grabar un *sketch* no es tan simple como un vlog o un monólogo a cámara. El *sketch* debe ser planeado en detalle, y el storyboard (usado en las industrias del cine y la televisión) es la manera más clara de organizarse. Un storyboard parece a simple vista la tira cómica de un periódico al estilo de «Mafalda», una serie de recuadros con

dibujos que cuentan una historia. No es necesario ser un gran artista para realizar un storyboard, pero es una forma de «visualizar» el *sketch* antes de grabarlo y garantizar que a la hora de editar no nos faltarán las imágenes que necesitamos para contar la historia.



(El hijo está jugando con su consola de videojuegos en el sofá. No vemos el juego, pero vemos el control en sus manos. Está muy concentrado).

HIJO: ¡Qué padre está este juego! Voy jugando catorce horas y no me cansé...



(En ese momento pasa su Mamá por detrás, con dos enormes bolsas de basura).

HIJO: (DE MALA GANA) Eh, mami... ¿necesita que la ayude?

MAMÁ: No, mi amor, tu sigue jugando tu jueguito.



HIJO: ¿Segura, mami? Esas bolsas se ven pesadas... ¿Qué es lo que está botando?

MAMÁ: Nada, nada... ¡tú diviértete!

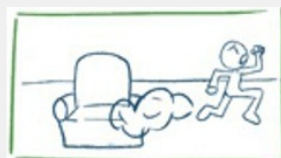


(El Hijo se encoge de hombros y, feliz, sigue jugando).



(Hasta que piensa un momento)

HIJO: Aguanta...



(El hijo salta del sofá a toda velocidad)

Consejos para streamers

La transmisión de videojuegos en vivo es el fenómeno más reciente en invadir YouTube, tanto que a fines de 2015 Google presentó YouTube Gaming, una iniciativa que permite transmitir juegos a youtubers de todo el mundo, generando videos en tiempo real y dando acceso al tipo de conexión directa con tu comunidad que solo YouTube puede ofrecer.

El youtuber que transmite y narra videojuegos en vivo se conoce como streamer, y debe tener una cualidad que solo se gana con mucho entrenamiento: poder jugar y hablar a la vez, entreteniendo al público sin perder la concentración en el juego. No es una habilidad fácil de desarrollar, pero hay una serie de estrategias que nos lo harán mucho más sencillo.

Empezar por lo que uno sabe

Narrar un juego que conocemos bien simplifica nuestros primeros intentos como streamers. No es necesario que sea un juego nuevo, y no importa que lo esté jugando todo el mundo. Las primeras transmisiones a duras penas superarán los 10 espectadores, y por eso conviene entrenar con juegos que podamos dominar con los ojos cerrados.

Probar antes cada juego

En caso de que nuestro plan sea mostrar juegos nuevos, de cualquier manera, es importante superar los tutoriales en privado antes de empezar a transmitir. No hay nada peor que un streamer que aprende a jugar su juego elegido en vivo. La gran excepción, claro, son los juegos de terror, no tiene sentido streamearlos cuando uno ya sabe dónde están los sustos y la reacción no será natural.

Poner atención al chat

YouTube Gaming tiene una ventana de chat que está abierta constantemente, a través de la cual los espectadores interactúan con el streamer. Responder a las preguntas y pedidos del chat no solamente genera mayor fidelidad por parte del público, sino que también puede darte pistas sobre lo que estás haciendo bien o mal, si mucha gente dice que no entiende el juego, puede ser que no lo estés explicando de la forma correcta.

Describir lo que se hace

No todos los espectadores van a conocer bien cada uno de los juegos. Es importante describir claramente cada una de nuestras acciones (en especial dentro de los menús). No solamente hay que explicar lo que estamos haciendo sino lo que vamos a hacer. Si el espectador conoce cuál es nuestra estrategia, será el doble de satisfactorio ver el momento en que hace efecto.

Mantener el interés de la gente

Cada juego tiene sus «tiempos muertos» en los que parece que nada pasa. Pueden ser los tiempos de carga entre partida y partida, o las largas recorridas de un punto a otro en un juego de mundo abierto tipo Grand Theft Auto. Para estos momentos es ideal mantener al público interesado con datos curiosos sobre el juego, anécdotas divertidas, o anuncios sobre los próximos juegos que jugarás en tu canal.

La consistencia es clave

Para muchos públicos, YouTube ha reemplazado la televisión como medio de entretenimiento, y por lo tanto esperan cierto compromiso por parte de los streamers. En general los youtubers tienen días y horarios a los que suben semanalmente sus videos, y los streamers no son distintos. Después de las pruebas iniciales, lo mejor es elegir un día y una hora en la que sabemos que siempre vamos a poder streamear, si mantenemos la constancia, nuestro público será fiel al canal y crecerá transmisión a transmisión.

El silencio es tu enemigo

No importa lo difícil que sea un juego ni el nivel de concentración que te exija: el que transmite siempre debe estar hablando, sea respondiendo a las dudas del chat, describiendo lo que se ve en pantalla, o hasta contando anécdotas sobre su vida, la primera responsabilidad de un streamer es mantener estimulado a su público.

La cantidad de espectadores no importa

Este es un consejo que vale para streamers y youtubers por igual: la calidad de tu canal no puede depender del tamaño de tu público. Aunque tengas solamente dos espectadores, tu deber es tratarlos como si fueran una multitud, hacerlos sentir bienvenidos y nunca quejarte de que el chat está vacío. Los espectadores que tengan una buena experiencia en tu stream sin duda llevarán a sus amigos a tu canal.

Los juegos ideales para empezar

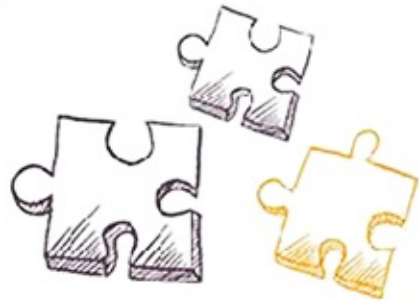
Esta lista de juegos tiene público garantizado en cualquier servicio de *streaming*, además de ofrecer suficientes «tiempos muertos» como para que uno pueda contar lo que está ocurriendo mientras el juego está en piloto automático.



League of Legends
DOTA 2
Counter-Strike: Global Offensive
Destiny
Overwatch



Minecraft
H1Z1: King of the Kill
Saga Dark Souls
World of Tanks
Hearthstone



¿Qué tiene
QUE TENER
TU ESTUDIO?



Todo el mundo necesita un lugar en el que se sienta cómodo y los youtubers no son la excepción. Ya sea que grabemos simples videos o realicemos complejas producciones, todos los creadores de contenido tienen un rincón en su mundo que les sirve de escenario y a la vez de taller de edición. Al igual que cualquier otra profesión o *hobby*, el estudio del youtuber debe contar con algunas herramientas y elementos vitales para la realización de sus videos.

Está claro que cada tipo de youtuber necesita elementos específicos acorde a su arte —no es lo mismo grabar sketches en exteriores que revelar secretos a la cámara— pero hay algunos ítems que son de uso universal. Los videos básicos se pueden realizar con celular o con una cámara digital que captura sonido con buena calidad, pero a medida que los videos se vuelvan más complejos, será necesaria una PC (o Mac) con *software* de diseño gráfico y edición de video, que será el núcleo de toda nuestra producción. A partir de aquí se irán añadiendo al estudio más herramientas de trabajo; todas ellas identificadas con el contenido que se desea ofrecer a los espectadores y, en muchos casos, interrelacionadas para potenciarse entre ellas.

Antes que nada, el primer consejo es empezar de a poco. No tiene sentido gastar una fortuna en ambientar un estudio y adquirir la tecnología necesaria si todavía no sabemos qué vamos a decir. La tecnología más básica y el cuidado de imagen más elemental es suficiente para dar nuestros primeros pasos. Estos son los elementos a tener en cuenta a la hora de diseñar el estudio de un youtuber.

La Tecnología

EL MICRÓFONO es una excelente primera opción a considerar, ya que a pesar de que los youtubers graban videos, su voz es la verdadera estrella, en especial para los tipos narradores y vloggers, donde lo que realmente importa es el poder de las palabras en el tono y tiempo apropiado.

LA CAMARA muestra al youtuber al mundo y es el elemento clave para vloggers, artistas y consejeros. Ya sea para mostrar nuestra personalidad o para representar en pantalla el punto de vista de nuestro video, el medio visual es imprescindible. Una buena cámara captura más detalles, y una imagen más realista que nos hace sentir más cerca de los youtubers.

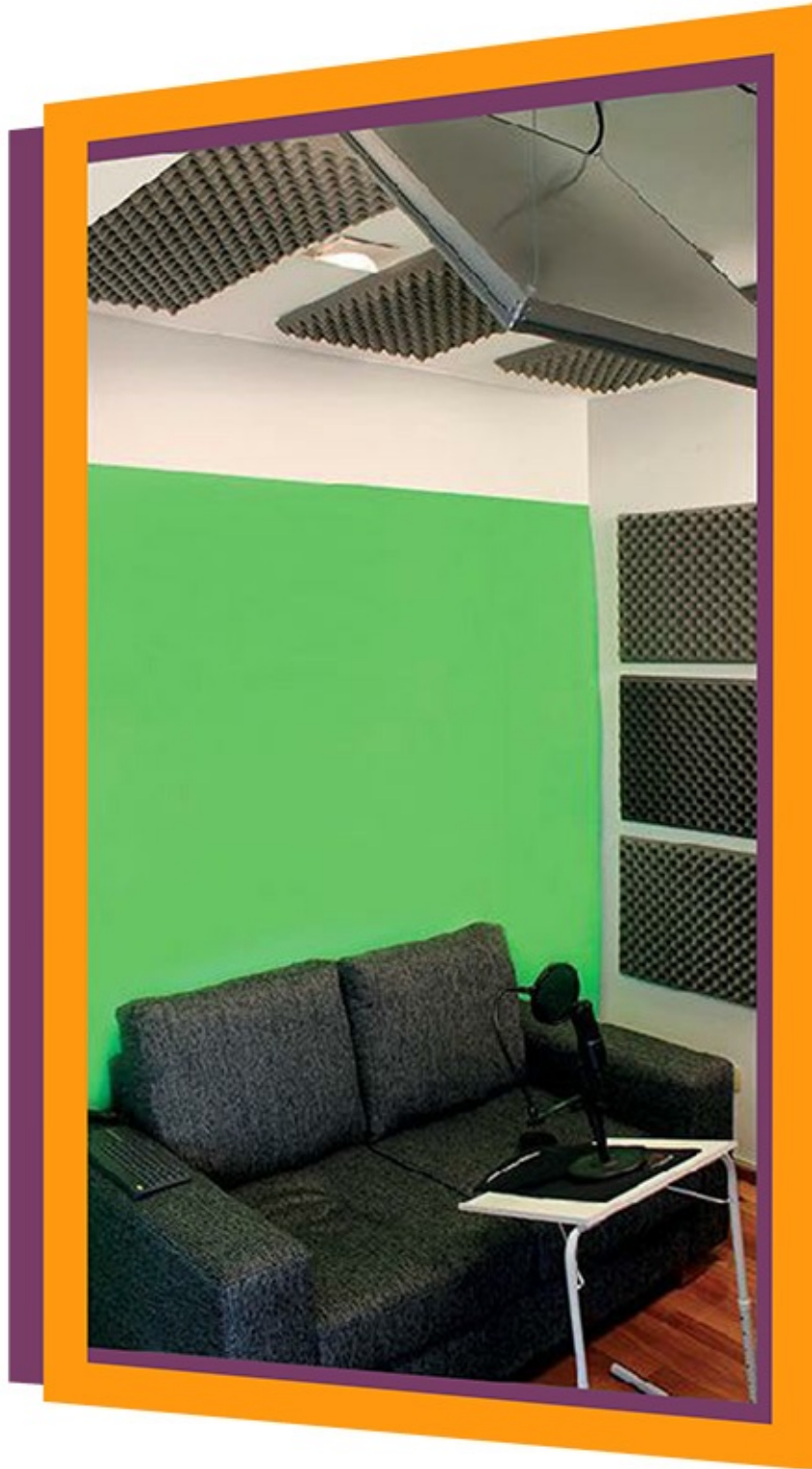
LA ILUMINACION suele ser menospreciada por youtubers novatos, pero un buen foco de luz apuntando desde el lugar correcto puede resaltar la imagen de formas que en un principio jamás imaginamos. La idea es dar claridad al video y hacer destacar lo que el youtuber desea mostrar, pasando de un borrón oscuro a un rostro sonriente tan solo encendiendo un foco, aunque hay toda una ciencia detrás de una buena iluminación.

La Imagen

LA DECORACIÓN juega un papel interesante en la mente del espectador. Un youtuber que se muestra en cámara no es estrictamente el foco de atención. El espectador examina los alrededores y es ávido en notar incongruencias entre la actitud que el youtuber intenta mostrar y el ambiente en el que se encuentra. Una buena decoración forma ese balance en el que todo se armoniza: el «estudio» tiene que representar el corazón del youtuber.

EL VESTUARIO cumple una función similar, es la decoración, no del estudio, sino de la persona frente a la cámara. Una decoración a nivel más personal que busca enlazar una conexión entre youtuber y espectador. En ciertos tipos de youtuber (consejeros, artistas) la imagen es mucho más importante que en otros (vloggers, narradores), en especial cuando la producción aumenta en calibre (pero aún en menor escala el efecto es muy apreciable).

EL MAQUILLAJE se complementa con la iluminación y el vestuario para resaltar el carisma de la persona frente a la cámara. Ya sea para forjar una apariencia propia o para ocultar algunas pequeñas imperfecciones, un breve tratamiento (¡aunque sea un simple lavado de cara!) previo a mostrarse ante el mundo le puede dar al youtuber un empujoncito extra en la dirección correcta.





Nada más directo que la voz para transmitir un mensaje. Un buen micrófono nos va ayudar a plasmar nuestros pensamientos, comentarios, críticas y opiniones en cada uno de nuestros videos, y mientras más clara se escuche esa voz, mejor. Los micrófonos vienen en todos los formatos imaginables; desde simples micrófonos de headset hasta equipos de calidad profesional.

El primer consejo es evitar los **micrófonos integrados**. Estos son los que vienen incluidos en computadoras portátiles, en general son una entrada del tamaño de un alfiler junto a la webcam, pero a duras penas logran el nivel de calidad de audio necesario para una llamada por videochat. Además, los micrófonos integrados nos obligan a mantener una distancia corta con respecto a la notebook y coartan las posibilidades de movimiento y expresión corporal que exploramos en capítulos anteriores.

Dentro de las opciones más económicas y menos complejas de utilizar tenemos los **micrófonos integrados en celulares** (muy superiores en su calidad a los de notebooks), ideales para vloggers que solo desean dar una opinión breve o realizar un video rápido. Hoy en día podemos encontrar una muy decente calidad en estos micrófonos internos, aunque (como los de notebooks) no dan al creador demasiadas libertades a la hora de posicionarse o moverse, resultando en variaciones de volumen a lo largo del video. Una buena opción para empezar a experimentar, pero definitivamente no una tecnología en la que podamos confiar por mucho tiempo.

Los **headsets**, o micrófonos de auriculares, son una buena opción para Gamers (la que usan los youtubers más populares de esta categoría, como Rubius y DeiGamer). El audio de lo que ocurre en la pantalla de juego no interfiere con el audio del micrófono, evitando distorsiones y acoples, y este se mantiene siempre a poca distancia de la boca del youtuber. Para perfeccionar la experiencia podemos aplicar algunos programas para configurar y afinar la calidad de entrada de audio, evitando que los sonidos del juego no sofoquen las palabras de la persona jugando. Además, son muy prácticos y no requieren de mucha pericia técnica para hacerlos funcionar bien.

Un **micrófono dinámico unidireccional** puede ser una buena inversión para un

vlogger, y especialmente para un narrador. Estos micrófonos son sensibles al audio que viene de una dirección, y «sordos» a las demás. Por lo tanto, se puede grabar audio en lugares ruidosos, como una casa de familia por la tarde. Están especialmente diseñados para grabar voces, y el salto en calidad de un micrófono integrado es altísimo. En iberoamérica se consiguen modelos de conexión USB, de origen chino, por precios económicos.

Ya entrando al área más profesional tenemos los **micrófonos de estudio**, que van desde poderosos receptores de pie hasta boommies (similares a los que se usan en un estudio de televisión) que cuelgan sobre nosotros (los favoritos de los youtubers de tipo artista). Estos suelen conectarse a consolas de amplificación que regulan hasta los más mínimos detalles de qué es lo que se está captando hasta cómo es enviado a la PC. No solo son equipos más complejos de utilizar, también suelen ser costosos, por lo que no son la primera opción de nadie. Sin embargo, es innegable que estos micrófonos, correctamente configurados, nos otorgan una calidad de audio magnífica; especialmente útil para aquellos que se enfoquen en narración, divulgación de noticias, realización de podcasts y actividades afines.

Una opción similar es el **micrófono inalámbrico** o «lavalier», que se sujeta a la ropa usando un gancho, y tiene un cable que va hacia una base. Desde esta base se transmite a un receptor que está conectado a la consola, y se puede grabar a cualquier distancia con alta calidad. Estos micrófonos suelen ser extremadamente caros, y a menos que sean de excelente calidad, poco confiables. Pueden ser útiles para grabar sketches de youtubers del tipo comediante.

Puede que nuestra voz no tenga el mejor timbre del mundo, o tal vez no sabemos cómo evitar tartamudear al intentar imprimir nuestras palabras ante el micrófono... y ese es un miedo que se perderá con el tiempo, pero hay una forma de grabar videos de YouTube aún si no tenemos confianza en nuestra propia voz. La solución está en los **sintetizadores de voz**, como por ejemplo el popular Loquendo. Este programa genera un archivo de audio en base a texto, y muchos youtubers se han valido de su versatilidad para darle voz a sus videos. También se ha vuelto una herramienta para la realización de doblajes de personajes en parodias de series, consiguiendo que las voces monótonas de programas de este estilo ganen un poquito de personalidad.

LA CÁMARA



Pese a que la voz es el elemento clave en nuestros videos, la aparición del youtuber en los mismos genera mayor afinidad con sus espectadores, ya que hay una conexión más directa con la persona que habla. Vemos sus gestos, sus reacciones, sus movimientos: le asignamos un rostro a la voz. Para eso (con contadas excepciones) los youtubers utilizan cámaras para sumar su imagen a los videos, y esta es otra rama en la que hay mucha variedad.

Al igual que con los micrófonos, la opción más barata y fácil de utilizar está en las cámaras integradas de notebooks y dispositivos móviles. A diferencia de los micrófonos, que son casi imposibles de utilizar, existen variantes de adecuada calidad que pueden ser el buen primer paso de más de un vlogger. El problema es que (al igual que los micrófonos integrados) limitan mucho al youtuber en su expresividad y movimiento. A pesar de que las limitaciones son muchas, son buenas primeras opciones.

La segunda buena opción es la clásica webcam, que ha visto una notable evolución a través de los años, desde aquellas primeras versiones que nos proporcionaban pésimas resoluciones y mínimos cuadros por segundo, hasta modelos más modernos con calidad HD. Aquí nos encontramos con una enorme variedad de posibilidades, casi siempre con precios muy razonables en relación a la calidad que nos brindan, y todas ellas bastante fáciles de instalar y utilizar. En general conviene adquirir tecnología de marcas prestigiosas con las que hayas tenido buenas experiencias en el pasado. Las webcams siempre vienen con su propio CD de instalación, que contiene menús intuitivos con los controladores necesarios para el correcto funcionamiento de la cámara en nuestra PC, e incluso con algún que otro *software* para utilizar nuestro nuevo aparato de captura en video (usualmente versiones limitadas de *software* profesional).

Un paso más arriba tenemos cámaras digitales, hogareñas y profesionales, de video, o de fotos con opción de video. La calidad que ofrece esta tecnología es excelente, aunque sus costos son más elevados y a veces se requiere un poco más de conocimiento técnico para sacarles el mayor provecho. Suelen venir acompañadas de completos manuales de usuario que nos enseñan todo lo que debemos saber sobre la

utilización de estas herramientas. Las cámaras de acción tipo GoPro también se pueden utilizar para hacer videos en YouTube, teniendo en cuenta que el uso de sus lentes «ojo de pez» puede ser confuso para los espectadores.

Para cualquier cámara externa que utilicemos, es clave invertir en un buen trípode. Estos soportes mantienen la cámara firme en la posición que más nos guste para lograr un buen plano, y dan una sensación de profesionalismo a nuestros videos imposible de transmitir de otra manera. Hay trípodes económicos diseñados especialmente para cámaras digitales y celulares, y con pequeñas modificaciones pueden adaptarse a cualquier webcam. En los últimos años se han popularizado los trípodes flexibles tipo «gorila» o «araña», que se adhieren a todo tipo de superficie y se consiguen a precios muy económicos.



Lo justo y necesario

No hace falta una cámara de alta definición si nuestro rostro va a aparecer en un

cuadrado en la esquina de la pantalla, y seguramente no queda bien mostrar sacudones de cámara mientras intentamos grabar un simple vlog. La cámara justa para el trabajo indicado, esa es la regla a seguir.

Un gamer puede sacarle todo el jugo a una buena webcam, mientras que un Vlogger que se valga de una cámara con trípode podrá ponerse en el foco del encuadre con mayor facilidad. Pese a que todas cumplen el mismo rol, cada cámara ve su mejor uso en circunstancias específicas. Aprender a reconocer esas circunstancias nos ayuda a decidir qué cámara elegir, y por eso es que se repite el mismo consejo de las primeras páginas: antes de invertir, es mejor experimentar con la tecnología que tengamos a mano.

LA ILUMINACIÓN



Un grave error de muchos youtubers novatos es pensar que con un micrófono y una cámara ya pueden lucirse, dejando de lado la importancia de una buena iluminación en sus videos. Es muy común que veas tu estudio muy bien en la luz natural pero que los videos finales salgan demasiado oscuros, o que la luz parezca no estar configurada de forma correcta. Es primordial que el espectador tenga una imagen clara de lo que ocurre en pantalla, y eso se consigue colocando fuentes de luz en lugares estratégicos.

«Estratégico» no es un término utilizado al azar. Existe una enorme cantidad de opciones de iluminación, a la vez que hay infinidad de combinaciones a la hora de posicionar nuestras fuentes de luz para obtener el efecto deseado en nuestros videos; desde simples luces frontales que den de lleno al rostro hasta complejos arreglos de focos laterales y cenitales para dar una iluminación más uniforme.

No se puede confiar demasiado en la luz natural al grabar en interiores, a menos que se traten de videos rápidos en estilo vlogger en los que la intimidad con el youtuber es lo más importante. De cualquier manera, aún en estos casos lo mejor siempre es recurrir a sistemas artificiales de iluminación para tener total control sobre nuestra imagen.

El youtuber neófito no suele tener acceso a muchas opciones, debiendo valerse en un principio de simples lámparas de luz caseras. A falta de presupuesto, un poco de ingenio puede resolver muchos problemas a la hora de optar por mejoras en este apartado. Una estrategia interesante es «suavizar» la luz al pasarla por una pantalla blanca y semiopaca. Para esto puede ser efectivo el papel conocido como parafinado, encerado, o «manteca» en distintos países de iberoamérica. Otra opción es trabajar con el rebote de la luz sobre una superficie blanca, pudiendo ser las paredes del ambiente o una tela estirada (sabana). Para ello necesitamos fuentes de luz más potentes, pero obtendremos buenos resultados de forma rápida.

Hay toda una ciencia dedicada a la iluminación, y hay excelentes tutoriales de especialistas que profundizan en ella, pero puede resumirse en el cuidado que debemos tener sobre algunos elementos básicos: tipo de fuente de luz; número de fuentes de luz; dirección de las fuentes de luz; e intensidad de las mismas.

Son los factores que tenemos que tener en cuenta a la hora de ambientar nuestro estudio, ya que no ilumina igual la

lámpara de techo de nuestra habitación que un par de pequeños reflectores ubicados a dos metros frente a nosotros, en ángulo de 30°. Por otro lado, tenemos los apartados de costo y duración de nuestras lámparas, a lo que se suma el calor que estas generan (un aspecto muy importante para youtubers que graban videos de 20 minutos o más).

Como con todos los aspectos técnicos que exploramos en este capítulo, lo mejor es experimentar, eligiendo el punto en el que nos vamos a sentar y tratando de lograr la mejor iluminación posible. Lo importante aquí sigue siendo darle claridad a aquello que deseamos poner en el foco de la escena, y no exagerar cuando no es necesario. En general con dos fuentes de luz en cada ángulo de frente al youtuber (simples lámparas hogareñas), suele ser suficiente. Luego es cuestión de experimentar con diferentes posicionamientos e intensidad hasta encontrar la ambientación adecuada a lo



que buscamos. Muchas veces es importante trabajar con fuentes de luz de diferente intensidad, ya que en general es mejor tener un lado de la cara más iluminado que el otro, para obtener sombras que nos darán volumen en la imagen final.

Un problema común de la iluminación son las superficies reflejantes. Es importante tratar de evitar reflejos causados por superficies espejadas, vidrios, ventanas, plásticos lisos y metales relucientes. No solo pueden distraer la atención del espectador y generar destellos de luz que se superpongan en la grabación, también pueden llegar a afectar el foco de algunas cámaras.

¡Electrizante!

Es fácil ignorar cuánta energía puede llegar a consumir una fuente de luz poderosa; ni qué decir todo un conjunto de iluminación. Debemos prestar atención a los niveles de consumo de cada una de nuestras lámparas y asegurarnos que nuestra red eléctrica puede aguantar el flujo de energía necesario para mantenerlas funcionando. Demandar demasiado de nuestra

instalación puede resultar en un cortocircuito, más vale prevenir.

CONSEJOS PARA GRABAR CON CELULAR



Un *Smartphone* es una gran herramienta para un youTuber, no solamente para grabar videos veloces e improvisados, sino para capturar imágenes en exteriores que serían imposibles de lograr dentro de un estudio. Todos hemos utilizado nuestros teléfonos celulares para tomar fotos o grabar video, pero a la hora de utilizarlo como herramienta de youtuber, hay que tener en cuenta ciertos aspectos.

El recuadro de video de YouTube es un rectángulo más largo que alto, y por lo tanto debemos grabar en posición horizontal («landscape» en caso de que tu *Smartphone* esté en inglés) para completar la imagen y no tener dos barras negras a los lados. No es la forma natural de sostener el teléfono, pero tus seguidores te lo agradecerán. Cualquier *Smartphone* moderno tiene una configuración de calidad de imagen. Para YouTube es suficiente grabar en alta definición (720p), identificada como «HD» en las opciones de calidad. Especificaciones como FHD, QHD, o UHD grabarán video en calidad demasiado alta, que deberá ser comprimida y tomará una cantidad excesiva de tiempo subir a YouTube.

La estabilidad también es importante. En páginas anteriores vimos los trípodes tipo «gorila» que no solo son portátiles sino que se adaptan a distintas superficies. A falta de equipamiento podemos improvisar distintos puntos en los que mantener estable nuestro *Smartphone*: una silla, una mesa, una estantería, siempre protegiéndolo de las caídas o de un posible hurto. En caso de no tener una superficie en donde ubicar el *Smartphone*, es una buena técnica usar las dos manos para sostenerlo y aumentar la estabilidad, apoyando los codos en el cuerpo para minimizar el movimiento.

El sonido puede ser difícil de capturar en lugares muy concurridos, y para asegurarnos la mejor calidad se puede experimentar con cada modelo de celular para descubrir distintos trucos, algunos, youtubers, por ejemplo, aíslan el área del micrófono con la palma de la mano. La enorme mayoría de los *Smartphone* no permiten grabar audio con un micrófono que no sea el integrado en el aparato, pero hay ciertas aplicaciones gratuitas que permiten usar audífonos del tipo «manos libres», que se conectan directamente al *Smartphone* o transmiten audio vía

bluetooth.

La iluminación es tan importante como en los videos grabados en interiores. Mientras más intensa sea la luz en el punto que elegimos para grabar, es mejor. Como en cualquier fotografía, conviene apuntar en dirección opuesta al sol para que nuestra imagen no salga oscura. Es una efectiva estrategia grabar un video de algunos segundos para confirmar que la luz está perfecta antes de perder varios minutos grabando un vlog.

Otros consejos: es buena idea grabar en modo avión, para que tu video no se vea interrumpido por llamadas telefónicas o notificaciones de todo tipo. Si vas a mostrar lo que te rodea, es importante hacer movimientos suaves para no perder estabilidad ni calidad de imagen. Y finalmente, es una buena idea explorar las opciones de video de tu *Smartphone*, y desactivar la exposición automática, que podría cambiar el color y el contraste de tu video por los movimientos del sol.



Editando en tu celular

Los *Smartphone* modernos tienen herramientas simples pero poderosas de edición que no solamente permiten cortar un video al largo que deseemos, sino sumar transiciones, efectos de audio y texto sobre la imagen. En el caso de iPhone se puede usar la versión móvil de iMovie, disponible desde la versión 4 de iOS (los modelos más nuevos de iPhone vienen con la aplicación preinstalada). Android no tiene una aplicación «oficial» de edición de video, pero hay una enorme variedad de alternativas, algunas aún más poderosas que la misma iMovie. Splice es la más completa, pero también la más difícil de usar, mientras que WeVideo es simple pero efectiva.

LA DECORACIÓN



El youtuber no es lo único que sale en cámara; también está el escenario que le rodea, ya sea su propio dormitorio o un set profesional. No es un punto menor: es el ambiente de quien aparece en pantalla y la personalidad que lo define. La decoración a nuestro alrededor nos representa, y por eso es importante adornar nuestro lugar de grabación con todo aquello que queramos expresar.

Primero y principal, la regla de oro: limpieza y orden. No importa el lugar ni el contexto, el desorden transmite una sensación negativa al público, como si no nos importase nuestro espectador. Si grabamos en nuestra habitación podemos tomarnos 15 minutos para hacer la cama, barrer el suelo, y retirar (al menos del plano de la cámara) la ropa y objetos personales que distraigan la vista. Si grabamos en un estudio o en el área de la computadora, mantener una cierta limpieza y algo de orden permite que el público se concentre en el youtuber. Parecen consejos obvios, pero es sorprendente la cantidad de youtubers que no parecen darse cuenta del caos que acontece en sus inmediaciones. Si estudiamos los videos de youtubers populares, aún los más espontáneos prefieren tener ambientes ordenados.

No hace falta demasiada decoración para expresarnos como vloggers. Sentados en nuestra habitación a un lado de la cama, o bien en un cómodo sillón de sala, esta categoría de youtuber suele generar un ambiente de intimidad que hace sentir bienvenidos a sus seguidores. Toda su casa puede servir de escenario, dándole al espectador la sensación de ser invitados de nuestro anfitrión, un lazo que es esencial para reforzar una comunidad. Al abrirnos la puerta de su hogar, un buen youtuber transmite sinceridad: también nos está abriendo la puerta de su vida.

Los gamers y narradores que se dedican a la crítica de medios (libros, juegos, películas, juguetes, etc.) suelen enfocar la decoración de sus ambientes de acuerdo a la temática de sus videos. No es nada inusual ver las paredes de un youtuber cinéfilo empapelada de posters de películas, o los muebles de un gamer poblados de figuras de acción y ediciones de coleccionista de sus juegos favoritos. Siempre es importante evitar la saturación visual del espectador, formando una estética que resulte agradable a la vista y que no quite el foco del youtuber mismo.

Al otro lado del espectro, muchas veces una buena opción es lo que se llama

«minimalismo»: mostrar un escenario carente de toda decoración. Esto suele utilizarse cuando se desea enfocar toda la atención en una y solo una cosa. Es la decoración preferida cuando se realizan videos de *unboxing* o se muestran reseñas de productos en particular, ya sean alimentos, juguetes, herramientas y demás. La superficie de una mesa limpia suele bastar, aunque cualquier escenario de carácter homogéneo en su composición sirve. Lo que importa en estos casos es que el objeto al que apunta el video sea el único foco del espectador. Esta técnica no solo sirve para los youtubers más técnicos: Germán Garmendia es uno de los muchos comediantes que prefieren tener solamente paredes blancas de fondo para resaltar el protagonismo del youtuber.



La opción digital

Con un poco de pericia técnica y el programa de edición de video correcto podemos hacer magia digital a través de una técnica llamada «croma» o «clave de color», que nos permite utilizar escenografías virtuales. Nuestro escenario puede limitarse a un simple fondo verde, tonalidad que es removida digitalmente (en vivo o en fase de edición a través de programas como XSplit) para ser reemplazada por toda clase de escenarios. En muchos de los casos estos escenarios son simples imágenes estáticas o en movimiento, como la escenografía que utiliza Mox de Whatdafaqshow, y en general lo utilizan los Gamers para que sus rostros salgan insertados sobre el juego, en vez de en un recuadro. Sin embargo, la técnica de croma permite reemplazar tu fondo por cualquier imagen. ¿Quisieras aparecer en la Luna, con la Tierra de fondo? ¡Adelante!

EL VESTUARIO



YouTube es un medio visual y, por lo tanto, la primera impresión la dará tu imagen. Ya demostramos la importancia de una buena decoración y de una iluminación óptima, pero en el núcleo de ese ambiente controlado se encuentra la estrella del video: el youtuber, y la ropa que usa es mucho más que moda o estilo. La ropa define culturas, épocas, tribus urbanas y hasta corrientes de pensamiento. Nos expresamos a través de ella para demostrar quiénes somos, o a qué aspiramos.

Es una buena pregunta ¿a qué aspiramos? El youtuber busca un contacto directo con su espectador, y nuestros youtubers favoritos son eso para nosotros: más que creativos o presentadores, amigos. Son como nosotros, y por lo tanto el estilo que elijamos no solo tiene que representarnos sino hacer sentir identificado al espectador. El youtuber debe estar cómodo frente a cámara y con él mismo, por eso es normal vestir ropas de todos los días sin pensar dos veces en ello. Sin embargo, deberíamos ir un poco más allá. No es solo una cuestión de vestir combinaciones agradables a la vista, también se trata de formar una armonía con todo lo que rodea a nuestro video.

Llevar la temática en nuestras propias ropas es declararnos parte de ella. Los gamers pueden ostentar ropas con estampas basadas en videojuegos; cinéfilos llevan en su pecho alguna conocida frase de película; y basta con ver el logo de la Enterprise para reconocer a alguien que muy probablemente nos hablará de Star Trek. Esto puede parecer evidente, pero hay formas más sutiles de transmitir la temática. Dross, que se dedica a lo sobrenatural y la controversia, utiliza colores oscuros, mientras que en sus videos cómicos, Caelike usa ropa ligera, que acompaña sus movimientos, y de colores cálidos, llamativos.

Pero todo vuelve al primer punto: el youtuber desea estar cómodo con lo que viste en cámara, aunque más no sea prendas de patrones planos y colores agradables. Es una extensión más de su estilo y personalidad; una expresión de lo que realmente es.

Formas y colores

Hay ciertos consejos universales, que existen desde la invención de la fotografía, para tener en cuenta a la hora de grabar un video.

Las camisetas de diseños muy elaborados (floreadas, rayado) distraen la mirada

del rostro del youtuber. Es mucho mejor buscar ropa de un solo color, y si elegimos camisetas con diseños de cine o videojuegos, buscar los más icónicos y simples: logos de superhéroes, siluetas de nuestros personajes favoritos, frases, etc.

Los colores oscuros no solamente transmiten un nivel bajo de energía, sino que absorben la luz, algo que podría bajar la calidad visual de nuestro video si no tenemos buena iluminación en el lugar donde elegimos grabar. También es buena idea evitar los colores demasiado brillantes, en especial en youtubers de piel pálida.

Para videos de cuerpo completo, es ideal usar dos tonos similares de ropa. Si usamos una camiseta azul oscura, es mejor combinarla con unos *jeans* de tono parecido o pantalones color café.



El cuidado del vestuario

No solo debemos ser conscientes de lo que queremos expresar con la ropa que usamos, sino de lo que no queremos expresar. La ropa arrugada, manchada, o rota da la sensación de descuido y falta de seguridad por parte del youtuber. Si grabamos con frecuencia es recomendable tener preparada de antemano una ronda de ropas a usar. Si usamos ropa personalizada (con logos o imágenes de nuestro propio canal), tener dos o tres a mano siempre ayuda. Al igual que con la decoración de nuestro estudio, es notable la cantidad de youtubers que no se dan cuenta del estado en el que sus ropas aparecen en cámara.



En el caso de las youtubers, el maquillaje es parte de la identidad y la imagen que se quiere proyectar, y el único consejo válido es el mismo que se repite en toda la sección: el maquillaje tiene que reflejar tu personalidad, o al menos el aspecto de tu personalidad que quieras comunicar al público.

¿Pero qué pasa con los youtubers de sexo masculino? Sí, este es un tema que puede resultar incómodo a un hombre, ya que el maquillaje no es un aspecto de la vida cotidiana de la mayoría. Pero no hay otra: ya ordenamos la habitación, ya lavamos la ropa, y ahora va a tocar tener un mayor control sobre nuestro rostro. Si la idea es que el espectador mantenga la mirada en nosotros, lo mejor es asegurarnos que esta imagen no distraiga o (peor) cause rechazo. Es una necesidad estética que va desde un simple lavado de cara hasta una sesión completa de maquillaje, no solo para nuestro rostro sino para cabello y vello facial. Seamos honestos, no es agradable ver la frente de la persona en un video brillar de transpiración y grasa. En el mejor de los casos el youtuber debe mostrarse aseado en todo sentido, y para eso muchas veces es suficiente con una simple lavada de cara. Pasando esa barrera elemental encontramos una considerable variedad de técnicas y productos a nuestro alcance, en especial para la piel grasa, que no se ve bien en cámara, en especial si la iluminación de nuestro estudio provoca transpiración adicional.

La piel grasa es un problema para todos los youtubers, en especial porque es propensa a erupciones y acné, y no es necesario ser vanidoso para sentirse incómodo cuando hay que grabar un video con un grano en medio de la frente. Es necesario elegir productos con cuidado, buscando aquellos cuyos ingredientes no irriten la piel pero que tengan un efecto inmediato (para lavarnos la cara justo antes de grabar el video) y que provoquen una mejora a futuro. Así y todo, en los casos de piel sensible el maquillaje debería mantenerse al mínimo y enfocarse más que nada en productos hipoalérgicos, orgánicos y de origen natural.

¿Y si con jabón no alcanza? Es hora de comprar corrector. Sí, maquillaje. Nadie tiene por qué enterarse, y será mucho mejor que leer los crueles comentarios de YouTube sobre ese grano en la frente. Corrector en barra, del color de tu piel, se

puede comprar en cualquier farmacia y es excelente en caso de estas emergencias, o para cubrir pequeñas imperfecciones, como ojeras o lunares. Lo importante es que te sientas cómodo frente a la cámara.

La piel no es lo único en lo que podemos trabajar. Nuestro cabello puede ser una fuente de posibilidades, desde estilos de peinados hasta productos para modificar su brillo, color, volumen y textura. Al igual que con la piel, el cabello presenta variedad en sus niveles de grasa (cabello seco, graso, normal y mixto) y en su diámetro (cabello delgado, mediano y grueso). Cada una de estas combinaciones puede resultar en técnicas específicas para cuidado y manipulación, y, más allá de la variable de salud, el cabello es un elemento de decoración que marca personalidad y tendencias por igual.

¿No te interesa tener un peinado que te represente? No es necesario, pero sí es importante mantener el mismo cuidado que para el resto de los aspectos. Un cabello sucio y grasoso puede provocar rechazo a todo tipo de espectadores ¿para qué arriesgarse?

Ser uno mismo

¿Una obviedad? No por eso menos cierta.

¿Qué vemos cuando nos miramos en un espejo? El youtuber debe expresarse a sí mismo, y nuestra apariencia es parte importante de esa expresión. Podemos utilizar diversas técnicas de maquillaje para aparentar ser algo que no somos, o tratar de cubrir algo que nos avergüenza, pero si nosotros no estamos cómodos con esa apariencia, tarde o temprano nos jugará en contra. Lo mejor es siempre buscar la combinación que nos haga sentir bien, y que le diga a los espectadores quiénes somos con tan solo un vistazo. No forzar el maquillaje (ni el vestuario, ni la ambientación), sino dejarlo fluir con nuestra personalidad.



A simple vista, ser youtuber es fácil: encendemos la cámara, hablamos durante 10 minutos y colgamos el video en YouTube. Pero cualquier seguidor de los youtubers más populares sabe que hay mucho, muchísimo trabajo entre el momento en que la cámara se enciende y el video se cuelga en Internet.

La palabra edición se refiere en realidad al proceso completo de «postproducción», o sea, lo que hacemos después de la producción. El video se corta, se musicaliza, se le suman textos y gráficos, se le aplican filtros, y finalmente se cuelga, terminado, a YouTube.

Incluso con videos cortos es preferible retrasar el momento de publicación y dedicarnos a darle un repaso a lo que hicimos antes. Hay muchas buenas razones para hacer esto. Quizá grabamos un vlog en el que dijimos cosas que no pensamos bien, o que en el momento nos parecieron buenas y segundos después expresamos mejor. Tal vez nuestros espectadores no quieran vernos morir cuarenta veces seguidas en nuestra sesión de videojuegos. A lo mejor podríamos remover comentarios que se van por la tangente en nuestro video de reseña, que apuntaba a estar estrictamente enfocado en la obra a describir.

Y los errores posibles no solamente están en el contenido. Puede ocurrir que lo que queramos arreglar sea algún desperfecto a nivel técnico: saturación de volumen, corrección de gama, desincronización de audio. También hemos de hacer uso de la edición de video para añadir elementos que no estaban allí durante la grabación original. Quizá una breve presentación al inicio del video; algún efecto sonoro y musicalización para enfatizar algún momento en particular; o incluso una placa animada para señalar el final del video y recordarle a nuestros espectadores dónde pueden encontrarnos en diversas redes sociales.

Hay técnicas de edición tan comunes, que todos los youtubers las usan. A nadie le gusta escuchar los «eeeh», y las pausas cuando no sabemos qué más decir, así que podemos directamente cortarlos en edición, el «salto» entre una palabra y otra no molesta al que está viendo, es parte de la forma de expresarse natural de YouTube. Son estrategias para mantener el ritmo y no perder la atención del espectador.

Ejemplos como los previamente mencionados son apenas algunos entre muchas buenas razones para dar un paso atrás y echarle un vistazo crítico a nuestro trabajo. Este es el paso más importante para lograr videos de buena calidad, pero también es el más difícil de realizar, ya que requiere un mínimo conocimiento de las herramientas diseñadas para este propósito.

Primero, sin embargo, conviene entender algunos aspectos básicos sobre la edición de video que se aplican a todas las aplicaciones disponibles. Repasemos algunos puntos clave del proceso, para luego entrar de lleno a hablar sobre las mejores y más populares aplicaciones de edición.

Lo primero que hay que saber



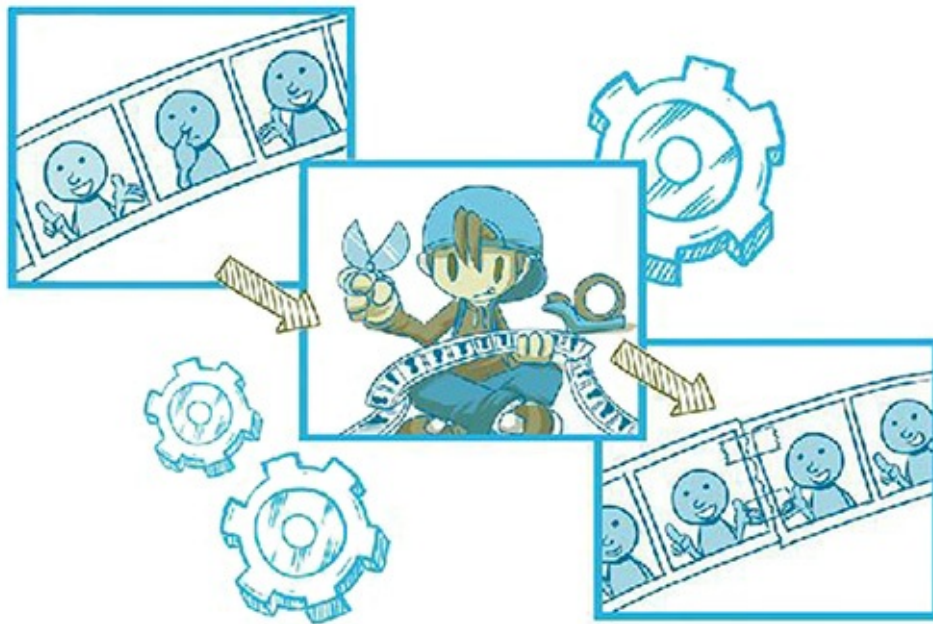
Hay ciertas palabras que se repetirán a lo largo del capítulo, conceptos básicos de edición que conviene conocer para aprovechar al máximo estas herramientas. Por supuesto, hay mucho más para aprender del mundo de la edición, pero es esencial conocer qué es cada cosa antes de empezar. Muchas de las aplicaciones de edición están disponibles solamente en inglés. Las palabras entre paréntesis son traducciones a ese idioma de estos conceptos básicos.

Material en bruto o en crudo (raw footage): los videos que grabamos directamente de la cámara. Nuestro punto de partida.

Edición (editing): es ordenar (a través de cortes, transiciones y musicalización) el material en bruto para convertirlo en el video final que colgaremos a YouTube.



La línea de tiempo (timeline): Las aplicaciones de edición muestran nuestro video en una línea que va de izquierda a derecha. A la izquierda el inicio y a la derecha el final. Para editar, imaginamos nuestro material en bruto como una larga cinta en la que realizamos distintos cortes y volvemos a pegar hasta que nuestra «cinta» queda exactamente como queremos.

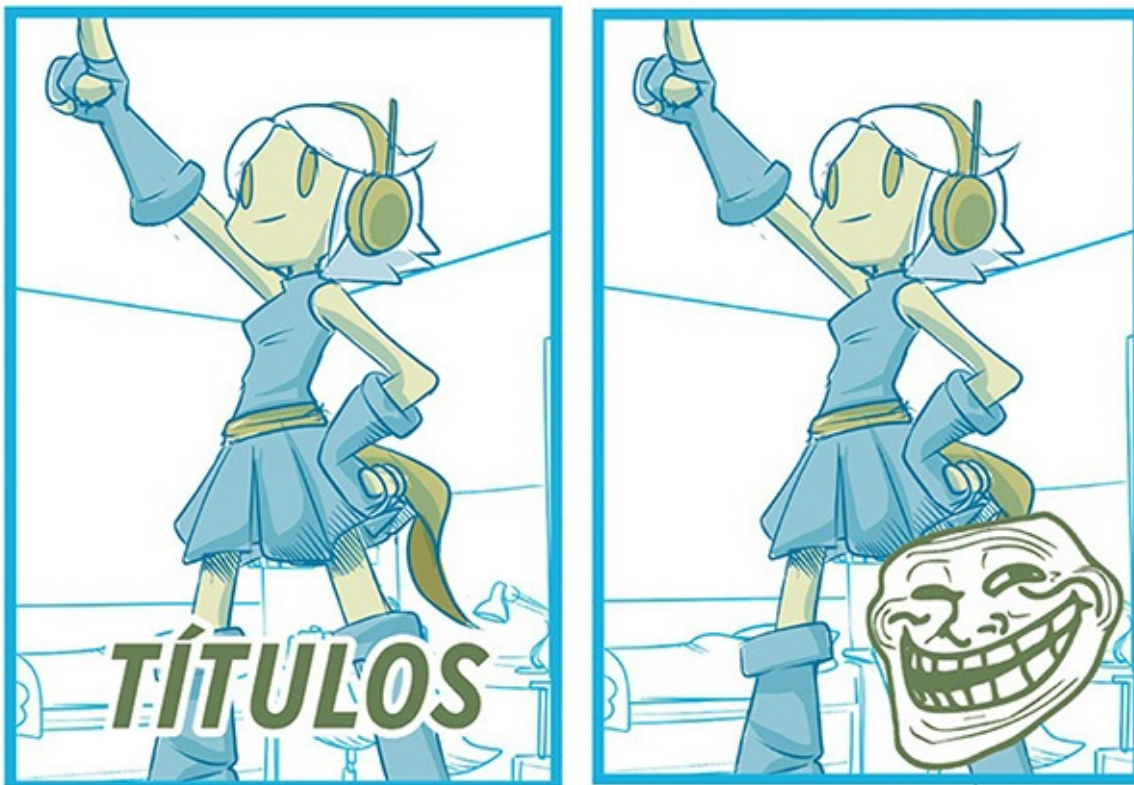


Transición (transition): una corta animación que se usa para comunicar al espectador un cambio de tema o de lugar. Seguramente las hayas visto en cine y televisión. La más común es el «fundido» que suavemente pasa de una imagen a otra, pero algunos youtubers tienen hasta sus propias animaciones para hacer transición.

Títulos (titles): todo el texto, o letras, que pongas sobre tu imagen se llama «título», aunque no sea necesariamente el título de tu video. ¿Confuso? ¡Sí! Pero estas son las palabras que utilizarás en tus herramientas, así que es mejor conocer las correctas.

Gráficos (graphics): los títulos son letras, los gráficos son imágenes. En general consisten de imágenes estáticas que se superponen en el video. Fotos, memes, personajes, etc. Lo ideal es editarlas con una aplicación de diseño gráfico para recortar solo lo que nos interesa, ya que de esta manera lograremos que se integre mejor a tu video.

Graficación (b-roll): ¡Cuidado! Graficación no es lo mismo que gráficos. Llamamos graficación a los videos adicionales que sirven para ilustrar el tema que estamos discutiendo. Si en el video estás criticando una película, la «graficación» puede ser el avance de esa película, o la escena de la que decidiste hablar.



La línea gráfica



Desde el capítulo 1 repetimos la misma idea: tus videos (y por lo tanto tu canal) son un reflejo de tu personalidad, así que tienen que ser únicos y propios. La línea gráfica es la identidad visual de tu canal, los distintos elementos de diseño que vas a utilizar en todos tus videos. Estos incluyen:

El logotipo. Una imagen que sientas que te represente. Puede ser tu inicial en una letra y un color que te gusten, una foto, un dibujo, un objeto, lo que sea.

Ejemplo: El nombre del youtuber es Manuel Dorrego



La apertura. Casi todos los youtubers tienen una pequeña animación o video de apertura, de 5 o 10 segundos, que repiten en todos sus videos. Puede ser algo simple como el texto que sale en cada video de Germán Garmendia, o animaciones vistosas como las que utiliza Yuya.

Los generadores de texto. Los títulos que salen debajo de tus videos, en general con tu información de redes sociales. Es conveniente que siempre utilices la misma tipografía y el mismo color, para mantener esa identidad a lo largo de todos tus videos.



La imagen de cierre. Esto es cada vez más importante. Es una imagen generada en una aplicación de diseño que incluye toda la información que quieras transmitir a tus seguidores: por ejemplo, tus redes sociales, tus canales alternativos, y un recuadro donde insertar tu video anterior.

Por supuesto, no es necesario tener todos elementos al empezar tu canal, pero transmiten al espectador que realmente te estás tomando en serio tu vida como youtuber. En caso de que quieras experimentar con aplicaciones de diseño, no es necesario que empieces con una herramienta profesional como el famoso Adobe Photoshop. Existen páginas web como PicMonkey que permite diseñar simples

imágenes de cierre y generadores de texto, o aplicaciones como Infinite Design, Paperless o FiftyThree Paper que te dan la opción de dibujar en tu celular.



Musicalización



La música puede jugar un papel fundamental en nuestros videos. Escuchar una voz con silencio de fondo no es tan ameno como acompañar la experiencia con una banda

sonora, en especial si la misma se ajusta a la temática del video. Una melodía tétrica conseguirá que el espectador se adentre más en esa historia de terror que se le está narrando; y una canción rápida y alegre potenciará hasta el más aburrido video de gatitos haciendo travesuras. Introducir música en un programa de edición es tan simple como insertar un MP3 en la «línea de tiempo», pero es importante tener en cuenta el uso correcto e inteligente de la música para que refuerce en vez de opacar.

Los youtubers también hacen buen uso de la música en sus videos, siempre que se sigan algunas reglas básicas. La música tiene el propósito de acompañar y reforzar la voz del youtuber, que es el foco del video. Por lo tanto, hay que asegurarnos de mantener el volumen de la musicalización por debajo del volumen de voz y elegir canciones sin letra, que no distraigan ni interfieran con lo que estamos contando. Más aún, conviene utilizar música de carácter suave, que mantenga su presencia en nuestra percepción auditiva sin llegar a tomarla por asalto. Por eso la música electrónica suele ser una buena opción.

Usaremos como ejemplo para mostrar las bases de la musicalización de un video la aplicación Windows Movie Maker. Presionando el botón «Agregar Música» («Add Music» en inglés) podemos cargar un archivo en formato MP3 e insertarlo en nuestra línea de tiempo. Al hacer clic sobre la pista de audio que vemos debajo del video, se abren otras opciones que permiten ajustar el video a la música, y una de ellas permite enfatizar el audio original del video por sobre la música. Debemos ajustarlo para equilibrar a la perfección la relación entre música e imagen.

Opciones adicionales nos permiten fundir la música, para que entre de a poco en una sección específica del video, o editar el archivo MP3 para que el acompañamiento sonoro entre justamente en nuestra sección favorita de la canción elegida.

¿Pero de dónde saco la música?

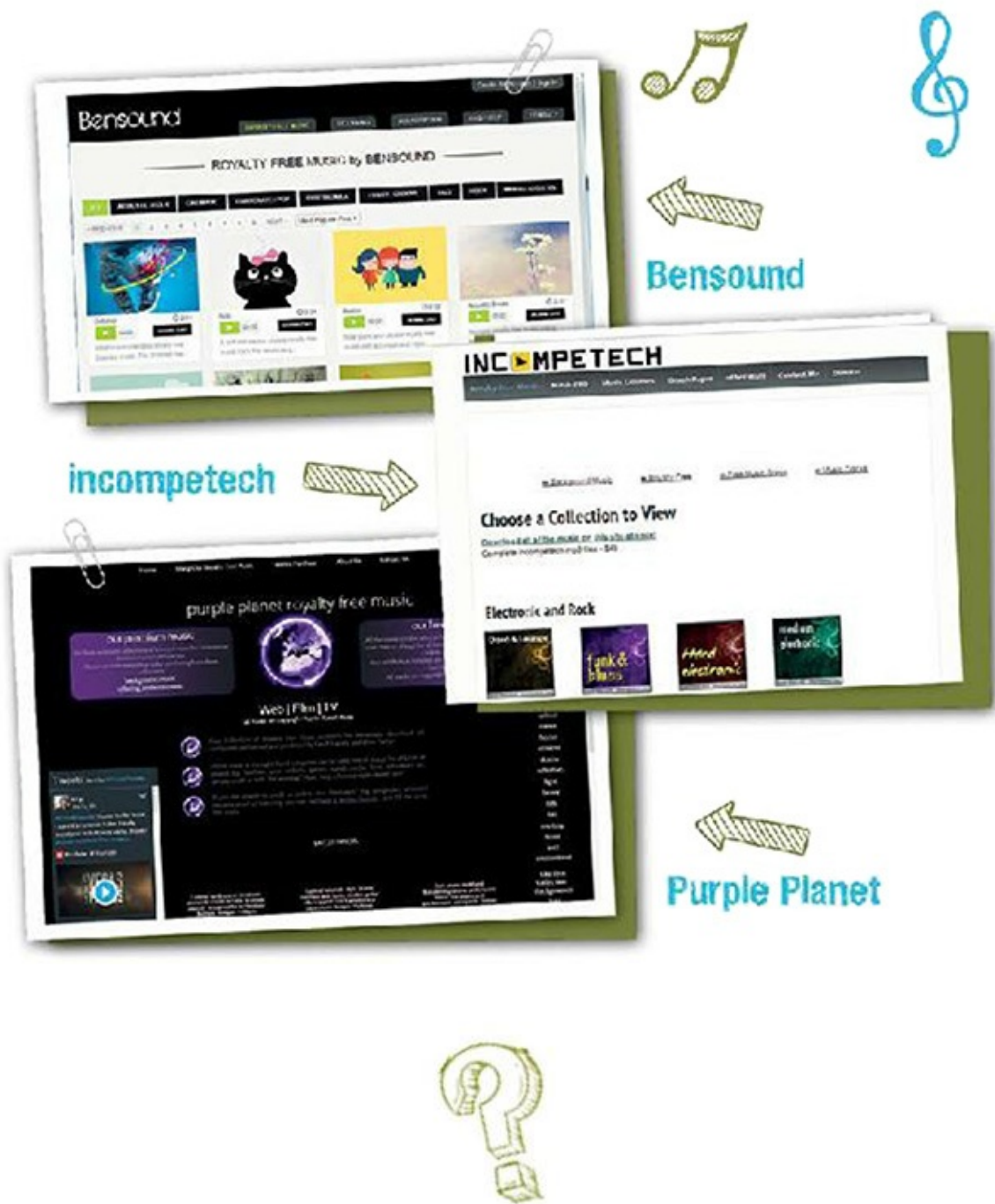


Lo primero que vas a querer hacer es musicalizar tus videos con canciones de tu banda favorita - Esto es una muy mala idea, ya que YouTube tiene estrictas reglas respecto de la utilización de contenido que tenga derechos de autor, y poseen múltiples medios para sancionar tanto nuestro video, tanto como nuestro canal completo. El capítulo 10 profundiza sobre esas penalidades y limitaciones.

La opción más utilizada es descargar música con licencia de distribución pública (es decir, gratuita) ya creadas, que podemos conseguir en un generoso número de

sitios web. El más conocido y recomendable es Incompetech (www.incompetech.com), uno de las favoritas de los youtubers cuyas tonadas ya hemos oído en más videos de lo que imaginamos. También se pueden conseguir muy buenas composiciones en Bensound (www.bensound.com) y Purple Planet (www.purple-planet.com). De cualquier manera, hay que tener cuidado con sitios que ofrecen música «gratuita» y después pueden elevar una queja a nuestro canal por hacer uso de esas canciones. Los tres nombrados en este párrafo son completamente confiables.

SÍ tenemos el talento, podemos ser nuestros propios musicalizadores y generar archivos de audio en formato MP3. Hoy existen cientos de programas que nos permiten componer nuestra propia música, muchos de ellos gratuitos, como Crystal Synth (www.greenoak.com). ¿Algo más simple?, se puede probar la generación de melodías de WolframTones (tones.wolfram.com), que con una flexible cantidad de opciones nos entrega simples melodías en una generosa variedad de géneros. Otros, como Jukedeck (www.jukedeck.com), nos dan una pequeña selección de opciones para generar música electrónica de forma automática, permitiéndonos utilizar esas melodías en nuestros videos de forma gratuita (si les damos crédito) o por un justo rango de precios.



Efectos de sonido



El término «efectos de sonido» se refiere al audio insertado en el video que no sale de la grabación ni es parte de la musicalización. Cuando en un video suena una alarma, se escuchan risas grabadas, o escuchamos un timbre cuando al youtuber se le ocurre una idea, estos sonidos han sido insertados posteriormente, en edición. Los efectos de

sonido bien utilizados pueden ayudar a enfatizar un momento, una acción, una escena o una ocurrencia.

Insertar un efecto de sonido es tan simple como agregar música a nuestro video. Se deben importar en formato MP3 y ajustar el volumen de la misma forma en que lo hicimos con la música en la sección anterior. Hay algunos efectos de sonido que son clásicos, y deberíamos tener siempre disponibles a la hora de editar (en el recuadro se pueden ver distintos lugares de donde descargar efectos de sonido gratuitos).

Posiblemente uno de los más utilizados sea el pitido de censura (el clásico «PEP»). No es de extrañar; puede que en nuestro video hayamos dicho algo subido de tono que sintamos que no nos representa, o no nos dimos cuenta y sin quererlo revelamos un punto importante de esa película que reseñamos. El pitido de censura es la solución más rápida para no romper el flujo del video con un corte, y al ser un sonido constante, se puede repetir cuantas veces lo necesitemos para cubrir el audio original.

Otros efectos de sonido típicos incluyen las risas grabadas (que en general se usan para parodiar las comedias clásicas del pasado), los aplausos (que también se utilizan con humor), el «ka-ching» de una caja registradora (para hablar de dinero), los grillos (que suenan cuando el youtuber hace un mal chiste) y el grito de película de terror. Son armas básicas del arsenal de cualquier tipo de youtuber.

Los efectos de sonido son ideales para cierto tipo de youtubers. Los narradores difícilmente interrumpen el flujo de sus palabras con este tipo de audio, pero los comediantes los utilizan todo el tiempo, y cada vez más son los vloggers que buscan resaltar sus ideas con sonido. A veces se utilizan para dar cuenta de una transición entre escenas, o para darle más fuerza a algún efecto físico o la aparición de un gráfico (el sonido de un sartenazo cuando al youtuber le pega algo en la cabeza, por ejemplo, o el sonido de un foco que se enciende cuando al youtuber se le ocurre una idea).

¿Dónde descargar efectos de sonido?

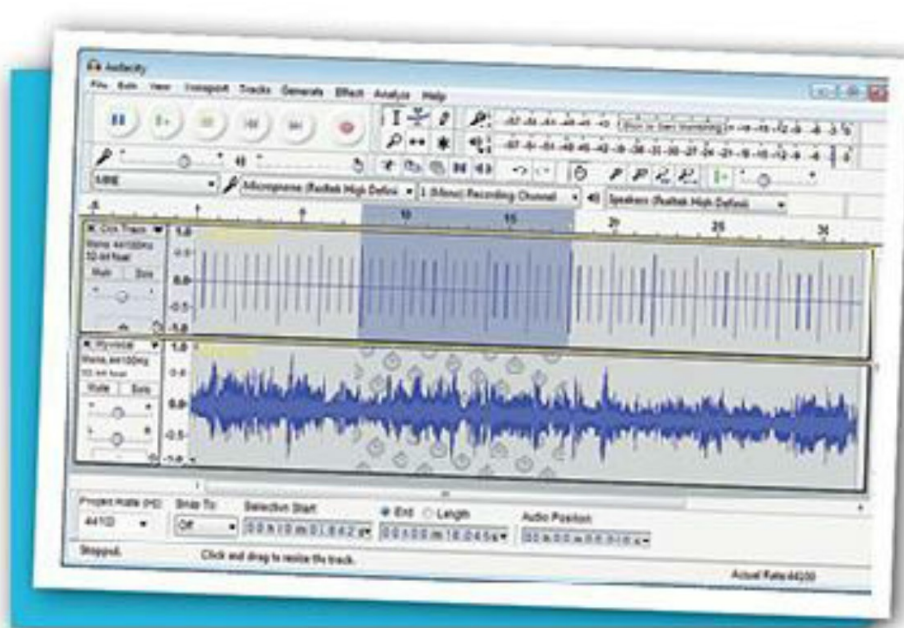
Al igual que con la música, hay muchos medios para obtener nuestros efectos de sonido. La solución más rápida son las colecciones de sonidos de distribución gratuita, que podemos descargar de la web. Ya de entrada, FreeSound (www.freesound.org) es uno de los primeros sitios que debemos visitar, donde encontraremos una enorme variedad de efectos. SoundBible (soundbible.com) es otro interesante sitio con página de sonidos de libre distribución. Finalmente, AudioBlocks (www.audioblocks.com) nos da una excelente combinación entre sonidos y melodías para descargar. Con estas tres poderosas opciones ya podemos nadar en un océano sonoro.



¿Y cómo puedo crear mis propios sonidos?

Pero a veces necesitamos un sonido específico y, cuando toda búsqueda ha fracasado, siempre podemos intentar grabarlo nosotros mismos. Tanto para la edición de sonidos que hemos descargado o de grabaciones propias, tener un buen programa de edición de audio a mano siempre viene bien. Empecemos por mencionar a Audacity (www.audacityteam.org), una de las mejores opciones por su relativa facilidad de uso y flexibilidad de opciones; aunque Ocenaudio (www.ocenaudio.com) también nos ofrece sencillez y eficiencia de forma gratuita.

Crear sonidos no es tan difícil como suena. Estas aplicaciones ofrecen filtros y efectos de audio que nos permitirán limpiar, amplificar y distorsionar cualquier cosa que grabemos, desde el ladrido de un perro hasta el golpe de una puerta. Cuando empezamos a utilizar efectos sonoros en nuestros videos, muy pronto notaremos que hay diferencias de volumen entre ellos. Lo ideal es siempre normalizar el nivel de volumen del conjunto de archivos de audio usando aplicaciones como Audacity y Ocenaudio.



Transiciones de video



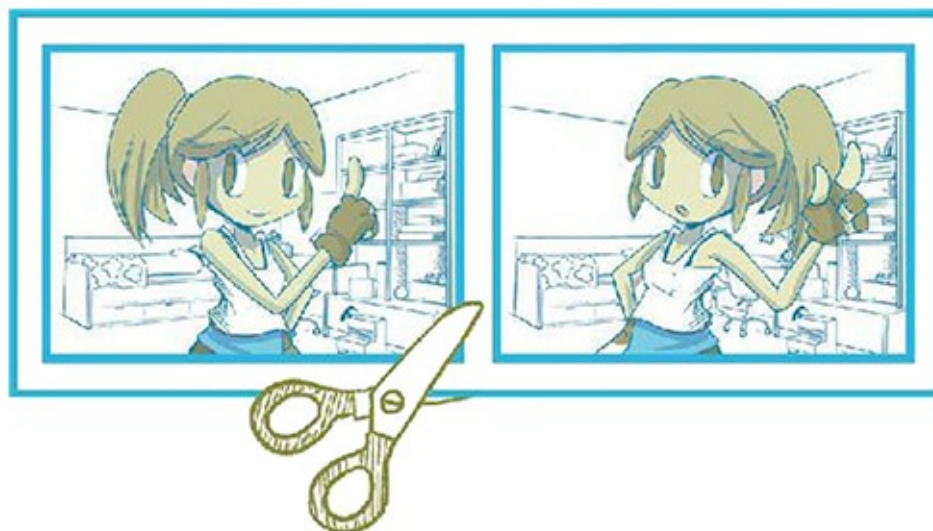
Un video corto (un vlog, por ejemplo) puede realizarse en una sola toma, o sea, grabar de principio a fin y sin cortes. Pero cuanto más larga y compleja es nuestra producción, mayor es la necesidad de realizar transiciones dentro de nuestros videos. La transición es el arte de hacer un corte en el flujo del video para continuar en otro punto del mismo, y no es un elemento menor. Todos los programas de edición de video suelen venir acompañados de una buena colección de efectos de transición, pero en este capítulo nos referiremos a algunas de las más conocidas y utilizadas.

Seguramente has visto videos en los que un youtuber habla y de repente hay un corte, como si faltaran unos segundos del video. Este es el «salto», y es la transición más básica de todas, al punto que ni siquiera es un efecto. Se trata, lisa y llanamente, de cortar en la línea de tiempo para pasar inmediatamente a otra imagen. En general y se usa para mejorar el ritmo y eliminar todo lo que haga lento a nuestro video, como las pausas, las ideas repetidas, o los «eeeh» y «aaah».

El salto también se utiliza para remover segmentos de un video largo, como pueden ser las partes aburridas de una muestra de videojuegos (menús, tutoriales, etc.) o los saltos a diferentes pasos en una receta de cocina. La idea aquí es mantener la velocidad del video principal, ya sea saltando a una nueva escena de forma inmediata o evitando los momentos en los que nuestro video baja las revoluciones.

El corte es la acción que más veces repetiremos al usar una herramienta de

edición, y por lo tanto es muy simple de realizar en todas las aplicaciones. En Windows Movie Maker, es cuestión de recorrer el video en la línea de tiempo hasta encontrar el punto perfecto en el que empieza el corte. Ahí hay que dividir (en inglés es «split»), ir hasta el punto donde termina la situación que queremos borrar, volver a dividir y eliminar el material restante para que solamente quede lo que nosotros queremos mostrar.



El «**fundido**», es otra de las transiciones más utilizadas, muy común en televisión. Sirve para pasar de una escena a otra a través de un desvanecimiento. La primera imagen se difumina mientras la otra va apareciendo, y en general comunica un paso de tiempo entre la primera situación y la segunda. El fundido es muy común en los videos de narradores, para pasar de un tema a otro, o cambiar de puesto en videos tipo «top 10».



El fundido también se usa «**a negro**» para cerrar cierto estilo de videos. En este caso, la imagen se oscurece hasta quedar completamente negra, indicando el final de una escena. También se puede utilizar a la inversa; la imagen pasa del negro absoluto a la escena en cuestión, indicando el inicio de la misma. El fundido a negro y de negro es el más común para iniciar y cerrar videos, pero no es la única transición. Una de los más reconocidas es el cierre de iris, muy popular en viejos dibujos animados, en el que un círculo se cierra en pantalla, dejando tras de sí la pantalla en

negro. Los programas de edición de video suelen permitirnos «jugar» con muchas de las opciones de estas transiciones, extendiendo su duración en pantalla y el efecto de las mismas. Vale la pena echarles un vistazo y ver qué podemos hacer con lo que nos ofrecen.



Pese a todas las opciones de transición de escena que veremos en nuestros editores de video, los saltos y los fundidos a negro son las dos opciones que más utilizaremos. Los efectos de transición más elaborados y vistosos son más utilizados en videos con colecciones de imágenes estáticas (narraciones, tutoriales, muestras de fotografía), y no en videos con movimiento.

Incluyendo títulos en tu edición



La idea de añadir títulos en nuestro video es darles un toque de identidad propia. El título es un texto que utilizamos para sumar algo de información en pleno video. Los usamos para presentar el canal, para agregar comentarios al pie de la pantalla, para presentar nuevos personajes y situaciones, distintos tipos de comentarios humorísticos, agradecimientos y convocatorias.

Hay que tener en cuenta algunas reglas de sentido común al preparar nuestros segmentos de títulos introductorios. Muchos youtubers cometen el error de hacer estas secuencias demasiado extensas, con volumen de sonidos y música muy alto y una sobrecarga de imágenes que no cuentan nada. Hay que ser breve y conciso, ya que la mayoría de los espectadores de YouTube abandonan los videos de desconocidos antes de llegar a los 30 segundos.

No tiene sentido una secuencia introductoria de treinta segundos para dar paso a un video de dos minutos; y casos así ocurren con sorprendente frecuencia. La duración ideal es de 5 a 10 segundos. Nuestros títulos pueden usar cualquier tipografía mientras nos parezca que transmite nuestra personalidad, pero en el caso de

textos más largos, de una o dos líneas dentro del video, debemos limitarnos a tipografías fáciles de leer (Courier, Verdana o Arial).

Insertar títulos en un video es sumamente sencillo en cada una de las herramientas de edición. En el caso de Windows Movie Maker, simplemente hay que buscar el punto del video en el que queremos insertar el texto y hacer clic en el botón «título» en el menú Inicio (la segunda pestaña empezando desde la izquierda). Al escribir el texto podemos alterar sus cualidades en formato, cambiando su posición, tamaño, tipografía, color, y una serie de efectos que nos permitirán darle distintas animaciones. Además, Windows Movie Maker permite tres tipos de títulos básicos: el título original que hemos visto, subtítulos y créditos similares a los del final de una película. El título que hemos insertado pasará a formar parte de la línea de tiempo, y podemos moverlo, editarlo, o simplemente eliminarlo.

Gráficos: tamaños y transparencias



Hay un viejo refrán que dice que «una imagen vale más que mil palabras», y no se puede negar que a veces una foto o un dibujo transmiten mucha información, aunque solamente estén un segundo en tu pantalla. Los youtubers utilizan imágenes (o, en términos de edición, «gráficos») para todo tipo de propósitos. A veces sirven para resaltar el humor de lo que se está contando; a veces, como en un noticiero de televisión, ilustran el tema del que hablamos, mientras que en otras ocasiones existen para diferenciar el canal, como bordes y logotipos que le dan una identidad al canal, de principio a fin.

Hay dos tipos de gráficos que vamos a insertar en nuestros videos. Lo más simple es insertar imágenes de **pantalla completa**, que llenan la ventana de visualización y que son ideales para ilustrar algo que requiera la atención completa del espectador. Si nuestro vlog está dedicado a criticar el nuevo afiche de una película, podemos llenar la pantalla durante varios segundos para que el espectador lo vea con nosotros y quede claro lo que queremos comunicar. Algo para tener en cuenta es que sobre los mismos gráficos se pueden insertar títulos, para hacer más ameno y variado este tipo de videos.

Insertar un gráfico es simple en cualquiera de las aplicaciones de edición. En Windows Movie Maker vamos al punto del video en el que queremos insertar la imagen, y en el menú Inicio presionamos el botón «agregar videos y fotos». Buscamos la foto indicada y presionamos aceptar, el gráfico ya es parte del video, y en el menú editar (la última pestaña a la derecha) podemos alterar la duración de la

imagen. El audio sigue siendo el mismo del video que estaba antes, así que no necesitamos volver a sincronizar la narración. Es conveniente editar estas imágenes antes de insertarlas para que tengan el mismo tamaño que el video (en general es 1280×720, o «HD»).

Una de las desventajas que tiene Windows Movie Maker es que no se pueden insertar imágenes **dentro del video**, pero en las próximas páginas vas a conocer herramientas que te pueden ayudar a hacer videos más complejos, ambiciosos, e interesantes.

Consejos generales



El tiempo es oro

Nuestros videos deben ser concisos en la medida de lo posible. El espectador tiene un límite de paciencia y cientos de otros videos para ver, por lo que debemos intentar mantenerlos interesados en nuestro material. Tal vez ellos prefieran no ver treinta minutos de nuestra caminata en silencio por la ladera de una montaña en un videojuego de mundo abierto, o escucharnos repetir el argumento de una película que ya todos han visto.

No existe un video que no mejore con dos o tres cortes en los lugares correctos. Tal vez nuestro vlog trata un tema interesante, pero hicimos tantas pausas al hablar que terminamos con una hora de contenido. Una edición rápida puede remover todos esos momentos inertes. Hay que hacer de tripas corazón y admitir que no todo lo que grabemos quedará en el video final. Lo que realmente importa es que el espectador tenga una experiencia que lo mantenga interesado en lo que ve.

La estructura de un video perfecto

Las duraciones promedio de los videos de YouTube es de 6 a 7 minutos, sin importar el tipo de youtuber. La clave para capturar nuevo público está en los primeros 30 segundos, que deben «vender» el contenido del video. El minuto final, en cambio, solamente lo verán los que disfrutaron el video, así que es el momento perfecto para

invitar a ese espectador a que se suscriba, que te siga en redes sociales, participe en los comentarios y vea otros videos del canal. Los gamers suelen extenderse durante más tiempo, pero sus videos son una excepción porque siguen la acción de un videojuego.

En general una estructura que funciona bien (para un video de 7 minutos) es:

00:00 a 00:05

UNA EDICIÓN VELOZ DE LOS MEJORES MOMENTOS DEL PROGRAMA

00:05 a 00:10

PRESENTACIÓN («OPENING») DEL YOU TUBER

00:10 a 00:30

EN 20 SEGUNDOS SALUDAMOS Y DAMOS LA PREMISA DE NUESTRO VIDEO

00:30 a 06:00

DESARROLLO DEL TEMA DEL VIDEO

06:00 a 06:40

DESPEDIDA, INVITACIÓN A SUSCRIPCIÓN, REDES SOCIALES, COMENTARIOS

06:40 a 07:00

IMAGEN DE CIERRE CON REDES, SUSCRIPCIÓN, Y ENLACES A OTROS VIDEOS

La relación tamaño/calidad

Los archivos de nuestro «material en crudo» suelen tener tamaños descomunales ya que debemos aprovechar para grabarlos en la mejor calidad posible. Sin embargo, el video final que se produce con la aplicación de edición no puede ser demasiado grande, ya que eso haría que aumente el tiempo que nos toma subir el video. No es necesario tener la máxima calidad a la hora de exportar por primera vez un proyecto a archivo de video, ya que YouTube lo volverá a comprimir.

Todas las aplicaciones de edición de video permiten reducir nuestro proyecto final a tamaños mucho más accesibles. De hecho, muchos de estos programas nos dejan hacer sintonía fina, configurando la cantidad de cuadros por segundo, dimensiones, y tasa de bits del producto final. Vamos a lo técnico (no importa que no sepas lo que es cada una de estas cosas, siempre se puede aprender más adelante): YouTube recomienda utilizar el formato MP4, con el códec de video H.264 y el códec de audio AAC-LC. La cantidad de cuadros por segundo no es importante, pero la resolución sí

lo es, y lo mejor para principiantes es limitarse a 1280×720 o, en caso de videojuegos de alta calidad, 1920×1080. En tema de tasa de bits, puede estar entre los 5 y 8 Mbps en video, y 384kbps en audio.

Cuestión de formato

Existen muchos sistemas de reproducción de video, y no todos operan con los mismos formatos. Los programas de edición suelen venir con configuraciones de salida predefinidas para la mayoría de los formatos actuales, desde videos en formato para portales como YouTube, Vimeo y DailyMotion, hasta dispositivos móviles, Android, y hasta consolas de videojuego.

En un principio solo nos preocuparemos por las opciones clásicas para portales de *streaming online*, pero con el paso del tiempo y mayor experiencia querremos expandir nuestro alcance, subiendo nuestros videos en múltiples plataformas.

Copias de seguridad

Ya editamos nuestro video y lo subimos a todos los dispositivos que deseábamos. ¿Qué hacemos con el archivo que quedó en nuestra PC? ¿Borrarlo? ¡Jamás! Siempre conviene tener copias de seguridad de todo nuestro trabajo, y nuestros videos no son la excepción.

¿Qué pasa si hubo un error y no nos dimos cuenta de que nuestro video se procesó mal? Peor aún, ¿qué pasa si notamos, ya tarde, que la edición contiene errores? Vamos a necesitar los videos originales para reparar eso. ¿Qué ocurre si queremos hacer referencia a un video antiguo, pero ya lo borramos hace mucho? Aquí nuestros mejores amigos son los dispositivos de almacenamiento externo, o discos removibles. Es un esfuerzo extra que nos evitará muchísimos dolores de cabeza a futuro, y vale la pena hacernos a la costumbre.

Las herramientas

En la próxima sección vamos a analizar las aplicaciones más comunes de edición de video con instrucciones simples que, combinadas con lo aprendido en este capítulo, serán tu punto de partida para lograr una mejor calidad de videos. De ahí en adelante, todo es cuestión de experimentar y practicar. Tu primer video te tomará horas, pero en poco tiempo lograrás excelentes resultados en cuestión de minutos. Para profundizar este conocimiento, no hay nada mejor que aprovechar el mismo YouTube, y la infinidad de tutoriales disponibles para hacer exactamente lo que tu video necesita.

Windows Movie Maker



¿Qué es?

Haciendo su primera aparición en el año 2000, Windows Movie Maker es la opción de Microsoft para que los usuarios de su sistema operativo puedan editar sus propios videos. Su última versión en el año 2012 nos dejó con un editor competente, muy fácil de usar, aunque un poco limitado para los que busquen efectos más complejos de edición. Es una aplicación amigable con el usuario, lo que lo vuelve una buena primera opción para el youtuber novato.

¿Cómo se usa?

En Windows Movie Maker editaremos todo «en orden». Tenemos una pantalla de previsualización a la izquierda y la línea de tiempo de nuestro proyecto a su lado. Todo el contenido que importemos a nuestro proyecto se añadirá automáticamente a la línea de tiempo del video.

La línea de tiempo es muy simple. La tira grande es nuestro video principal, mientras que el contenido que vamos sumando se convierte en tiras pequeñas que corren por debajo de la grande. Si nuestro video es muy largo, ocupará más que la pantalla de la derecha, y podemos hacer *zoom* con el deslizador que está en la esquina inferior derecha para ver el video completo.

Podemos cambiar la posición de los segmentos de la línea de tiempo simplemente arrastrando el elemento deseado a la nueva ubicación. También podemos cortar los segmentos existentes para remover segundos innecesarios, como vimos en páginas anteriores. Desde el menú «Inicio» se puede agregar videos, gráficos, música y audio, títulos, y hasta grabar locuciones.

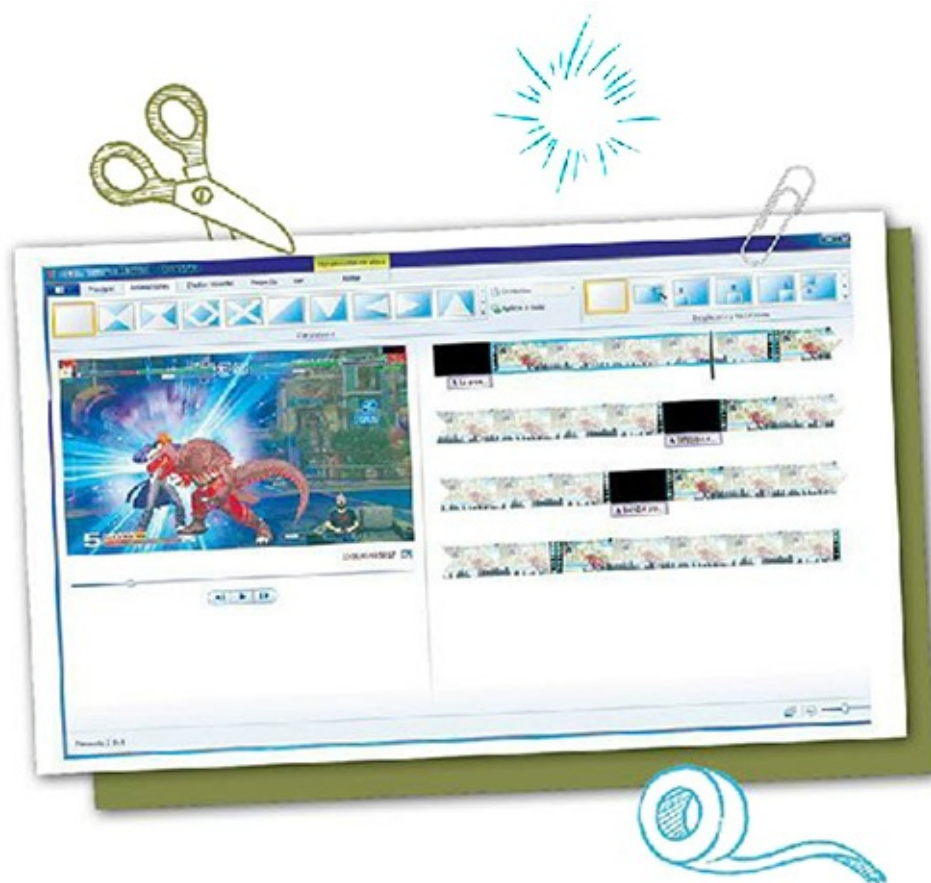
Al igual que la mayoría de los editores de video, Windows Movie Maker cuenta con una colección de efectos de transición, ubicados en la sección «**Animaciones**» del menú, que podemos insertar entre segmentos de la línea de tiempo. Asimismo, tenemos una amplia variedad de «**Efectos**» en el menú del mismo nombre para alterar la imagen, que no son tan sutiles como los que encontramos en una red social como Instagram, pero permiten alterar segmentos de nuestros videos de formas

sorprendentes, jugando con distintos estilos.

Si la distribución de los elementos de tu línea de tiempo te resulta confusa o poco práctica, bajo el menú «**Vistas**» tenemos herramientas de *zoom*, tamaño de las miniaturas, vista previa en pantalla completa, y la opción de mostrar las ondas de audio en la línea de tiempo.

Finalmente, el menú «**Editar**» nos brinda herramientas de edición para diferentes atributos del segmento que tengamos seleccionado en la línea de tiempo, como por ejemplo la velocidad del video, el volumen del audio original, color de fondo y duración. En este último menú también encontramos las opciones para cortar segmentos de video, recortar puntas, y estabilizar la imagen en caso de que hayamos grabado con un *Smartphone* en movimiento.

De cualquier manera, el noventa por ciento de nuestro trabajo de edición se hará en el menú Inicio, aprovechando las funciones que surgen de forma natural presionando el botón derecho del mouse sobre el punto que queremos editar.



Exportación

Windows Movie Maker nos permite enviar nuestro video directamente a los portales de video más conocidos, simplemente haciendo clic en la opción de «Compartir» de barra de Inicio y luego en el formato que deseamos renderizar el video, nosotros solo

debemos escoger el nombre de nuestra «película», y Windows Movie Maker se encargará de procesarla. Es posible colgar video directamente a YouTube desde esta aplicación, pero lo recomendable es exportar directo al disco (en formato «Display de Alta Definición») y luego procesar nosotros el video final a través de la interfaz de web de YouTube.

iMovie (MAC)



¿Qué es?

iMovie es un programa de edición de video desarrollado y distribuido por Apple para sus computadoras Mac y dispositivos móviles. Desde su primera aparición en 1999, iMovie ha ido evolucionando versión tras versión, hasta ser hoy una herramienta imprescindible para los youtubers de productos Apple, gracias a su gran accesibilidad y flexibilidad. Nuestros proyectos en iMovie pueden ser editados desde múltiples dispositivos; por ejemplo, realizando una grabación en 4K desde un iPad y editando algunos cortes en el momento, para luego seguir el trabajo en nuestra Mac para dar los toques finales.

¿Cómo se usa?

Iniciamos un nuevo proyecto haciendo clic en el icono «Nueva Película» de la pantalla de proyectos; haciendo clic en el signo Más (+) en la esquina superior izquierda de la ventana; o abriendo el menú Archivo y seleccionando «Nueva Película». Esto abre una ventana de selección de Tema, con plantillas de formato predefinidas para nuestro nuevo video, aunque también podemos optar por un nuevo video totalmente en blanco para usar a nuestro gusto. Seleccionamos nuestra opción, le damos nombre a nuestro proyecto, y ya podemos comenzar.

Ahora debemos importar nuestro material a nuestro nuevo proyecto: archivos de video, audio, e imágenes estáticas (gráficos). Podemos hacer clic en el botón de Flecha Abajo para abrir una ventana en la que seleccionaremos todo lo que deseemos agregar a nuestro video. También podemos arrastrar los archivos directamente desde

Finder a la ventana de «archivos de medios» de iMovie, y estos se añadirán automáticamente a nuestro proyecto.

Luego viene la edición en sí. El proceso consiste en tomar los fragmentos de video, audio y gráficos de nuestra colección de medios y los colocaremos en la línea de tiempo del video, arrastrando los archivos deseados a dicho sector, organizándolos de la forma en que deseemos. Si deseamos pasar a la línea de tiempo solo un segmento específico del video, podemos seleccionarlo y arrastrarlo directamente de la muestra en la colección de medios, o recortar el video excedente en la línea de tiempo.

Todo lo que coloquemos en la línea de tiempo puede ser fácilmente arrastrado y reorganizado, añadiendo efectos especiales a los segmentos que deseemos. En general, cada segmento es unido por una transición tipo «salto», pero entre segmento y segmento podemos insertar otro tipo de transiciones. También podemos adosar estas transiciones al principio y al final del video principal, aunque contamos con una opción más directa en el menú de Opciones, con las casillas para Fade-In y Fade-Out (fundido desde negro y a negro).

El programa cuenta con una gran variedad de efectos y formatos predeterminados para darle a nuestra producción una apariencia más profesional. Es más complejo que Windows Movie Maker, pero también es mucho más flexible.



Exportación

Ya editamos nuestro video, ahora hay que colgarlo a YouTube, y en iMovie es más fácil que en cualquier otra aplicación. Simplemente hay que hacer clic en el botón «compartir» en la esquina superior derecha. Si queremos revisar el video antes de hacerlo público, o guardar una copia de respaldo, podemos grabar el video final al escritorio. En caso de que nuestro deseo sea solamente compartirlo, podemos enviarlo directamente a YouTube desde este mismo menú. Si es la primera vez que hacemos esto último, se nos pedirá acceder a nuestra cuenta para autorizar una conexión entre la aplicación y YouTube.

Editor de Video de Youtube

¿Qué es?

Una herramienta relativamente nueva que YouTube ofrece de forma gratuita a los creadores que necesiten editar videos simples. No esperes la complejidad de una aplicación profesional, pero para salir del paso con videos que te quedaron largos o que necesitan musicalización es excelente. El mayor problema que tiene es su velocidad, ya que los videos no están almacenados en tu notebook sino en YouTube, y saltar de un punto a otro (algo que se hace muchísimo en edición) puede tomar varios segundos.

¿Cómo se usa?

La interfaz principal presenta una línea de tiempo de audio y una de video. A la izquierda de la pantalla podemos ver una visión previa de lo que será nuestro video final, y a la derecha tenemos una barra de herramientas que inicialmente muestra el contenido de nuestro canal. En la parte superior de la pantalla está el nombre de nuestro proyecto y en la parte inferior, a la derecha, vemos una barra deslizadora que nos permite cambiar la escala de nuestra línea de tiempo (ideal si vamos a trabajar con un video que dure más de un par de minutos).

Antes de empezar a trabajar debemos subir todo el video que vamos a usar a nuestro canal, por supuesto, como «privado» para que nadie más pueda acceder a nuestro material en crudo. Después de la edición podemos borrarlo sin problemas.

Para comenzar la edición, arrastramos el video principal a la línea de tiempo,

desde donde podremos transformarlo de distintas maneras. Podemos dividirlo en distintas partes, separar la pista de audio para musicalizar, y cortar dentro del video para eliminar esos tiempos muertos que suelen surgir en una grabación espontánea. Para cambiar el tamaño del video usamos las dos barras azules que se pintan al inicio y al final de la línea de tiempo, que YouTube llama «manijas». Haciendo clic sobre las manijas y arrastrándolas a la izquierda o derecha cambiamos la extensión del video de forma intuitiva. Las pequeñas flechas blancas que vemos sobre las manijas recortan el video por décimas de segundo, perfectas para hacer cortes de precisión.

Al hacer clic sobre el video en la línea de tiempo accedemos a una serie de opciones adicionales que pueden mejorar la calidad. Alterar el brillo y el contraste, estabilizar el video digitalmente, y crear efectos simples como *zooms* y desplazamientos. Esta sección también incluye filtros tipo Instagram que podemos aplicar a la imagen y en la pestaña «texto», títulos que se pueden incluir en banners. También se puede alterar el audio para que combine mejor con la musicalización, alterando no solo el volumen sino los bajos y agudos. Puede sonar un poco técnico, pero lo mejor es experimentar y descubrir por nuestra cuenta cómo suenan mejor nuestros videos.

El resto de las opciones disponibles en la barra de herramientas se aplican a usuarios más avanzados. La pestaña «CC» ofrece videos gratuitos bajo la licencia Creative Commons, que se pueden mezclar con nuestras imágenes sin miedo a recibir una sanción en el canal por violar derechos de autor. En las demás pestañas se pueden agregar fotos al proyecto, pistas de audio para musicalizar (también gratuitas), transiciones como las que hemos visto en otras aplicaciones de edición y títulos.



Exportación

El editor de video de YouTube guarda de forma constante nuestro video. Podemos cerrar el navegador o abandonar la sesión sin problemas y al regresar seguirá abierto en el punto en que lo dejamos. Con solo presionar el botón «Crear Video», el editor sube de forma automática el proyecto terminado a nuestro canal. Posteriormente podemos editar su información de la misma forma que lo hacemos con cualquier video que subimos a YouTube.

Blender



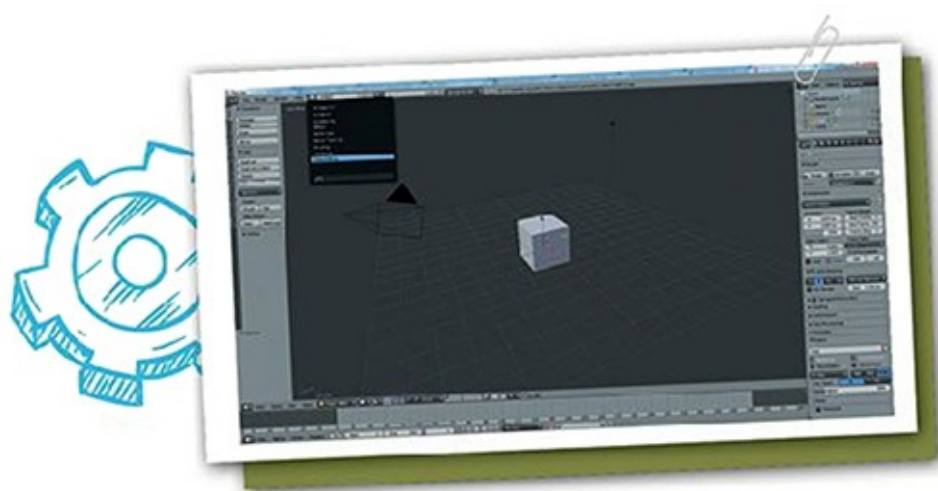
Pese a que se lo conoce mejor como *software* de diseño, modelado y animación en 3D, Blender incluye poderosas herramientas para editar videos. Además, Blender es

un *software* de distribución gratuita, por lo que podemos descargarlo simplemente visitando su sitio en www.blender.org y dirigiéndonos a la sección de descarga.

Blender posee un increíble nivel de flexibilidad y personalización, lo que es un arma de doble filo. Por un lado, esas características nos permitirán hacer todo tipo de ajustes a las propiedades de nuestro video, pero por otro lado, el nivel de conocimiento para utilizar este programa es bastante más elevado que con las opciones anteriormente mencionadas en este libro, que apuntan a mayor facilidad de uso. Por suerte existen muy buenos tutoriales disponibles en español, en particular los del animador Ángel Sánchez. Para acceder al editor de video de Blender tendremos, primero, que entrar al programa en sí. Una vez dentro veremos la pantalla de bienvenida y una ventana con los elementos básicos de modelado en 3D; pero eso a nosotros no nos interesa. Tratando de no entrar en pánico al ver tantos menús y ventanas de opciones, buscamos la barra de Disposición de Pantalla (Screen Layout) de menú superior, que actualmente mostrará la opción «Default». Haciendo clic en el botón del lado izquierdo (Choose Screen Layout) veremos una lista emergente. Al final de la lista tenemos el Editor de Video.

El modo de uso del editor es similar a lo que hemos visto antes: importamos videos y luego editamos en la línea de tiempo. Pero trabajar con Blender es mucho más difícil y requiere de un aprendizaje mucho más detallado de las funciones del programa. De cualquier manera, los primeros pasos no son muy distintos a lo que vimos en Windows Movie Maker. Se configura el tipo de proyecto, se importan una serie de archivos de video, audio, e imagen, y se distribuyen a lo largo de una línea de tiempo. Partiendo de esa base, se puede experimentar con Blender durante horas para descubrir toda serie de opciones avanzadas.

Aquellos que estén interesados en aprender algunos de sus trucos, encontrarán en Blender una excelente opción para realizar videos únicos, disponible para todos los sistemas operativos (MacOS, Windows, Linux).





Lightworks



El más longevo de los programas de edición que veremos en esta sección es Lightworks, que tuvo su primera aparición hace aproximadamente treinta años. De aquellos años a estos días ha ganado muchísima popularidad en el ambiente profesional, todo gracias a su fiabilidad y engañosa sencillez, al punto que fue utilizado para editar películas de Hollywood como «Pulp Fiction», «Los Angeles Confidencial» y «El Discurso del Rey». Lightworks puede descargarse en su versión gratuita para Windows, MacOS y Linux, pero también cuenta con una versión Profesional, paga, que añade una gran variedad de funciones y herramientas. Ambas están disponibles en su sitio web oficial: www.lwks.com

Tras iniciar un nuevo proyecto en Lightworks debemos especificar los cuadros por segundo con los que trabajaremos, con algo a tener en cuenta: los videos que añadamos a nuestro proyecto tendrán que haber sido grabados a esa velocidad elegida. Otros editores, aún más simples, convierten los videos de inmediato, pero si usamos Lightworks debemos chequear que nuestros videos mantengan la misma cantidad de cuadros por segundo (30 es el estándar). La aplicación posee una interfaz limpia y agradable, pero su edición de video funciona ligeramente diferente al de otros editores, permitiendo abrir múltiples ventanas de visualización para modificar y ajustar la longitud de los segmentos de video, aún ya pasados a la ventana del video final. Esto permite un nivel de detalle digno de producciones de alto nivel. También cuenta con una gran selección de efectos de transición, video y titulación, cada uno con profundas opciones de personalización.

Lightworks es una buena elección para youtubers que sueñan con convertirse en profesionales de las artes audiovisuales, y a pesar de ser complejo y ligeramente inestable, tiene una amplia comunidad que está dispuesta a ayudar a novatos con todo tipo de problemas, el gran problema es que es casi un requerimiento saber inglés. Hay canales de YouTube en español con buenos tutoriales (en particular los de MajesticGames SC), pero no se compara a la enorme base de datos de conocimiento

que existen en inglés.

Por todo lo dicho, Lightworks no es la mejor herramienta de inicio para el youtuber novato, pero es la más recomendada para aquellos que deseen aprender a sacarle el jugo a todo su potencial.



Splice



Splice es una poderosa aplicación para editar videos desde iPhone, Ipad y iPod Touch desarrollada por los creadores de la cámara de video GoPro. Es totalmente gratuita, e ideal para editar videos grabados con este tipo de cámaras.

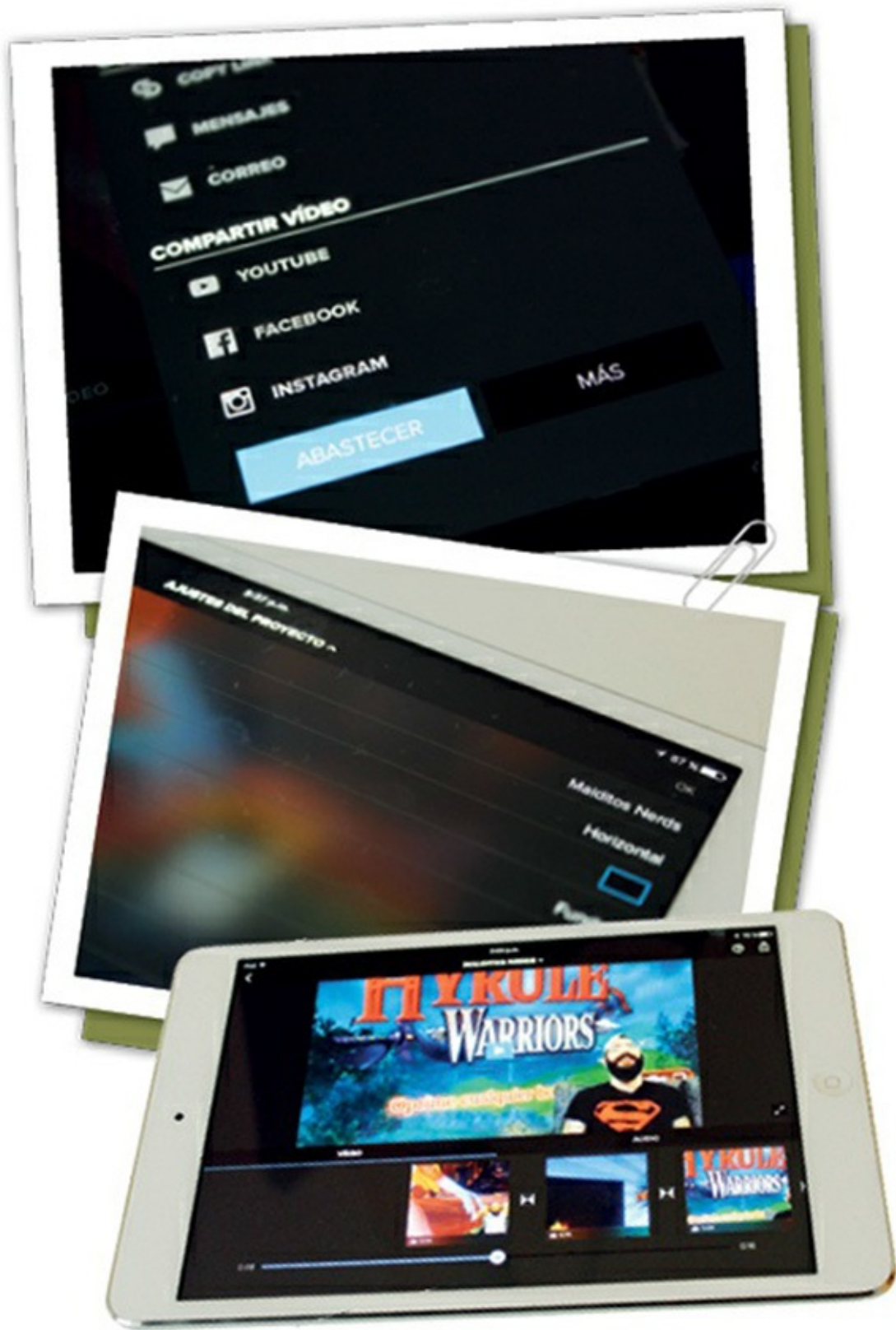
Tras abrir un proyecto nuevo haciendo clic en el signo Más (+) del centro de la pantalla, seleccionamos los clips de video e imagen que deseemos para nuestro video, de entre los que tengamos almacenados en la memoria de nuestro dispositivo. Luego elegimos música de fondo, a optar entre múltiples categorías, ninguna música en especial (presionando «Saltar», o «Skip» si estamos usando una versión en inglés), o bien música de iTunes.

Luego de este paso Splice nos lleva a la configuración del proyecto, donde

editaremos atributos básicos del mismo, como el título, el formato (vertical o panorámico), color de fondo, efecto de transición por defecto, duración de la transición, duración de las fotografías en pantalla, y movimiento de fotografía. Ahora el programa importará todo lo que elegimos y preparará la línea de tiempo en la que trabajaremos. Paciencia, y no apaguen el dispositivo. Todo este proceso previo hará que nuestro video esté listo para poder empezar a trabajar.

Cuando el video ya está procesado, podemos trabajar en la línea de tiempo, que presenta todos los clips e imágenes que seleccionamos anteriormente, unidos por las transiciones básicas que definimos de antemano (si es que las definimos). ¿Los clips no están en el orden que queríamos? Ningún problema, pueden reordenarse simplemente arrastrándolos al lugar que deseemos.

Ya ensamblado nuestro video; es hora de exportarlo, tocando el símbolo de Compartir (una caja con una flecha hacia arriba) en la esquina superior derecha. Es importante resaltar que, durante el proceso de exportación, no es recomendable salir de la aplicación Splice o cerrar nuestro dispositivo, pues es probable que perdamos nuestro progreso. Una vez que el proceso de renderizado esté completo, el video estará almacenado en nuestro dispositivo, listo para hacer con él lo que queramos. Una herramienta que nos permite ser youtubers sin nunca tocar una computadora.



Adobe Premiere Clip



Durante mucho tiempo no existieron herramientas competentes de edición de video para Android, pero en los últimos años esto ha cambiado. Esta versión reducida del clásico *software* profesional de edición Adobe Premiere ofrece la estabilidad de su hermano mayor, pero de forma gratuita y aprovechando toda la potencia de tu *Smartphone*.

El primer paso es registrar tu Adobe ID, una identificación que te permitirá usar toda la *suite* de aplicaciones de este estudio y sincronizar nuestros archivos en la «Creative Cloud», que funciona como Google Drive o Dropbox y permite abrir nuestros proyectos en cualquiera de nuestros dispositivos, incluyendo, por supuesto, una computadora de escritorio.

Desde ahí vamos a «Mis Proyectos» y apretamos el signo «+» para crear uno nuevo. Los archivos de audio, video, e imagen que vayamos a utilizar pueden estar en nuestro dispositivo, capturarse directamente usando la máquina, o importarse de Creative Cloud o de otras aplicaciones como Drive y Dropbox. Premiere Clip ofrece dos tipos de proyectos distintos, pero el que nos interesa es «forma libre», el «automático» es excelente para videos de viaje o álbumes de fotos, pero no tiene la complejidad que necesitamos para generar contenido de alta calidad.

El diseño de interfaz de Premiere Clip es simple y claro. En el centro de la pantalla está la línea de tiempo, y sobre ella vemos una vista previa en gran tamaño del punto exacto que estamos editando. Debajo de la línea de tiempo están los archivos que hemos importado para insertar dentro del video, y por sobre la vista previa hay dos filas de iconos.

La fila inferior nos permite realizar **ajustes** simples sobre el «clip» (segmento de video) que estamos editando. Aquí podemos cortar el clip, duplicarlo, cambiar sus tonos y colores, y ajustar mínimamente el audio. Esta sección incluye opciones profesionales, como «Mezcla de Audio» que baja el volumen de la banda sonora automáticamente cuando detecta cuando alguien está hablando en el video, evitando que la música tape la voz.

La fila superior es la más importante, ya que está dedicada a la edición. El primer icono representa la sincronización de nuestro proyecto (si está en movimiento es que se está enviando a la Creative Cloud). El segundo, una nota musical, nos permite insertar música de distintas fuentes. El tercero, «looks», ofrece filtros similares a los de la red social Instagram. El cuarto, un engranaje, ofrece ajustes de video, mientras que el quinto nos permitirá exportar nuestro video ni bien esté terminado, si lo deseamos, directamente a YouTube.

Adobe Premiere Clip es un programa diseñado para aprender experimentando, una herramienta mucho más poderosa de lo que aparenta, y sin duda el mejor editor de video disponible actualmente en Android. También se puede descargar en iOS.







No importa el estilo de nuestra producción o a qué público apuntamos, YouTube abre las puertas a todo tipo de contenido y cada uno de nosotros tiene una oportunidad de mostrar qué es lo que nos hace especiales. Pero primero, desde luego, debemos obtener nuestro propio canal, un proceso abierto y gratuito, accesible a lo largo de todo el mundo. Veamos cómo.

YouTube es una subdivisión de Google, la multinacional de tecnología que administra el buscador del mismo nombre, el servicio de correo GMail, el navegador Chrome, y la línea de teléfonos celulares Nexus. Por lo tanto, lo primero que necesitamos es acceder a una cuenta universal de Google. Si ya has utilizado alguno de los productos de la empresa, o simplemente has hecho comentarios en otros canales de YouTube, lo más probable es que ya tengas una cuenta de esta empresa, y por lo tanto puedas saltar este paso.

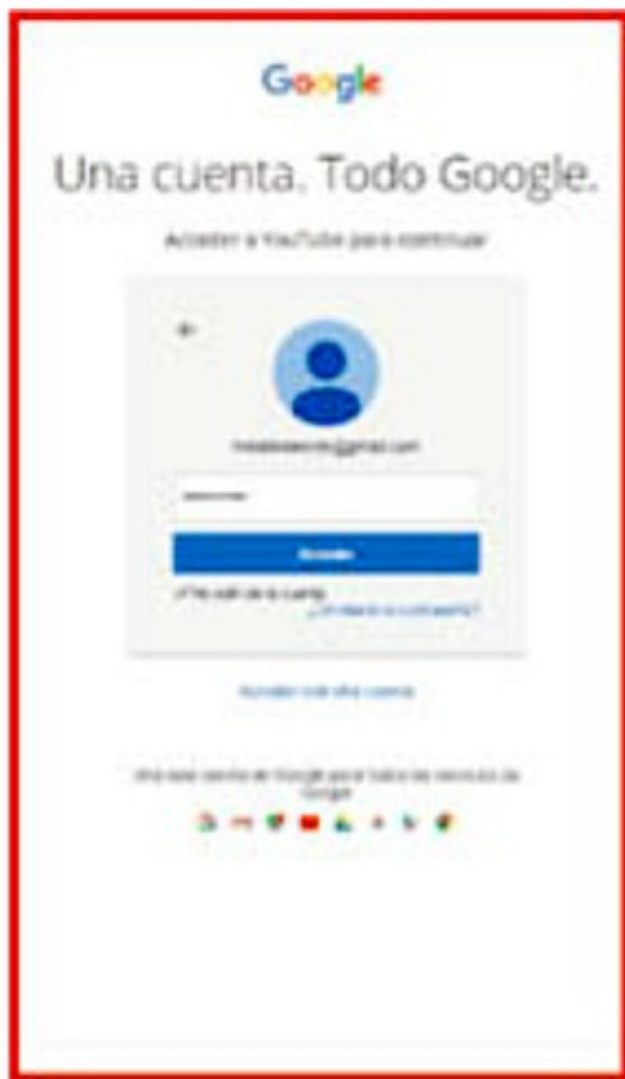
Muchos youtubers prefieren tener dos cuentas: una personal y una dedicada exclusivamente a su canal. Google permite a un usuario administrar múltiples cuentas con un simple clic.

La forma ideal de activar una nueva cuenta es utilizando una PC de escritorio, sea nuestra o de alguien de confianza, ya que la funcionalidad del administrador de YouTube desde teléfono celular es algo limitada. El primer paso es acceder al www.youtube.com y buscar el botón de «Acceder», en la esquina superior derecha. En caso de que tengamos una cuenta de google, es solamente cuestión de escribir el correo electrónico de nuestra cuenta y hacer clic en el botón «Siguiente», luego de lo cual escribiremos nuestra contraseña. Haciendo un simple clic en el botón «iniciar sesión», hemos entrado a YouTube con nuestra cuenta de Google.

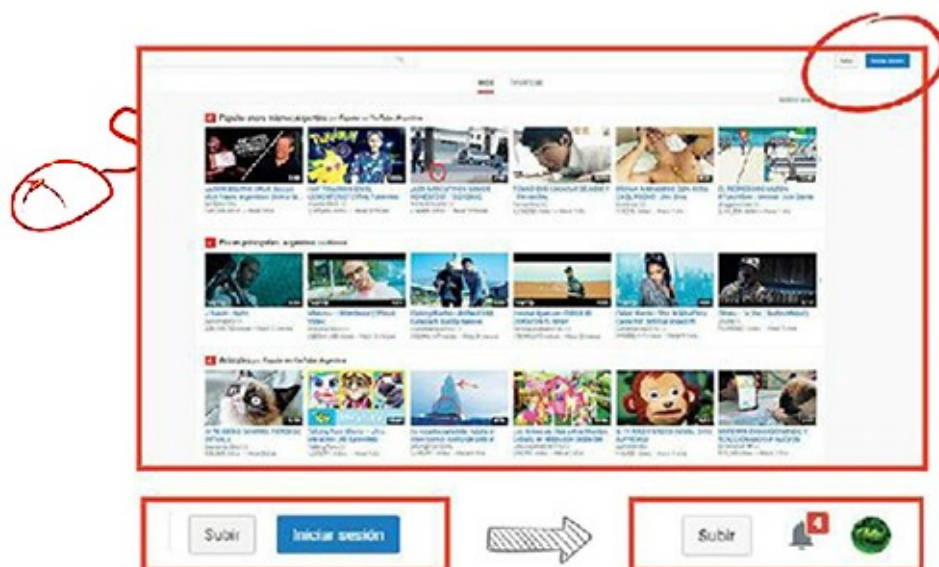
Si aún no tenemos cuenta de Google, entonces primero debemos crear una a través de una serie de pasos que se explican a sí mismo. Elijamos la opción «Crear cuenta» en la pantalla de inicio de sesión, desde donde accederemos a un formulario de creación de cuenta universal de Google, que debemos llenar con datos personales. Es una buena idea crear esta cuenta con datos verdaderos en vez de nombres,

direcciones y fechas de nacimiento falsos, ya que en el futuro (cuando sumemos publicidad a nuestro canal, por ejemplo) tal vez necesitemos comprobar nuestra identidad con Google. El público nunca verá estos datos, nuestro nombre de canal y usuario viene más adelante.

Luego de iniciar sesión, y justo antes de entrar a YouTube, es posible que Google nos informe de la necesidad de proveer con un número telefónico y una dirección de *mail* secundaria, ambas de recuperación. Es conveniente activar estas opciones de seguridad, ya que nos serán de enorme utilidad en caso de que, por un motivo u otro (*hackers*, robo de identidad, pérdida de contraseña), tengamos problemas para acceder a nuestra cuenta de YouTube.



Al regresar a YouTube sabemos que la sesión está iniciada con nuestra cuenta de Google porque ha desaparecido el botón de «Iniciar Sesión» en la esquina superior derecha, y ha sido reemplazado por el icono de nuestra cuenta de Google. Sí hacemos clic sobre este nuevo icono aparecerá una pequeña ventana con los datos de nuestro canal activo y acceso a nuestro panel de preferencias y a «Creator Studio», la base de control de un canal de YouTube.



Es posible que queramos crear un segundo canal en nuestra cuenta, ya que el nombre de nuestro primer canal está estrictamente ligado al de nuestra cuenta de Google+, y cambiar los datos de uno significa cambiar lo del otro. Añadir nuevos canales en YouTube es tan simple como acceder a nuestro listado de canales (youtube.com/channel_switcher) y elegir la opción «Crear un canal nuevo». Cuando se utilizan múltiples canales siempre es recomendable chequear que estamos en el canal correcto antes de cargar nuevos videos.

Ya tenemos nuestro canal. Por ahora dejémoslo como está, ya que en las próximas páginas veremos cómo personalizarlo en base a nuestros gustos y temática. Antes de empezar con aquel proceso realizaremos una gestión muy sencilla para verificar nuestro canal y habilitar algunas funciones que nos harán la vida más fácil, entre ellas, la posibilidad de subir videos largos y añadir miniaturas personalizadas.

Haciendo clic en nuestro icono entramos a Creator Studio, desde donde elegimos la opción «canal» en el menú de la izquierda. Allí veremos un listado del estado de nuestro canal, donde la opción «Videos de mayor duración» se encontrará desactivada, esto es porque nuestro usuario aún no ha sido verificado. Haciendo clic en el botón «Activar» junto a esta opción (o en el botón «Verificar» al inicio de la lista) Google envía a nuestro teléfono celular un código de activación. Tras ingresar este código tendremos de inmediato habilitadas las funciones adicionales que nos permitirán controlar la imagen y el estilo de nuestro canal.

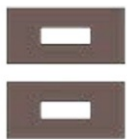


Creator Studio

El administrador de canal llamado Creator Studio puede parecer abrumador a primera vista, ya que la cantidad de opciones y especificaciones es enorme, pero, sin embargo, no utilizaremos la gran mayoría. Cada una de las secciones tiene apenas una o dos opciones que se aplicarán a youtubers principiantes.



EL PANEL DE CONTROL es la sección que aparece al momento de cargar Creator Studio. Es un pantallazo general de nuestros videos, los comentarios más recientes, y datos analíticos del último mes de nuestro canal.



EL GESTOR DE VIDEOS nos permite ver nuestros videos en fila, para habilitar y editar todo lo que hemos subido al canal, así como crear y organizar listas de reproducción.



La sección de **EMISIÓN EN DIRECTO** nos permite transmitir en vivo desde YouTube. Hablaremos más en detalle de este tema en el Capítulo 7 de este libro.

COMUNIDAD es la sección que nos permite mantenernos en contacto con nuestros seguidores. Aquí podremos leer (y aprobar) todos los comentarios que la gente deja en nuestros videos, revisar aquellos mensajes que se nos envían en forma privada, y configurar los usuarios aprobados, ocultos,

moderadores, y la «lista negra» de palabras que no se pueden usar.



CANAL nos da visualización de las funciones y estado de nuestro canal; permite modificar los valores predeterminados de nuestros videos; y nos da múltiples opciones para promocionar nuestros videos y configurar opciones avanzadas del canal.



ANALYTICS nos ofrece poderosas y detalladas herramientas para visualizar toda clase de datos de nuestro canal y sus videos. La cantidad de datos que encontramos en esta sección parecen imposibles de medir, pero en el capítulo 8 los analizaremos en profundidad.



CREAR ofrece herramientas básicas para descargar música gratuita y editar videos sin que sea necesario acceder a una aplicación. El editor de video no es malo, pero los editores gratuitos que revisamos en el capítulo 5 son mucho más flexibles.

Google ofrece de forma gratuita una aplicación para *Smartphone* que permite acceder a Creator Studio desde tu celular. Se puede descargar de Google Play y de App Store como «YouTube Creator Studio».

Cómo subir tu primer video

YouTube ya lleva más de 10 años como el sitio número uno de video en el mundo, y a lo largo de esa década ha perfeccionado el sistema que los usuarios utilizan para subir video. Con un solo clic podemos tener nuestro video en línea, desde una PC o un *Smartphone*, pero hay una serie de opciones que vale la pena conocer antes de empezar a subir nuestro contenido. Esta guía se aplica específicamente a la interfaz de la versión de escritorio de YouTube, aunque en *Smartphone* las opciones son idénticas y solo cambia el método.

El botón de «subir video» está siempre presente en las distintas pantallas de YouTube, sin importar lo que estemos haciendo. Se puede encontrar a la izquierda de nuestro perfil, junto a la campana de notificaciones. Al presionarlo nos encontramos

El botón de «subir video» está siempre presente en las distintas pantallas de YouTube, sin importar lo que estemos haciendo. Se puede encontrar a la izquierda de nuestro perfil, junto a la campana de notificaciones. Al presionarlo nos encontramos con una pantalla en la que destaca el icono de gran tamaño de «subir» (una flecha entrando en el recuadro que representa la pantalla). Debajo del icono hay un menú desplegable que nos da los tres niveles de privacidad en los que podemos subir nuestro video, aunque estos niveles pueden cambiarse en cualquier momento.

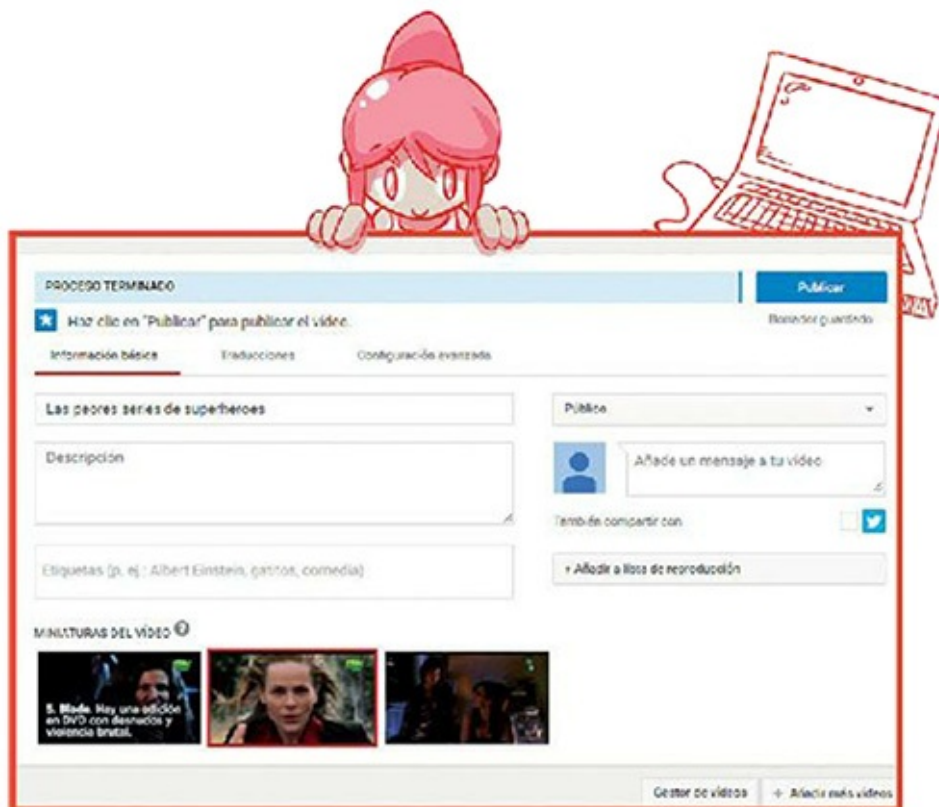
La primera opción de privacidad es **público**. Este es un video al que puede acceder cualquier usuario, que está incluido en la lista de videos de nuestro canal, y que puede salir cuando un usuario hace una búsqueda con la que el video esté relacionado. La segunda opción es **oculto** o **no listado**, que solamente puede ser visto por usuarios que tengan el enlace. No sale ni en búsquedas ni en tu lista de videos, pero sí es parte de tu canal, y sí es accesible para los que sepan dónde buscarlo. Finalmente, un video **privado** solamente puede ser compartido con las personas que selecciones. Esta opción es ideal para videos que solamente quieras que vean amigos, conocidos, o miembros de tu comunidad, pero que no los puedan compartir con otras personas.

Al presionar el botón de «subir» seleccionamos el o los videos que deseamos sumar a nuestro canal, y la interfaz de YouTube comienza a subir de forma inmediata. El tiempo de carga depende de tu conexión y el tamaño del archivo.

Mientras el video está cargando podemos editar su información. Las opciones están divididas en tres pestañas.



En **información básica** encontramos las opciones principales, lo primero que verá el usuario. El **título**, debe describir lo que vamos a ver e idealmente tiene menos de 66 caracteres de largo. En la **descripción** del video podemos usar hasta 5000 caracteres, pero en la búsqueda de YouTube y Google solamente saldrán los primeros 157, ahí debe estar lo más importante que queremos comunicar de este video. Las **etiquetas** identifican el tema del video, pero son una ciencia aparte que está explicada en profundidad en el capítulo 9. Desde esta pestaña también podemos alterar la privacidad, compartir en redes sociales, y asignar las **miniaturas**.



La segunda pestaña está dedicada a las **traducciones**, donde podemos asignar títulos y descripciones alternativas para usuarios que no hablen español. En la **configuración avanzada** hay una serie de opciones que servirán para que nuestro video se catalogue de forma correcta, aunque la mayoría se relacionan con la explotación comercial de nuestro contenido. La primera que capta nuestro interés es **comentarios**, que nos permite ocultar o mostrar las calificaciones que nuestro video reciba y permitir o prohibir los comentarios debajo de nuestro video. La **categoría** influye en los videos con los que YouTube nos pueda relacionar, así que es clave para que nos pueda descubrir nuevo público. En el caso de videojuegos, podemos sumar el nombre del juego a la categoría y vincularlo al catálogo de YouTube Gaming.

Finalmente, al publicar el video recibimos un enlace reducido, que se puede compartir en redes sociales adicionales, como Facebook, Tumblr o Reddit. Desde Creator Studio se puede entrar al video ya subido y realizar mejoras, cambiar el audio por música libre de derechos de autor, o promocionarlo a través de una campaña publicitaria.

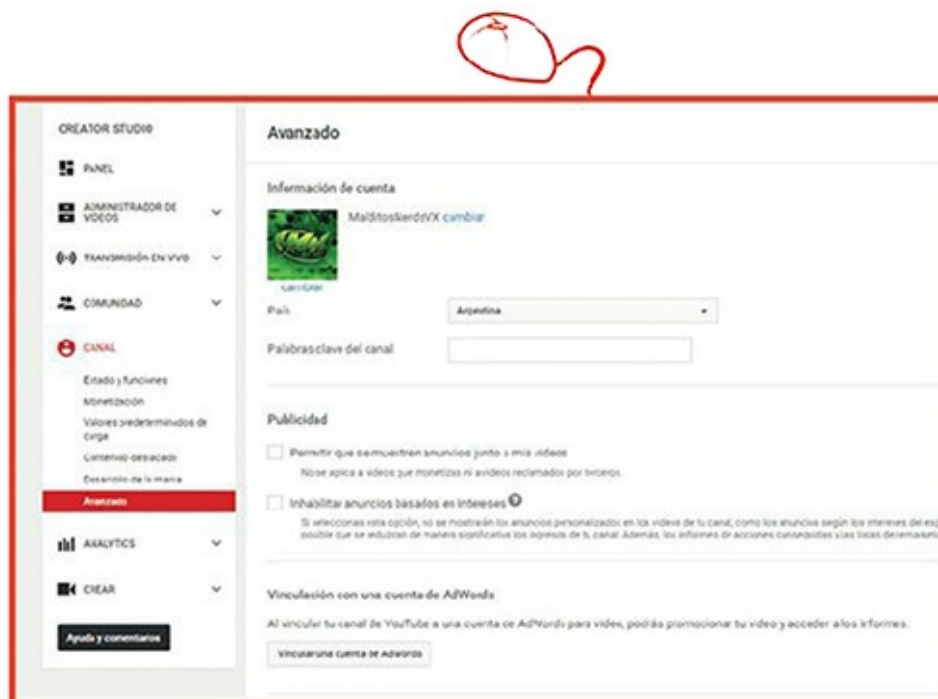
La imagen de tu canal



El canal de YouTube que creaste no será verdaderamente tuyo hasta que dediques el tiempo necesario a personalizarlo. Son muchos los aspectos de un canal que se pueden modificar a nuestro gusto, desde la distribución de sus diferentes paneles y secciones hasta las imágenes de icono, fondo, y miniaturas de nuestros videos.

Nombre y descripción

Le dimos nombre a nuestro nuevo canal tan pronto como lo creamos, pero podemos modificarlo en cualquier momento, hasta que estemos seguros de que nos representa. Todo cuenta en un nombre de canal, desde el largo hasta las letras que vamos a utilizar, no es lo mismo «caelike» que «CaELiKe». En la sección canal de Creator Studio, hacemos clic en la subsección «Avanzado», que nos llevará a un menú en el que podemos alterar la forma en que nos presentamos al mundo.

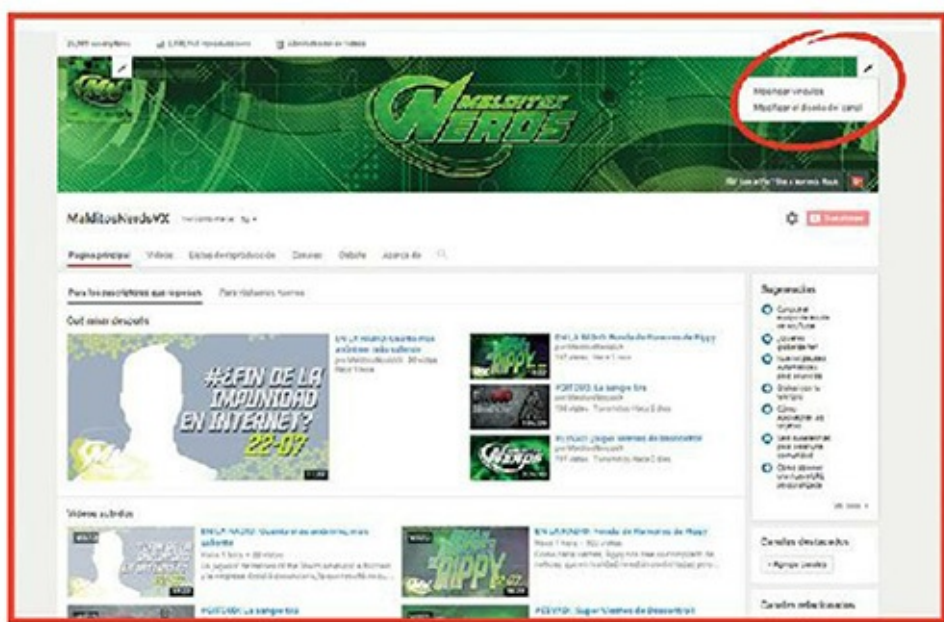


Si hacemos clic sobre la imagen de nuestro icono, tendremos acceso a nuestros datos personales, pero desde esta pantalla podemos cambiar algunos aspectos clave, de los que por ahora nos interesan tres. En «Palabras Clave» podemos elegir palabras que describen a nuestro canal y ayudarán en la búsqueda. En «Publicidad» podemos

decidir si permitimos o no anuncios en nuestros videos. Finalmente, en «Cuento de Suscriptores» elegimos mostrar, o no, los suscriptores al canal. Puede ser que al principio nos avergüence tener pocos suscriptores, pero siempre es mejor mostrar la cuenta de seguidores, ya que de otra manera parece que tuviéramos algo que ocultar.

En general los cambios que realizamos en YouTube no aparecen de forma inmediata. Refrescar la pestaña de YouTube luego de uno o dos minutos debería mostrar los cambios realizados.

Al acceder a nuestro canal (desde «Mi Canal» en la barra de menú de la izquierda) tenemos opciones de personalización para el mismo. Al pasar el puntero sobre diferentes secciones del canal podremos modificar sus opciones de visualización, mediante el botón con icono de Lápiz. Ya tenemos un par de secciones por defecto, pero podemos eliminarlas, cambiar sus posiciones, y añadir nuevas con el botón «Añadir una sección» al fondo de nuestro canal. Estas secciones incluyen listas de reproducción predeterminadas por YouTube o creadas por nosotros.



La base de tu canal ya está casi lista, y lo único que falta es algo esencial, pero a lo que muchos youtubers no dan importancia: **la descripción**. Ese texto de dos o tres líneas es una oportunidad de explicar lo que será tu canal, y a la vez transmitir algo de tu propia voz. Un consejero buscará una descripción corta que explique exactamente lo que el canal mostrará. Un comediante irá por el lado del humor. Un narrador por una frase llamativa, que destaque el uso de las palabras. La descripción no solo saldrá en la página principal de tu canal, sino también cuando YouTube recomiende canales, o cuando un usuario realice una búsqueda, es importante

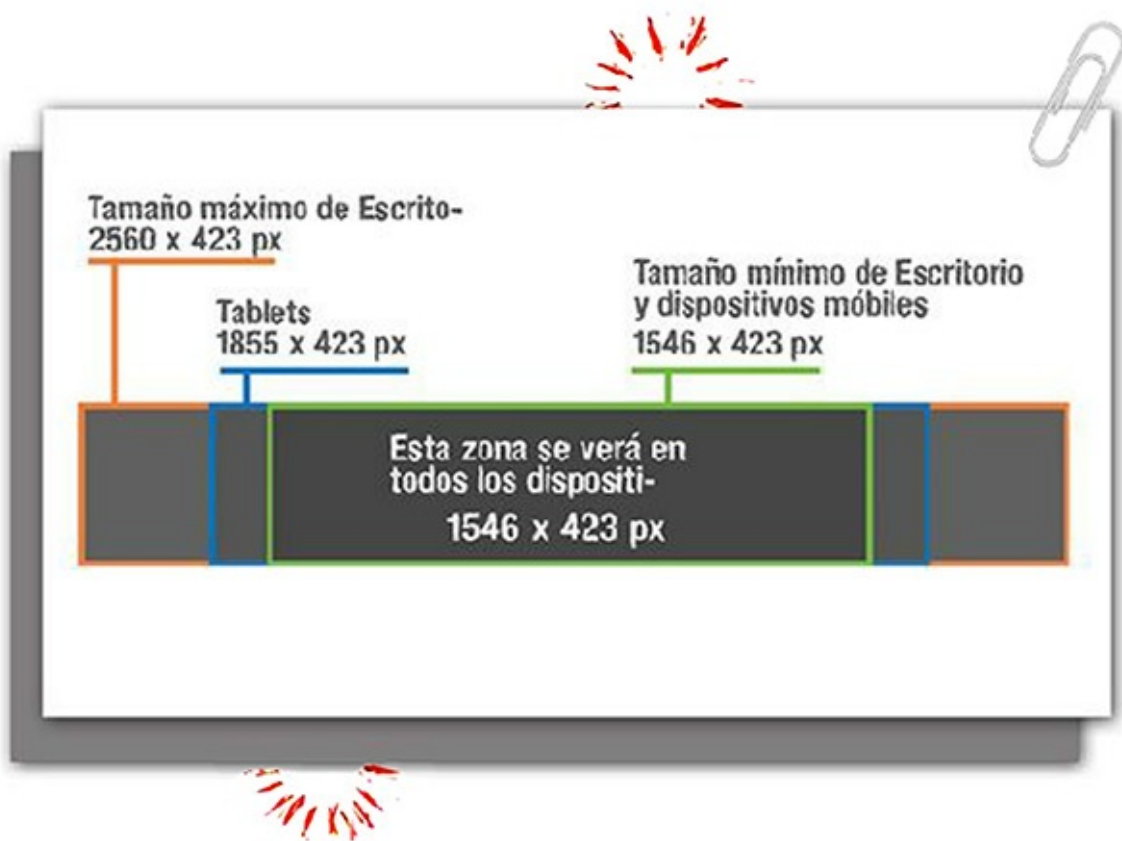
asegurarse de que la descripción también incluya las palabras claves que elegimos en el panel avanzado de la sección «Canal».

La cabecera

El primer impacto es a través de lo visual. YouTube nos permite subir una imagen de cabecera para enriquecer la parte superior de nuestro canal. Esta imagen representa tu identidad como youtuber, y debe ser una ilustración de las palabras que elegiste para la descripción.

Idealmente, la imagen debe incluir el nombre de tu canal en tu tipo de letra favorito, y un fondo llamativo. Algunos youtubers prefieren diseños tipo «papel tapiz» o fondos de un solo color para que destaque el logotipo y la foto del icono que sale a la izquierda de la imagen. Otros prefieren dibujos o arte que los represente, algo muy común en canales de gamers o narradores. También es una buena opción incluir texto dentro de la imagen de cabecera, en especial si hay aspectos del canal que buscamos resaltar: horarios y días de actualización, sitio web, redes sociales, etc.

Hay que tener en cuenta ciertas reglas a la hora de elegir la imagen adecuada, ya que YouTube utilizará el mismo archivo para todas las plataformas en las que funciona. El problema es que el tamaño de la imagen en la cabecera de nuestro canal el PC no es el mismo que, digamos, el fondo de nuestro canal visualizado en una pantalla de televisión. Ni hablar del tamaño de la imagen en nuestro dispositivo móvil. Lo recomendable es crear una imagen del tamaño máximo (2560×1440) concentrando nuestro esfuerzo en el centro, como se ve en este ejemplo.



Tamaño recomendado por YouTube: 2560×1440



El icono del canal

El icono es la imagen que seleccionamos al activar el canal, el «avatar» que representa a tu usuario y a tu canal en YouTube. Podemos ver dicha imagen en la

esquina superior derecha para saber de un vistazo en cuál de nuestros canales iniciamos sesión actualmente. El icono también será la imagen que nos identifique en los comentarios que escribamos mientras estamos conectados, en nuestro canal y en los de otros.

Podemos utilizar muchas clases de imágenes como nuestro logo, desde el propio rostro del youtuber (sea una fotografía o una ilustración) hasta dibujos y diseños que aludan a la temática del canal o a la personalidad del youtuber. Esta pequeña imagen es nuestra tarjeta de presentación en YouTube y por eso, elegir un buen diseño es muy importante. Una buena estrategia es repetir en tu icono los colores que utilices en la imagen de cabecera, para sumar identidad a tu canal.

Cambiar nuestro logo es más sencillo que cambiar la imagen de cabecera, ya que en este caso la imagen es la misma en todos los dispositivos. Conectados en la cuenta cuyo logo deseemos modificar, accedemos a nuestra imagen en la esquina superior derecha para acceder a los datos personales.

Cambiar nuestro icono también cambiará el icono de nuestra cuenta asociada a Google+ y otras aplicaciones de Google. Una razón más por la que es recomendable crear un nuevo canal, en lugar de utilizar el que está relacionado con nuestra cuenta personal.

Las reglas a tener en cuenta a la hora de elegir nuestro nuevo logo son simples. Debe tratarse de una imagen cuadrada; de lo contrario, primero habrá que recortarla con la herramienta de recorte provista por YouTube y nunca va a quedar exactamente como nosotros queremos.

A pesar de esto, nuestro logo aparecerá en forma de círculo en algunas plataformas, y por lo tanto es mejor que las esquinas no incluyan información importante. Quizás queremos utilizar una frase de nuestro músico favorito como icono, pero muchas de las letras terminarían cortadas en, por ejemplo, *Smartphone*. También es importante destacar que YouTube no acepta GIF animados como iconos de canal. Finalmente, YouTube sugiere un tamaño de imagen de 800×800 píxeles, pero este es el máximo. 300×300 será suficiente para tener una idea de cómo nuestra imagen se verá en todo tipo de dispositivos.



Las miniaturas

Las imágenes en miniatura son la primera impresión de cada uno de nuestros videos, y a la vez su mejor publicidad. De acuerdo a las palabras clave que hayamos seleccionado al subir nuestro video, este podrá relacionarse con canales más populares y salir en la columna derecha de videos similares. Una miniatura atractiva garantiza un clic por parte del usuario.

YouTube genera automáticamente tres miniaturas por video subido, en base a cuadros del principio, mitad, y final del mismo. Nosotros no decidimos qué cuadros elegirá YouTube para estas opciones, y por eso podemos encontrarnos con imágenes que nos dicen poco. Por fortuna (en caso de haber verificado nuestra cuenta de Google), podemos subir una imagen personalizada para representar a nuestro video, y es extremadamente sencillo de hacer.

Basta con acceder al Gestor de Videos mediante el panel del Estudio de Creador, encontrar el video y hacer clic en el botón «Editar». En la nueva página veremos el video y la lista de miniaturas a un lado. La opción final es «Miniatura Personalizada», donde haremos clic para abrir una nueva ventana y seleccionar la imagen que usaremos de miniatura. Una vez hecho esto, guardamos los cambios del video, y ahora nuestro video tiene su propia imagen en miniatura.

El diseño de estas imágenes en miniatura es un arte aparte, y es bueno tenerlo muy en cuenta. Para empezar, pronto comprenderemos que de «miniatura» estas imágenes tienen poco y nada, ya que YouTube recomienda subir imágenes de

1920×1080 píxeles, con un máximo de 2MB de tamaño, aunque podemos trabajar con resoluciones menores que mantengan la relación de imagen (por ejemplo, 1280×720, o HD normal). Si bien las imágenes sí se ven pequeñas en nuestras listas de YouTube, en otras plataformas y redes sociales aparecerán en tamaños mayores, y siempre es mejor pasar de un tamaño mayor a uno menor.

Esta miniatura debe vender el video al potencial espectador. Podemos usar una imagen del mismo video (extraída en nuestra aplicación de edición favorita) y aplicarle distintos filtros para hacerla más atractiva. Las más comunes son saturación de color, efectos de cómic, y deformaciones a través de efectos estilo Snapchat. Podemos sumar texto a la miniatura, y lo mejor para que resalte en cualquier tamaño es mantener frases cortas, en letras mayúsculas y en color blanco. También es una buena idea incluir el logo del canal en la imagen.



El avance

Cuando un nuevo espectador visita nuestro canal, podemos recibirlo con un video que se activará de forma automática y es conocido como el avance de nuestro canal (similar a las publicidades que vemos en el cine antes de una película). Es una buena idea sacarle provecho al avance para captar la atención del nuevo visitante a fin de convencerlo de que explore nuestra colección de videos o, mejor aún, que se suscriba a nuestro canal.

El primer paso, por supuesto, es realizar el avance. El avance puede ser cualquiera de los videos que hayamos subido a nuestra cuenta, pero siempre es mejor editar algo específico para captar el interés del público. Un compilado de «mejores momentos» suele ser una buena idea, mostrando al espectador una secuencia de pequeños fragmentos de múltiples videos, uno detrás de otro, en rápida sucesión.

Es importante que nuestro avance sea breve y conciso. YouTube recomienda un máximo de un minuto para este tipo de videos, pero no es obligatorio seguir ese

límite a rajatabla, aunque tampoco hay que pasar al extremo opuesto. Un video de diez minutos no es un avance, y no captará la atención de nuevos espectadores.

También podemos optar por un video con tono más personal, en el que explicamos directo a la cámara la temática de nuestro canal y su contenido. Si preferimos no mostrarnos en cámara, nuestra voz de fondo sobre clips de videos ya existentes también es una buena opción. Con este método invitamos al espectador de manera más directa, tratando de hacerlo sentir a gusto, como en su casa.

Finalmente, si no nos interesa tener avance, siempre podemos aprovechar ese espacio y optar por asignar en su lugar a cualquier video que busquemos destacar en nuestro canal, sin importar su duración: el más reciente, uno que queramos hacer resurgir, el favorito del público, o ¿por qué no?, nuestro propio video favorito.

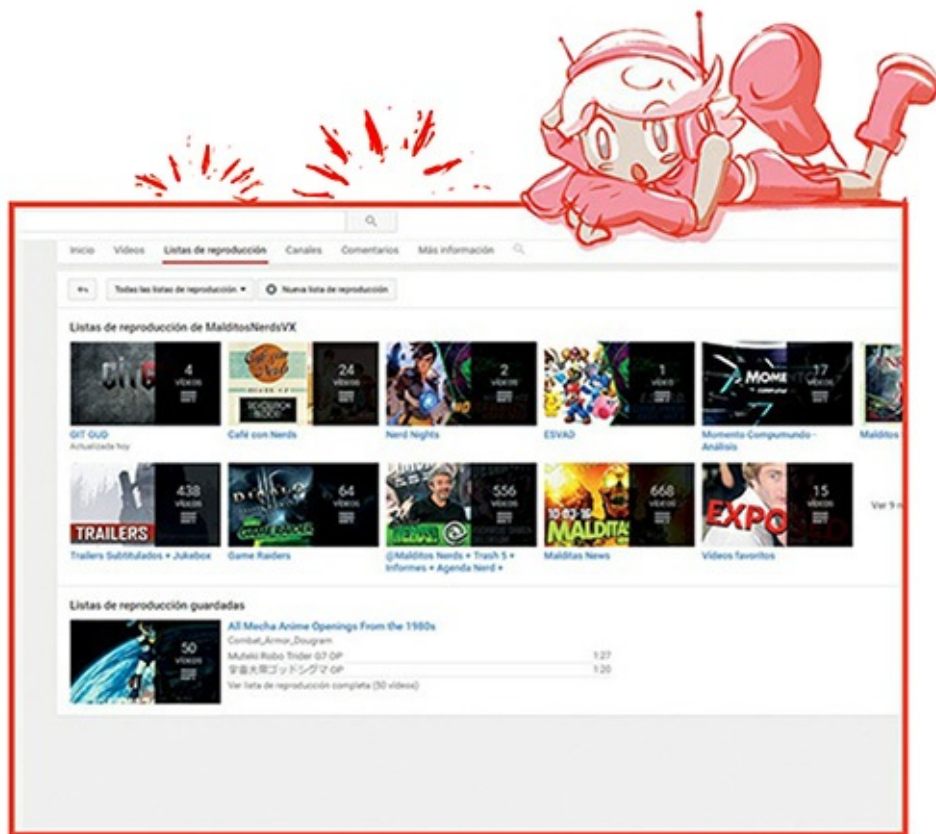
Podemos establecer nuestro avance desde la página principal de nuestro canal. Antes que nada, debemos tener activada la opción «Personalizar el diseño del canal», haciendo clic en el engranaje que está debajo del cabezal inicial, a la derecha. Justo debajo del menú principal veremos dos pestañas, «Para los suscriptores que regresan» y «Para visitantes nuevos». Seleccionando esta última opción revelará la ventana para elegir avance. Si nos equivocamos, podemos cambiar el video de avance o eliminarlo completamente, haciendo clic en el botón del lápiz.

Las listas de reproducción

Una lista de reproducción es un conjunto de videos a ser reproducidos uno detrás del otro; ideal para mantener nuestro contenido organizado en categorías o series. Por supuesto, al iniciar nuestro canal no tendremos suficientes videos para generar estas listas, pero en pocos meses vamos a necesitar una forma de organizar todo tu contenido.

Podemos crear y modificar listas de reproducción desde su sección, haciendo clic en el botón «Listas de Reproducción» en el menú del gestor de videos de Creator Studio. Al editar una lista de reproducción podemos configurar el criterio de orden de los videos que la componen (por fecha, por popularidad, u orden personalizado), su estado de privacidad (pública, oculta o privada), y definir reglas para que YouTube añada ciertos videos a listas específicas de forma automática. Por ejemplo, que se añada un video a la lista «Recetas» si el título del video contiene el texto «Receta de».


Las listas de reproducción son ideales para nuevos espectadores que encuentran nuestro canal por casualidad. Si nuestro video es parte de una lista, este espectador casual puede quedarse viendo el canal sin siquiera hacer un clic, y podría convertirse en un nuevo seguidor.



Conectando el canal a otras redes

YouTube permite vincular nuestra cuenta de Twitter a nuestro canal para realizar publicaciones automáticas cuando subamos nuevos videos, añadamos uno a la lista de reproducción pública, o demos Me Gusta a los videos de otros, pudiendo nosotros activar o desactivar cada una de estas opciones por separado. Bastará con hacer clic en el icono que representa nuestra cuenta en la esquina superior derecha y luego en «Configuración de YouTube», el botón del engranaje que está justo al lado del botón del Creator Studio. En la nueva ventana elegiremos la opción «Cuentas Vinculadas» del panel izquierda, y allí tendremos las opciones para vincular nuestra cuenta de Twitter.

Facebook es, indiscutiblemente, la red social más popular de la actualidad, pero YouTube ya no permite vincular directamente a esta red social, algo que sí permitía en el pasado. Por suerte podemos añadir links a páginas de interés (nuestra web oficial, Tumblr, e incluso el propio Facebook) en la cabecera de nuestro canal. Bastará con acceder a la página principal de nuestro canal y seleccionar «Más información» en la barra de menú. Iremos al fondo de esta nueva sección para encontrar las opciones de Enlaces. Aquí podremos añadir enlaces a todas nuestras redes sociales, personalizar sus nombres (si no deseamos que se muestre directamente la URL en la cabecera), y definir cuántos de estos enlaces saldrán en la cabecera




Buscar

CONFIGURACIÓN DE LA CUENTA

- Visión general
- Cuentas vinculadas**
- Privacidad
- Notificaciones
- Reproducción
- Televisión conectada

Cuentas vinculadas

Conectar cuentas

 Twitter

Comparte tu actividad pública con las cuentas conectadas

- Quando suba un video
- Quando añada un video a la lista de reproducción pública
- Quando me guste un video o guarde una lista de reproducción

Estos cambios solo afectan a las actividades que se vejan a compartir. Los elementos que ya se han compartido seguirán apareciendo en tu feed de actividad.

Para gestionar qué actividades públicas aparecen en tu feed de actividad, ve a la configuración del feed de actividad.



¿Por qué transmitir es distinto a grabar?

Los «directos» o transmisiones en vivo tienen mucho en común con los videos grabados y editados, pero un factor adicional de adrenalina. En los directos no hay intermediario entre el youtuber y su público: todo está ocurriendo en el momento y será imposible retroceder y borrar algo que no te guste... ¿te provoca miedo? No está mal que así sea. Las transmisiones en vivo son tan emocionantes como atemorizantes. Estas son las principales diferencias:



CONTACTO CON EL PÚBLICO: Una de las diferencias más significativas con nuestros videos tradicionales es la posibilidad de interactuar de manera directa con nuestro público, generalmente mediante un chat en vivo, en simultáneo con la transmisión. Muchos youtubers utilizan esta interacción de diversas formas, desde responder preguntas realizadas hasta ver qué sugerencias tienen los espectadores para superar un difícil videojuego.



DURACIÓN: Es muy común que nuestras transmisiones en vivo sean extensas, con un mínimo de media hora y un máximo no establecido. Los vloggers transmiten en directo para contestar preguntas o sentirse cerca de su comunidad, mientras que hay artistas visuales que muestran su proceso de dibujo en vivo y, desde luego, gamers que realizan sesiones de varias horas.



EDICIÓN: Nuestros videos tradicionales han de pasar por un proceso de edición previo a su subida a nuestro canal. Con esto realizamos recortes y ajustes para mejorar la experiencia del espectador y eliminar segmentos que sobren. La transmisión en vivo no permite tales cosas. Como sale, sale.



HORARIOS: Es muy sencillo grabar nuestros videos de antemano y activarlos en nuestro canal en fechas y horarios específicos, pero la transmisión en vivo requiere de nuestra presencia en persona, al igual que la presencia de nuestro público. Si la regularidad es importante para cualquier youtuber, vale el doble para el gamer que transmite en directo.



PROBLEMAS: Transmitir en vivo no es particularmente difícil, pero dependemos de muchas variables que pueden darnos problemas de forma inesperada, que pueden surgir en cualquier momento, y debemos estar preparados para solucionar.

En este capítulo vamos a conocer lo básico para un buen directo y profundizar en las distintas opciones que tiene un gamer para transmitir sus juegos favoritos.

Los directos



En general los youtubers que hacen transmisiones en directo están dedicados al *gaming*, y de eso se tratará el resto de este episodio, pero esta breve introducción técnica puede ser útil para cualquier youtuber que quiera tener un encuentro directo con sus seguidores.

Un directo de YouTube no es más complejo que un videochat que puedas tener con un amigo a través de aplicaciones como Facetime o Skype, pero hay que tener una serie de aspectos técnicos en cuenta para que la experiencia sea del todo satisfactoria y logre esa sensación de conexión que solo se consigue con un buen directo.

El **lugar** será el mismo espacio que utilices para grabar tus videos. Antes de cualquier directo es importante que grabes un corto video de prueba, para confirmar que todo está funcionando bien: que el audio se escucha, que la iluminación es la correcta, y que todo lo que se necesita para la transmisión está en orden (en el caso de un gamer, la preparación es mucho más importante y la detallaremos en las próximas páginas).

La **conexión** debe ser lo más veloz y estable posible. Servicios como Speedtest.net miden la capacidad de tu conexión, pero la regla básica es que se necesita al menos 1MB de **subida** («Upload Speed») para poder transmitir de forma confiable. No se puede transmitir en vivo a la vez que se descarga un juego en la consola y tu familia está viendo una película en un servicio de *streaming*. Es importante buscar un momento en que la conexión esté disponible de forma exclusiva, pero si aun así no se alcanza el mínimo es posible que tengas que contratar un plan más poderoso de internet.

El **software** que utilices depende de la plataforma que elijas. Una forma de hacer

un directo es utilizar Google Hangouts, en su opción «en vivo» (en inglés, «on air») que es tan simple como un videochat, pero a la vez igual de limitado. Para directos más complejos que usen texto en pantalla o videos adicionales, YouTube Gaming tiene una aplicación propia para Android, que no es necesariamente solo para videojuegos y se puede utilizar para directos normales, pero en general lo conveniente es usar programas dedicados como XSplit y OBS, que son justamente los que YouTube recomienda.

La **preparación personal** depende mucho de la duración que pienses darle a tu directo. No hay nada peor que sentir hambre o ganas de ir al baño en medio de una transmisión de dos horas, así que conviene saciar esas necesidades antes de comenzar. Un consejo: un vaso de agua al menos 15 minutos antes de empezar a transmitir evitará que suenen los molestos chasquidos en el micrófono en medio de tu directo (aunque en caso de una transmisión más larga es conveniente que tengas una botella de agua a tu lado).

Alternativas

La gran ventaja de transmitir a través de YouTube es que tus directos se graban de forma automática y se pueden editar de forma posterior. En caso de que no te interese esta comodidad, hay otros servicios simples de utilizar, como la transmisión directa a través de Livestream en Facebook, o aplicaciones dedicadas como la popular Periscope.



El sonido en vivo



El audio es muy importante para nuestra transmisión, y por eso debemos tener un buen control sobre el mismo. Un directo en el que solo está tu micrófono y tu cámara no va a generar muchos problemas, pero en las transmisiones de *gaming* tendremos

que lidiar con múltiples fuentes de audio, y muchas veces queremos tener la opción de regular cada entrada de forma individual.



Un método práctico es la utilización de *software* de mezcla de audio, como Voicemeeter (una opción gratuita y de uso muy simple). Estos programas nos permiten configurar niveles de volumen y tipos de salida para diversas fuentes de audio en nuestra PC (micrófono, audio interno, chat de voz, reproductor de música) y la posibilidad de añadir fuentes de audio externa. En general son sencillos de usar y cubren las necesidades de manejo de audio básicas de la mayoría de los YouTubers, aún de los gamers.

Los usuarios más experimentados optarán por añadir una consola mezcladora de audio al conjunto (como las que vimos en el capítulo 4). Estas piezas de *hardware* suelen ser costosas y complejas de instalar y operar, pero permiten el control absoluto de múltiples entradas de audio. En caso de que tus transmisiones tengan más de un participante (como por ejemplo, los podcasts en vivo) es recomendable invertir en una consola.

La transmisión cerrada



El audio, en particular, puede ser traicionero, en especial cuando tenemos diversas fuentes de sonido (como suele ocurrir cuando transmitimos un videojuego en vivo). A veces es una buena idea hacer una transmisión «cerrada» con amigos o seguidores de confianza antes de nuestro directo y hacer las preguntas básicas:

¿Se ve bien la imagen? ¿Hay que ajustar las luces?

¿Está el juego o la música más alta que mi voz?

¿Cómo está la calidad de transmisión? ¿Se cae la conexión?

En solo cinco minutos, con una o dos personas ayudándonos en la distancia, podemos responder esas preguntas. Esto nos permite ajustar los niveles de volumen general a valores agradables al oído, a la vez que evitamos zumbidos y efectos de acople, algo muy común cuando más de una persona es parte del directo y tenemos varios micrófonos en juego. Incluso con todas nuestras precauciones el audio puede mostrar irregularidades inesperadas a mitad de la transmisión, y por eso es necesario tener un control directo sobre el mismo y saber cómo solucionar los problemas en el momento.

Musicalizando en vivo



El que preste atención a cualquier programa de radio o televisión, podrá notar que es muy común escuchar música de fondo que acompaña lo que se está comentando. La musicalización es una forma de sumar dinamismo a nuestro directo, además de cubrir los tiempos muertos en los que estemos revisando el chat para responder o (en el caso de un gamer) enfrentando un reto particularmente difícil en un videojuego.

Las reglas básicas para la musicalización son puro sentido común:

- La música no debe estar tan alta como nuestra voz. No hay una fórmula exacta, y depende mucho del tipo de música y el tono de tu voz. Lo mejor es ajustar

hasta encontrar el equilibrio perfecto.

- Es mejor que la música que utilices no tenga letras. No hay nada mejor que usar música de videojuegos, electrónica o bandas sonoras de películas (teniendo en cuenta las limitaciones de derechos de autor que podemos encontrar a la hora de monetizar nuestros videos).
- Hay pistas de audio compuestas especialmente para utilizar como musicalización, y que tienen un «loop», o sea que el final de la pista es igual al inicio. Es una forma de que la música acompañe y no distraiga, utilizando siempre la misma melodía del principio al final del directo.



Existen varios métodos para reproducir música durante la transmisión. Una opción es abrir una pestaña web con algún sitio de *streaming* de música online, como por ejemplo Spotify o Soundcloud, y dejar el audio de esa pestaña como fondo de nuestro directo, ajustándola con el control de volumen de la notebook que estemos utilizando. Otra opción es ejecutar un *software* de medios, como WinAmp o VLC, junto a una lista de reproducción de archivos de música descargados previamente. Si usamos *software* especializado como XSplit y OBS, existen plugins que nos permiten no solo controlar en vivo su reproducción, sino mostrar en pantalla un texto con el título de la música sonando actualmente. Es un pequeño detalle que suele gustar a los espectadores, en especial si usamos música de videojuegos.

Problemas de *copyright*



Debemos tener cuidado respecto a qué tipo de canciones ponemos de fondo en nuestros videos, ya que muchas estarán protegidas por *copyright* (derechos de autor). Esto puede causar que el audio de nuestra transmisión sea silenciado, o que el video

que quede en nuestro canal sea bloqueado o eliminado, todo por culpa de una canción de dos minutos. A menos que sea esencial usar música específica para un directo, es buena idea verificar que nuestra lista de reproducción cuenta con música de libre distribución, para evitar problemas a futuro. En el capítulo 5 recomendamos fuentes de música y sonidos gratuitos.

La conexión con tus seguidores



Un directo es la ocasión de comunicarte de forma directa con la comunidad que se va creando alrededor de tu canal. Una transmisión, entonces, es como invitar gente a una reunión en nuestro hogar, y por lo tanto debemos comportarnos como anfitriones. Lo más importante es hacer sentir pertenencia a los espectadores que participan del chat. Si piden saludos, enviarlos, si hacen preguntas, responderlas, y si tienen observaciones con respecto a nuestra calidad de transmisión o el nivel del audio, considerarlas.

El chat de YouTube puede ser agresivo e incómodo, no solo para el youtuber sino para la comunidad y por eso el que transmite debe mantener cierto control. A medida que nuestro canal se vaya popularizando encontraremos a usuarios que solo quieren causar problemas, ya sea insultando a diestra y siniestra o posteando mensajes de *spam* comercial (o de sus propios canales) que nadie quiere leer. Por fortuna, todo servicio de *streaming* (sea YouTube, Twitch, o el mismo Periscope) posee herramientas básicas para lidiar con estos elementos indeseables.

La opción más común es la de bloquear de forma temporal a estos usuarios nocivos, a lo que debemos recurrir solo cuando la situación se vuelva intolerable y después de las advertencias del caso. Si el «troll» es recurrente, podemos «banearlo» (expulsarlo del chat de forma permanente), lo que también suele ser una solución temporal incluso si bloqueamos usuario y dirección de IP, ya que en caso de que este troll sea persistente, es bastante sencillo conseguir una nueva cuenta. Una mejor idea es prevenir la aparición de estos *posts*, filtrando palabras específicas para que el sistema se encargue de anular los mensajes de forma automática.

Suena a mucho trabajo, y a veces lo es, tampoco necesitamos hacer esto solos. Si tenemos una o dos personas de confianza, podemos darles poderes de Moderador para nuestro chat, y ellos se encargarán de mantener el orden por nosotros, permitiendo que nos concentremos en nuestro directo y nada más.



Contra los bots

También existen plugins y bots para mantener nuestro chat en orden. Un gran ejemplo es Nightbot (www.nightbot.tv), un potente sistema para personalizar respuestas automáticas en nuestro chat, comandos especiales, eliminar mensajes de *spam*, y hasta realizar posteos automáticos con anuncios cada cierto tiempo. Con un poco de trabajo previo podemos tener en nuestras manos un sistema de chat libre de *spam* y agradable para el uso y disfrute de nuestros seguidores.



En directo desde PlayStation 4



La forma más sencilla de transmitir un videojuego es directamente a través de nuestra consola. La PlayStation 4 de Sony tiene herramientas poderosas que no solo nos permiten transmitir sino administrar de forma básica el chat de nuestro canal.

El primer paso es configurar el servicio de *streaming* que vayamos a utilizar, sea

YouTube o Twitch. Para esto habrá que acceder al menú de configuración de Compartir, y de ahí elegir la opción «Vincular con Otros Servicios», desde donde podremos seleccionar nuestro servicio de *streaming* y configurarlo para que PlayStation 4 pueda acceder, con solo el nombre de usuario y contraseña. Ya que estamos en los ajustes, vamos a «Configuración de Transmisión» para definir si deseamos activar la cámara de PlayStation y el micrófono durante la transmisión, y si deseamos activar o desactivar el chat en vivo. El mismo headset de PlayStation funciona como micrófono para la transmisión, y aunque la calidad no es tan alta como la de un producto profesional, es más que efectiva para nuestros primeros directos.

Ahora que hemos vinculado nuestra cuenta, es hora de transmitir. Desde el juego que deseemos presentar, presionaremos el botón SHARE del gamepad de PlayStation 4 hasta que surja el menú de opciones. Elegiremos Transmitir Gameplay y, en la nueva pantalla, el servicio vinculado anteriormente. Si tenemos más de una cuenta vinculada, habrá que elegir la deseada para esta transmisión.

Ahora basta con configurar título y calidad de la transmisión y seleccionar Iniciar Transmisión para comenzar la sesión en vivo. También podemos usar los servicios de redes sociales integrados en PlayStation 4 para convocar espectadores a través de Twitter y Facebook.



En directo desde Xbox One



La consola de Microsoft permite transmisión en vivo desde Twitch, con solo tener instalada la aplicación de este servicio y nuestra cuenta previamente enlazada.

Primero que nada, debemos suscribirnos a Twitch, a través de nuestro *Smartphone*, PC, o directamente desde el navegador de Xbox One. Posterior a eso descarguemos la aplicación de Twitch desde la tienda de Xbox One, en la que elegimos «Ingresar» en la barra de la izquierda. Aparecerá en pantalla un código de 6 números, y mediante nuestro navegador de Internet (podemos usar el de la misma Xbox One) vamos directo a la dirección «Twitch.tv/activate». Allí tendremos que copiar el código de 6 números que obtuvimos en el paso anterior. Damos click en «Activar», y nuestra cuenta de Twitch ya está ligada a nuestro perfil de usuario de Xbox One.

Podemos empezar nuestro directo con tan solo decir en inglés «Xbox, broadcast» (se pronuncia «brodcast» y es la orden de transmitir). En caso de que no tengamos la cámara 3D Kinect que venía incluida en los primeros modelos de la consola y es la que reconoce los comandos de audio, presionamos dos veces el botón Guía y seleccionamos la aplicación de Twitch para comenzar nuestra transmisión.

Al comenzar nuestro directo aparecerá una barra a la derecha en la que podremos escribir el título del video, definir la calidad de transmisión, y activar/desactivar opciones adicionales para aprovechar la Cámara y Micrófono de Kinect. Una vez que hemos configurado todo, basta con seleccionar «Iniciar transmisión» para que nuestra sesión de juego salga en vivo y en directo por nuestro canal de Twitch. La grabación terminada se puede editar y exportar a YouTube, completa o en segmentos.



En directo desde Steam



Steam es la tienda virtual de videojuegos más popular entre los gamers de PC. Su aplicación no solo incluye la tienda y biblioteca de juegos sino una verdadera red social a través de la que un gamer puede conectarse con amigos y formar grupos de juego. La aplicación de Steam posee una interesante herramienta para transmitir nuestras partidas en vivo sin intermediarios. Es muy sencilla de configurar y utilizar, y, si bien no es tan popular como YouTube o Twitch, es una excelente opción para transmitir juegos dentro de las mismas comunidades que se han formado en Steam.

En cualquier momento podemos invitar amigos a que vean nuestra partida, directamente a través del chat (al que se accede con las teclas ALT+ENTER).

La primera vez que alguien nos pida ver nuestro juego, aparecerá la ventana de configuración de transmisión. También podemos acceder a esta ventana en cualquier momento, desde el menú Steam/Parámetros, y de ahí a «Retransmisión» en la barra izquierda. Desde este panel podemos ajustar las opciones de privacidad, indicando si queremos restringir la transmisión solo a nuestros amigos, o si aceptamos todo tipo de espectadores. También ajustaremos opciones de resolución y calidad de video, idioma del chat de juego, y si queremos restringir la transmisión a la ventana de juego o si preferimos que Steam grabe más allá del mismo, en caso de que cambiemos a otra ventana con ALT+TAB.

No es necesario que seamos nosotros los que den inicio a la transmisión. Mientras estamos jugando, nuestros amigos pueden solicitar ver nuestra sesión de juego, haciendo click en el menú desplegable de nuestro usuario en su lista de amistades y seleccionar «Ver Juego». Es importante hacer notar que Steam, a diferencia de Twitch y YouTube Gaming, no guarda las transmisiones de videos en vivo. Esta herramienta solo tiene la función de mostrar nuestras sesiones de juego dentro de los límites de esta comunidad.



En directo desde Kamcord



A veces todo nuestro estudio de grabación está al alcance de la mano, que es justamente el caso con las transmisiones desde dispositivos Android. Aplicaciones como Periscope nos permiten realizar directos sin una PC o una consola, pero ¿qué pasa si lo que queremos transmitir es nuestro juego favorito de celular?

Los juegos de *Smartphone* se han hecho cada vez más complejos, y a la vez más interesantes de ver en acción. Juegos como Clash of Clans, Game of War y Clash Royale tienen grandes comunidades dedicadas a ver gameplays en directo, y aunque actualmente es imposible transmitir juegos de *Smartphone* en directo a través de YouTube y Twitch, hay una aplicación similar que está generando una gran comunidad llamada **Kamcord**.

Esta aplicación se descarga de forma gratuita en la App Store de iPhone/iPad o en Google Play para *Smartphone* de Android, y es muy simple de usar, tanto para ver videos ajenos como para transmitir. En la esquina inferior derecha hay un icono con forma de cámara de video. Si lo presionamos una vez tenemos la opción de grabar videos cortos llamados «shots» que podemos compartir a través de Kamcord (o subir posteriormente a YouTube) y que incluyen lo que sea que esté en nuestra pantalla y un pequeño círculo que puede capturar el rostro del que está transmitiendo.

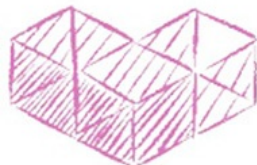


Si mantenemos presionado el botón se abre el menú de transmisión en vivo, desde donde elegimos una categoría, un título para nuestro directo, y especificamos el idioma, la calidad, y si nuestra transmisión incluirá audio del micrófono además de imagen. Al comenzar la transmisión podemos compartirla directamente a través de

Twitter.

Vale la pena destacar que las transmisiones en video en vivo requieren varios megabytes de datos por minuto, así que es recomendable usar Kamcord desde *wifi* o reducir la calidad para que nuestra transmisión no nos deje sin plan de datos en cuestión de minutos.

Youtube Gaming



YouTube Gaming es un servicio relativamente nuevo, una división de YouTube iniciada en 2015 para transmitir en vivo y en directo, enfocándose en videojuegos. Ya al entrar al portal principal (<https://gaming.youtube.com>) veremos cientos de transmisiones para disfrutar en el acto, al igual que toneladas de videos relacionados con el mundo de los videojuegos. Es importante entender cómo funciona esta interfaz e identificar cuál es el tipo de contenido más popular del momento: qué juegos se ven más, cuáles son los canales más activos, qué horarios son los mejores para transmitir. YouTube Gaming es tan nuevo que esto cambia día a día y el youtuber que busque una gran comunidad debe estar al tanto de lo que está ocurriendo en este portal.

Los usuarios frecuentes de YouTube notarán que el botón «Subir», que usualmente se encuentra en la esquina superior derecha de la página, justo a la izquierda de nuestro Avatar, ha sido reemplazado por «Emitir en Directo» al entrar a YouTube Gaming. Haciendo click allí podremos optar entre «Emitir en Directo» o «Subir Video». Elijamos la primera opción, aunque no estemos listos para transmitir, así podemos conocer la pantalla de transmisión.

Si esta es la primera vez que intentamos transmitir, YouTube verificará el estado de nuestra cuenta para asegurarse de que no hemos cometido infracciones (por eso es importante tener mucho cuidado al usar música ajena), nos pedirá un número de teléfono de contacto, y luego de aceptar los términos y condiciones nos dará una dirección URL personal desde la que nuestros seguidores podrán encontrarnos siempre.

A un lado del panel de video principal está la lista de comprobación de transmisión en vivo. Allí tenemos una serie de pasos a seguir para configurar nuestra transmisión, y es muy recomendable prestarle atención a cada una de estas opciones. Primero que nada, debemos haber descargado una aplicación que permita grabar y transmitir video, como OBS o XSplit (los dos detallados en las próximas páginas). Tendremos que acceder a nuestro programa elegido y utilizar los datos de la ventana de Configuración del Codificador para enlazar el *software* de transmisión con nuestra

cuenta de YouTube. Cada programa tiene opciones propias, pero todos requieren los mismos datos de enlace.

Luego de instalar la aplicación elegida, podemos configurar datos específicos de la transmisión que realicemos, como el nombre del video, la descripción para los espectadores, la categoría a la que pertenece (se establece «Juegos» por defecto, pero podemos modificarlo) y el nombre del juego que mostraremos en vivo. Esto último es importante para que nuestro video figure de forma correcta en los catálogos de YouTube, tanto la versión en vivo como la copia que quede en nuestro canal al finalizar.

Desde la página de transmisión contamos con un par de ventanas adicionales, como el chat, que incluye opciones de configuración para habilitar/deshabilitar el chat, eliminar mensajes de *spam*, y añadir o quitar moderadores. Podremos ver estadísticas en vivo de la cantidad de espectadores y los mensajes por minuto que vamos recibiendo, datos importantes de estudiar para el youtuber que quiera formar una comunidad. También se nos ofrece un enlace a nuestra transmisión, que podemos compartir en todas nuestras redes sociales (no es la dirección URL del canal, sino un enlace directo al video).

Para finalizar, podemos programar nuevos eventos desde la pantalla de «Eventos», en el menú de Emisión en Directo del Creator Studio. Esto creará una cuenta regresiva a la fecha y hora que hayamos definido para nuestro directo, es una forma de mantener a nuestros seguidores interesados en nuestra próxima transmisión.

¿Suena complejo? Lo es, pero lo importante es no dejar que la cantidad de opciones te abrumen, ya que la mayoría de los youtubers utilizan las mismas a la hora de transmitir. Las transmisiones en vivo de videojuegos son un poco más complicadas que los videos grabados, pero los resultados valen la pena.



Twitch



Hoy en día Twitch es el estándar para la transmisión de eventos en vivo, en particular los relacionados con el *gaming*, desde un streamer (nombre que utilizan los gamers que transmiten juegos en directo) presentando su juego retro favorito para 4 o 5 amigos, hasta importantes torneos de eSports con decenas de miles de espectadores; todo gracias a sus características y diseño, sencillo pero flexible a nuestras necesidades.

Obtener una cuenta de Twitch es muy sencillo; basta con entrar a su web (www.twitch.tv) y hacer click en la opción «Registrarse» de la barra de menú. Aparecerá un formulario para completar con nuestros datos, incluyendo el nombre de usuario que dará identidad a nuestro canal.

Una vez que hayamos ingresado con nuestro usuario, veremos nuestro nombre

elegido en la barra de menú de la página principal de Twitch. Desde aquí accederemos a múltiples opciones de configuración y personalización. En nuestro Perfil podemos cambiar nuestro logo de avatar, imagen de fondo, y escribir un breve texto sobre nosotros (que puede incluir un enlace a redes sociales y nuestro canal de YouTube). En la configuración de Canal tenemos una vista de cómo verán la transmisión nuestros espectadores, y además incluye la opción de añadir paneles con imágenes en nuestra ventana de transmisión. Esto es ideal para agregar enlaces a páginas relevantes, otros canales, y anuncios de todo tipo. Twitch también nos ofrece un Gestor de Videos para ver transmisiones pasadas y momentos Destacados, y una sección donde podremos leer mensajes privados.

Para transmitir un directo accedemos al Panel de Control de usuario. Aquí tendremos la vista en vivo de nuestra transmisión y chat, pero lo que más nos interesa en este momento es la Clave de Transmisión, que usaremos en nuestro programa de *streaming* favorito para enlazar nuestra cuenta de Twitch. Basta con hacer click en «Clave de Transmisión» y luego en «Mostrar Clave». En la nueva ventana que aparece se nos recuerda que no debemos mostrar a nadie nuestra clave, algo que en el caso de Twitch es mucho más importante que en otras redes sociales, ya que es muy fácil que alguien utilice nuestra clave para acceder a nuestro canal, y por lo tanto a nuestra comunidad. Al dar click en «Entiendo» se nos mostrará una serie de caracteres: esta es nuestra Clave de Transmisión.

Ya con el *software* de transmisión enlazado a nuestra cuenta de Twitch, estamos listos para mostrarnos en vivo ante el mundo. Para un pantallazo de todo lo que hemos hecho en Twitch, el Panel de Control incluye páginas que muestran la Actividad de nuestra cuenta y toda clase de útiles estadísticas, como actividad del chat, cantidad de espectadores, tiempos de transmisión y visualización, y muchas opciones adicionales para hacer un seguimiento detallado de todo lo que ocurre en nuestro canal.



Partners

Al abrir un nuevo canal en Twitch notaremos que nuestras opciones están limitadas, en especial las que tienen que ver con monetización y transcodificación (transmitir en distintos niveles de calidad para usuarios con conexiones más lentas). Para acceder a estas opciones, primero hay que lograr ser «partner» (socio) de Twitch. El criterio de Twitch para elegir a un partner tiene que ver con cantidad de seguidores, periodicidad de transmisión, y el cuidado general que el streamer da a su canal. No es fácil alcanzar este nivel, pero tampoco es imposible.

¿Pero cuál es el mejor?

Este es un debate que no tiene una única respuesta. Históricamente, Twitch tiene una base de usuarios dedicada al *gaming* en vivo mucho más grande que la de YouTube Gaming, lo que se puede comprobar chequeando el tráfico en cualquiera de los dos sitios... pero esto podría cambiar con el tiempo, además de que los que comenzaron en YouTube prefieren mantener sus beneficios y realizar los directos a través de YouTube Gaming. En términos de calidad los dos servicios son comparables, pero lo mejor que se puede hacer es probar uno y el otro, y decidir cuál es el que te resulta más cómodo, los dos proveen acceso a una enorme cantidad de público.

El software de codificación

Antes de usar Twitch o YouTube Gaming es imprescindible instalar aplicaciones de codificación de video en tu notebook o PC de escritorio. Estas aplicaciones funcionan de intermediarias entre el servicio de *streaming* (YouTube o Twitch) y los distintos elementos que forman parte de tu directo: juego, cámara, micrófono y distintos elementos gráficos.

Xsplit



XSplit (www.xsplit.com) es un poderoso *software* de grabación y transmisión de video que cuenta con dos versiones similares entre sí pero que apuntan a usuarios

específicos.

XSplit Broadcaster nos da un completo y detallado control de nuestra producción, a nivel profesional. Desde su ventana principal configuraremos las dimensiones y calidad del video de salida, y también añadiremos elementos a nuestras múltiples escenas. Estos elementos incluyen entradas de audio (micrófonos, archivos de música), entradas de video (cámaras, archivos de video), imágenes estáticas, capturas de ventanas, textos personalizados y mucho más. Cada elemento de una escena puede ser configurado a nuestro gusto, desde su posicionamiento en pantalla hasta su modificación de color, ángulo y rotación.

XSplit Gamercaster está enfocado en la función de grabar y transmitir nuestras sesiones de juego, simplificando enormemente las opciones de configuración de Broadcaster y limitándose a unos pocos elementos específicos: una cámara, audio del juego, audio del micrófono, y el juego en sí.

Ambas versiones de XSplit ofrecen ediciones gratuitas, pero que están limitadas en cantidad y variedad de opciones de transmisión. Para habilitar todas sus funciones debemos pagar licencias mensuales que no son particularmente caras, pero que obligan al streamer a tener acceso a un método de pago internacional (tarjetas de crédito o PayPal).



OBS



Open Broadcaster Software, o simplemente «OBS» (www.obsproject.com), es *software* similar a XSplit. Es decir, ambos son programas de captura y transmisión de video. ¿La diferencia? OBS es totalmente gratuito, y además es una aplicación de código abierto, que por lo tanto puede ser modificada y expandida por los mismos usuarios.

Al igual que con XSplit, en OBS podemos añadir elementos a nuestras escenas: entradas de audio y video, imágenes, textos, captura de pantalla, y más. Si bien OBS no cuenta con tantas opciones de configuración como XSplit, sí permite añadir múltiples escenas sin problemas aparentes (XSplit se limita a 4 en su versión gratuita), y además cuenta con fuentes de recursos globales, que permanecen en nuestra grabación/transmisión sin importar en qué escena nos encontremos; ideales para colocar logos o anuncios especiales.

Un punto a destacar es el menú de configuración de video de OBS, que ofrece una enorme cantidad de opciones a nuestro control. Desde aquí podremos calibrar en detalle cada aspecto de la grabación/transmisión de nuestro video. Si bien esto puede resultar complejo para usuarios novatos, es una característica a la que los más avezados en el tema podrán sacarle todo el jugo.

Es importante recordar que la configuración de OBS se guarda dentro del Perfil activo, de manera que podemos crear múltiples perfiles para utilizar en diversas situaciones. Por ejemplo, un Perfil configurado para transmitir en vivo desde Twitch, otro para emisiones desde YouTube, y otro para grabar el video directamente en nuestra PC.



¿Cuál de los dos es mejor?

Como ocurre con YouTube y Twitch, la elección entre estas dos herramientas es puramente personal. OBS se ganó durante sus primeros años fama de inestabilidad, algo que hoy ya no es real, y sus limitaciones tienen más que ver con la estética que uno quiera dar a su canal que con problemas de funcionamiento. Las dos aplicaciones tienen versiones gratuitas que podemos probar para descubrir cuál es nuestra favorita.

Capturadoras de video



Tanto nuestra PC como las consolas de videojuegos de generación actual poseen herramientas para capturar y transmitir video en vivo, pero a veces eso no es suficiente para el tipo de contenido que queremos realizar. Tal vez nuestro juego se encuentre en una consola que carezca de estas herramientas, o quizá la calidad de la grabación predeterminada no esté a la altura de nuestras necesidades. Para todo esto existe una solución en las **capturadoras**, equipos que permiten la entrada de audio y video de fuentes externas para convertirlas en videos en crudo, que podemos editar en nuestra PC, o utilizar en composiciones para transmisión en vivo y en directo.

Existe una enorme variedad de capturadoras, que van desde tarjetas internas que debemos instalar en nuestra PC hasta equipos externos que requieren su propia conexión a la red eléctrica. Es necesario investigar a fondo a fin de decidir qué opción se ajusta mejor a nuestro presupuesto, buscando un equilibrio en la curva de calidad y precio, ya que estos equipos pueden llegar a costos elevados, por lo tanto, el uso de una capturadora está limitado a los youtubers que se sientan limitados por las opciones básicas que ofrecen las herramientas de PC, Xbox One y PlayStation 4.

En caso de que busquemos capturar video de consolas de videojuegos antiguas como Sega Genesis o Nintendo Entertainment System, podemos utilizar adaptadores que convierten la señal de audio y video a USB. Los sistemas de juego de definición estándar utilizan cables conocidos como A/V (RCA en algunos países de Iberoamérica), que se dividen en una ficha amarilla para video, y dos adicionales (roja y blanca) para audio. Estos conversores suelen ser económicamente accesibles, pero técnicamente limitados, así que, dentro de lo posible, lo mejor es probarlos antes de pagar por ellos.

Para trabajos de captura más profesional contamos con varios nombres de peso a tener en cuenta, que ofrecen productos dedicados al gamer. En la actualidad los más populares son los distribuidos por la empresa Elgato (www.elgato.com/es/gaming),

que nos ofrece toda una gama de opciones para múltiples plataformas y formatos. Además, la web de Elgato nos invita a usar un útil sistema de recomendación de producto basado en el equipo desde el que deseamos capturar video, para qué fin deseamos capturar (guardar video y/o transmisión), y a qué plataforma va destinado el video en cuestión.

Los productos de AVerMedia (www.avermedia.com/sp/gaming) suelen destacarse por su facilidad de uso y portabilidad. Finalmente, la empresa Hauppauge (hauppauge.co.uk/spain/) comercializa entre sus diversos productos una serie de buenas capturadoras de video en alta definición.

Muchos de estos productos suelen contar con *software* propio de edición y transmisión de video, pero son compatibles con OBS y XSplit. En caso de adquirir una capturadora usada o de segunda mano, es una buena idea revisar los foros de estas dos aplicaciones para confirmar si el modelo es compatible.



Elementos visuales



Nuestra transmisión en vivo puede valerse de diversas opciones de diseño para hacer que la imagen final resulte más agradable e interesante a los ojos de nuestros

espectadores. Los elementos mínimos de la misma han de ser una fuente de video (cámara o captura de pantalla) y una fuente de audio (micrófono y/o sonidos del sistema). De ahí en adelante tenemos mucho terreno para explorar y experimentar.

La mayoría del *software* de transmisión nos permite preparar grupos de elementos y fuentes de entrada, llamados **escenas**. Cada una está diseñada con un fin en mente, podemos imaginarlas como las distintas pantallas de un videojuego. Mientras un juego tiene menús, mapas, y la pantalla principal donde se desarrolla la acción, nosotros tenemos nuestras escenas.

La escena **principal** es la que podemos reconocer de cualquier video de *gaming* que hayamos visto. En el centro está la acción del juego, y en una de sus esquinas, usualmente, está la imagen del youtuber. Algunos streamers prefieren no mostrar sus rostros durante el juego y dedican esta escena solamente al juego.

Otras escenas comunes a las que podemos alternar a lo largo de un directo son «VIVO», que tendrá la imagen de la cámara como elemento principal y es ideal para dar la introducción a nuestro video, antes de empezar con el juego. La escena «LOGO» solo se limita a mostrar el logo de nuestro canal, centrado en pantalla, y es muy útil para comenzar y terminar la transmisión o para solucionar un problema técnico. Es muy recomendable diseñar todas nuestras escenas antes de transmitir; en especial si deseamos mantener un formato de estilo, transmisión tras transmisión.

Si bien los diseños varían de acuerdo a los gustos y necesidad de cada uno, algunos conceptos de sentido común son inevitables. Primero y principal: mantener el área de foco de cada escena tan limpia como sea posible. El área de foco se refiere a la zona de la pantalla en la que se lucirá la fuente más importante, ya sea nuestra cámara principal o la ventana de captura, usualmente ubicada al centro del monitor. Nada nos impide añadir adornos y textos sobre este foco principal, pero procuremos mantener todo elemento extra como objeto en segundo plano, que no fuerce ni distraiga la atención del espectador.

Podemos adornar nuestro stream principal con imágenes, iconos y logos; por ejemplo, el nombre de nuestro canal, distintas imágenes relacionadas con el chat, o bromas que entienda nuestra comunidad (como las figuras bailarinas que ElRubius inserta en sus directos). Asimismo, los textos que añadamos en nuestro diseño pueden contener desde simples frases de bienvenida hasta noticias de importancia, incluyendo anuncios y publicidades de nuestro canal y referencias a las redes sociales de las que formemos parte.



XSplit y OBS poseen scripts (programas simples integrados a la aplicación) para mostrar información en pantalla de forma dinámica; por ejemplo, nuestro feed de Twitter actualizado al momento, comentarios de la gente en otras redes sociales mediante el uso de hashtags específicos, anuncios de nuevos suscriptores, agradecimientos por donaciones, chat en vivo (en especial cuando el sistema de transmisión que estamos usando no provee de uno) y toda clase de agregados adicionales. A los espectadores les gusta sentirse parte de la transmisión, y todos estos agregados interactivos suelen caer muy bien entre el público, en especial en los suscriptores.

Atención al chat



El chat en vivo es parte fundamental para la comunicación con nuestros espectadores, pero puede ser un pequeño dolor de cabeza si no prestamos atención a sus participantes. Esto es especialmente cierto para los Gamers que transmiten sesiones de juego, ya que su atención suele estar más enfocada en la acción virtual que en los textos que envían sus seguidores. Por eso resulta interesante hacer que el chat sea partícipe de la experiencia de juego.

Como recomendábamos en el capítulo cinco, existen muchos géneros de juego en los que la participación del chat es un agregado especial. Se destacan títulos de paso más lento, como juegos de exploración, estrategia, ingenio, cartas y hasta terror, de manera que los espectadores no pierdan detalle alguno, ni siquiera cuando la

velocidad y calidad de transmisión es relativamente baja. El chat se siente parte de la experiencia, sugiriendo opciones y estrategias para nuestro próximo movimiento, haciéndonos notar detalles que pasamos por alto, o resolviendo por nosotros algún *puzzle* en el que nos quedamos atascados.



La mayoría de los lectores de este libro no necesitarán ir más allá de esta página, y está bien que sea así. YouTube es una gran herramienta para expresarte, mantener tu contacto con amigos, y, en especial, para ganar confianza en uno mismo. Con todo lo que aprendiste en estos capítulos estás preparado para hacer todo tipo de videos, sean para un público masivo, para compartir con tu grupo social, o solamente para pasar un buen rato.

¿Pero qué pasa si tu sueño es convertir el *hobby* de youtuber en una carrera? Muchos de los que nombramos en estas páginas han logrado hacer de ese proyecto una realidad. Algunos ganan un buen sueldo de la publicidad que YouTube inserta en sus videos. Otros aprovechan su fama para hacer presentaciones en vivo o saltar de Internet a la televisión. La mayoría prefiere trabajar directamente con marcas en las que confían para promocionar productos a través de su canal.

Seguramente seas fanático de alguno de ellos, y entiendas que lo más importante para un youtuber es mantener la autenticidad y el toque personal que le diferencia de los presentadores de televisión o de los locutores radiales. El Rubius es uno de los rostros más famosos para los menores de 20 años, y sin embargo sus videos mantienen el mismo entusiasmo que en el primer día.

Pero no es fácil, como también sabrán los que siguen a estos talentosos youtubers por redes sociales. Germán Garmendia, Werevertumorro, Yuya, y hasta el mismo ElRubius han pasado por momentos complicados, dudando de sus propias capacidades y pidiendo disculpas a su público por períodos en los que sienten que la calidad de su trabajo disminuye. Dedicarte a ser un youtuber «profesional» exige preparación, compromiso y una verdadera entrega a la comunidad que se formará alrededor de tu canal.

En este capítulo vamos a conocer los primeros pasos para dar a conocer a tu canal al mundo, desde el uso inteligente de tus redes sociales hasta la mejor forma de lidiar con los comentarios negativos de los «trolls». Se podría escribir un segundo libro sobre las sutilezas de la interacción con tu público, pero el consejo de las primeras páginas se mantiene: lo más importante para disfrutar este camino es nunca dejar de ser uno mismo.

Administra tu comunidad



La interacción principal entre un youtuber y sus seguidores se da en los **comentarios** de cada video. En los primeros días de tu canal no es necesario preocuparse mucho

por esta, ya que los primeros en comentar serán las personas con las que hayas compartido tu canal, pero de ahí en adelante desconocidos empezarán a encontrar tu canal y a comunicar lo que opinan de tu trabajo.

YouTube permite a un espectador varias formas de interactuar con los creadores de contenido. La forma inmediata es decidir si el video «**me gusta**» o «**no me gusta**» con los iconos de pulgar arriba y pulgar abajo. Es una manera simple y directa de conocer la reacción a tu video, pero los usuarios que más se interesen (para bien o para mal) en el contenido de tus videos utilizarán el sistema de comentarios.

Hay muchas razones por las que un usuario comenta un video. Dentro de lo posible un youtuber debe responder a los comentarios de sus videos, agradeciendo las palabras positivas y respondiendo cualquier duda o cualquier pregunta. Los **comentarios negativos** necesitan un análisis un poco más profundo.

Cada youtuber tiene un público específico, y lo más probable es que los seguidores de tu canal tengan tus mismos intereses y tu misma forma de expresarlos. Antes de reaccionar a cada comentario, es recomendable ponerse en los zapatos de quien está escribiendo para entender el tono exacto de sus palabras. Algo que parece en primera lectura una agresión podría ser una pregunta legítima, y el uso de malas palabras de algunos usuarios puede no ser más que una forma de hablar.

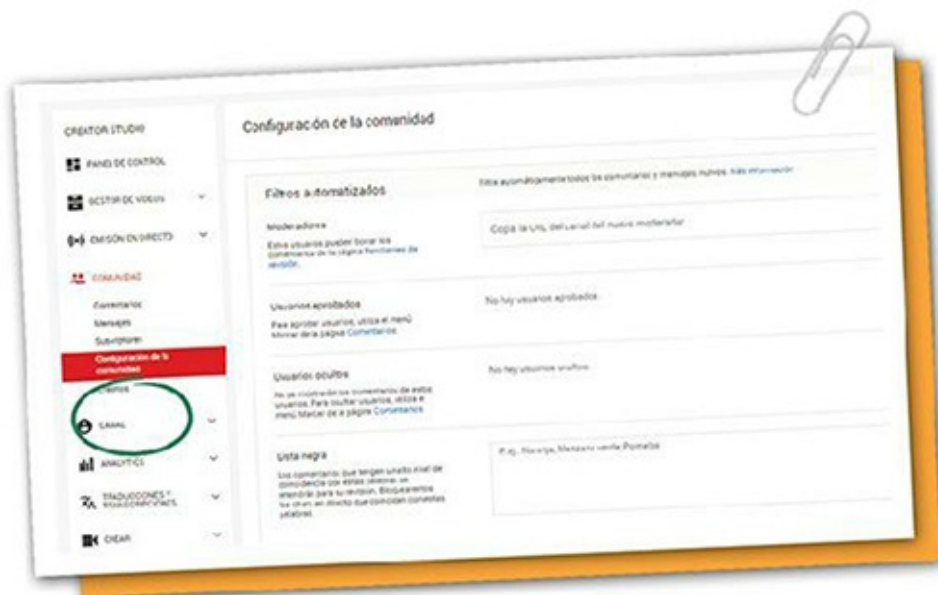
El mejor consejo con respecto a los malos comentarios es **tomarse un tiempo antes de responder**, teniendo en cuenta que no solo te leerá el que escribió el comentario, sino todos los que visiten esta sección de tu video. Una respuesta sarcástica o hiriente podría hacerte quedar como una persona de poco temperamento o vengativa, y así no es como tus seguidores deberían verte. Los únicos comentarios negativos que vale la pena responder son las críticas válidas al contenido de tu video. Se pueden responder de forma corta y clara con un «ok», con un «intentaré mejorar». No más que eso.

Existen usuarios de YouTube que solamente buscan criticar de forma destructiva, conocidos como «**trolls**». Estos comentarios deben ser eliminados de inmediato, ya que nos suman *ningún* valor a tu canal ni a tu comunidad. Iniciar una discusión con este tipo de saboteadores es contraproducente. En caso de que el lenguaje que el comentarista utilice sea agresivo o inapropiado, debe ser denunciado como «abuso». Si el usuario persiste en esta actividad se puede elegir la opción «ocultar del canal» que bloquea al «troll» de forma definitiva.

De a poco tu canal empezará a sumar **suscriptores**, que recibirán notificaciones cada vez que cuelgues un nuevo video. Los suscriptores son el alma de tu canal, y (en especial al principio) es importante que leas y respondas sus comentarios, haciéndolos sentir parte de la comunidad que va creciendo. Cuando tengas una oportunidad, es buena idea nombrarlos en los videos, hacer referencia a sus comentarios, responder preguntas y pedir ideas para futuros videos.

En la pestaña **comunidad** del Creator Studio de YouTube hay una serie de opciones que mejorarán tu interacción con los comentarios. Desde ahí se puede

configurar el sistema para que los comentarios no se publiquen sin aprobación, además de responder y archivar mensajes privados y borrar el posible «spam» (publicidad no deseada). En la sección **configuración de la comunidad** podemos administrar la lista de usuarios ocultos y la «lista negra» que puede eliminar ciertas palabras de los comentarios y chats en vivo.



Si el número de espectadores y suscriptores de tu canal sube, es una buena idea nombrar a un moderador de comentarios, que puede ser un amigo personal o salir de tu propia comunidad. El moderador puede eliminar comentarios sin que los leas y dejarlos en la sección «pendientes de moderación». Si las palabras negativas te desmotivan, es una buena idea nombrar a un moderador lo antes posible para no tener que lidiar con ese tipo de comentarios.

Divulga tu canal



¿Cómo hacer crecer la audiencia de tu canal? El primer paso, pero a la vez el más complejo, es el «**boca en boca**»: crear buen contenido y asegurarse de que los espectadores queden satisfechos y recomienden el canal a sus amigos a través de redes sociales. Pero antes los espectadores tienen que encontrar tus videos a través de la búsqueda de YouTube, y hay varias formas de lograr este objetivo.

El primer paso es dar a tu video un **título** que lo haga destacar para el motor de

búsqueda de YouTube. Un buen título debe leerse de forma natural y a la vez incluir una buena cantidad de palabras clave. En la página de tendencias de Google (www.google.com/trends/explore) se pueden identificar las palabras que más se están buscando en tu país, tu región y el mundo. También se puede medir la popularidad de ciertas palabras que estén relacionadas con tu video. Un video de fútbol, por ejemplo, tendrá más posibilidades de ser encontrado en época de eliminatorias de la Copa del Mundo. Cuidado: agregar demasiadas palabras clave puede hacer que YouTube identifique tu video como *spam*, lo que juega en contra de tu visibilidad.

La **descripción** del video también lo puede hacer más atractivo a un posible espectador. Los primeros 160 caracteres son visibles en la página principal de búsqueda, así que es buena idea que incluya las palabras clave que quizás hayan quedado fuera del título. Al final de la descripción se deben incluir enlaces a tus redes sociales o páginas web de interés.

Las **etiquetas (tags)** que categorizan a tu video también se deben aprovechar. YouTube te da 500 caracteres para escribir todas las palabras que consideres describen al contenido. La primera es la más importante, y es buena idea usar la página de tendencias para encontrar la más indicada. Un video de Minecraft, por ejemplo, puede tener las etiquetas «minecraft», «mine craft», «mine», «craft», «juego», «videojuego», «mojang», «let's play», y palabras relativas a tu canal, tu país, o tu comunidad («vlog», «méxico», «gamer»). Estas etiquetas que vas a usar en casi todos tus videos se pueden definir en la sección «valores predeterminados de carga» en la pestaña «canal» del Creator Studio.



Redes sociales

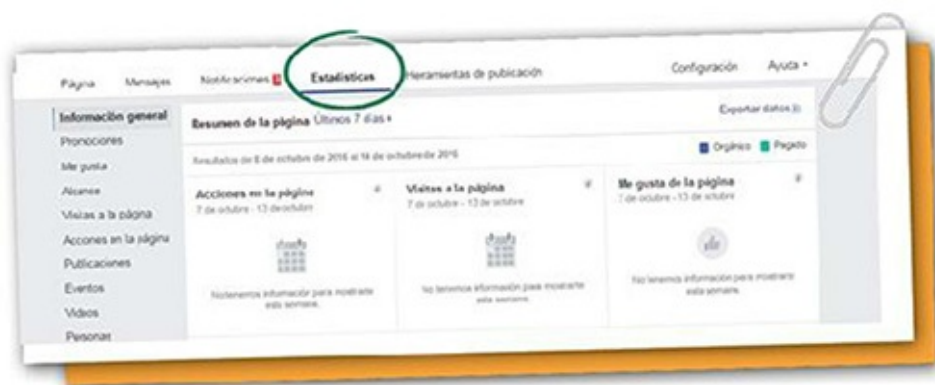


Los comentarios de YouTube se limitan a cada video, y por lo tanto es difícil sostener una conversación fluida con tu comunidad. Las redes sociales son la mejor manera de continuar la comunicación con tus suscriptores. Twitter permite una comunicación constante y respuestas veloces a las preguntas de tu comunidad, Instagram y Snapchat te dan la oportunidad de mostrar tu vida cotidiana y el «detrás de cámara» de cada uno de tus videos, pero es Facebook la que registra mayor nivel de interacción.

Es recomendable que tu perfil personal se mantenga separado de tu actividad como youtuber. Es muy simple crear una **página de fans** en Facebook, que tiene una cantidad ilimitada de suscriptores y no divulga información personal. Además, una página de fans es la mejor manera de mantener informada a tu comunidad y lograr que se conozcan y se comuniquen entre ellos.

La página de fans debe estar tan cuidada como la de tu canal. Vale la pena que te tomes un tiempo para escribir tu biografía y crear imágenes atractivas para el cabezal y el avatar. Las actualizaciones de esta página no deberían limitarse a tus nuevos videos, sino también a compartir cosas que consideres interesantes con tu comunidad: reflexiones personales, imágenes, noticias, videos, es importante mantener un buen ritmo de actualizaciones, pero sin saturar a tus seguidores.

Como YouTube tiene su sección de «Analytics» para medir los resultados de tu canal, las páginas de fans de Facebook tienen una opción llamada **estadísticas**. Este menú te permite seguir de cerca los cambios en tu comunidad: cantidad de «me gusta», comentarios, páginas compartidas, y alcance.



Una forma adicional de atraer más atención a tu canal es utilizando el sistema de promociones de YouTube. Hay opciones de muy bajo costo que tienen alto nivel de efectividad, en especial si tu canal tiene una temática clara y un público específico. Para un vlogger no es muy buena idea invertir en publicidad ya que su alcance es

muy amplio, pero, por ejemplo, un consejero que se dedique a dar clases de dibujo podría acceder a una nueva audiencia. Cuando tengas suficientes videos, también se puede invertir en publicidad en Facebook para tu página de fans.

Analiza tu desempeño



En los primeros días de trabajo en tu canal es importante que te concentres únicamente en la calidad de tus videos. Cuando tu canal ya tenga un par de meses y estés satisfecho con el contenido, es hora de empezar a analizar los números para encontrar formas en las que tu audiencia pueda crecer.

La sección **analytics** de Creator Studio puede ser abrumadora por la cantidad de información que ofrece, pero es esencial estudiarla si queremos mejorar los resultados de un canal. El primer consejo a la hora de leer los analytics es pensar en tendencias y no en números. Si queremos tener la cantidad de suscriptores o visualizaciones de Germán o el ElRubius cualquier número va a parecer bajo, así que es mejor concentrarnos en que los suscriptores de hoy sean más que las de ayer, y no en la cantidad.

La **vista general** de analytics nos da un pantallazo de la información de nuestro canal, y sirve para medir los resultados día a día. Cuando alguno de los números suba de forma inusual, es importante analizar cuál fue la razón. Quizás un suscriptor con muchos seguidores compartió uno de nuestros videos. Quizás utilizamos una palabra clave que hace que nuestro canal salga en búsquedas. Quizás elegimos un título más atractivo de lo que imaginábamos. Las razones son muchas para estos «picos» de espectadores, y lo importante es identificarlos a tiempo y, si es posible, reproducirlos.

Para eso tenemos la sección **en tiempo real** que nos permite ver qué está pasando en nuestro canal en este momento. Es una buena idea instalarnos en esta página en el momento en que lancemos un nuevo video para poder medir el alcance de nuestras formas de comunicación (notificaciones de YouTube, redes sociales, búsqueda orgánica).

A la hora de medir el éxito de nuestros videos es natural que vayamos a las cifras públicas: cantidad de reproducciones, cantidad de suscriptores, y número de «me gusta» en tus videos. Pero hay una cifra que es mucho más valiosa para las mediciones internas de YouTube: el **tiempo de visualización**. Este es el tiempo total de minutos que tu audiencia ha visto de tu canal y afecta directamente la ubicación de tus videos en el orden de búsqueda.

Por eso la sección Informes sobre el tiempo de visualización de Analytics es la más extensa y detallada. Podemos entender mucho mejor el comportamiento de nuestra comunidad al visitar la sección de retención de audiencia, si el porcentaje medio reproducido está debajo de un 50 por ciento, la mayoría de nuestros espectadores no terminan de ver los videos y eso podría indicar que algo de lo que hacemos hace que pierdan el interés. En demográficas vamos a conocer la edad y el sexo de la audiencia, información valiosa para ajustar el lenguaje o el estilo de los videos que estamos realizando. Mientras que en fuentes de tráfico podemos identificar de dónde vienen nuestros espectadores.

Analizar los números generales del canal es importante para comprobar si estás en el camino correcto, pero un youtuber debe estudiar cada uno de sus videos para medir la reacción de la audiencia. Cada uno de los videos del canal tiene su propia pantalla de analytics a la que se puede acceder al reproducirlo, con un botón ubicado debajo de la esquina inferior derecha. Esta pantalla, claro, es más simple que la del canal, y en ella podemos ver las distintas mediciones a lo largo del tiempo. La más útil de estas herramientas está en el submenú de retención de audiencia que está a la izquierda.

Sí hacemos click en esa opción, el video se reproduce junto a una barra que mide los puntos en los que vamos perdiendo audiencia. En general hay una gran caída en los primeros segundos, pero lo ideal es retener a la mayor cantidad de audiencia posible después del primer minuto. Si seguimos perdiendo público después de ese momento, algo estamos haciendo que provoca que nuestra audiencia pierda el interés. Usando esta herramienta podemos marcar el momento exacto en donde este problema ocurre y solucionarlo mejorando el ritmo de nuestro contenido.

Cuando ya estés cómodo con la sección de analytics de Creator Studio, es hora de que tomes los cursos que YouTube provee de forma gratuita bajo el nombre de «Academia de Creadores» y que consiste de extensos tutoriales que profundizan sobre muchos de los aspectos que hemos desarrollado en este libro.



Monetiza tu trabajo



Todo el esfuerzo que pusiste en tu canal tendrá una recompensa económica cuando puedas ganar dinero con tus videos. Inicialmente este ingreso será bajo, pero con persistencia y compromiso se puede llegar muy lejos, por algo son miles los youtubers que viven de su trabajo a lo largo del mundo.

Publicidad

Cuando alcances una buena cantidad de suscriptores y un promedio relativamente alto de visualizaciones, el mismo YouTube te invitará a formar parte del **programa para partners** (socios). El proceso es muy simple y aunque suele tener pequeños cambios implica habilitar tu canal para monetización, asociarlo a una cuenta de AdSense y seleccionar los distintos formatos de anuncios disponibles (superpuestos, de video, bumpers, tarjetas patrocinadas). El sistema AdSense a través del que

YouTube paga a sus socios es solo accesible para usuarios mayores de 18 años.

La gran ventaja de este sistema de publicidad es que es accesible para todos los youtubers. Sin embargo, las ganancias son muy bajas, en especial para el mercado latinoamericano. Durante 2016, por ejemplo, un video con 1000 reproducciones y anuncios de video activados, ganaba menos de 25 centavos de dólar. Solamente los youtubers que acumulen millones de reproducciones en su canal serán los que puedan vivir de la publicidad. Por suerte existen múltiples opciones para generar dinero.

Contratos

Seguramente hayas visto a tus youtubers favoritos promocionando distintos videojuegos, marcas de ropa o maquillaje en sus canales. Y es que cuando un youtuber tiene una imagen positiva y un gran número de seguidores, llama la atención de agencias de publicidad y de *marketing* que lo contactan para comercializar todo tipo de productos.

Estos contratos comienzan con youtubers de popularidad media como simples intercambios de productos por videos (por ejemplo, un estudio de desarrollo de videojuegos te da una copia de su nuevo juego a cambio de que realices un video sobre dicho juego) pero al alcanzar cierta cantidad de seguidores podrás acceder a contratos de promoción a cambio de dinero. Mientras más popular sea el youtuber, más alto será el valor del contrato.

Las posibilidades comerciales de un youtuber exitoso son varias, dependiendo de la imagen, la región y el estilo de cada uno. En Argentina y Colombia es muy común que discotecas paguen a youtubers por su presencia, y lo mismo ocurre con convenciones y eventos especiales. En Costa Rica o Panamá los populares «realities» de competencia suelen convocar youtubers. En México varios youtubers han firmado contratos con canales de televisión, mientras que los españoles más populares como Vegetta y el ElRubius escriben y publican exitosos libros.

Sin embargo, hay que tener mucho cuidado con este tipo de transacciones. Una de las razones por las que los youtubers han reemplazado para una generación entera a las estrellas de televisión es por su honestidad y su transparencia. No es buena idea promocionar productos que no conozcas o que realmente no comprarías, ya que estarías faltando a la confianza de tu base de usuarios.

Merchandising

Esta es una variante popularizada por los youtubers norteamericanos. Si tu canal es popular y ha generado una comunidad que se involucra con sus contenidos, naturalmente surgirá la posibilidad de crear productos relacionados con tus videos. Las camisetas suelen ser una apuesta segura, se pueden imprimir por un costo muy

bajo y vender a través de tiendas de ropa independientes. Lo mismo ocurre con otros productos como tazas de café o gorras. Por supuesto, esto es solo conveniente para youtubers que viven en grandes ciudades (Lima, Buenos Aires o México DF) y tienen a la mayor parte de su público concentrado en la misma ciudad.

Microfinanciación

Con el paso de los años esta opción se ha vuelto cada vez más viable. Si tu canal tiene una cantidad limitada de suscriptores, pero la comunidad es fuerte, es posible lograr que tus mismos seguidores contribuyan para que puedas dedicarte a ser youtuber de tiempo completo. Sitios como **idea.me**, **Indiegogo** y **Patreon** permiten a cualquier persona, sin importar su cantidad de seguidores, iniciar campañas de recaudación de fondos.





IGNACIO ESAINS. Tiene 20 años de experiencia en el mundo del entretenimiento. Es guionista de televisión, fue director de contenidos de reales y magines a lo largo de Sudamérica, y editor de revistas y sitios web dedicados a los videojuegos. Es uno de los conductores originales de Malditos Nerds y, cuando puede, streamed sus juegos favoritos en el canal de Youtube de esa plataforma.

MALDITOS NERDS es una plataforma de entretenimiento dedicada al cine, la TV, los cómics, y los videojuegos. El universo Malditos Nerds incluye un popular sitio web, varias aplicaciones, un canal de Youtube con millones de visitas y un programa de radio/web que se puede ver de lunes a viernes a través de la plataforma digital Vorterix.