

Cómo editar tu contenido de manera estratégica



En este punto ya sabes:

- quién es tu audiencia
- cómo estructurar tu contenido
- cómo grabarlo correctamente

Ahora vamos a hablar de algo muy importante: **la edición.**

La edición es lo que le da ritmo a tu contenido, pero también es donde muchas personas cometen errores.

1.No todas las transiciones funcionan

Muchas veces vemos efectos o transiciones en tendencia y pensamos que debemos utilizarlos en nuestros videos.

Pero algo muy importante que debes recordar es que **no todo lo que está en tendencia funciona para tu audiencia.**

Por eso siempre volvemos al mismo principio que vimos en el primer documento:

conocer a tu audiencia.

Antes de usar un efecto o una transición pregúntate:

- ¿Esto realmente conecta con mi audiencia?
- ¿Esto aporta al mensaje que estoy comunicando?

Porque si el efecto distrae demasiado o no tiene sentido dentro del contenido, lo único que puede provocar es que la audiencia pierda interés y abandone el video.

2. La audiencia detecta cuando algo no conecta

Las personas detectan rápidamente cuando algo no se siente natural dentro de un contenido.

Y cuando eso ocurre, la reacción suele ser simple:

la audiencia piensa
“esto no es para mí.”

Cuando eso pasa, la persona se va del video.

Por eso la edición no debe tratarse de usar todos los efectos posibles, sino de **reforzar el mensaje que estás comunicando.**

3. La importancia de grabar en alta resolución

En el video anterior te recomendé grabar tu contenido en la mayor resolución posible.

Por ejemplo:

- 4K
- 5K
- 8K

La razón es muy simple y tiene que ver con la forma en que editamos el contenido.

4. El tamaño de un video para redes sociales

Los videos verticales que usamos en plataformas como:

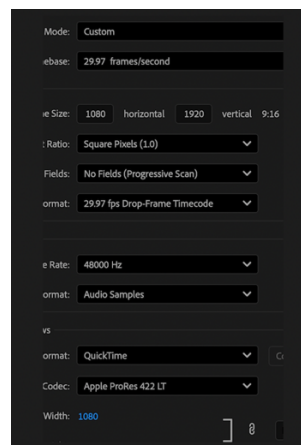
- Instagram
- TikTok
- Facebook

tienen normalmente una resolución de:

1080 x 1920

Esto significa que el video está diseñado para verse verticalmente.

Es básicamente el formato **Full HD pero en posición vertical**.



5. Qué sucede cuando grabas en 4K

Cuando grabas en **4K**, tu video tiene un tamaño mucho más grande que el tamaño final del reel.

Eso significa que cuando lo colocas dentro de tu secuencia de edición (**1080 x 1920**), tu video será **más grande que el cuadro donde estás editando**.

Y eso es algo bueno.

Porque te permite **ajustar el encuadre sin perder calidad**.

6. Dos tiros con un solo clip

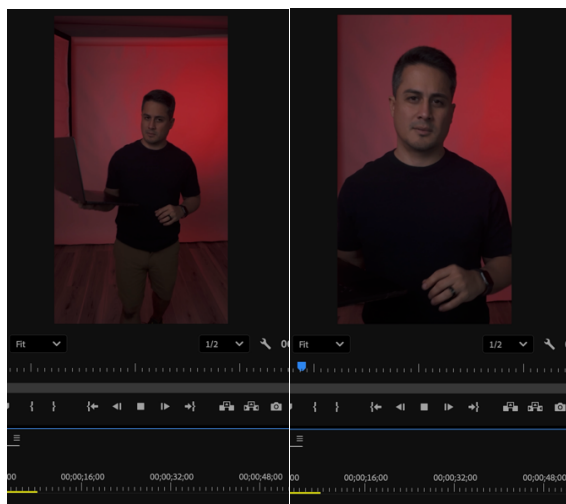
Al tener una imagen más grande puedes hacer cosas muy útiles durante la edición.

Por ejemplo:

- tener un **tiro abierto**
- y luego hacer un **acercamiento (tiro cerrado)**

Todo usando **el mismo clip de video**.

Esto hace que tu contenido se sienta más dinámico, sin necesidad de usar múltiples cámaras.



7. Contenido más dinámico sin complicaciones

Cuando grabas en mayor resolución puedes:

- acercar la imagen
- mover el encuadre
- crear cambios visuales
- ajustar el foco de atención

Todo eso ayuda a mantener la atención de la audiencia.

Y lo mejor es que puedes hacerlo **con un solo video**.

8. Utiliza siempre subtítulos

Es importante entender algo sobre el comportamiento de las personas en redes sociales:

Muchos videos comienzan a reproducirse **sin sonido**.

Eso significa que tu contenido no necesariamente empieza con audio.

Por eso los **subtítulos son tan importantes**.

Si tu video tiene subtítulos, las personas comenzarán a leer lo que estás diciendo, y a través del texto podrán identificar rápidamente si el contenido es para ellos o no.

Los subtítulos ayudan a:

- captar la atención más rápido
- mejorar la retención del video
- permitir que las personas entiendan el mensaje incluso sin audio

Por eso es recomendable **añadir subtítulos siempre que sea posible**.

9. La música también influye en la emoción del contenido

La música es un elemento muy importante dentro de la edición de un video.

Muchas veces no nos damos cuenta, pero la música tiene la capacidad **de acelerar o disminuir las emociones de quien está viendo el contenido.**

Por eso es importante elegir música que esté alineada con la intención de lo que estás comunicando.

Por ejemplo:

- si el contenido es educativo, la música debe ser ligera y no distraer
- si el contenido es motivacional, la música puede ser más energética
- si el contenido es reflexivo, la música debe acompañar ese tono

Si la música no está alineada con el mensaje, puede provocar una emoción diferente a la que realmente quieres transmitir.

**La música no debe competir con tu voz.
Debe acompañar el mensaje, no distraer de él.**

Si quieres trabajar la estrategia o crear
contenido para tu marca o negocio, entra al
enlace en el logo.

