

UNIVERSIDAD POLITECNICA DE VALENCIA

ESCUELA POLITECNICA SUPERIOR DE GANDIA

Grado en Comunicación Audiovisual

---



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



ESCUELA POLITECNICA  
SUPERIOR DE GANDIA

**“Preproducción de un booktrailer  
para la promoción del libro  
Tokyo Connection”**

**TRABAJO FINAL DE GRADO**

Autor/a:  
**Vanesa Domene Moreno**

Tutor/a:  
**Margarita Cabrera Méndez**

**GANDIA, 2014**

## AGRADECIMIENTOS

Gracias a José Ángel de Dios por haberme permitido hacer este proyecto con su libro y a Laura F. por habérmelo presentado.

Gracias a mi tutora Marga Cabrera por ayudarme a realizar esta idea.

Gracias a mis amigos por ayudarme y aguantarme durante todos estos años, sobre todo en este último.

Gracias por mi familia que siempre me ha apoyado y me ha animado a ir tras mis sueños.

Muchas gracias a todos.

## RESUMEN

Este proyecto se centra en un nuevo producto audiovisual recientemente aparecido que se denomina *booktrailer*. En el trabajo se trata de poner una definición de este término, de explicar sus funciones y hablar sobre el contexto que lo hace nacer: la promoción de libros mediante un audiovisual. Todo esto es una contextualización para poder finalmente hacer la preproducción de un *booktrailer* para el libro *Tokyo Connection*. En esta preproducción se habla de la idea que se propone para este libro y de otros elementos que completarán el tratamiento visual y sonoro.

**Palabras clave:** *booktrailer*, libro, promoción, preproducción.

## ABSTRACT

This project is focus in a new audiovisual product recently appeared called booktrailer. In this project we try to set a definition of this term, to explain their functions and to talk about the context for what it appears: the promotion of books by means of an audiovisual product. All of this is a contextualization for making the preproduction of a booktrailer for the book *Tokyo Connection*. In this preproduction we talk about the proposed idea for this book and about other elements that will complement the visual and sonorous treatment.

**Key Words:** booktrailer, book, promotion, preproduction.

## ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	5
1.1. Objetivos .....	6
1.2. La promoción de los libros antes de internet .....	7
2. EL <i>BOOKTRAILER</i> .....	9
2.1. ¿Qué es un <i>booktrailer</i> ? .....	9
2.1.1. Definición .....	9
2.1.2. Función .....	10
2.2. Posibilidades que ofrece el <i>booktrailer</i> .....	12
2.3. Elementos del <i>booktrailer</i> .....	14
2.4. Difusión del <i>booktrailer</i> .....	16
2.5. Análisis de distintos tipos de <i>booktrailers</i> .....	18
2.5.1. <i>Booktrailer</i> 1: “Brújulas que buscan sonrisas perdidas” .....	18
2.5.2. <i>Booktrailer</i> 2: “Qué hacer cuando en la pantalla aparece <i>The End</i> ” .....	20
2.5.3. <i>Booktrailer</i> 3: “El general maldito” .....	21
3. PROPUESTA PRÁCTICA DE <i>BOOKTRAILER</i> .....	24
3.1. Acerca de <i>Tokyo Connection</i> .....	24
3.2. Idea propuesta .....	26
3.2.1. Tratamiento .....	26
3.3. Propuesta visual y sonora .....	27
3.3.1. Dibujo 1: Geisha .....	27
3.3.2. Dibujo 2: Samurái .....	28
3.3.3. Dibujo 3: Monstruo gigante .....	29
3.3.4. Dibujo 4: Robot .....	30
3.3.5. Dibujo 5: Escena familiar .....	31
3.3.6. Sonido .....	33
3.4. Método de trabajo y medios necesarios .....	35
3.5. Propuesta de difusión del <i>booktrailer</i> final .....	39
4. CONCLUSIONES .....	41
5. BIBLIOGRAFÍA .....	43

## 1. INTRODUCCIÓN

Recientemente ha aparecido un nuevo producto audiovisual que poco a poco está cogiendo protagonismo en el mundo literario: el *booktrailer*. En pocas palabras, se trata de un vídeo para promocionar un libro concreto, y que se encuentra mayoritariamente en internet. Cada vez más libros presentan este formato que lo acompaña en la publicación y que intenta condensar en unos segundos la esencia de la obra. Este nuevo formato audiovisual no solo es una forma más de publicidad, sino que puede llegar a ser una obra de arte en sí.

Este proyecto surge como motivación para aprender más sobre este formato y realizar una propuesta de *booktrailer* para un libro real. Al ser un tema novedoso supone un reto en cuanto a la recopilación de información; pero las posibilidades que parece ofrecer, tanto creativas como de márketing, son tan amplias que merece la pena intentar adentrarse en este entorno. Supone un proyecto con gran interés y que ofrece la posibilidad de plasmar todos los conocimientos adquiridos durante la carrera en algo novedoso y de manera práctica.

Otra de las razones de porqué se ha decidido realizar este proyecto es la posibilidad de fusionar dos temáticas que apasionan a la autora, que son el cine (y todo tipo de audiovisual) y la literatura. Ambos son ámbitos culturales que permiten beber el uno del otro, y que a lo largo de la historia se ha visto que han dado resultados interesantes. Otra de las motivaciones ha sido el libro que se ha escogido para hacer el *booktrailer*: *Tokyo Connection*. En el primer planteamiento de este proyecto se llevó a cabo una búsqueda de posible libro. Por preferencias personales se buscaba un libro de autor o autora español y que todavía no estuviera publicado o fuera reciente. *Tokyo Connection* de José Ángel de Dios fue el elegido finalmente por dos motivos: por la posibilidad de tener un contacto cercano con el autor y porque el libro habla de cine japonés, y mostraba unas características interesantes para realizar el proyecto.

## 1.1. Objetivos

El objetivo principal de este proyecto es realizar la fase de preproducción de un *booktrailer* para la promoción del libro *Tokyo Connection*. Así, de esta manera, se podrá continuar este proyecto en un futuro de manera práctica.

Hay también unos objetivos secundarios, de los cuales algunos son un paso para llegar al objetivo principal y otros son complementarios a este. Estos objetivos secundarios son:

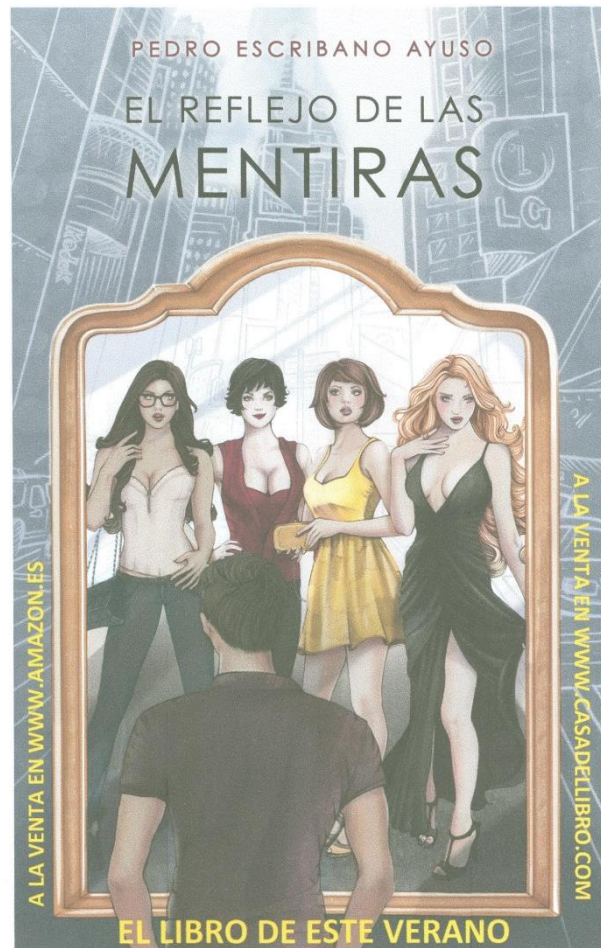
- Explicar qué es el formato de *booktrailer* y cuál es su finalidad mediante el análisis de diversos audiovisuales.
- Realizar un tratamiento visual, un guión y un plan de trabajo del *booktrailer* propuesto.
- Hacer una breve propuesta de difusión del vídeo que se obtendría con la realización de este proyecto.

## 1.2. La promoción de los libros antes de internet

Que la aparición de internet ha supuesto un gran cambio en la sociedad y en el modo de hacer muchas cosas es algo que ya está demostrado. Internet no es solo una fuente de información, es también una forma de comunicación ya muy importante hoy en día y parte de muchos procesos que consumen nuestro tiempo: ocio, búsqueda de empleo, formación académica, etc. La promoción y publicidad también es un ámbito que se ha sumado a esta ola, y ahora no se concibe una promoción que no tenga presencia en internet, y por supuesto, también en el ámbito que nos atañe: el mundo editorial. Por todo ello, sería interesante hacer una breve reflexión de cómo era la promoción de libros con anterioridad a internet.

El escritor y empresario Manuel Pimentel dice que el primer elemento de la promoción siempre ha sido la propia portada del libro. En la mayoría de ocasiones es lo que el comprador ve por primera vez y puede que única, así que es un elemento importante en lo que hay que trabajar para que llame la atención. Otra parte de la promoción es la llamada PLV (promoción en el lugar de venta). Se trata de marketing directo que se lleva a cabo en las librerías, y que consta de marcapáginas, carteles, cajas expositoras, etc., entre diversos elementos, y en los que también se incluye un ejemplar del libro para el librero, ya que en muchas ocasiones no hay mejor publicidad que la que pueda hacer el librero directamente con el lector. También se solía hacer una presentación pública del libro, firmas de libros, presentación en ferias, apariciones en programas de televisión y radio, etc. Algo también posible, pero menos común era la convocatoria de premios y certámenes, la participación de festivales literarios, cursos de formación relativos al tema del libro, encuentros con autores y eventos mixtos de libros y música o imágenes. El departamento de comunicación es el encargado de hacer contacto con los medios de comunicación para que estos realicen reseñas del libro. Hay que tener un directorio para remitir el boletín de novedades y mandar los ejemplares solicitados. Esto último es recomendable hacerlo directamente a una persona, no al medio, porque puede que el ejemplar se pierda en la inmensidad de esta.

Todas estas formas de promoción son algunas de las más importantes que se realizaban antes y que se siguen realizando en la actualidad. Añadiremos finalmente y a modo de curiosidad, otra forma de publicidad que no es muy común y que la autora ha conocido de forma casual: la repartición de folletos en la calle. La imagen que se muestra a continuación es el folleto original recogido en el centro de la ciudad de Valencia. Se trata de la imagen de la portada del libro en cuestión e información de la venta de este libro junto a una frase de promoción, “El libro de este verano”.



1. Folleto de publicidad



## 2. EL *BOOKTRAILER*

### 2.1. ¿Qué es un *booktrailer*?

#### 2.1.1. Definición

La palabra *booktrailer* es nueva y su uso es reciente. Es un término que proviene del inglés y que está formada por dos palabras: *book* (libro) y *trailer* (“avance” en cinematografía), por lo que literalmente sería el avance de un libro presentado de forma audiovisual. Si se realiza una búsqueda en diversos diccionarios (tanto de lengua española como de lengua inglesa) se llega a la conclusión de que este término todavía no está normalizado. Sin embargo, palabra “tráiler” en el diccionario de la RAE nos enlaza a la palabra “avance” y nos dice en su definición referida al cine que son “fragmentos de una película que se proyectan antes de su estreno con fines publicitarios”.

Por otro lado, la Fundación del español urgente (Fundéu) nos propone una alternativa para *booktrailer* en español: bibliotráiler<sup>1</sup>. Al ser una palabra formada por el prefijo biblio- y el sustantivo tráiler, ambos aceptados por el diccionario académico, se considera un término preciso y preferible en su utilización según la Fundéu. Sin embargo, a lo largo de este proyecto se seguirá utilizando el término proveniente del inglés, ya que es conocido en mayor medida y utilizado en casi todos los ejemplos, información y objetos estudiados.

Sobre el concepto de *booktrailer* no hay mucho escrito ya que es algo reciente. Internet es donde más información reside, y es lógico teniendo en cuenta que es en donde más encontramos este formato. Según VissualBook<sup>2</sup>, un *booktrailer* es “un vídeo corto, o *teaser*, similar a los tráilers cinematográficos que promocionan películas

---

<sup>1</sup> Fundéu <<http://www.fundeu.es/recomendacion/bibliotrailer-alternativa-en-espanol-para-booktrailer/>> [Consulta: 23 de abril de 2014]

<sup>2</sup> VissualBook: empresa que realiza exclusivamente *booktrailers*.

<<http://www.vissualbook.com/qu%C3%A9-es-un-booktrailer/>> [Consulta: 2 de febrero de 2014]

o series de televisión [...] y pone de manifiesto, a través de música, imágenes fijas, secuencias grabadas, efectos, etc., los aspectos más atractivos del libro para captar la atención de los lectores.” Wikipedia<sup>3</sup> nos dice algo similar: “*is a video advertisement for a book which employs techniques similar to those of movie trailers to promote books and encourage readers*”. La traducción al castellano sería “es un video publicitario para un libro el cual emplea técnicas similares a las de los tráilers cinematográficos para promocionar libros y animar a los lectores”. Además, Book Trailers Web<sup>4</sup> nos dice que “sirve [...] para captar un nuevo tipo de lector más vinculado a las series y la televisión”.

Aunando estas definiciones y añadiendo el conocimiento cultural propio de la autora, se podría decir que un *booktrailer* es un vídeo promocional de un libro que se asemeja en formato al tráiler cinematográfico, en donde mediante imágenes y sonidos de diversos tipos (imagen fija, animación, vídeo, voz en off, efectos, música, etc.) se da a conocer el libro en cuestión para animar al lector a su lectura.

### 2.1.2. Función

El objetivo último del *booktrailer* es que el espectador compre el libro que se promociona. Cada año el número de libros que se editan aumenta y gran parte de esos títulos son nuevos. Sin embargo, las ventas no aumentan al mismo ritmo, y los españoles compran menos libros cada año.<sup>5</sup> Esto hace que la competencia entre editoriales aumente y que la promoción de los libros sea algo clave. Además, las devoluciones<sup>6</sup> cada vez son mayores y se producen en períodos de tiempo cada vez más cortos desde la publicación. Los librereros buscan que siempre haya novedades en

---

<sup>3</sup> Wikipedia: *booktrailer* <[http://en.wikipedia.org/wiki/Trailer\\_\(book\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Trailer_(book))> [Consulta: 2 de febrero de 2014]

<sup>4</sup> Book Trailers Web: plataforma de promoción y difusión de *booktrailers*. <<http://www.booktrailersweb.es/qu%C3%A9-es-un-book-trailer/>> [Consulta: 6 de febrero de 2014]

<sup>5</sup> PIMENTEL, M. (2007). *Manual del editor. Cómo funciona la moderna industria editorial*. Córdoba: Berenice Manuales p.62

<sup>6</sup> En el mundo editorial los librereros pueden devolver a las editoriales los libros que no han vendido y creen que no pueden vender sin coste alguno. En ocasiones esto hace que un libro poco conocido no tenga oportunidad en el mercado porque está poco tiempo en las estanterías.

sus estanterías, por lo que en ocasiones un título apenas tiene oportunidad para hacerse hueco en el mercado.

Por todo ello, el *booktrailer* se presenta como una herramienta más a considerar en la ideación de la promoción de un libro. Para que sea considerado un buen *booktrailer* tiene que cumplir el objetivo de despertar en el lector las ganas de leer ese libro. Ese objetivo se alcanza utilizando los mecanismos adecuados: tiene que evocar los sentimientos apropiados que solo leyendo ese libro puede sentir; tiene que mostrar todas las posibilidades que ofrece (información, entretenimiento, novedades, enseñanza, etc.); ha de ser memorable al espectador; tiene que quedar claro qué libro se presenta y cómo encontrarlo; tiene que ser breve y no desvelar demasiada información para crear misterio; ha de ser visualmente atractivo, etc.

## 2.2. Posibilidades que ofrece el *booktrailer*

La cuestión de si la tecnología terminará haciendo desaparecer al libro no es algo nuevo. La aparición de la imprenta de Gutenberg originó comentarios sobre el final del “libro bello”. Con la llegada de la radio, y sobre todo de la televisión, surgieron los debates de si estos medios iban a sustituir al papel. Incluso Marshall McLuhan puso como fecha definitiva el año 1980 a la muerte del libro. Sin embargo, estos cambios y estos nuevos medios no han hecho desaparecer al libro, sino todo lo contrario. La imprenta de tipos ayudó a que se pudieran crear libros más asequibles y que más gente pudiera acceder a ellos, y seguían considerándose igual de bellos. Los jóvenes de los años setenta y ochenta, no sólo veían la televisión, iban al cine, escuchaban la radio y compraban vinilos, sino que seguían leyendo libros y más que sus generaciones pasadas. Manuel Pimentel afirma que se alternará el uso de las tecnologías con la lectura en papel, y que las editoriales tendrán que adaptarse y seguir evolucionando junto con los nuevos cambios y la sociedad.

Siempre ha habido una relación entre el libro y la tecnología, sobre todo con el audiovisual. Desde la invención del cine, este se ha alimentado de textos literarios y en ocasiones gracias a ello han aumentado las ventas del libro, incluso muchos años después de su publicación. También es el caso de las series televisivas, documentales, reportajes, e incluso videoclips. En ocasiones el audiovisual se inspira en la prosa y otras veces es al revés, siendo siempre el producto final algo interesante. En este proyecto se plantea el *booktrailer* como elemento audiovisual que da soporte a la promoción del libro. Se pretende que con la combinación de imágenes y sonido se cree un producto que presente al libro, que hable de él y se ofrezca al lector como una experiencia única, que compacte en unos segundos todo lo que el libro puede hacer sentir.

Las posibilidades que ofrece este formato para dar a conocer un libro son infinitas. Gracias a internet, la difusión de la información es mucho más rápida que antes, y el mundo editorial, considerado un negocio clásico, tiene que sumarse a las últimas tecnologías si quiere seguir estando de actualidad. El vídeo puede ser una forma sencilla y breve de llegar al público, de que este se haga una idea de qué ofrece. Quizás el consumidor no pase mucho tiempo en librerías, pero lo que se sabe es que cada vez más la sociedad emplea gran parte de su tiempo en navegar en internet. También puede ser una herramienta para captar a un nuevo tipo de lector más habituado a ver vídeos, series y películas. Otra ventaja del *booktrailer* en internet es que si conseguimos que este guste, serán los propios usuarios los que hagan promoción, ya que tienen la posibilidad de compartirlo en sus redes sociales, blogs, webs, etc. Conseguir que el *booktrailer* sea un vídeo viral puede ser algo complejo. El fenómeno de la viralidad consiste en que un contenido llegue a un gran número de personas en poco tiempo mediante la red, y para ello no existe una fórmula ni unos pasos claros a seguir. En ocasiones es difícil determinar qué causas hacen que un vídeo sea visto por millones de personas, pero la mayoría de los vídeos virales apelan a las emociones: indignación, sorpresa, humor, etc<sup>7</sup>.

El *booktrailer* ofrece la posibilidad de llegar a una gran cantidad de gente de un modo asequible. El coste de la producción del vídeo varía en función de sus características: montaje fotográfico, texto en pantalla, voz en off, música, animación, “trozo de cine”<sup>8</sup>, etc. Incluso el propio autor puede ser el que lo realice, como es el caso de Aleix Saló. El presupuesto para realizar el *booktrailer* puede ser mucho, o solo, el que se quiera.

Para las nuevas editoriales que empiezan en este duro mundo, puede ser de gran ayuda, ya que con ello se pueden crear una marca y mostrar el estilo y filosofía de la empresa. Incluso para las más veteranas es una gran opción, ya que pueden

---

<sup>7</sup> Miguel Ángel Media (El País). ¿Cómo se consigue la ‘viralidad’ en Internet?  
<[http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/03/06/actualidad/1394119525\\_259981.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/03/06/actualidad/1394119525_259981.html)>

[Consulta: 14 de mayo de 2014]

<sup>8</sup> Pieza audiovisual cercana a la calidad cinematográfica que tiene una elaboración propia de película o cortometraje: guión, actores, producción, grabación, edición, sonorización, efectos, etc.

recuperar obras ya publicadas de su colección y darles una nueva oportunidad en el mercado.

### 2.3. Elementos del *booktrailer*

El *booktrailer* es una pieza audiovisual que tiene unas características esenciales para que se considere como tal, y que no sea solo un vídeo. Ya hemos hablado con anterioridad del objetivo y lo que ofrece. Esto define en gran parte lo que es, porque si no tuviera el propósito de llamar la atención, seducir al espectador y vender, entonces podríamos estar hablando de un cortometraje, un videoarte, un vídeo institucional, etc. Sin embargo, y debido a la reciente creación de este tipo de audiovisual, no se puede encontrar mucha información respecto a la forma adecuada y a los elementos necesarios para que un vídeo se considere como *booktrailer*. Con el análisis y el visionado de múltiples *booktrailers*, y la lectura de blogs y webs sobre el tema, se ha llegado a la conclusión de que hay diversos factores a tener en cuenta a la hora de realizar un audiovisual de estas características.

Estos elementos que se han detectado, durante la realización de este proyecto con especial atención y con anterioridad a esta por interés cultural, se podrían clasificar en tres grupos: inicio o título inicial, cuerpo y datos finales. Es una clasificación bastante común en muchos otros ámbitos, pero en el caso de *booktrailer* no tiene que tener siempre esta estructura, aunque se puede tomar como partida a grandes rasgos.

El inicio o título inicial es una parte que no siempre aparece en los *booktrailers*. Suele ser una introducción con algunos datos de interés, como el nombre del libro, el autor y/o la editorial. También podemos encontrar alguna frase que capte la atención del espectador, que plantee una cuestión que será resuelta con el entero visionado del *booktrailer* o incluso con la lectura del libro, o que nos adentre en la narración y ambiente del vídeo. Habitualmente se presenta en un solo plano que dura unos

segundos, pero como ya se ha dicho, puede variar o simplemente no aparecer en el *booktrailer* y que comience directamente con el cuerpo del vídeo.

El cuerpo del vídeo es la parte más extensa del *booktrailer*. Es la parte encargada de captar el interés del espectador y en donde se habla sobre la historia, lo que sugiere o lo que nos ofrece el libro. En esta parte hay diversos elementos que lo conforman, tanto como posibilidades audiovisuales. Podemos encontrar imágenes en movimiento, tanto vídeo real como ficcionado; imágenes fijas como fotografías, dibujos, ilustraciones, cuadros, etc.; todo tipo de animaciones (animación tradicional, 3D, *stop motion*, etc.); música, sonidos ambientales y/o efectos sonoros; voz en off o de los personajes en pantalla; y texto, ya sea fijo o en movimiento. La creatividad aquí no está limitada; más bien todo lo contrario.

Los datos finales o parte final del *booktrailer* suele ser para dar la información relativa al libro como el título, el autor, la fecha de venta, la editorial o la web y redes sociales, entre otros. Es una parte breve, de solamente unos segundos, y al igual que el título inicial no siempre aparece en los *booktrailers*. Sin embargo, sería recomendable que esta parte estuviera en el vídeo, ya que ayudaría a que el espectador recordara en última instancia la información importante.

Por último, hay otro elemento que compete a todo el audiovisual y que es de gran importancia: la duración. La mayoría de *booktrailers* tienen una duración de entre 30 segundos y tres minutos. Es interesante que la duración no sea excesiva, porque puede cansar al espectador y que este abandone la visualización antes de llegar al final. Un *booktrailer* con una duración de menos de dos minutos sería lo más común y aconsejable.

#### 2.4. Difusión del *booktrailer*

Una vez realizado el *booktrailer*, llega el momento de mostrarlo. La difusión es una de las partes más importantes, ya que si no se le dedica la adecuada atención puede que todos los esfuerzos al realizar el audiovisual sean en vano. A continuación vamos a hablar brevemente de lo que atañe a esta fase.

Primero hay que subir el *booktrailer* a plataformas como *Youtube* o *Vimeo*, ya que permite que los usuarios puedan verlo en alta calidad desde cualquier dispositivo. Se recomienda que sea subido desde la cuenta de la editorial del libro o desde la del autor, para que así los usuarios interesados tengan más fácil llegar a la información relativa al libro. En ocasiones también se crea una cuenta específica para el libro en cuestión; la decisión dependerá del autor o el editor. No solo hay que limitarse a alojar el vídeo, también hay que prestar atención al título y la descripción, para que sea claro y llame la atención. Es mejor que la descripción no sea muy larga. Tres líneas son suficientes, y si además se puede añadir algún enlace de interés, como el blog del autor o del libro, o el enlace para la compra del libro. También son importantes las etiquetas, ya que nos puede ayudar mediante palabras clave a que el usuario llegue al *booktrailer*, y así conseguir más reproducciones y que el vídeo sea más popular en la plataforma.

Una vez cargado el vídeo, se podre a enlazar en la web del libro, la editorial y/o la web del autor, blog si lo hubiera y redes sociales. Al igual que lo que se ha dicho antes para las plataformas de *Youtube* y *Vimeo*, en muchas ocasiones se crean cuentas específicas para el libro en redes sociales (*Facebook*, *Twitter*, *Linked In*, etc.) e incluso un blog. En ellas se van comentando las características y novedades del libro (presentaciones, premios, etc.); y los seguidores pueden tener contacto directo para hacer comentarios y preguntas. Algunos libros que han creado sus propias cuentas son @bibliabastarda o @emprendismo en *Twitter*<sup>9</sup>. Es muy recomendable hacer un

---

<sup>9</sup> <<https://twitter.com/bibliabastarda>>, <<http://labibliabastarda.com/>>; <<https://twitter.com/emprendismo>>, <<http://www.emprenderenperiodismo.com/>> [Consulta: 17 de mayo de 2014]



seguimiento de las redes sociales ya que podemos afianzar a lectores y que pasen a formar parte activa de la promoción. Hoy en día tener presencia en internet es algo necesario. La relación entre espectadores y lectores es más cercana gracias a estos medios, y el tener una presencia activa ayuda a mantener o crear una reputación. Un ejemplo de escritor que promueve en gran medida sus libros en redes sociales, además de series y artículos, es Albert Espinosa.

Por otro lado, también es interesante prestar atención a las páginas webs que se dedican a difundir y recomendar libros mediante los *booktrailers*, como es el ejemplo de “El placer de la lectura”, “Book Trailers” o “Book Movies”<sup>10</sup>. No solo hacen promoción de *booktrailers* en su web o blog, sino que en muchas ocasiones también lo promueven por redes sociales y a veces realizan concursos en donde mayoritariamente el premio es el propio libro. No olvidemos tampoco que es interesante proyectar el *booktrailer* en presentaciones del libro, ferias, firmas de libros, etc.

---

<sup>10</sup> <<http://www.elplacerdelalectura.com/>>, <<http://www.booktrailersweb.es/>>, <<http://www.bookmovies.tv>> [Consulta: 28 de febrero de 2014]

## 2.5. Análisis de distintos tipos de *booktrailer*

Con el objetivo de realizar este proyecto, se ha hecho un visionado de numerosos *booktrailers* de distintos tipos de libros. Se pretendía tener una visión global de lo que se ha hecho hasta ahora para realizar posteriormente una propuesta de *booktrailer* para el libro *Tokyo Connection*. De entre todos los vídeos visionados se han elegido tres para realizar un análisis. Cada uno de ellos ha sido elegido porque presentan unas características distintas y unos elementos a destacar, ya sea por su acierto o por una posible mejora. Todos ellos son *booktrailers* españoles para libros con autores de esta misma nacionalidad. Esos tres *booktrailers* pertenecen a los libros “Brújulas que buscan sonrisas perdidas” de Albert Espinosa, “Qué hacer cuando en la pantalla aparece *The End*” de Paula Bonet, y “El general maldito” de Javier Arias Artacho.

### 2.5.1. *Booktrailer* 1: “Brújulas que buscan sonrisas perdidas”

El primer *booktrailer* a analizar es el del libro “Brújulas que buscan sonrisas perdidas”<sup>11</sup> de Albert Espinosa. La obra es una novela publicada en 2013 y es el cuarto libro del autor. Espinosa también ha escrito guiones para películas y series de televisión, gran parte de ellas basadas en sus libros, que a su vez se han basado en su vida. No se ha logrado encontrar información precisa en cuanto a la realización del *booktrailer*, pero cabe la posibilidad de que el autor haya tomado parte activa en su creación por su gran implicación en otros proyectos audiovisuales.

El *booktrailer* tiene una duración de 1:07 minutos y en la plataforma de *Youtube* tiene más de 50.000 de reproducciones. Es un *booktrailer* de imagen de ficción, similar a la estética cinematográfica. Hay tres escenarios distintos: la playa, una cuadra y el bosque. Las imágenes son a cámara lenta y en ellas aparece un personaje

---

<sup>11</sup> *Booktrailer* 1: < <https://www.youtube.com/watch?v=TgFkmdFnJlo>> [Consulta: 11 de marzo de 2014]

protagonista y un grupo de niños. Los colores naturales y suaves que acompañan a los escenarios y al tipo de escenas que se representan: El niño protagonista disfruta en el mar y en la orilla encuentra una brújula, el chico da de comer y acaricia un caballo, y un grupo de niños juegan con sus bicicletas. En cuanto al sonido se oyen tres voces en off distintas que representan a personajes del libro e introducen la historia: el protagonista, el protagonista de pequeño y la madre del protagonista. Además se puede escuchar una música que acompaña al *booktrailer* y que sube de intensidad en el final, y los efectos sonoros del mar y bicicletas. El libro aparece en dos ocasiones durante el *booktrailer* como parte de la historia que cuentan, es decir, mostrando que alguien lo lee en un primerísimo plano, y otra al final mostrando la cubierta y contraportada, a modo informativo. Además, hacia el final del *booktrailer*, aparecen dos elementos tipográficos: una frase que te invita a adentrarte en la historia (imagen 2) y otro con la web y las redes sociales del autor.

Todo esto en conjunto hace que sea un vídeo placentero de ver, y que te hagas una idea del tipo de libro que es y la historia que ofrece. Consigue transmitir positivismo y alegría a la vez que introduce la historia sin revelar mucho sobre ella. Muestra de forma clara el libro en un plano, por lo que el espectador lo tiene fácil para recordarlo y buscarlo posteriormente en las librerías. Creo que consigue el objetivo de llamar la atención, y de informar al espectador de qué libro se trata y qué puede esperar de él.



2. Fotogramas *booktrailer* 1

### 2.5.2. *Booktrailer* 2: “Qué hacer cuando en la pantalla aparece *The End*”

El segundo *booktrailer* es el del libro “Qué hacer cuando en la pantalla aparece *The End*”<sup>12</sup> de Paula Bonet. Es un libro de texto e ilustraciones con cuarenta relatos publicado en el año 2014. La autora es una pintora e ilustradora que ha colaborado en diversos proyectos artísticos como exhibiciones, libros, carteles, etc.

El *booktrailer* dura 1:22 minutos y tiene más de 16.000 visualizaciones en *Youtube*. Se trata de una ilustración animada que va apareciendo poco a poco. En el primer plano el nombre del libro aparece con un efecto que sigue la dinámica de la lectura. Al desaparecer este, surgen unas líneas y formas de distintos colores que, a la vez que aumenta la opacidad de este, va formando distintos elementos. Al mismo tiempo, un lento *zoom in*<sup>13</sup> nos acerca a las dos figuras principales del plano: los rostros de un hombre y una mujer. También aparecen unas palabras conforme se oye una voz en off que dan una idea de lo que se quiere transmitir: trenes, olvidados, movimiento, final, y el vacío. Para finalizar el *booktrailer* aparece un plano con la imagen de la cubierta del libro, su nombre y el nombre de la autora; y otra imagen con información sobre la editorial y la realización del vídeo (voz en off, música y vídeo). En cuanto al sonido, podemos escuchar una voz en off y una música de fondo como acompañamiento.

<sup>12</sup> *Booktrailer* 2: <<https://www.youtube.com/watch?v=Fx-xqtRiFaM>> [Consulta: 31 de marzo de 2014]

<sup>13</sup> Incrementar rápidamente la magnitud de un objeto o todo el plano de una imagen, ya sea mediante la lente de una cámara o de forma posterior en el proceso de posproducción.

Como elementos positivos a destacar de este *booktrailer* destacaría la aparición clara de una imagen del libro físico, y el título y su autora (imagen). Con ello el espectador puede saber de qué libro se trata para luego buscarlo en las librerías. Además, al ser un libro con ilustraciones, el que aparezca una de ellas en el *booktrailer* hace que sea más fácil imaginar qué se puede encontrar el lector en la obra. Consigue llamar la atención con su estética, mostrar qué estilo de libro te puedes encontrar, y muestra la información necesaria para que se pueda reconocer fácilmente en librerías (título, portada, autor, etc.).



3. Fotogramas *booktrailer* 2

### 2.5.3. *Booktrailer* 3: “El general maldito”

El último *booktrailer* a analizar es el del libro titulado “El general maldito”<sup>14</sup>, de Javier Arias Artacho. Se trata de un thriller histórico de suspense publicado en el año 2014. Arias Artacho es docente y escritor, y esta es su sexta novela.

<sup>14</sup> *Booktrailer* 3: <<https://www.youtube.com/watch?v=msc5bILGvkw>> [Consulta: 12 de abril de 2014]

El *booktrailer* tiene una duración de 1:08 minutos, y en la plataforma de *Youtube* tiene unas 1.700 visualizaciones. El vídeo comienza con el logo de la editorial del libro, y este da paso al cuerpo del *booktrailer*. Se compone básicamente de fondos con imágenes que viran con intensidad al color rojo, y sobre él aparece un texto en letras blancas que introduce la historia. No hay más elemento sonoro que una música que aporta misticismo al conjunto. Para darle final al vídeo aparece una imagen de la portada del libro y al lado escrito el autor, el título de la obra acompañado de una frase, y la fecha de la venta.

La sensación que da este *booktrailer* es de poco dinamismo y pesadez. Al mostrar solamente texto que va emergiendo, sugiere poco al espectador, ya que esto mismo puede hacerlo el lector al leer la sinopsis del libro. Las imágenes de fondo son meramente ornamentales, y lo único que aporta algo más es la música porque ayuda a crear un ambiente. En el caso de este *booktrailer* se podría incluso hablar de un efecto contraproducente, ya que en términos generales no llama la atención y sus características no ayudan a que se anime a la lectura.



#### 4. Fotogramas *booktrailer* 3

A modo conclusivo se podría decir que los tres *booktrailers* lanzan un mensaje visual al espectador y que uno se puede hacer una idea aproximada del contenido del libro. Sin embargo, son desiguales en cuanto a forma, y cada uno tiene algo que capta el interés. El primero y el segundo tienen una gran fuerza visual, son atractivos. Especialmente en el segundo caso esto es importante, ya que se vende imagen al ser un libro de ilustración. El estilo también es diferente, y especialmente difiere el tercero. Es más oscuro, sombrío; mientras que los dos primeros sugieren positivismo.

### 3. PROPUESTA PRÁCTICA DE *BOOKTRAILER*

#### 3.1. Acerca de *Tokyo Connection*

El libro sobre el que se basa la propuesta práctica de *booktrailer* es *Tokyo Connection*, cuyo autor es José Ángel de Dios. La editorial encargada de su publicación es T&B Ediciones, y la publicación tuvo lugar en mayo de 2014. Esta es su segunda obra publicada, y tiene previsto publicar dos obras más durante el 2015.

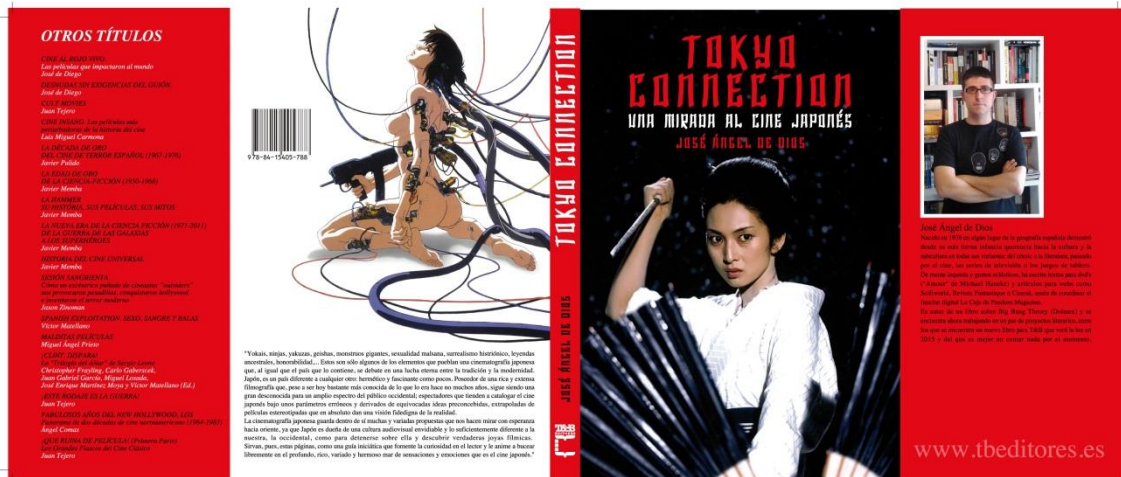
*Tokyo Connection* es un recorrido sobre el cine japonés desde sus inicios hasta hoy. El autor nos descubre todo un mundo bastante desconocido para la cultura occidental, a pesar de que en los últimos años esto está cambiando. El libro nos ofrece una contextualización de la cultura nipona, que mezcla modernidad y tradición de una manera que no muchos más países lo hacen. Esto es importante en gran medida para entender la cinematografía japonesa, los temas que trata y cómo sus cineastas lo exponen. La historia de Japón está presente en muchos films, y tienen una significancia especial la bomba de Hiroshima y la guerra. Las tradiciones, los cambios sociales y las tecnologías son también temas recurridos en muchas cintas.

Una gran diferencia del cine nipón con el resto, son los géneros cinematográficos que lo conforman. Existen infinidad de géneros, subgéneros, y géneros dentro de estos subgéneros. Esto hace que en ocasiones se torne complejo clasificar un film, ya que este puede beber de varios géneros. El autor nos explica brevemente en qué consisten algunos de estos géneros, y nos muestra en profundidad siete de ellos: el *chambara* (samuráis), la *yakuza-eiga* (mafia *yakuza*), la *nuberu bagu* (cine de los años cincuenta dirigido a jóvenes inconformistas), la *pinku-eiga* (corte erótico-violento), la *kaiju-eiga* (criaturas monstruosas de protagonistas), el *J-horror* (terror) y el anime (animación). Sobre cada género podemos encontrar las características que lo definen, la época en que surge, los nombres de los cineastas más importantes o las películas más significantes.



Además, este libro nos ofrece un listado de películas y directores de referencia. Nos habla sobre la trayectoria de estos directores y sus películas, sin dejar de mencionar cuál es la que el autor considera que es su obra maestra. El listado de películas son, para el autor, films que por sus características merecen una mención especial y un análisis en profundidad, aunque ya hayan sido nombradas antes.

Sin duda, es un libro con mucha información de interés sobre la cinematografía japonesa y una gran guía para todo amante del cine nipón. Se puede decir que el libro va dirigido a un público con inquietudes culturales, que ama las artes, seguramente con especial atención el cine. Es difícil establecer un rango de edad, pero está claro que va dirigido a jóvenes y adultos. Es muy probable que los lectores a quien pueda interesar este libro sean personas habituadas a consumir productos audiovisuales, hecho que motiva más si cabe a proponer el proyecto que se encuentra a continuación.



5. Cubiertas de Tokyo Connection

### 3.2. Idea propuesta

Para la ideación de un *booktrailer* para *Tokyo Connection* hay que tener en cuenta que a pesar de ser un libro, este trata sobre películas que tienen imagen propia. Es decir, que el lector puede tener una idea visual y sonora tomando como referencia el cine japonés que conozca. En este caso se podría optar por hacer uso de algunas de esas imágenes para realizar el vídeo; pero nos inclinaremos por formar una idea nueva que de fuerza al libro y sea reconocido por ello. La utilización de imágenes ya creadas podría ser contraproducente, ya que el espectador podría tener la idea de que el libro puede ser algo ya conocido, además de la complicación de la adquisición de derechos y su coste. Dicho todo esto, queda claro que se va a partir de cero para la creación del audiovisual.

#### 3.2.1. Tratamiento

Para poder mostrar de forma gráfica la esencia de *Tokyo Connection* se va a crear un collage de imágenes animadas en las que estas representen lo más característico del cine nipón y su cultura. Mediante esta fórmula se pueden mostrar algunos de los distintos géneros de los que el libro habla y las temáticas que todo el público puede reconocer. Estas imágenes serán dibujos o ilustraciones animadas de una escena concreta, presentadas a cámara lenta. Estas imágenes irán enlazadas con una voz en off que haga de hilo conductor de las mismas, y una música que haga de acompañamiento. Las imágenes serán cinco escenas diferentes en las que tendrán distintos protagonistas: una geisha, un samurái, un monstruo gigante (tipo Godzilla), un robot y una escena familiar contemporánea.

Para finalizar, saldrá una imagen de la portada del libro con la información necesaria para el espectador como el título, el autor, la editorial, la fecha de venta (si es que todavía no se ha publicado), etc. La duración total del proyecto estaría en torno a un minuto, procurando que no se alargara mucho más para no perder la atención del espectador.

### 3.3. Propuesta visual y sonora

En el audiovisual que se propone en este proyecto, la imagen tiene gran importancia. Los dibujos tienen que llamar la atención, y tienen que sugerir cada género o tema que representa. Como se ha dicho anteriormente, serán cinco imágenes distintas las que conformen el *booktrailer*. Estas imágenes serán animaciones a cámara lenta, y la transición entre ellas será mediante zoom in hacia un objeto.

#### 3.3.1. Dibujo 1: Geisha

La primera imagen del *booktrailer* surgirá mediante un fundido y nos mostrará una escena en donde la protagonista será una geisha que porta un abanico. Moverá este típico abanico japonés levemente mientras le cubre parte del rostro de forma elegante. La geisha se encontrará en un entorno compuesto por unos cerezos en flor, y la escena en conjunto será una composición típica japonesa. Será un dibujo sencillo, sin demasiados elementos, para que sea una escena sobria y sugiera tranquilidad. El libro no hace especial hincapié en la figura de la geisha, pero se decide comenzar el *booktrailer* con esta imagen al ser algo ampliamente reconocido como perteneciente a la cultura de Japón.



6. Fotograma película  
"Memorias de una geisha"

Los colores predominantes en la escena serán claros, tonos pastel. Los cerezos en flor son típicamente de color rosa, así que ese será el color predominante del fondo. Para la geisha se utilizará el color beige y un rojo granate para los pequeños detalles como los adornos o los labios, y así aportar algo de dinamismo. Mediante un fundido hacia el abanico se pasará a la siguiente imagen: un samurái.



PMS 1215 #f9e08c



PMS 182 #f9bfc1



PMS 187 #af1e2d

### 7. Tonos modelo Dibujo 1

#### 3.3.2. Dibujo 2: Samurái

La siguiente imagen será la de un samurái con una catana. La figura del samurái está presente en multitud de películas en el cine japonés tal y como se explica en el capítulo sobre el *Chambara* del libro. Se elige esta imagen por la importancia del samurái en los inicios del cine. Al igual que la geisha con el abanico, este moverá la catana, pero siempre se mostrará a cámara lenta. El fondo no tendrá gran protagonismo, simplemente será un entorno natural que acompañe al personaje.

Los colores predominantes serán el marrón, el gris y el negro en sus diferentes tonalidades. Al contrario que la primera imagen, esta será más dura mediante trazos más oscuros. Siguiendo la línea del primer dibujo, la transición a la siguiente imagen se realizará mediante un zoom in a la catana.



8. Boceto de samurái



PMS 478 #7a3f28



Warm Gray 8 #96897a



Black #000000

### 9. Tonos modelo Dibujo 2

#### 3.3.3. Dibujo 3: Monstruo gigante

En la tercera imagen aparecerá un monstruo o ser gigante similar al famoso Godzilla. En el libro se habla de este personaje dentro del capítulo que refiere al género *Kaiju-eiga*. Es una figura con gran importancia tanto dentro como fuera de Japón, ya que a raíz de su aparición se han filmado numerables películas, y surge a raíz de la bomba de Hiroshima, la cual es todavía un tema importante en la sociedad nipona. Es por ello que se ha elegido para componer esta serie de imágenes para el proyecto.



10. Fotograma *Gojira*

Este monstruo aparecerá entre edificios de una ciudad medio derruida, furioso y destrozando lo que encuentra a su caso, lo que es una imagen visual muy reconocible de la película original *Gojira* (Godzilla). Los colores predominantes serán el verde oscuro para el personaje y gris para los edificios. La animación seguirá siendo lenta, y terminará como transición al igual que el resto realizando un zoom in a un elemento del cuadro.



11. Tonos modelo Dibujo 3

### 3.3.4. Dibujo 4: Robot

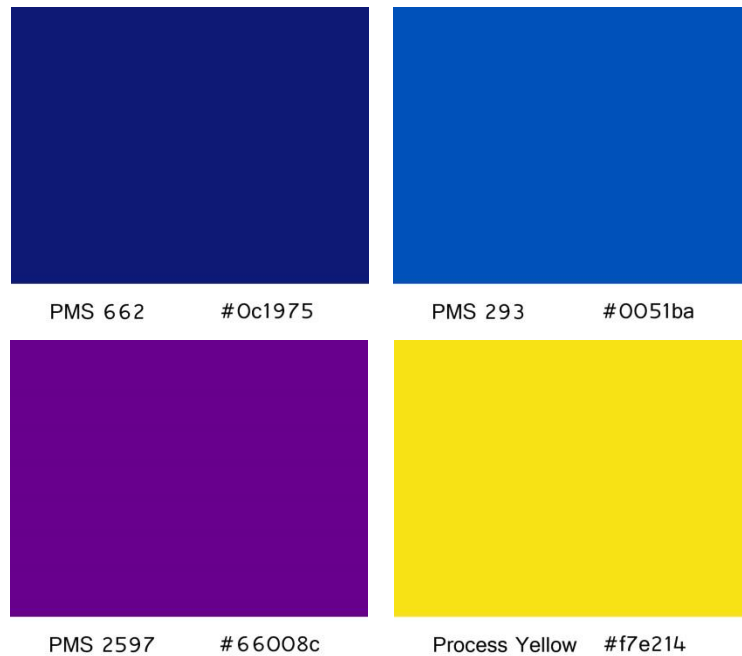
La siguiente imagen será un robot que emule a las muchas series y películas de anime en donde aparecían robots de distintos tipos. Se ha decidido utilizar la figura del robot por la revolución que supuso su aparición en el anime gracias a Osamu Tezuka, padre del manga moderno. Tezuka no solo introdujo los robots en el anime, sino también los temas y ambientes dirigidos hacia adultos en este tipo de cine.

El robot se encontrará en un entorno galáctico como el espacio exterior, y se podrá ver cómo lanza un rayo láser a modo de “superpoder”. Será una imagen de corte futurista con colores vivos para llamar la atención, como los que se proponen a continuación. La luz del rayo láser será lo que



12. Imagen anime *Mazinger Z*

permita hacer la transición a la última imagen mediante un zoom in.



**13. Tonos modelo Dibujo 4**

### 3.3.5. Dibujo 5: Escena familiar

El último dibujo es una escena familiar típica japonesa. Se pretende emular el cine más intimista de muchos cineastas japoneses en donde la gente corriente son los protagonistas. Este tipo de escenas no solo aparecen en películas de autor, también se muestran en muchas ocasiones en series o películas de anime. Son escenas contemporáneas, en donde se muestra la importancia de la familia y el respeto que tradicionalmente se siente hacia el hogar y hacia los más mayores, sobre todo.

Será una imagen sencilla en donde una familia japonesa está comiendo sentados a la mesa. Será una imagen de salón típico japonés. La habitación será sobria, sin muchos adornos y con colores claros. La mesa será baja, tal y como muestra la imagen, y la

familia se encontrará alrededor de esta sentados en el suelo. Esta imagen fundirá completamente para mostrar la última del *booktrailer*, en donde se podrá ver la portada del libro con información como el nombre de este y el autor.



14. Imagen película "Una familia de Tokyo" y salón típico japonés



PMS 134

#ffd87f



PMS 168

#6d3011

15. Tonos modelo Dibujo 5



### 3.3.6. Sonido

Como ya se ha comentado con anterioridad, en el *booktrailer* encontraremos una voz en off y una música de acompañamiento a las imágenes. Además, para cada imagen podría haber un pequeño sonido que aporte más realismo a la animación. En el caso de la geisha podría ser un sonido leve de pájaros para acompañar el ambiente; para la segunda imagen, la del samurái, sería el sonido de la catana cortando el aire; en el del monstruo gigantes bramidos y sonidos de grandes piedras cayendo (los edificios destrozados); para el robot, sonidos de laser; y para la última escena, sólo sonidos de platos para emular que están comiendo. Todos estos sonidos serán muy leves, al igual que la música de acompañamiento, ya que lo importante será la voz en off.

A continuación, se encuentra la propuesta que se hace para esa voz en off:

“Todo el arte japonés. Toda la tradición nipona. Toda la magia del séptimo arte.  
Toda la modernidad de una cultura visionaria. Su historia y costumbres en...

*Tokyo Connection*. Una visión cinematográfica de Japón.

El último libro de José Ángel de Dios.”

Una posibilidad sería subtítular el *booktrailer* para permitir que se pueda ver en distintas situaciones, como en un entorno con mucho ruido o en distintos dispositivos, y también para hacerlo accesible a la mayoría de personas.

Para que se pueda visualizar mejor el resultado de la comunión de imagen y sonido, se muestra a continuación una tabla con el guión técnico. El tiempo de duración que se expone es aproximado y podría variar a la hora de llevar a la realidad el *booktrailer*.

GUIÓN TÉCNICO

IMAGEN	SONIDO	DURACIÓN
Imagen 1: geisha	"Todo el arte japonés en pantalla."	0:10
Imagen 2: samurái	"Toda la tradición de Japón."	0:10
Imagen 3: monstruo gigante	"Toda la magia del séptimo arte."	0:10
Imagen 4: robot	"Toda la modernidad de una cultura visionaria"	0:10
Imagen 5: familia	"Su historia y costumbres en..."	0:10
Imagen final: libro	<i>"Tokyo Connection . Una visión cinematográfica de Japón."</i>	0:13
TOTAL		1:03

16. Tabla "Guión técnico"

### 3.4. Método de trabajo y medios necesarios

Para llevar a cabo este proyecto y convertirlo en realidad es necesario seguir unas pautas y utilizar una serie de medios y herramientas. A continuación se van a detallar las fases que serían necesarias y las herramientas y elementos que se necesitarían para cada una.

La primera fase ya se ha iniciado en este proyecto, que sería la exposición de ideas y la búsqueda de referentes. Con ello podemos hacernos una idea de manera fácil de lo que nos proponemos y la estética visual que queremos conseguir. Es muy importante dejar claro este primer punto para que luego el trabajo sea más fácil de realizar. A pesar de todo ello, siempre cabe la posibilidad de que algo se cambie, ya sea porque en ese momento no se puede realizar o porque nos damos cuenta que no funciona (narrativamente, visualmente, etc.). Para esta tarea solo es necesario un ordenador para la búsqueda de referencias y un procesador de textos.

Según las necesidades de este proyecto, la siguiente fase sería realizar los primeros bocetos de dibujos para las imágenes de *booktrailer*. Se empezaría con varias pruebas sobre papel, utilizando los colores propuestos y probando si funcionan entre si los dibujos. Una vez hecho varias versiones, se procedería al escaneo de las mejores y a la utilización del programa *Adobe Illustrator* para su digitalización. Para facilitar el trabajo, se separaría el fondo del personaje y los objetos animados. De esa manera se podría colorear el fondo, y este estaría fijo, mientras que el personaje y los elementos animados se dejarían sin colorear para animar después. Para dar color al fondo se utilizaría *Adobe Illustrator* o *Adobe Photoshop*, según convenga.

Para la animación de personajes y objetos (la geisha, el abanico, el samurái y la catana, el monstruo y los edificios, el robot y el láser, la familia y los útiles de comida), sería necesario una tableta gráfica y el programa *Adobe Flash*. Se utilizarían como modelo los personajes creados en *Illustrator* y se harían los dibujos fotograma a fotograma. Se opta por esta opción para hacer un trabajo más cuidadoso que aporte

calidad al proyecto, y trabajar el *timing*<sup>15</sup> de mejor manera. Una vez terminado esto se procedería a colorear, también fotograma a fotograma.

Por otra parte, se realiza la grabación de la voz en off y la búsqueda de sonidos y música. Esto se puede realizar de forma paralela a la fase anterior, y sería recomendable que así fuera para ir haciendo pruebas y contrastar. En un principio la voz en off sería una voz femenina sugerente, pero firme a la hora de pronunciar. Para esta tarea sería necesario un micrófono y un ordenador con un programa para grabación de audio como *Adobe Audition*.

Para la música se intentaría buscar un músico o banda, a ser posible local, que pueda encajar con el estilo del proyecto y que esté interesado en colaborar. Sería una música melódica, a ser posible sin voz, para que haga de acompañamiento al vídeo. Otra opción sería la de hacer una búsqueda para adquirir los derechos de una canción de una plataforma como *Jamendo*<sup>16</sup>, el cual nos ofrece licencia para uso comercial. *Jamendo* permite buscar canciones por estilos, instrumentos musicales, tipos de licencia, etc. Además ofrece canciones que no son muy reconocidas, por lo que nos permitiría hacernos una imagen propia.

El último paso sería ensamblar todas estas partes para formar el *booktrailer* final. El programa idóneo para esta tarea podría ser *Adobe Premiere*, ya que permite importar imagen y sonido, y permite realizar los efectos necesarios. Además, este programa nos permite exportar en diversos formatos y calidades, que se pueden adecuar a distintas plataformas de difusión.

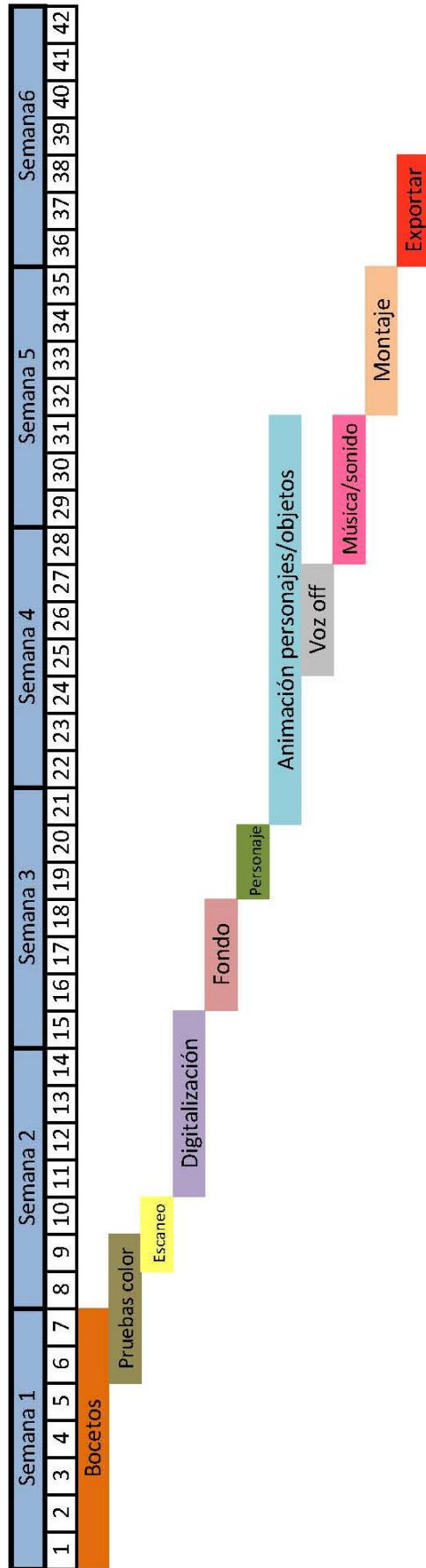
---

<sup>15</sup> Es uno de los principios de la animación más importantes. Sería en esencia lo rápido o lento que se mueve un objeto o personaje en determinado tiempo. Aquí también influye características como la edad de un personaje, el peso, la personalidad, etc.

<sup>16</sup> <<http://www.jamendo.com/es>>

A continuación se propone un calendario de trabajo en donde se tienen en cuenta las tareas a realizar y el tiempo medio que requeriría cada fase. No se incluye en este calendario la fase de ideación y búsqueda de referentes, ya que ya se ha realizado en este proyecto. Se calcula que este proyecto se podría llevar a cabo en cinco semanas y media.

## CALENDARIO DE TRABAJO



17. Calendario de trabajo

### 3.5. Propuesta de difusión del *booktrailer* final

Como ya se ha explicado con anterioridad, esta es una fase importante, ya que si no planificamos una buena difusión, todo el trabajo anterior será en balde. Sobre todo es muy importante los primeros meses tras la publicación del libro. Debido a las altas y rápidas devoluciones, muchos libros están poco tiempo en las librerías. Los libros que menos demanda presentan, son devueltos a las editoriales, mientras que los más vendidos siguen más tiempo en estanterías.

Primero sería recomendable crear unas cuentas específicas para el libro para las redes sociales y plataformas de vídeos. Otra opción sería hacer esa difusión desde las cuentas del autor o desde la editorial, si es que así se prefiere. El autor del libro hace promoción desde sus cuentas personales en la red, por lo que podría seguirse en esa línea al incluir el *booktrailer*. En cualquier caso, tendría que haber una persona encargada de llevar esta cuenta al día y establecer comunicación con otros usuarios para que la promoción sea efectiva. No nos podemos limitar a alojar el vídeo en las diferentes plataformas y olvidarnos, hay que seguir actualizando el estado, responder a los usuarios que comenten y seguir subiendo información o material relacionado. Parte de ese material podría ser información e imágenes de presentaciones o eventos del libro y el autor, artículos relacionados con el cine japonés, información de venta del libro (localización de librerías, por internet, etc.), blogs relacionados con la temática del libro, etc.

Otro matiz a considerar es que cada plataforma o red social es diferente, y hay que hacer un buen uso de cada una. Por ejemplo, si publicáramos muchas veces al día en Facebook o twitter podríamos provocar un efecto cansancio en nuestros seguidores, y estos podrían dejar de seguirnos. O por el contrario, si pasamos demasiado tiempo sin hacer una publicación, aunque sea de recordatoria, podríamos caer fácilmente en el olvido. Por ello, se propone una frecuencia de publicación de cada plataforma en la siguiente tabla.

FRECUENCIA	1/2 días	3/4 días	5/6 días	Semanal	Comunicación*
Facebook	X				X
Twitter	X				X
Pinterest		X			X
Instagram		X			X
Youtube					X
Vimeo					X
Blog			X		X
Web				X	

**18. Tabla frecuencia publicación**

\*Comunicación: se refiere a establecer contacto con los usuarios para contestarles siempre que sea posible. Se recomienda que se haga revisión de esto por lo menos una vez al día.



## 4. CONCLUSIONES

Después de meses de trabajo, de investigar sobre el tema y de ver muchos *booktrailers*, llego al final de este proyecto que tanto me ha gustado y con el que pienso seguir trabajando. Este trabajo supone el final de la etapa universitaria, quizás la que más temor provoque, no solo por ser el proyecto más importante de la carrera, sino porque es el paso previo a la incorporación con el mundo laboral. Es por ello que desde un principio quería que el Proyecto Final de Grado fuera algo que sirviera para darme a conocer en el mundo laboral, mezclando un tema que me apasionara con un proyecto con posibilidades prácticas, como ya he comentado en anteriores ocasiones.

No puedo pasar por alto que el tema escogido para este *booktrailer* supuso algunos problemas al principio, sobre todo porque era difícil encontrar información sobre ello. La mayoría se encontraba en internet, en blogs, páginas webs y artículos; y la que es a su vez el medio en el que mejor se difunde este producto. En especial se ha tratado de realizar una definición del término *booktrailer* y establecer los objetivos y posibilidades del mismo. Se pretendía con ello tener una idea clara para posteriormente trabajar en una propuesta que fuera real y adecuada al libro propuesto, *Tokyo Connection*.

En cuanto a los objetivos planteados al inicio de este proyecto, se puede decir que se han alcanzado tanto el principal como los secundarios y de manera satisfactoria. El objetivo principal era realizar la preproducción de una propuesta de *booktrailer* para un libro. Con este objetivo me proponía realizar un producto en el cual pudiera poner en práctica todo lo aprendido durante la carrera y adquirir por mis medios todo lo que fuera necesario para ello. Quería que utilizando este proyecto como base, se pudiera continuar y hacer algo práctico que pudiera utilizar para mostrar de forma profesional lo que soy capaz de hacer. Para realizar este objetivo principal había que poner unas bases y analizar las posibilidades que ofrece este producto, por lo que con ellos se establecieron unos objetivos secundarios: explicar qué es un *booktrailer* y para qué se

utiliza; hacer un tratamiento visual, un guión y un plan de trabajo; y hacer una breve propuesta de difusión del vídeo. Alcanzando estos objetivos secundarios también se podría alcanzar el principal, y serviría como modo de aprendizaje inicial.

La mayor conclusión que saco de este proyecto es que el *booktrailer* es un producto con mucho potencial y que podría consolidarse como parte esencial de la promoción de libros. A raíz de el visionado de todo tipo de *booktrailers* he podido comprobar que hay un gran número de ellos que podrían tener problemas en alcanzar su objetivo (hacer que el libro interese) porque el audiovisual tiene algunas deficiencias como una duración demasiado extensa o una imagen poco atractiva. Esto incluso podría ser algo desfavorable, porque no sólo hace que no llame la atención el libro, sino que puede hacer que una persona se haga la idea errónea de que ese libro es “malo”. Este proyecto no ha analizado qué tipo de personas suelen hacer estos *booktrailers*, pero posiblemente sean personas cuya formación no provenga del mundo audiovisual y esta sea la razón de que algunos presenten poca calidad.

Otras posibilidades de futuro que he visto al desarrollar este proyecto es que puede que el *booktrailer* se consolide como algo esencial a la hora de elegir comprar un libro, al igual que pasa con los tráileres de películas. Es muy pronto para saber si esto pasará, pero ya muchos libros, y sobre todo de autores consagrados, crean este producto que acompaña a la publicación de su obra.

Como valoración personal sobre este proyecto considero que ha sido algo provechoso, ya que he podido profundizar en un tema que considero que tiene posibilidades de futuro. Ahora con una perspectiva hacia el pasado, veo que he sido capaz de llevar a cabo la idea que tenía en mente desde un inicio y que he podido desarrollarla partiendo desde cero.

## 5. BIBLIOGRAFÍA

- BARGUES CAPA, ELENA (2013). “¿A favor o en contra del *booktrailer*?”  
<<http://www.rnovelaromantica.com/index.php/articulos-y-noticias/todos-los-articulos/item/a-favor-o-en-contra-del-booktrailer>> [Consulta: 12 de abril de 2014]
- BASSAT, L. ( 2008) *El libro rojo de la publicidad: Ideas que mueven montañas*.  
Barcelona: Debolsillo
- BOOK TRAILERS WEB. <<http://www.booktrailersweb.es/qu%C3%A9-es-un-book-trailer/>>  
[Consulta: 6 de febrero de 2014]
- COLBERT, F Y CUADRADO, M. (2010) *Marketing de las artes y la cultura*. Barcelona: Ariel
- DE DIOS, J.A (2014). *Tokyo Connection*. Valencia: T&B
- DOMÍNGUEZ, ANA (2014). “¿Puede un mini vídeo transmitirnos la esencia de un libro?”  
< <http://editorial.mastermarketingdigital.net/el-booktrailer-como-gancho-para-atraer-lectores/>> [Consulta: 1 de abril de 2014]
- EL PLACER DE LA LECTURA. <<http://www.elplacerdelalectura.com/blog>> [Consulta: 3 de febrero de 2014]
- FUNDÉU <<http://www.fundeu.es/recomendacion/bibliotrailer-alternativa-en-espanol-para-booktrailer/>> [Consulta: 23 de abril de 2014]
- Gragera de León, Flor (2013). “Los libros que llegan con sorpresas”  
<[http://cultura.elpais.com/cultura/2013/06/27/actualidad/1372360277\\_332460.html](http://cultura.elpais.com/cultura/2013/06/27/actualidad/1372360277_332460.html)  
> [Consulta: 13 de marzo de 2014]

MANZANEQUE, JAVIER (2014). “Cómo hacer un booktrailer con bajo presupuesto”.  
<<http://www.javiermanzaneque.com/como-hacer-un-booktrailer/>> [31 de mayo de 2014]

MEDIA, MIGUEL ÁNGEL (2014). “¿Cómo se consigue la ‘viralidad’ en Internet?”. *El País*.  
<[http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/03/06/actualidad/1394119525\\_259981.html](http://tecnologia.elpais.com/tecnologia/2014/03/06/actualidad/1394119525_259981.html)> [Consulta: 14 de mayo de 2014]

*Página 2* (Dir. Óscar López). Goroka, 2014

PENA, GABRIEL (2013). “La misión de un buen *booktrailer*” <<http://revistadeletras.net/la-mision-de-un-buen-booktrailer-por-gabriel-pena/>> [Consulta 22 de mayo de 2014]

PETERSON, VALERIE (2014). “Tips to Producing An Effective Online Book Trailer”  
<<http://publishing.about.com/od/BookMarketingAndPublicity/a/Tips-To-Producing-An-Effective-Online-Book-Trailer.htm>> [Consulta: 6 de mayo de 2014]

PIMENTEL, M. (2007). *Manual del editor. Cómo funciona la moderna industria editorial*.  
Córdoba: Berenice Manuales

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. *Diccionario de la lengua española*  
< <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/drae>> [Consulta: 10 de enero de 2014]

VISSUAL BOOK <<http://www.vissualbook.com/qu%C3%A9-es-un-booktrailer/>> [Consulta:  
15 de enero de 2014]

WIKIPEDIA. *Booktrailer* <[http://en.wikipedia.org/wiki/Trailer\\_\(book\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Trailer_(book))> [Consulta: 2 de febrero de 2014]