

Consigna TP1 – Trailers de libros

Introducción

El trailer o “colilla” es la herramienta promocional más tradicional de la industria cinematográfica. Se trata de una pieza publicitaria que muestra fragmentos de la película promocionada. Estos deben ser lo suficientemente ilustrativos como para mostrar de qué se trata la película y atraer al público, pero, al mismo tiempo, deben evitar revelar demasiados detalles para mantener el interés y el suspenso.

En los últimos años, y de la mano de Internet, la industria editorial vio en los trailers una forma original de promocionar sus productos. Así nacieron los **trailers de libros**, similares en su estilo y objetivos a los cinematográficos.

Objetivos

- Familiarizar a los alumnos con el proceso de trabajo que se aplicará a lo largo del semestre.
- Repasar y aplicar los conocimientos adquiridos en Taller de Creatividad 1.

Propuesta de trabajo

En esta ocasión, se propone la realización de un trailer para un libro a elección del alumno. La única limitación es que debe tratarse de un libro de género *narrativo* (cuentos o novelas).

Para la realización de la pieza pueden usarse secuencias de imágenes fijas (tanto fotos como ilustraciones, digitales o manuales), videos, animación, stop motion, etc., pero estos **deben ser producidos por el alumno**. No pueden usarse imágenes de libros o películas, ni tomadas de Internet (excepto, claro, la imagen de la portada del libro).

Puede, además, incorporar música o efectos de sonido. Puede incorporar locución o sólo textos visuales (en placas o sobreimpresos).

Si bien el trabajo es individual, **el alumno podrá contar con la colaboración de otras personas para cualquiera de las tareas involucradas**: filmación, ilustración, edición, etc. Se valorará la habilidad del alumno para generar un concepto y una idea, y para gestionar los recursos necesarios para ejecutarla; no su capacidad para dibujar, filmar, o usar un programa de edición.

Para editar el video, puede utilizarse cualquier software, dependiendo de la disponibilidad del mismo y los conocimientos del alumno. Hay programas gratuitos y muy sencillos que permiten una edición básica (pero más que suficiente para este trabajo), así como otros muy complejos que brindan mejores recursos visuales, efectos, etc.

Finalizado el video, **cada alumno deberá subirlo a You Tube, Vimeo o un sitio similar**, y publicar un comentario en el blog de la cátedra (<http://clasestcd2.wordpress.com>) con un vínculo a su trabajo.

Proceso creativo

Todos los trabajos del semestre deberán seguir el mismo proceso creativo, aunque, lógicamente, las actividades concretas a realizar en cada paso variarán de una consigna a otra. Este proceso consta de los siguientes pasos:

1) Definición del problema

Implica una lectura detallada y analítica de la consigna, y una comprensión clara del objetivo perseguido. En este caso, vender un libro.

2) Búsqueda de información

Conocer a fondo nuestra marca/producto (el libro elegido, su autor, otros libros de su misma autoría), el sector o mercado (otros libros similares, autores más populares del mismo género), y a nuestro público objetivo (¿quiénes son los potenciales lectores a los que apunta mi trailer? ¿Qué les gusta? ¿Qué buscan en un libro como este? ¿Qué los apasiona?), y conocer qué es un booktrailer (buscar ejemplos existentes, identificar estilos estéticos y narrativos posibles, determinar qué información debe brindar sí o sí, etc.).

3) Generación de ideas

Como aún no vimos ninguna técnica en clase, esta etapa será libre. Es importante recordar que no conviene quedarse con la primera idea, que es mejor barajar varias opciones, y que se necesita bocetar/diagramar antes de poner en práctica las ideas.

4) Evaluación

Tanto evaluación crítica (descartar las ideas que no sirven, definir si la idea elegida cumple con los objetivos perseguidos) como creativa (pulir/mejorar la idea seleccionada, y definir los detalles). Es una etapa de síntesis, de la que debe salir una idea acabada, un proyecto a ejecutar.

5) Implementación

Ejecución del trailer. Considerar que esta es también una etapa creativa (pueden surgir ideas o mejoras al tiempo que empezamos a ejecutar el trabajo) y sobre todo una etapa de **evaluación**: aquí es donde debo prestar más atención a redacción, ortografía, pequeños detalles, etc.

Es importante llevar registro de todo este proceso, pues se solicitará un breve informe del mismo que también será evaluado.

En el blog de la materia (<http://clasescd2.wordpress.com>) encontrarás un documento titulado “un modelo de proceso creativo para publicitarios y diseñadores” que explica mejor cada uno de estos pasos. Se recomienda descargarlo y leerlo a conciencia.

Requisitos de presentación

El práctico es individual, y se presentará en clase. **Deberá estar subido a Internet al momento de la presentación**, pero debe traerse una copia en CD, DVD o Pen Drive por si falla la conexión.

La pieza **debe tener una duración máxima de un minuto**.

Además, se acompañará con un breve informe (máximo dos carillas) que describa la temática del libro y el proceso creativo realizado. El informe debe presentarse en soporte físico (papel), no se recibirán versiones por e-mail.