

# Snapchat para periodistas



# Snapchat para periodistas

Paul Bradshaw y Bárbara Maseda

Este libro está a la venta en <http://leanpub.com/snapchatparaperiodistas>

Esta versión se publicó en 2016-12-07



Leanpub

This is a [Leanpub](#) book. Leanpub empowers authors and publishers with the Lean Publishing process. [Lean Publishing](#) is the act of publishing an in-progress ebook using lightweight tools and many iterations to get reader feedback, pivot until you have the right book and build traction once you do.

© 2016 Paul Bradshaw y Bárbara Maseda

## También por estos autores

### Libros por Paul Bradshaw

[Scraping for Journalists](#)

[8000 Holes: How the 2012 Olympic Torch Relay Lost its Way](#)

[Model for the 21st Century Newsroom - Redux](#)

[Stories and Streams](#)

[Organising an Online Investigation Team](#)

[Data Journalism Heist](#)

[Finding Stories in Spreadsheets](#)

[Excel para periodistas](#)

[Periodismo de datos: Un golpe rápido](#)

[Learning HTML and CSS by making tweetable quotes](#)

[Snapchat for Journalists](#)

### Libros por Bárbara Maseda

[Excel para periodistas](#)

[Periodismo de datos: Un golpe rápido](#)

# Índice general

<b>¿Qué tiene Snapchat que nos hace sentir tan incómodos? . . . . .</b>	<b>1</b>
Comience aceptando su inevitable torpeza snapchatera . . . . .	1
¿Aplicación para chatear, red social o plataforma de publicación? . . . . .	3
<b>Historias de Snapchat para periodistas . . . . .</b>	<b>8</b>
Fotorreportajes . . . . .	9
Presentador hablando a cámara . . . . .	15
Entrevistas . . . . .	17
Escenas detrás de cámaras . . . . .	18
La importancia del sonido . . . . .	20
La importancia de una buena iluminación . . . . .	21
Consideraciones sobre la composición . . . . .	23
Duración . . . . .	25

# ¿Qué tiene Snapchat que nos hace sentir tan incómodos?

En la larga lista de desafíos tecnológicos a los cuales nos hemos tenido que enfrentar los periodistas en los últimos años, Snapchat quizás sea el más frustrante de todos.

Por un lado, promete niveles de [audiencia](#)<sup>1</sup> increíbles y unos índices de promoción impresionantes.

Pero por otro...

En primer lugar está la naturaleza efímera de la herramienta: crear contenido diseñado para desaparecer es precisamente el opuesto de la aspiración de un periodista. ¿Una contribución al futuro rescate de la historia del país? No. De esa cobertura no quedará nada después de 24 horas.

En segundo lugar tenemos la interfaz, con un diseño obtuso que raya en la arrogancia y cuya esencia podría resumirse en el consejo: “Arrastre los dedos por la pantalla para aquí y para allá, y mire a ver qué pasa.”

Y luego tenemos el amateurismo del contenido que se produce en la plataforma.

Los 140 caracteres (Twitter), las imágenes cuadradas (Instagram) y los videos de 6 segundos (Vine) pueden haber representado un desafío para muchos periodistas en su momento, pero Snapchat lleva las cosas a otro nivel: video vertical, emoticones expansibles y la elección entre: a) usar una tipografía que le hará parecer un burócrata de los años setenta, o: b) garabatear letras rojas en la pantalla con un crayón para llamar la atención como si tuviera cinco años.

Puesto de este modo, es difícil pensar que estas características vayan a entusiasmar mucho a quienes se dedican a contar historias profesionalmente.

Y aun así, está todo ese tentador potencial de audiencia... Lo cierto es que muchos periodistas están empezando a sacarle provecho a Snapchat: una vez que logramos entender de qué va, empezamos a ver sus **poterosas potencialidades narrativas** (que no ofrece ninguna otra plataforma).

## Comience aceptando su inevitable torpeza snapchatera

Creo que lo mejor es irle de frente a los principales recelos que tenemos como periodistas con respecto a Snapchat y explicar posibles soluciones. Aquí van...

---

<sup>1</sup><http://www.marketingdirecto.com/digital-general/social-media-marketing/9-razones-que-le-haran-beber-los-vientos-por-snapchat>



- Efimeridad: después de publicar una historia en su cuenta de Snapchat podrá descargar una copia a su teléfono. Puede guardar toda la historia o solo fragmentos (foto o video) por separado. Si luego desea preservarla para la posteridad, o re-usarla en YouTube o en otro lugar permanente, también puede hacerlo (sí, ya sé que los videos verticales se ven horribles en la pantalla de su computadora, pero no pierda de vista que [la versión móvil de YouTube sí reproduce video vertical correctamente](#)<sup>2</sup>, y hay muchas formas de embeberlos en artículos (como explicaré más adelante).
- Interfaz “rara”: para habituarse a ella comience asumiéndola como quien aprende de memoria los pasos de una *kata* de karate. Si las artes marciales no son su fuerte, no se preocupe. ¿Qué periodista sabe karate? Pero en las páginas siguientes voy a tratar al menos de mostrarle donde poner los pies.
- Factura amateur: es posible crear historias interesantes si se planifica bien, pero no olvide que el atractivo de la plataforma es su imagen informal. Está *diseñada* para tener ese aspecto al descuido. Aun así, en este libro he tratado de compilar varios ejemplos de buenas prácticas.

Snapchat resulta especialmente tentador si está buscando conseguir la atención de una audiencia más joven, desconectada de los tradicionales medios televisivos e impresos: en 2015 más del 60% de los usuarios de teléfonos inteligentes entre 13 y 34 años en EE.UU. tenían cuentas en Snapchat y de ellos el 70% son mujeres<sup>a</sup>. Estos usuarios son además usuarios activos: según un estudio de Edison Research referenciado [aquí](#)<sup>b</sup> el 65% de los usuarios de Snapchat genera contenido, en contraste con el 13% de los que tienen cuentas en Twitter.

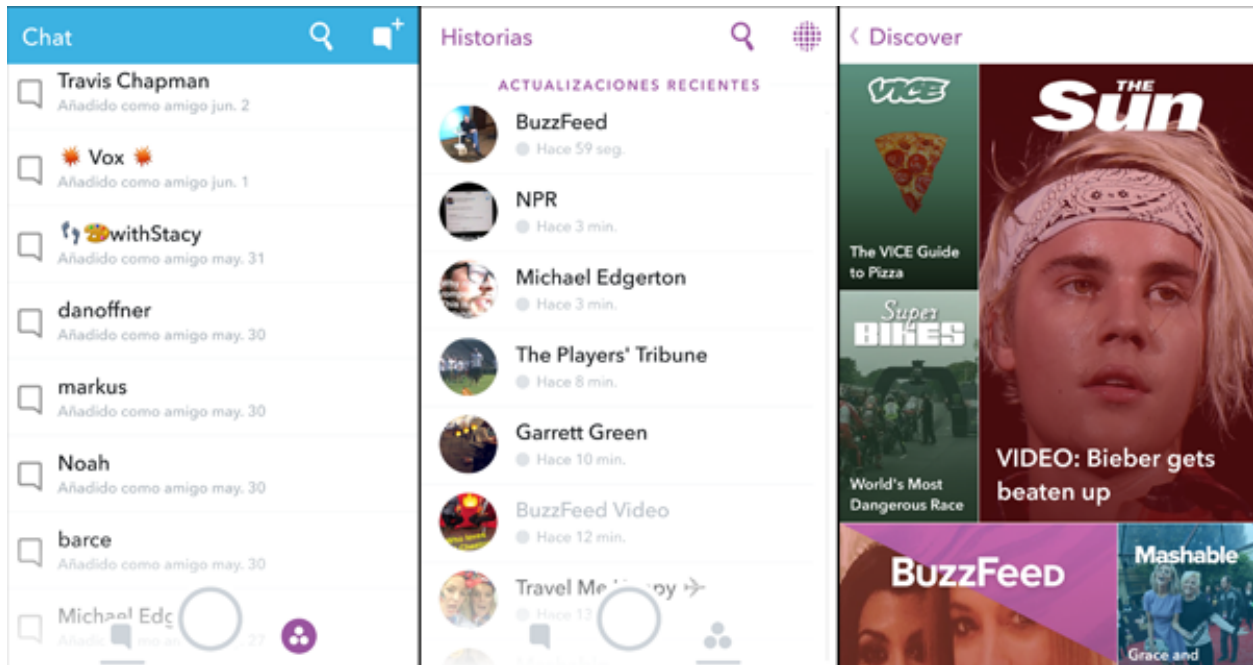
<sup>a</sup><http://www.valerialandivar.com/2016/04/snapchat-2016.html>

<sup>b</sup><http://www.redinnova.com/2016/05/30/cual-es-el-verdadero-valor-de-snapchat/>

---

<sup>2</sup><http://www.cnet.com/es/noticias/youtube-actualiza-app-para-ios-con-videos-verticales/>

## ¿Aplicación para chatear, red social o plataforma de publicación?



Los tres usos de Snapchat, de izquierda a derecha: chats, historias, y Discover

Antes de seguir, vale la pena hacer algunas precisiones: cuando la gente habla de Snapchat pueden estar haciendo referencia a cosas distintas. Estas son:

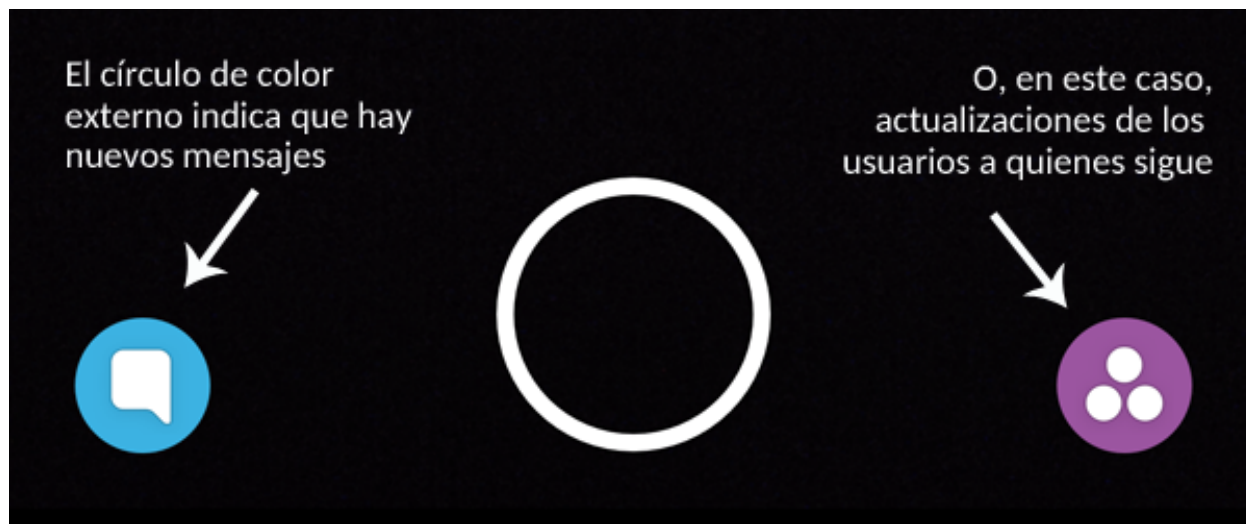
1. La función de “chat” original de Snapchat: la posibilidad de enviar mensajes que desaparecerán después de ser recibidos por el destinatario.
2. Las “historias” de Snapchat: colecciones de contenidos individuales (imágenes o video) combinados en una narrativa (idealmente). Las historias no desaparecen. Estarán disponibles durante 24 horas y pueden ser vistas por todos sus seguidores, no por usuarios a quienes deba enviárselas.
3. Los canales Discover de Snapchat: normalmente son colecciones de historias producidas por marcas como Cosmopolitan, BuzzFeed, Daily Mail, National Geographic y CNN, entre otras.

La primera de las tres es la aplicación para chatear, la segunda es Snapchat transformándose en una red social, y la tercera es Snapchat convirtiéndose en una plataforma que aloja contenido (y publicidad, por supuesto).

El desafío inicial es tener claro **qué Snapchat desea usar**.

Cuando abra la aplicación irá directamente a la pantalla de la cámara:

- Deslice la pantalla de izquierda a derecha (o toque el botón en forma de icono de diálogo en la parte inferior izquierda de la pantalla) para ir a la pantalla que contiene los mensajes (chat).
- Deslice la pantalla de derecha a izquierda (o toque el icono de los tres puntos para ir a la pantalla de las Historias (red social).
- Vuelva a deslizar la pantalla de nuevo de derecha a izquierda para ir a la pantalla Discover (publicaciones).



Cada vez que abra Snapchat, la aplicación le notificará si tiene nuevos mensajes en el chat o si los usuarios que está siguiendo han añadido contenido

En los círculos periodísticos la mayor parte de la atención la ha acaparado Discover. Pero a menos que usted trabaje en una de las pocas organizaciones privilegiadas con un canal en Discover (y a menos que ahí sea una de las pocas personas involucradas en la producción de contenido *para* Snapchat) no es un área que vaya a resultarle especialmente útil.

De hecho, que Discover sea *tan* profesional puede ser un poco desalentador porque quienes se encargan de la producción para esos canales tienen acceso a funcionalidades con las que no pueden soñar la mayoría de los usuarios.

Pero eso no significa que deba ignorar lo que se publica en Discover: ver video vertical en esos canales (una de las pocas características que Discover tiene en común con las Historias) puede servirle para encontrar ejemplos de *buenos usos* del video vertical (aunque también tendrá que soportar lo molesto que resulta ver videos horizontales embebidos en textos de artículos).

El mismo consejo es válido para el **chat**. Encontrar a alguien con quien chatear en Snapchat puede ser una buena forma de acostumbrarse al estilo informal del servicio y jugar con sus opciones.

En este libro me concentraré en la opción que está a la mano de todos los periodistas: las Historias de Snapchat.



## Cómo usar el chat y Discover

Hay varias formas de iniciar un chat, pero probablemente la más sencilla y flexible sea ir a la pantalla de los mensajes, tocar el “icono de diálogo” que aparece en la parte superior derecha, elegir con quién desea chatear y crear su mensaje. Note que en el chat podrá subir imágenes de su teléfono, y hacer videollamadas o llamadas de voz, opciones que no están disponibles en las Historias.

Los canales de **Discover** también meritan una explicación. Aquí un resumen:

- Toque cualquier canal para ver esa publicación
- Una vez dentro de la publicación, deslice la pantalla hacia la izquierda o hacia la derecha para cambiar de una historia a otra (en el caso de BuzzFeed por ejemplo estas pueden aparecer identificadas por una imagen simplemente).
- Si desea leer una historia, deslice la pantalla hacia arriba (de abajo hacia arriba).
- Desde dentro de cada historia también puede cambiar hacia otra deslizando la pantalla hacia la derecha o hacia la izquierda
- Para salir de una publicación, deslice la pantalla hacia abajo (de arriba hacia abajo)



## La sección “En vivo” de Snapchat (denominada anteriormente “Nuestra historia”)

Snapchat [introdujo la sección “Nuestra historia”](#)<sup>3</sup> en junio de 2014. Un año más tarde el nombre cambió a “En vivo”, “una especie de documental colaborativo en tiempo real hilvanado sobre la marcha con contenido de los más de 100 millones de usuarios diarios de la aplicación”, como explicara Victor Luckerson en un [artículo](#)<sup>4</sup> en la revista *Time*.

En vivo aprovecha la información de geolocalización de la aplicación (tiene que tener ese ajuste activado para usar algunas opciones de Snapchat, y la mayoría de las historias en vivo solo se mostrarán si está compartiendo su información de geolocalización). Si está en un área donde se celebra un evento importante tendrá la opción de contribuir contenido a la historia En vivo sobre ese evento (aparecerá debajo de la opción que le permite añadir contenido a su propia historia).

Victor Luckerson explica en su artículo cuán competitivo es el proceso: “Un equipo de curadores radicados en Nueva York y Los Ángeles recepciona los envíos, alrededor de 20,000 como promedio, y selecciona solo 50 o 60, según el director de asociaciones para las Historias En vivo de Snapchat Ben Schwerin. Esto significa que la probabilidad de que su envío sea elegido es 0,25%.”

“Evidentemente es muy difícil”, dice Schwerin. “Buscamos contribuciones divertidas, o que reflejen una perspectiva única del evento”.

Los resultados pueden ser impresionantes. En febrero de 2015, cuando todavía se llamaba “Nuestra historia”, GigAOM [reportó](#)<sup>5</sup> que estas contribuciones estaban recibiendo entre 25 y 27 millones de visualizaciones. Desde entonces la cantidad de historias en vivo se ha incrementado, por supuesto (al igual que la competencia por la atención de la audiencia), pero al mismo tiempo la cantidad de usuarios es mayor ahora.

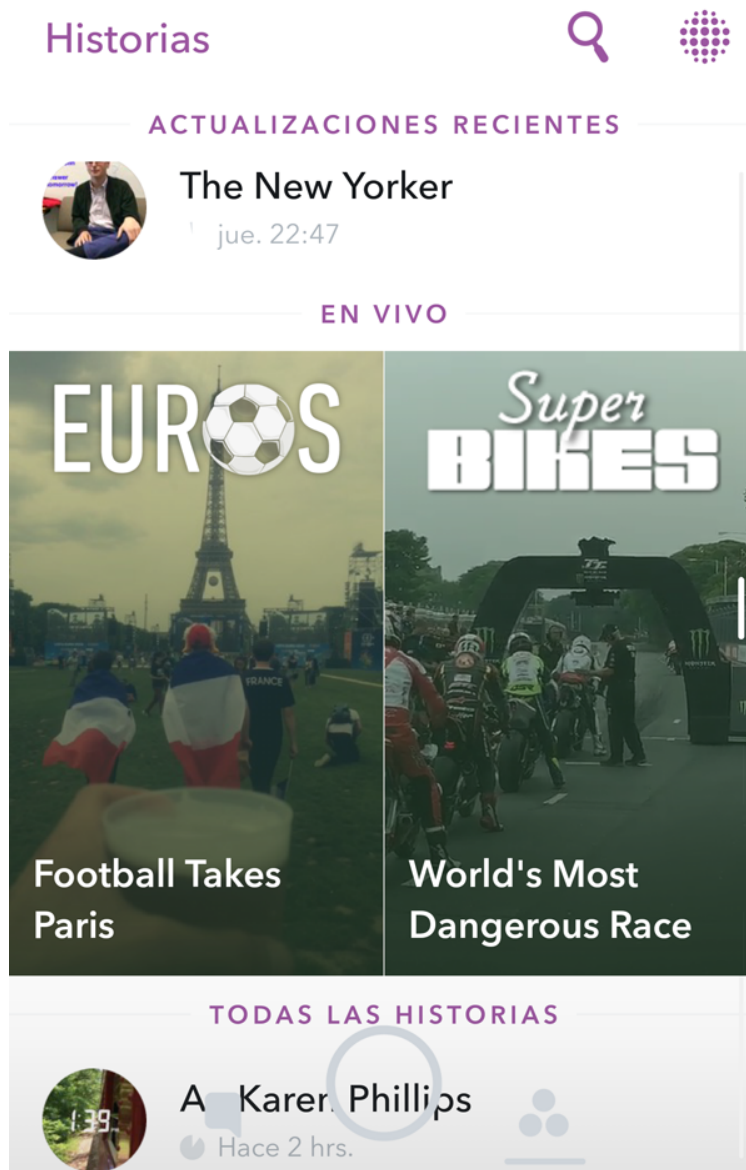
Naturalmente el significado de esas cifras es discutible: ¿si alguien ve su contenido en medio de la sucesión de contenidos de una decena de usuarios, irá a ponerle suficiente atención como para seguirle? ¿El usuario recordará quién publicó qué? Quizás la pregunta deba ser ¿cómo garantizar que su colaboración sea tan peculiar - y refleje su marca, si es posible - como para causar una impresión que la haga memorable?

Puede encontrar más detalles en las [páginas de ayuda](#)<sup>6</sup> de Snapchat, incluyendo información sobre [cómo contribuir a una historia en vivo](#)<sup>7</sup>.

Sin dudas vale la pena seguir las como fuente de inspiración y para encontrar ideas y medios para su trabajo. P. Claire Dodson, que dedicó un mes entero a ver historias en vivo todos los días, [escribió](#)<sup>8</sup>: “Vi historias temáticas, como la conmemoración del décimo aniversario del Huracán Katrina. Las historias sobre conciertos y festivales están muy bien confeccionadas. Por ejemplo, en el festival La Tomatina en España, la compilación capturaba muy bien la diversión más genuina que solo puede transmitir gente empapada en tomates pasados participando en la “guerra de comida” más grande del mundo. En los festivales musicales, como el Bumbershoot en Seattle, se logra una alternancia excelente entre lo que está pasando en el escenario (...) y la euforia de la multitud a medida que avanza el maratón de música, alcohol y músicos saltando hacia el público”.

Otras historias ofrecen escenas “detrás de cámaras” usando contenido aportado por usuarios de alto perfil (famosos, músicos y deportistas).

Para encontrar estas historias en vivo [vaya a la página que contiene las Historias](#)<sup>9</sup> y busque la sección identificada como “En vivo”. Estará al final de la lista de “Actualizaciones



En vivo, justo al final de “Actualizaciones recientes” y antes de “Todas las historias”

<sup>4</sup><http://time.com/4049026/snapchat-live-stories/>

<sup>5</sup><https://gigaom.com/2015/02/24/snapchats-our-stories-are-generating-tens-of-millions-of-views/>

<sup>6</sup><https://support.snapchat.com/es/a/live-story>

<sup>7</sup><https://support.snapchat.com/es/a/post-live-story>

<sup>8</sup><https://www.fastcompany.com/3052322/why-snapchats-live-stories-are-the-most-powerful-new-social-media>

<sup>9</sup><https://support.snapchat.com/es/a/post-live-story>

# Historias de Snapchat para periodistas

Snapchat es una plataforma especialmente **informal**: su lenguaje y convenciones están diseñados para una base de usuarios que se caracteriza por ser más joven que la de Facebook o Twitter. Es por eso que funciona bien con **temas más ligeros y formatos con presentadores**.

Esto no significa que sea una plataforma donde no se puedan cubrir *noticias serias*: en las cuentas de BBC News (bbcnews) y CBS News (cbsnews) hay muchos ejemplos de coberturas de temas políticos. Lo que quiero decir es que si ha trabajado cubriendo temas serios, el estilo de presentación le parecerá más *informal* que lo habitual.



Trate de tener claro *por qué* está usando Snapchat. El editor de proyectos especiales del *Financial Times*, Robin Kwong, [dice](#)<sup>10</sup> que “es importante no dejar que la herramienta decida su meta por usted”. Así, por ejemplo, en lugar de proponerse “usar Snapchat por primera vez”, podría plantárselo mejor como “dilucidar qué tipo de historias se prestan mejor para cubrirlas usando Snapchat”. O: “Nuestro público meta está en Snapchat. Queremos encontrar la mejor manera de llegar a ellos”. O: “Ya probamos y los resultados fueron buenos. Esta vez investiguemos si podemos simplificar la logística de manera tal que podamos hacer esto una vez a la semana”.

También señala que “La intención de una organización de canalizar tráfico hacia su sitio web podría entrar en conflicto con, por ejemplo, la meta de Snapchat de mantener a los usuarios dentro de su plataforma”. Pero esa no es la única razón para usar Snapchat.

En muchos sentidos Snapchat puede ser bastante convencional: un retorno a los formatos televisivos y de revista conocidos para la mayoría de los periodistas. Por ejemplo, dos maneras muy comunes de contar historias en la plataforma son:

- Fotorreportajes
- Presentadores hablando a cámara

(aunque con emoticones, filtros y texto, como explicaré más adelante).

---

<sup>10</sup><http://www.poynter.org/2016/how-the-financial-times-is-getting-more-out-of-its-newsroom-experiments/410066/>

## Cómo añadir snaps a una historia



Una vez que haya hecho una foto o video con la aplicación, podrá añadirla a su historia usando el botón con el signo de más (+) que está en la parte inferior de la pantalla.

## Fotorreportajes

Una manera fácil de iniciarse con Snapchat es hilvanar una historia usando fotografías.

Los fotorreportajes tienen una larga tradición en revistas y otras publicaciones, tanto impresas como digitales, y el fotoperiodismo tiene una rica historia en los medios. Es recomendable consumir este tipo de historias en Snapchat para encontrar ideas de formatos y temas.

Por ejemplo, uno de los formatos más sencillos es el de “cosas para comprar”, que puede crear fácilmente dando un paseo por un área de tiendas (si sigue la cuenta de @racked puede que en el futuro vea algún ejemplo). También puede probar con una historia de “moda callejera”, que se ajusta muy bien al formato de Snapchat. Y los “así se hace” siempre han sido muy propicios para formatos audiovisuales.





Esta historia es política, pero las imágenes de la producción de camisetas para las elecciones en las Filipinas le dan un toque práctico y visual

También se pueden tratar de forma similar algunos eventos deportivos, como maratones y carreras de beneficencia, y eventos culturales, como la inauguración de una galería, o eventos políticos como discursos y debates (no va a capturar la profundidad de la discusión, pero puede ser una vía para interesar a la gente en seguir la cobertura más profunda en su sitio web).



Este fotorreportaje de Todo Noticias (@todonoticias), un canal de televisión en Argentina, combina primeros planos con planos generales de una exposición de autos antiguos

Recuerde que no tiene que contar toda la historia con fotos fijas: piense en capturar “imágenes en movimiento” para darle variedad a su narración.

Y recuerde que puede añadir elementos adicionales para **comentar** las imágenes, desde pies de fotos básicos hasta emoticones, caras animadas, filtros o elementos destacados con los lápices de colores (más adelante profundizaremos en esta función).

Hasta mediados de 2016 había que capturar las imágenes y el video desde dentro de la aplicación. Para saltarse este obstáculo un posible truco era filmar otro contenido en la pantalla de una computadora. Sin embargo después del lanzamiento de **Recuerdos** en julio de 2016 hay una opción que permite subir contenidos desplazando la pantalla de la cámara de abajo hacia arriba (o tocando el círculo que aparece debajo del botón que se usa para controlar la cámara) y seleccionado luego la pestaña “Carrete” (que le dará acceso a su galería personal). Recuerde que las imágenes deben ser verticales.

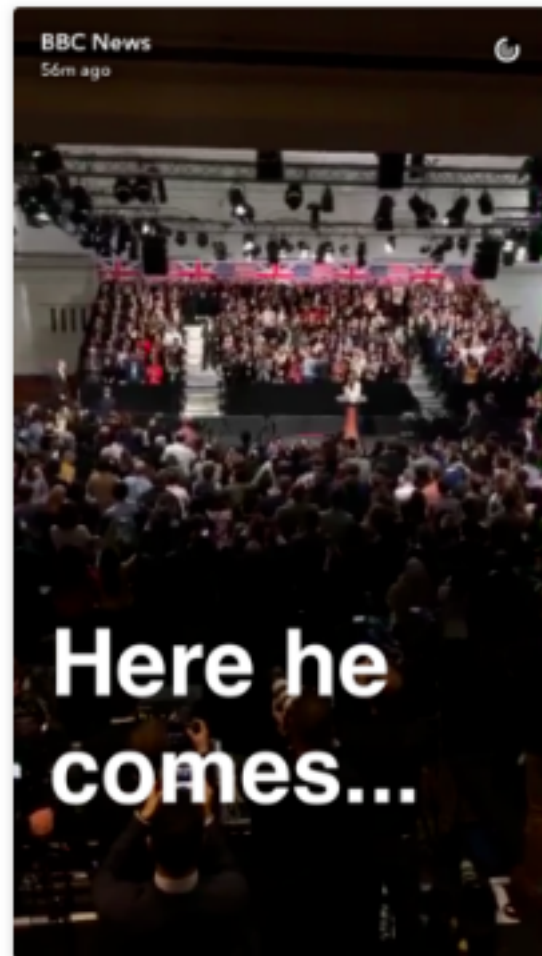
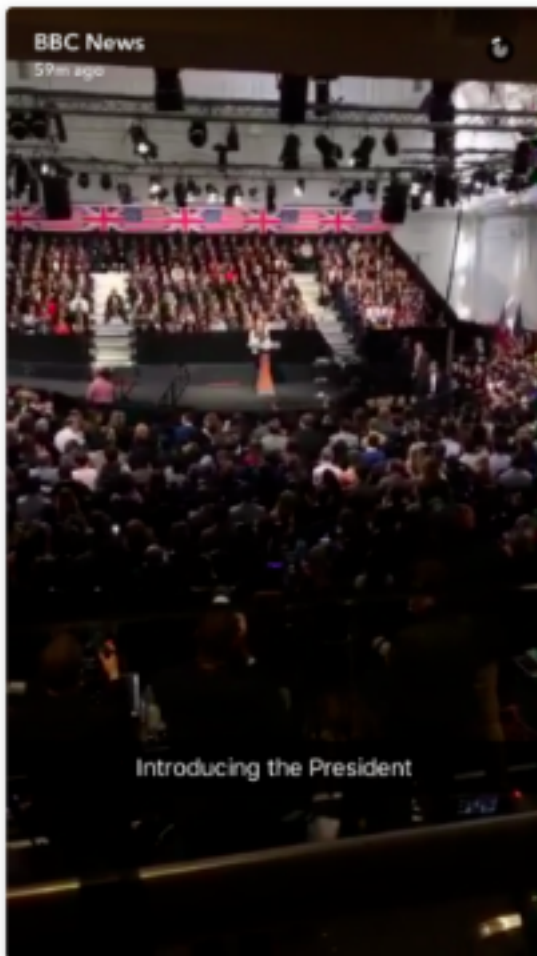


La pestaña “Carrete” le da acceso a sus propias imágenes y videos

Los **pies de fotos** se pueden añadir a la imagen usando el botón de texto (la “T”) que está en la parte superior derecha de la pantalla. Escriba su texto **sin tocar “Hecho”** en su teclado y luego elija una de las siguientes opciones:



En esta imagen del Huffington Post apreciamos un uso especialmente bueno del color para crear un fondo para el texto. Tenga en cuenta esta opción cuando esté capturando su contenido. Los close-ups también quedan muy bien



Note cómo la BBC usa primero el texto más pequeño (“Introduciendo al presidente”) y luego lo agranda para incrementar la tensión narrativa (“Aquí viene...”)

- El texto predeterminado es pequeño, en color blanco y centrado sobre un cintillo negro semitransparente. Pero si vuelve a tocar el botón de texto, lo que haya escrito cambiará a una fuente más grande alineada a la izquierda. Vuelva a tocar la “T” para centrar el texto. Toque el botón tantas veces como quiera para alternar entre estas tres opciones.
- Cuando haga el primer cambio a la fuente más grande deberá aparecer un **selector de colores** en la parte derecha de la pantalla. Utilícelo para variar el color del texto.
- Una vez que indique que ha terminado de escribir (tocando cualquier parte de la pantalla o el botón “Hecho” en su teclado), el texto se colocará sobre la imagen o video. Ahora puede mover el texto en la pantalla (con un dedo), o usar dos dedos para girarlo, o aumentar (abriendo los dedos) o disminuir (cerrando los dedos) su tamaño.



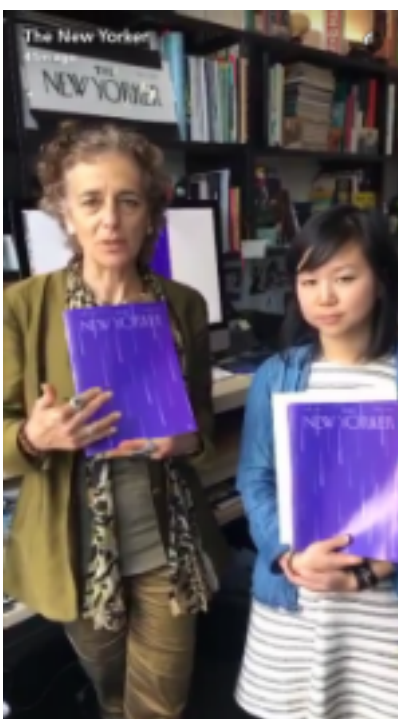
## Presentador hablando a cámara

Los parlamentos a cámara típicos de la plataforma parecen ser la razón por la cual a los reporteros de televisión les va mejor con Snapchat: tener la habilidad de hablar en cámara sin sentirse un idiota ayuda.

Muchas historias se construyen con tomas donde el periodista narra algo de lo que no hay imágenes. Este elemento es bastante sorprendente: durante años el consenso había sido que los calcos de los códigos del periodismo televisivo (llenar espacio con un locutor que lee la declaración de un abogado fuera de un tribunal, por ejemplo) no tenían cabida en el periodismo digital, donde cada clip tenía que estar muy justificado.

En Snapchat, sin embargo, este no es el caso: nuevamente el presentador se vuelve un elemento esencial, no porque el video tenga un valor inherentemente periodístico, sino porque nos ayuda a establecer una **conexión humana**.

Por razones similares vale la pena emplear otras buenas prácticas de la televisión: ubicarse en **un lugar relevante e interesante** puede hacer que el video sea mucho más atractivo que si se filma delante de un buró.



La historia “detrás de cámaras” de la producción de la portada de The New Yorker

Pero los reporteros de televisión tendrán que adaptar un poco su estilo: dejar a un lado la expresión de solemnidad y manejar lo que están haciendo como una *conversación* auténtica.

Considere también usar pies de fotos como dije anteriormente para añadir detalles adicionales, o para reiterar lo que está diciendo en un subtítulo (como se va volviendo convención) para quienes

tienen el audio silenciado.

Y no olvide que la duración máxima de un clip es 10 segundos ([aunque hay un truco para esto<sup>11</sup>](#)).

Para saltarse esta limitación puede caer en la tentación de conectar más de un clip en su narración, pero el resultado puede ser bastante monótono. Por ejemplo, *The New Yorker* lo hizo en una historia con dos presentadoras sobre la portada en homenaje a Prince y su “Lluvia púrpura”<sup>12</sup>. La monotonía de esta historia se debe a su falta de variedad: la sensación de que las creadoras están tratando de meter a la fuerza un video de 5 minutos en un molde que sigue otros códigos (Snapchat).

Pero eso no significa que una serie de clips de videos no funcionen. La clave está en buscar formas de añadir diversidad: por ejemplo, cada clip podría combinarse con texto, emoticones u otros elementos para darle alguna peculiaridad que distinga un clip del otro. O puede cambiar de un filtro en blanco y negro a otros filtros. O hacer lo que durante años han hecho todos los creadores de audiovisuales: usar diversidad de planos para mantener el interés.

Recuerde que los usuarios siempre pueden tocar la pantalla para saltar al próximo clip.

Sin embargo, probablemente sea más conveniente pensar en otras formas de comunicar la misma información (fotos fijas con texto, o mejor aún, entrevistas).



Aquí la BBC usa una imagen y texto para presentar un vox populi y el escenario

<sup>11</sup><http://www.theverge.com/2015/4/23/8486245/record-video-longer-than-10-seconds-snapchat-hack>

<sup>12</sup><http://www.newyorker.com/culture/culture-desk/cover-story-2016-05-02>

## Entrevistas



Estos vox populi de CBS News y BBC News usan texto para añadir datos sobre los entrevistados o resumir lo que están diciendo

Naturalmente una historia quedará mucho mejor si usted no es la única persona hablando en cámara. Incluir pequeñas entrevistas le da un toque original a su contenido y más variedad de voces.

Por ejemplo, la cobertura de CBS News de las elecciones combina los parlamentos en cámara del periodista donde se establece el contexto (en el lugar de los hechos) con vox populi de los electores.

En estos últimos se emplea texto para añadir algún detalle sobre la persona que está hablando. A veces es solo la edad y su lugar de procedencia, pero a veces también podemos leer un resumen de sus opiniones.

Los vox populi siempre deben estar bien justificados: usarlos por usarlos puede ser contraproducente y una opción facilista. Encajan bien en el formato de videos breves de Snapchat *si* el tema también

se presta (los procesos electorales son buenos ejemplos).

Pero también puede usar entrevistas en video para resumir las ideas o posiciones de expertos y políticos.

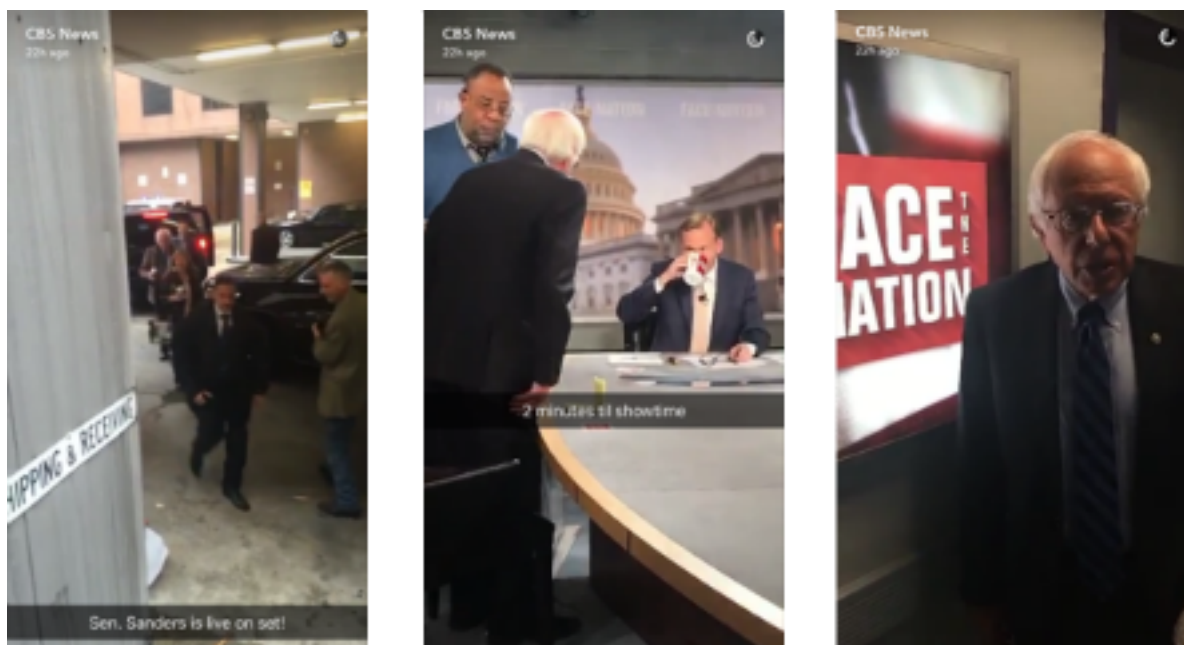
También puede usar Snapchat para contar una historia en formato de entrevista, subdividida en varios clips de video de 10 segundos, combinados con otros materiales, como imágenes ilustradas.

Usain Bolt [usó Snapchat<sup>13</sup>](http://runningmagazine.ca/usain-bolt-says-hes-a-belieber-during-snapchat-q-and-a/) para algo similar, como parte de una serie semanal de preguntas y respuestas.

## Escenas detrás de cámaras

El aspecto informal de Snapchat es especialmente propicio para mostrar lo que sucede “detrás de cámaras”. Puede hacerse mediante una foto-narración como las que vimos anteriormente, o usando una combinación de contenidos, pero vale la pena dedicarle un apartado especial a este género.

La imagen siguiente muestra tres momentos de la historia que CBS News le dedicó a la visita de Bernie Sanders a sus estudios (para una entrevista). La historia incluye una foto introductoria, otra captura que incrementa la curva dramática y una breve entrevista con él al final.



El tercer clip es un video del invitado hablando a cámara

Este género puede usarse para mostrar cómo se produce una portada, una caricatura, una foto o una ilustración; o para describir un proceso editorial: cómo se investigó y se creó una historia dada, o qué está pasando en la redacción ese día.

<sup>13</sup><http://runningmagazine.ca/usain-bolt-says-hes-a-belieber-during-snapchat-q-and-a/>





## Sí, puede usar video horizontal

*Sí es posible* filmar video horizontal en Snapchat: el único detalle en este caso es que el consumidor tendrá que girar su teléfono para verlo. Hay algunas cuentas que lo usan de vez en cuando, para por ejemplo lograr capturar dos individuos en la misma toma, o para mostrar un paisaje. Sí puede resultar un poco confuso para el usuario, pero normalmente uno se da cuenta bastante rápido de qué está pasando.



Si va a usar tomas horizontales asegúrese de girar la pantalla en la misma dirección siempre para grabar. Esta historia de Fusion no solamente usa la orientación horizontal injustificadamente, sino que también descuida la dirección en que gira la pantalla y el resultado no es consistente



## La importancia del sonido

Cuando grabe video donde haya alguien hablando, es importante asegurarse de que el audio se escuche bien. Algunos de los elementos más sencillos a verificar son:

- ¿Está en un lugar ruidoso? Trate de moverse hacia un área más tranquila.
- ¿Está lo suficientemente cerca de la cámara como para que su voz se grabe correctamente?
- ¿Se aseguró de no estar cubriendo el micrófono con los dedos? (muy fácil de perder de vista cuando estamos tratando de mantener el teléfono en una posición estable)
- ¿Está usando un micrófono externo? (también puede usar un micrófono inalámbrico)

Una historia publicada en la cuenta de la radioemisora norteamericana *NPR* en abril de 2016 puede servirnos de alerta sobre este punto: en varios clips sobre una exposición en un museo, diferentes presentadores aparecían hablando a cámara, con un micrófono que mostraba el logo de este medio de prensa. Pero estaban parados a varios pies de la cámara, en un lugar con eco. No solo el sonido se escuchaba bajo y distorsionado, también resultaba evidente que el micrófono solo estaba ahí como objeto decorativo (o en el mejor de los casos, conectado a otro dispositivo). Toda esta situación puede resultar un poco vergonzosa para una emisora de radio. El error se repitió a lo largo de muchas tomas, lo cual también sugiere que los productores no estaban revisando las grabaciones antes de publicarlas.

No cometa este error: al menos **asegúrese siempre de ver las grabaciones antes y después de publicarlas** para garantizar que el audio sea claro y que los parlamentos no se corten al final ni al inicio. No tema borrar y volver a grabar algo que no quedó bien del todo.

Incluso algunos de los videos de Snapchat premiados en el festival de cine Tribeca presentan estos problemas. En *Lápices*<sup>14</sup> y en *este otro*<sup>15</sup> puede ver cómo el audio varía dependiendo de la distancia del teléfono a los objetos (pero el uso del montaje y otras técnicas es muy bueno y vale la pena verlos para tomar ideas).

No queda claro si estaban usando un micrófono externo, pero incluso en ese caso deben verificarse los niveles de audio. En Snapchat la única forma de hacerlo es ver el resultado de la grabación.

El sonido también puede usarse para incluir música o sonidos de fondo en una grabación: en 2015, la aplicación *incorporó*<sup>16</sup> la posibilidad de añadir música o audio simplemente reproduciendo el sonido deseado en iTunes, Spotify o SoundCloud durante la grabación.

También hay aplicaciones de terceros que permiten añadir efectos de sonido, como *SnapSounds*<sup>17</sup>.

Tenga en cuenta que poner un video en cámara lenta también ralentizará el audio, lo cual puede añadir énfasis en algunos puntos, o hacer que el video sea más gracioso.

---

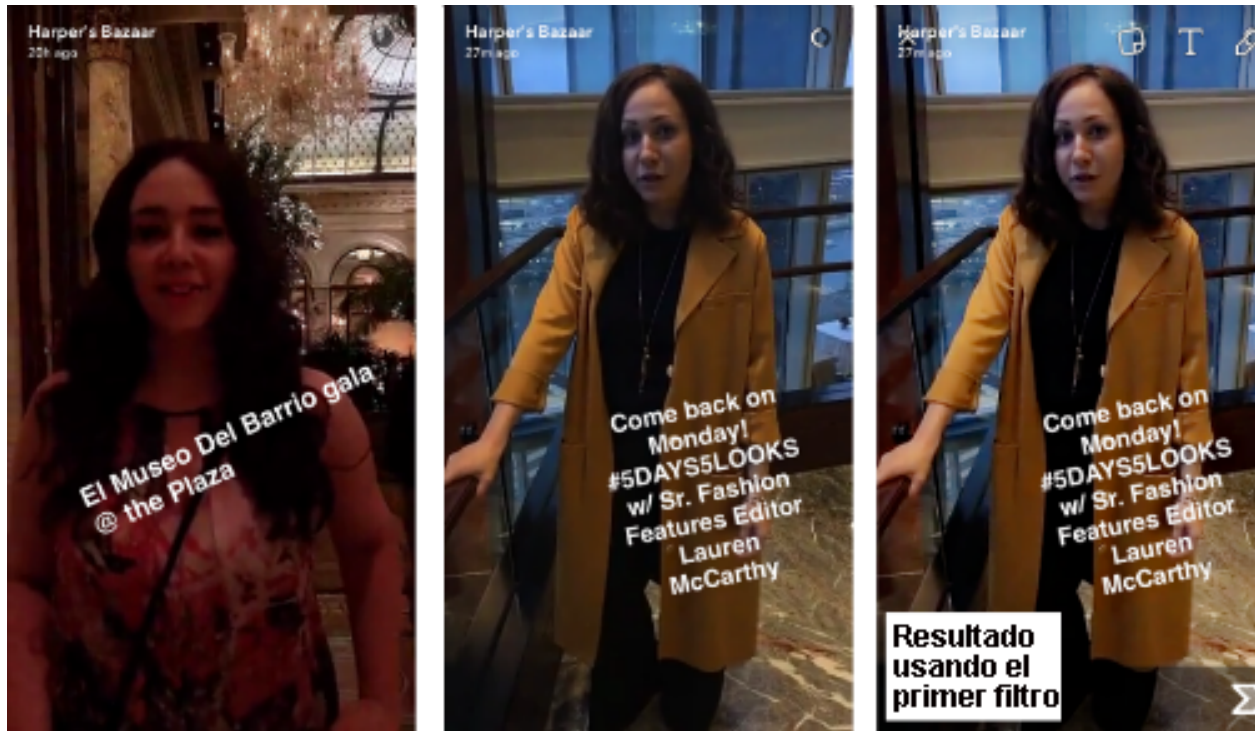
<sup>14</sup><https://www.youtube.com/watch?v=BzGqGilkBy8>

<sup>15</sup><https://www.youtube.com/watch?v=PDeP0OoMONM>

<sup>16</sup><http://descargarsnapchatapp.com/poner-musica-a-videos-en-snapchat>

<sup>17</sup><http://snapsoundsapp.com/>

## La importancia de una buena iluminación

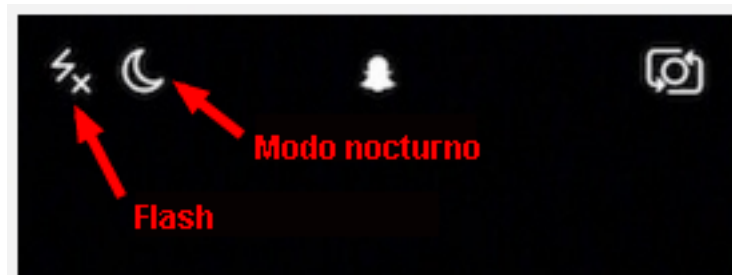


En esta primera imagen no solo la iluminación es deficiente, sino que además el enfoque está centrado en el fondo. La segunda imagen se puede aclarar usando el primer filtro

Otro principio del periodismo de televisión que es válido para Snapchat es la necesidad de buena iluminación: las imágenes claras y nítidas son mucho más atractivas que las tomas descoloridas y opacas.

Esto no significa que tenga que invertir en equipos de iluminación: simplemente recuerde evaluar cuán buena es la luz (y de qué dirección viene) en el lugar donde está filmando o tomando fotos. Aquí algunas recomendaciones básicas:

- Evite ángulos donde el sujeto esté directamente delante de la fuente de luz
- Elija locaciones con luz natural siempre que sea posible (¡salga de la redacción!)
- Tenga especial cuidado con la iluminación y la estabilidad de la imagen si va a poner texto en pantalla
- Use las opciones de iluminación de Snapchat cuando sea necesario
- Use los filtros de la aplicación para modificar la iluminación de la imagen



Opciones de iluminación en la aplicación

Esas opciones de iluminación aparecerán en la parte superior izquierda antes de empezar a grabar. Puede usar el flash (botón en la esquina superior izquierda) si desea añadir más luz, pero si está usando la cámara delantera solamente se iluminará brevemente la pantalla para iluminar su cara.

Junto al botón del flash hay una luna que identifica la opción **Modo nocturno**, que le brindará mayor exposición en situaciones donde no haya luz suficiente y no desee usar el flash (para video por ejemplo).

El modo nocturno se activa automáticamente en locaciones oscuras, pero puede “engañar” a la aplicación simplemente acercando mucho la cámara a un objeto (para simular oscuridad). Cuando aparezca la luna en la pantalla, tóquela.

A veces los **filtros** de foto pueden resultar útiles para video también: el primero de los filtros que aparecen cuando desliza el dedo sobre la pantalla de derecha a izquierda es un filtro de claridad, que puede usar para aclarar videos oscuros. El resto de los filtros también pueden ayudar a hacer los videos más impactantes.

## Consideraciones sobre la composición



Estos dos clips de una historia En vivo muestran cómo se tuvo en cuenta la composición, en lugar de simplemente colocar al presentador en el centro

No siempre es fácil lograr una buena composición en Snapchat, pero vale la pena intentarlo. De cierto modo las tomas con mala composición se echan a ver más porque los espacios vacíos y los sujetos a la deriva saltan más a la vista.

Una buena práctica es tratar de componer la toma de manera tal que el sujeto aparezca ligeramente hacia uno de los laterales de la imagen, sin dejar mucho espacio entre la cabeza y el límite superior.

Si es posible, trate de que los ojos queden a la altura del primer tercio imaginario de la pantalla de arriba hacia abajo.



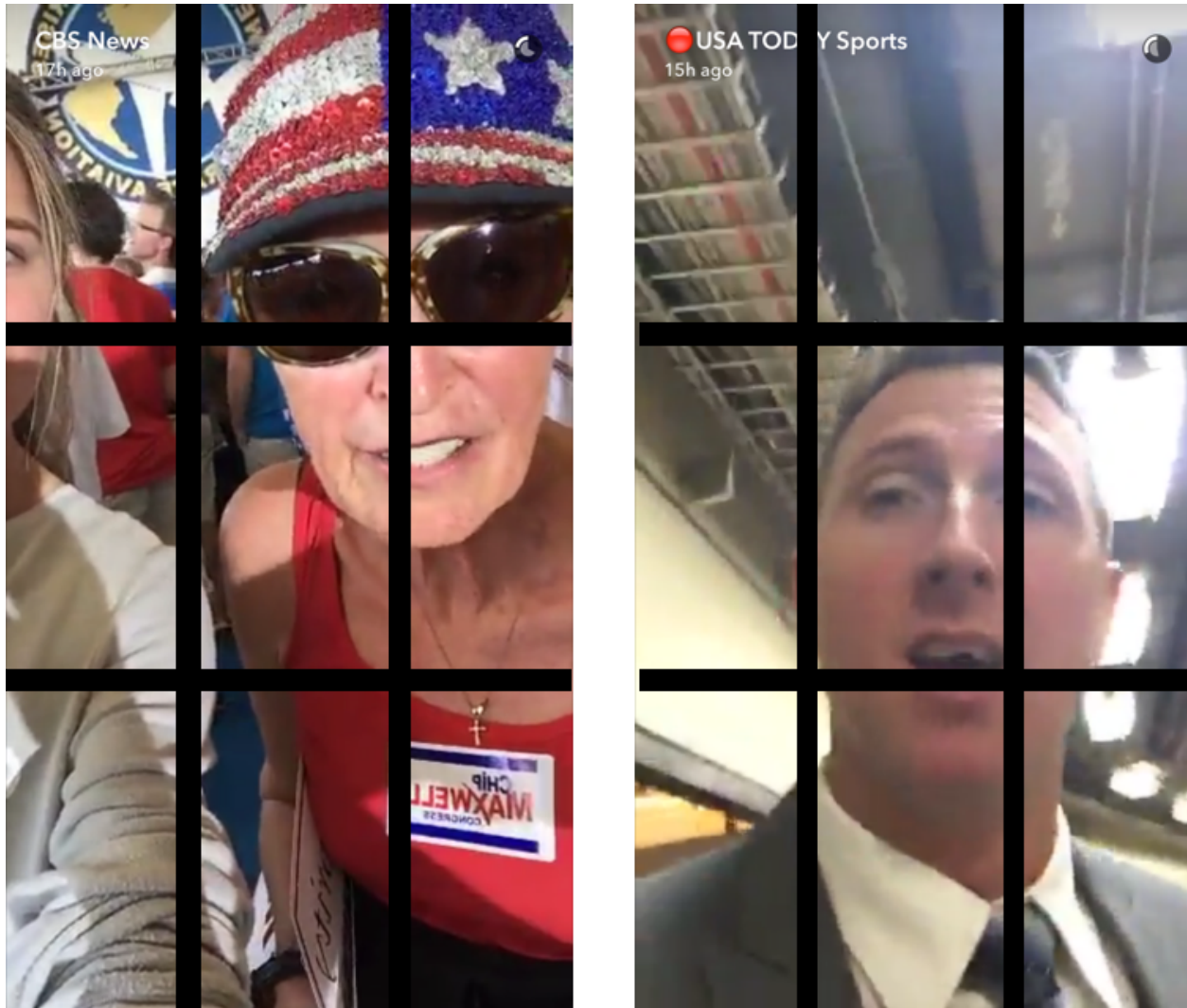


El ejemplo de CBS News a la izquierda muestra verdadera habilidad al componer la toma, incluso usando la cámara delantera. A la derecha vemos como el espacio vacío afecta la composición en este historia de USA TODAY Sports

Esto es lo que se conoce como la “**regla de los tercios**”: en internet encontrará muchísima información al respecto, incluyendo guías para composición de imágenes verticales. No significa que siempre tenga que colocar al sujeto en una de las esquinas superiores de la pantalla: también puede colocarlo en una de las esquinas inferiores, pero debe saber en qué casos será esa la opción más efectiva.

Como regla general, suele ser más fácil colocar a alguien en el tercio superior y cubrir cualquier espacio inferior con texto.





La misma imagen con la pantalla dividida en tercios. Note cómo su atención se concentra en la boca del presentador y no en sus ojos

## Duración

La selección de la duración ideal es uno de los elementos más difíciles en Snapchat: es difícil saber de antemano cuánto tiempo debe estar un clip en pantalla. Si es demasiado corto, puede que la gente no tenga tiempo suficiente de entender qué está pasando o de leer el texto; y si es excesivamente largo, puede ser agobiante.

La mejor manera de encontrar una respuesta es considerar su propia experiencia de usuario: las imágenes que desaparecen demasiado rápido y no nos dan tiempo a leer crean un sentimiento de frustración y dejan la impresión de tener detrás una producción torpe ¿Y qué hay de los clips que permanecen en pantalla por más tiempo del necesario? Bueno, en esos casos simplemente puede tocar la pantalla y avanzar.

Por eso es preferible seleccionar tiempos más extensos que breves. Una vez que el usuario haya entendido el mensaje avanzará por sí mismo.

Hay *dos* maneras de controlar el tiempo que permanece un snap en pantalla: el método para las imágenes y el método de video.

En los videos la duración la determina simplemente el tiempo que deje presionado el botón de grabar.

En el caso de las imágenes, una vez que las haya capturado, puede usar el **temporizador** que está en la parte inferior izquierda de la pantalla para seleccionar la cantidad de segundos que esa imagen aparecerá en pantalla.

Por ejemplo, si añade un texto extenso a la imagen deberá dejarla en pantalla más tiempo, quizás tres segundos o más, para dar tiempo a que la gente lea.

Si solo está usando una imagen, dos o tres segundos pueden ser suficiente, pero si se trata de una imagen con muchos detalles no tema dejarla visible por más tiempo.

También es bueno estar listos para *probar* cómo ha quedado un snap mientras todavía hay oportunidad de volverlo a repetir si es necesario: vaya a la historia y vea qué tal *se sienten* esos tres segundos que le asignó a la imagen. Si le parece demasiado tiempo o demasiado poco, puede borrar esa toma y volverla a hacer, para asignarle una cantidad de tiempo diferente esta vez.

La gran limitación con las imágenes es que deberá elegir una duración en **segundos**. ¿Por qué es una limitación? Porque un segundo es, de hecho, *demasiado tiempo*. Y la diferencia entre 1 y 2 segundos es grande: el control a esa escala no puede ser minucioso.

Si desea tener un control más preciso de la duración, puede que convenga más filmar un video en lugar de tomar una foto. De este modo no solamente controlará mucho mejor la imagen que aparece en pantalla, sino que tendrá mucho mejor sentido de cómo se siente la duración de ese clip porque podrá ver cómo queda mientras esté filmando.

Este método también permite producir **secuencias stop motion** con mucho más efectividad que si estuviera usando imágenes estáticas. Los videos *stop motion* se crean a partir de muchas fotos que muestran secuencias de un movimiento y que cuando se combinan dan sensación de movimiento, como una forma muy rústica de animación. Un ejemplo de esto puede ser una foto de un vaso lleno de agua, seguida rápidamente por otras fotos del mismo vaso con el nivel del líquido disminuyendo (tres cuartos, la mitad, un cuarto, y finalmente vacío). Cuando se conectan todas las imágenes en una secuencia dan la impresión de que el vaso se está vaciando.

Pero para que la secuencia avance lo suficientemente rápido como para crear este efecto es necesario que cada imagen esté en pantalla por menos de un segundo, y para lograr eso en Snapchat es mejor usar video en lugar de fotos.