



#Dienlínea UNIA: guía para una docencia innovadora en red



Vídeos (y podcasts): posibilidades, formatos y claves de producción

MARÍA SÁNCHEZ GONZÁLEZ



Presentación

El llamado **visual learning**, como tendencia basada en formatos audiovisuales o visuales que fomenta el aprendizaje significativo y la innovación, viene adquiriendo auge por razones culturales y tecnológicas. La red alberga múltiples contenidos de este tipo, en abierto, que podemos reusar para nuestros cursos, presenciales o virtuales. Y existen múltiples herramientas, algunas gratuitas y de fácil manejo, que posibilitan que el propio profesorado se anime a autoproducir estos recursos, para cuya grabación basta en ocasiones con un dispositivo móvil y un audio de cierta calidad.

En el caso del audiovisual, muchas instituciones educativas, entre ellas las universidades, vienen poniendo también a su disposición platós de grabación o servicios de apoyo. Aparte de la creciente incorporación de los video-contenidos en cursos virtuales convencionales o en enseñanza-aprendizaje presencial (esenciales en enfoques como el *flipped-classroom*) -donde también los audios son básicos para hacerlos más accesibles-, en fórmulas como MOOC y derivados, son los protagonistas de unos modelos de aprendizaje abierto en red de carácter «masivo» concebidos casi como «películas» de aprendizaje.

Y aparte del fenómeno de los *edutubers*, el *podcasting* ha vivido su eclosión sobre todo en el último lustro, donde hemos visto surgir, también en España, proyectos educativos sonoros que muestran el poder de la **oratoria digital** para «hacer ver a través del oído».

Se trata por tanto de contenidos a los que nuestros estudiantes ya están **habituados, como nativos o residentes digitales, a consumir como parte de sus vidas**, y que además de mostrarse como recursos educativos muy eficaces en términos didácticos, permiten **humanizar** la experiencia de aprendizaje. Un hecho que, especialmente cuando están en red y no existe contacto presencial, se vuelve esencial en los tiempos que corren.

En este capítulo se abordan estas y otras razones más para incorporar vídeos y podcasts a e-learning y, en general, a procesos de enseñanza-aprendizaje. Repasaremos

su potencial y características y diferenciaremos según se empleen como recursos de aprendizaje elaborados (o seleccionados) por el docente o como formatos en los que el alumnado trabaja sus propias actividades de creación de contenidos digitales, aportando diversos casos prácticos y ejemplo de uso en cada caso. Nos centraremos, por último, en el vídeo, aportando un catálogo amplio de formatos más allá del clásico busto parlante y concluyendo (si bien no se trata de un bloque técnico) con algunas claves, a modo de decálogo, para iniciarse en su (auto)producción.

Tomamos como base para ello, además del seminario sobre la materia impartido como parte de los #webinarsUNIA, por la misma autora del capítulo (Sánchez, 2020), la guía en abierto en que está basada éste (Sánchez, 2019), entre otros recursos.

Acceso al webinar: dspace.unia.es/handle/10334/5389

Acceso a la guía en abierto: bit.ly/ciberguiavideo

RECURSOS RELACIONADOS



Objetivos

- Repasar el potencial didáctico de los vídeos y los podcasts en e-learning, como contenidos audiovisuales/sonoros más cercanos, humanos y adaptados a las prácticas y culturas de los estudiantes online.
- Descubrir posibles usos de los vídeos y de los podcasts en e-learning como recurso didáctico a lo largo del proceso de enseñanza-aprendizaje en red.
- Conocer posibles formatos audiovisuales, más allá de los clásicos «bustos parlantes», para innovar desde el punto de vista de la narrativa.
- Disponer de claves para iniciarse en el guionizado y en la producción de contenidos audiovisuales.

Contenido básico/ideas clave

1 Ventajas del formato audio(visual) en educación

Como se ha comentado en parte, entre las razones para incorporar vídeos y podcasts en enseñanza-aprendizaje, especialmente en red, podemos apuntar las siguientes:

- **Formatos adaptados a la cultura digital.** Y, por tanto, a lo que los usuarios y nuestro alumnado está habituado a consumir online.

- **Recursos educativos más eficaces.** Por su carácter multimedia y narrativa audio(visual) promueven una comunicación más atractiva y una mejor comprensión de los contenidos que ante lo meramente textual.
- **Mayor participación y motivación del alumnado.** Ante, por ejemplo, la posibilidad de incorporar opciones interactivas/hipermedia.
- **Humanización de la enseñanza-aprendizaje.** Incluso aunque no haya contacto directo con los docentes, como dijimos, estos recursos permiten acercar su voz/imagen al alumnado y por tanto proporcionar una experiencia de aprendizaje más cercana.
- **Contenidos más accesibles y universales.** Ya sea porque incorporamos subtítulos multilingües en vídeos, ya sea porque usamos, por ejemplo, audio-contenidos para enriquecer contenidos textuales y atender a las necesidades especiales de estudiantes (diversidad funcional, distintos estilos de aprendizaje, etcétera).
- **Visualización/escucha personalizada y en todo momento.** Relacionado con lo anterior, y cuando se ofrecen grabados, promueven también la ubicuidad del aprendizaje y su consumo conforme a nuestro propio ritmo.

En el caso del **podcasting**, frente a otros formatos escritos o audiovisuales, además del citado poder de la oratoria digital, en cuanto a su potencial evocador de situaciones, la audición nos deja libres vista y manos, lo que nos permite hacer otras cosas al mismo tiempo (*standby*= multitarea).

Ello puede explicar en parte que durante el estado de alarma fruto de la Covid-19, en el caso de España, el consumo de podcasts disminuyera levemente, ante la disminución de desplazamientos, como apuntaba María Jesús Espinosa, del proyecto *Podium Podcasts*, en *El País* (Espinosa, 30 de abril de 2020): elpais.com/elpais/2020/04/30/dias_de_vino_y_podcasts/1588248912_950535.html

SABÍAS QUE...

«Escuchar es aprender». Análisis mensual sobre audio y aprendizaje en dos formatos, podcast y pdf, online, de Santillanalab (s. f.) y diversos colaboradores académicos y universitarios: santillanalab.com/audio-podcast

2 Potenciales usos según autoría/procedencia: de recurso (uso pasivo) a actividad (uso activo)

En función del uso que hagamos, en el contexto de una experiencia de enseñanza-aprendizaje, de vídeos y podcasts (recurso versus actividad), podemos diferenciar entre:

- Producidos por docentes.** Éstos se encargan de la producción completa y publicación (auto-producción), con apoyo técnico de la organización en grabación, edición, etcétera, para formatos más complejos, de vídeos y/o podcast que funcionan, en este caso, como recursos para el aprendizaje de la materia, o apoyo/guía para la realización de actividades u otros aspectos, como veremos.
- Co-producción o producción externa.** El docente los realiza en coautoría con otros autores/as, contando con invitados/colaboradores (por ejemplo, charlas, entrevistas a invitados, etcétera) o directamente selecciona recursos en red de otros cuya licencia permite su uso/reutilización.
- Estudiantes como productores.** Su elaboración es en este caso parte de las actividades que debe realizar el alumnado como parte del programa/asignatura, previo suministro de indicaciones técnicas, formales o narrativas por los docentes.

Desarrollar estos recursos es una oportunidad para fomentar el **desarrollo de competencias básicas**, tanto de docentes como de estudiantes, entendiéndolas más allá de lo meramente técnico o instrumental. Es así porque hacerlo requiere de ciertas competencias comunicacionales, visión innovadora, capacidad de análisis y de síntesis, etcétera. Y yendo más lejos, especialmente si planteamos exposiciones o defensas audiovisuales de proyectos de los estudiantes (o de los participantes en cualquier proyecto), a modo de *elevator pitch*, nos sirve para valorar estas competencias (Sánchez, 2019).

3 Ideas y casos prácticos como recursos educativos

3.1 Guías visuales/sonoras (video-guías/audio-guías)

Se trata de un extracto, en vídeo/audio y por tanto más **«humanizado», atractivo y adaptado** al potencial de la comunicación en red, de las guías didácticas, que destaca la información básica y fortalezas de un curso (por qué realizarlo, planteamiento, competencias/salidas, equipo docente). Puede de esta forma cumplir, según el momento en que lo elaboremos, el tono y el mensaje que incluyamos y dónde lo publiquemos, una triple función (didáctica-educativa; informativa; y promocional); puede servir tanto para el espacio de un curso en el campus virtual como para compartirlo en la página desde la que se promocione o se habilite la inscripción al mismo.



Guía visual de curso SPOC de Alhambra para profesorado (Innovación/Audiovisual UNIA, 2019): vimeo.com/370688679



Guía visual de asignatura de Grado de Periodismo de la Universidad de Málaga, fruto del Proyecto de Innovación Educativa del Departamento coordinado por Teruel y Sánchez (2019-21): youtube.com/watch?v=7j8tiggR3fs 8P (Periodismo UMA, 21 de noviembre de 2019).

EJEMPLO

A veces las instituciones educativas apoyan a los responsables docentes en su realización.



Es el caso de la UNIA, que ha apostado por crear una guía de apoyo para la creación de estos recursos, plantillas para facilitar su realización y la opción de que los docentes remitan, con margen, las grabaciones en bruto a Audiovisual para su edición. La guía puede consultarse aquí: unia.es/videoguias

3.2 Cápsulas de aprendizaje (video/audio-contenidos)

Son vídeos explicativos –la base del aprendizaje en el modelo *flipped classroom* y en MOOC y derivados– sobre una determinada temática, conceptos, procesos, manejo de aplicaciones, etcétera empleados como **material básico o complementario**. De carácter breve, divulgativos, atractivos y motivadores, conviene incluir recursos narrativos y visuales como una entradilla de enganche y cierre, preguntas a estudiantes, grafismos (iconos, gráficas e infografías animadas...), textos de apoyo, etcétera.

3.3 Presentación visual/sonora de actividades

Son vídeos/audios con las **claves e instrucciones para realizar una actividad o el planteamiento de situaciones/problemas y cuestiones para resolverlas** (casos prácticos visuales o sonoros...), por ejemplo, que pueden ser de gran utilidad en cursos virtuales o como apoyo a la docencia presencial. Caben distintos planteamientos al realizarlos, y pueden hacerse con el móvil o con las propias herramientas de webconferencia: grabar indicaciones sobre una práctica, recogiendo ejemplos reales, solucionarios, correcciones ficticias o anonimizadas y/o preguntas frecuentes; guionizar y hacer *storytelling* «ficcionalizado» para explicar determinados pasos o claves; etcétera.



Vídeo resumen de una actividad realizada por la autora (*Meetup* sobre Remix Analógico en Link by UMA, 2019), que usó en su caso luego para posteriores actividades basadas en el mismo enfoque: youtube.com/watch?v=yelOXr4D-fo&t=4s (Sánchez, 21 de noviembre de 2019).



EJEMPLO

3.4 Recursos para apoyar y motivar al alumnado

Existen también, en este caso, diversas posibilidades. Por ejemplo (ideas), además de las ya comentadas:

- «Demo» de evaluación de proyecto anónimo, correcciones/comentarios personalizados sobre actividades.
- Mensajes de presentación, motivación y ánimo para el conjunto de estudiantes (seguimiento y dinamización online), usando las propias herramientas del campus virtual (por ejemplo, botón grabación rápida de foros en Moodle).
- Respuesta visual/sonora a consultas personalizadas (apoyo a tutorías online).

Sería el caso de preparar un vídeo de presentación como docente (hecho y publicado desde herramienta de grabación rápida de foros de Moodle o grabado con otro dispositivo y subido posteriormente), para «romper el hielo» en un curso virtual/semipresencial.



EJEMPLO

4 Ideas y casos prácticos de actividades sobre vídeo y podcasts

4.1 Testeo y manejo de herramientas, experiencia de usuario...

¿Por qué no asignar al alumnado la elaboración de determinado videotutorial o guía técnica sobre una herramienta, y construir un catálogo online entre todos útil para el grupo?, ¿y si en lugar de las clásicas encuestas de expectativas/necesidades formativas pedimos a los estudiantes que las expresen y compartan, junto a sus experiencias previas, en vídeo/audio?, o ¿qué tal suministrarles determinadas indicaciones y preguntas y pedirles que elaboren un «testimonio»/evaluación audio(visual) tras el uso de herramientas digitales, la realización de experiencias o prácticas, etcétera?

4.2 Investigación básica/aplicada y plasmación audio(visual)

Aparte de recoger su testimonio/valoración, ¿y si en lugar de pedirles que entreguen formatos textuales clásicos como resultado de trabajos o proyectos de

investigación aplicada vamos más allá y les encargamos que recojan sus resultados en forma de informe creativo audio(visual)?



Informe creativo de medio emprendedor, en forma de video-reportaje, realizado en 2018-19 por alumna de asignatura sobre emprendimiento (#cygei1920) en Grado de Periodismo de la Universidad de Málaga coordinada por la autora de este capítulo: [youtube.com/watch?v=5rauAOJbnO4&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=5rauAOJbnO4&feature=youtu.be) (Chamizo, 20 de diciembre de 2018).

EJEMPLO



En el curso SPOC de #DIenlínea de la UNIA, que mencionamos ya en la introducción de este libro, se propone también, como parte opcional dentro de los proyectos finales y complemento de los documentos, que los estudiantes elaboren un formato creativo de éstos (vídeo, podcast, animación, infografía...)

SABÍAS QUE...

4.3 Exposición de sus proyectos

Otras de las posibilidades es pedir que los estudiantes realicen *elevator pitch* visuales o sonoros, a modo de prueba/ensayo de proyectos que luego tendrán que exponer públicamente; o plantear directamente que la defensa de proyectos sea bajo formato audiovisual.

La propia experiencia dice que realizar estos contenidos:

- Requiere a los estudiantes **«dominar» previamente el contenido**, y visualizar el resultado sirve para detectar errores y fomentar la **autocrítica**.
- Impulsa el desarrollo de **competencias básicas más allá de lo técnico**: comunicación, creatividad, innovación, capacidad de análisis y síntesis. Además de la **colaboración y trabajo en equipo**, cuando se plantean en grupo.
- Y supone una experiencia que fomenta su **implicación, motivación y cohesión**, especialmente cuando se trabaja en el aula o apoyada por docentes online.



En los recursos educativos en abierto (presentación y grabación) procedentes del *webinar* en que se basa este capítulo (Sánchez, 2020) se muestran ejemplos y se comentan experiencias docentes propias y otros casos prácticos de uso. Pueden consultarse desde el repositorio digital de la UNIA: dspace.unia.es/handle/10334/5389

EJEMPLO

Sobre realización y uso de podcasts educativos puedes consultar el material de uno de los #webinarsUNIA (Castillo y López, 2018): dspace.unia.es/handle/10334/4110



5 Innovando en formatos de vídeos más allá del busto parlante

Nos centramos en el audiovisual. A continuación, enumeramos algunos formatos, indicando sus características y posibles usos, tomando como referencia fundamental la guía de la misma autora sobre vídeo educativo (Sánchez, 2019) [1].

5.1 Modelo busto parlante (plató/croma)

Características: la persona, en primer plano o medio generalmente, habla directamente a la cámara, sobre guion cerrado o pronter. Opción muy usada en los primeros MOOC.

Posibles usos: píldoras de aprendizaje, presentaciones visuales de actividades, casos prácticos visuales... en los que resulta fundamental la figura del autor/docente.

EJEMPLO

Ejemplo de vídeo de módulo de competencias digitales del SPOC «Enfoca tu futuro», sobre orientación profesional, Vicerrectorado de Emprendimiento e Innovación Social de la UMA (curso 2016-2017 y siguientes), grabado en aula de docencia avanzada: youtu.be/-bqoAtcJ0sw (Talentank Empleabilidad UMA, 2 de marzo de 2017)



5.2 Autograbaciones con webcam/móvil

Características: la persona, en su entorno y mediante sus propios medios, graba su discurso a su ritmo y con independencia. Los recursos técnicos suelen ser limitados, lo que requiere que sea buen/a comunicador/a.

Posibles usos: presentaciones de *webinars*, píldoras explicativas, entradillas o introducciones a videotutoriales u otros formatos... ¡sirve para casi todo!

EJEMPLO

Ejemplo de presentación/resumen de contenido de reto sobre elaboración de videotutoriales de Hackcamp del IAAP, 2017: [youtube.com/watch?v=75Ywqk54EWA&t=126s](https://www.youtube.com/watch?v=75Ywqk54EWA&t=126s)



Más información (Sánchez, 27 de junio de 2017): bit.ly/ciberhackcamp

En los siguientes bloques nos centramos en el vídeo.

5.3 Híbridos «homemade»: *lighboard*

Características: vídeos grabados con una *lighboard*, esto es, pizarra montada sobre un cristal en la que se escribe con rotuladores fluorescentes que se ven con luces tipo led.

Posibles usos: para casi todo, muy adecuados para plantear esquemas resúmenes o introductorios, conceptos o ideas relacionadas, resolver fórmulas o problemas... Si además tenemos habilidades con *lettering* o ayuda, el resultado puede ser espectacular.



Vídeo sobre modelo clínico de *The Flipped Classroom* de Raúl Santiago (27 de febrero de 2018): youtube.com/watch?v=6WYAZXoScD8

5.4 Videotutoriales o *screencasts*

Características: tutoriales audiovisuales que muestran lo que sucede en pantalla (videocaptura en movimiento), complementado con voz y, en su caso, rótulos/indicaciones textuales.

Posibles usos: muy adecuados para explicar manejo de programas, pasos sobre *websites*, o cualquier otra tarea sobre pantalla.



Ejemplo de videotutorial para taller online del programa PCD-UNIA, elaborado por Encarni Hinojosa (2016) y publicado dentro de la categoría OCW del repositorio institucional de la UNIA junto a otros: dspace.unia.es/handle/10334/3581

5.5 Prácticas y laboratorios («work in progress»)

Características: se graba, con uno o dos dispositivos, una tarea o proceso (combinando planos generales con detalle); se edita suprimiendo tiempos muertos/reiteraciones y agregando voz *en off*, textos...

Posibles usos: explicar procesos o tareas analógicas, esto es, fuera de la pantalla o de la red, a modo de «programa de cocina» (paso a paso).



Ejemplo de demostración de realización de primeros auxilios mediante RCP, por Cruz Roja Bizkaia (12 de julio de 2016): youtube.com/watch?v=FEayzgNGGBQ

5.6 *Rol playing* audiovisual

Características: sobre un guion, se inventa una situación cercana a la realidad y varias personas hacen de actores, a modo de juego de roles.

Posibles usos: simulaciones de actitudes/situaciones frecuentes, microhistorias...

EJEMPLO

Ejemplo de vídeo basado en *rol playing* sobre administración pública, grabado con móvil y editado directamente en YouTube, todo en unas horas y a modo de prototipo, por grupo de trabajo de #hackcampiaap en 2017 (vía Sánchez, 2017): youtu.be/b_2rhBJZ9qo



5.7 Videopresentaciones animadas

Características: sin la persona ante la cámara, se construyen a partir de grafismos (animaciones, infografías o secuencias de vídeo), música y en su caso voz *en off*.

Posibles usos: ¡Prácticamente aplicables a cualquier cuestión! Presentación de proyectos o resultados; video-guías; etcétera. Una posible idea es incluir bocetos a mano capturados a cámara rápida o usando herramientas tipo Videoscribe.

Videopresentación, tipo Videoscribe, del Plan Estratégico 2013-2016 EITB (13 de diciembre de 2013): youtube.com/watch?v=NqVotbbIw3Q



5.8 Vídeos mudos/*teasers* sin audio a base de imágenes en movimiento y texto

Características: videopresentaciones sin voz *en off*, a base de subtítulos textuales + imágenes/fragmentos de vídeo impactantes y montados a un ritmo dinámico.

Posibles usos: Guías visuales o presentaciones de proyectos (impacto), fondo para eventos presenciales (sin audio) o contenidos para consumir de forma ubicua (multitarea).

Vídeo divulgativo sobre Marte de Playground (27 de julio de 2018): youtube.com/watch?v=JgHnuVJM8II



5.9 Videoentrevistas

Características: la/s persona/s (una o varias) ante la cámara basa/n sus respuestas en una serie de preguntas realizadas por otra, que aparece o no en el plano.



Posibles usos: compartir experiencias, aportar visión experta... a través de entrevistas individuales o grupales (planteando las mismas preguntas a varias personas, cada uno responde y luego se fusionan sus respuestas en un vídeo o se ofrecen seriadas online).



Video-entrevista sobre experiencia docente en MOOC (UMA MOOC, 14 de febrero de 2017): youtu.be/ibxLfGS966g.
Más información (Sánchez, 15 de febrero de 2017): bit.ly/3hQfeql

EJEMPLO

5.10 Videodocumentales breves

Características: combinación de algunas de las tipologías anteriores y de mayor duración, se componen de imágenes en movimiento/fijas a las que se agrega voz *en off* junto a otros recursos: testimonios, capturas de pantalla, etcétera.

Posibles usos: monográficos sobre determinadas materias o iniciativas; descripción gráfica de forma de trabajo de empresas, sectores o áreas («un día en la vida de»)..



Vídeo sobre historia de la tipografía de Monográfica.org (12 de marzo de 2013): youtube.com/watch?v=vY7H5DBGXm8

5.11 Videomontajes: ¡rienda suelta a la creatividad!

Características: a modo de collage audiovisual, reúnen en la pantalla imágenes, grafismos o vídeos grabados/elaborados aparte y fusionados durante postproducción.

Posibles usos: cuando no se tiene la posibilidad de reunir en un mismo lugar para grabar a varias personas o no se dispone de otros recursos, para crear efectos innovadores, etcétera.



Vídeo de presentación del #MOOCecompetentes de la Universidad de Málaga (proyecto coordinado por autora de este capítulo), grabada sobre croma en lugares distintos y superpuesto todo, agregando efectos, en postproducción (UMA MOOC, 17 de junio de 2016): youtube.com/watch?v=lfUfAm18is

EJEMPLO

5.12 Webinars y videoconferencias en directo online y sus correspondientes grabaciones (¡REA y reuso!)

Características: seminarios formativos en vivo por webconferencia por expertos cuyas grabaciones, además de publicarse (en abierto) online a posteriori, pueden servir luego como base para elaborar otros contenidos (por ejemplo, píldoras formativas monográficas).

Posibles usos: aprendizaje abierto online sobre determinadas temáticas, creación de repositorios digitales de contenido u otros proyectos para fomentar la marca digital y atraer a potenciales estudiantes o crear comunidades de usuarios.

EJEMPLO

Catálogo de grabaciones de los #webinarsUNIA en Vimeo. Con extractos de algunos se elaboraron píldoras formativas ante la Covid-19, y han servido además de base para el citado SPOC #DIenlínea: vimeo.com/search/sort:latest?q=webinarsunia



5.13 Grabaciones/video-resúmenes de eventos divulgativos presenciales

Características: grabaciones completas (en bruto o con edición básica normalmente) de eventos en directo, extractos de intervenciones o resúmenes visuales, según los casos.

Posibles usos: similares a los ya comentados para las grabaciones de eventos virtuales (ampliar comunidad, afianzar marca, generar conocimiento abierto online...).

Canal de YouTube de Databeers Málaga, con vídeos de cada evento organizados en listas de distribución: youtube.com/channel/UC87w8_m-ylzovTfXXyvvMhg/playlists



En la citada grabación del *webinar* sobre la materia de este capítulo (Sánchez, 2020) hay más ejemplos y casos prácticos comentados.



5.14 ¡Mucho más!

El listado de tipologías expuesto no es ni mucho menos cerrado. De hecho, la innovación tecnológica abre nuevas oportunidades a la creación audiovisual aplicada a educación y formación. Es el caso, por ejemplo, de la posibilidad de crear vídeos inmersivos o híbridos, experimentando con formatos y tecnologías como la realidad aumentada, la realidad virtual o el 360, para crear contenidos audiovisuales (entrevistas, reportajes, retransmisiones...) alineados a las prácticas y culturas de los más jóvenes en red.

6 Claves para iniciarse en la producción de estos contenidos

6.1 Fases/etapas: del guionizado al testeo y evaluación

En cualquier caso, producir vídeo debe contemplarse como un **proceso estratégico**, en el tanto la preproducción como el testeo y evaluación de resultados, una vez producidos y, en su caso, publicados, es básica para su éxito.

La fase de **preproducción** conlleva una serie de aspectos, como el guionizado y la toma de decisiones acerca del escenario/localización, preparación de material para la grabación o selección de recursos (imágenes, efectos...) para el guion. Tras la gra-

bación, la **postproducción** implica, primero, la edición básica del vídeo conforme a lo planificado, agregando elementos identificativos (pantalla inicial y de cierre, créditos), música y efectos sonoros/artísticos, entre otros; y segundo, la revisión y, en su caso, publicación y difusión online, incluyendo redes sociales. A veces, cuando los vídeos se publican online (por ejemplo, YouTube) la edición puede realizarse directamente sobre las mismas plataformas desde las que se difundirán.



En este contenido educativo en abierto, procedente de un curso virtual impartido por Daniel López (2019) para profesorado de la UNIA, tienes más información acerca del proceso, pautas y herramientas para la (auto)producción de vídeos educativos: dspace.unia.es/handle/10334/3981

6.2 Decálogo para producir, editar y publicar audiovisual

A continuación, un extracto de recomendaciones, tomadas de la referenciada guía en red de la misma autora (Sánchez, 2019):

- 1 Escoger **narrativa, lenguaje y tipología** más adecuados según contenido, público, etcétera. Que haya **varias alternativas** implica **tomar decisiones sobre aspectos clave** (leer o no leer; fondo liso, croma o entorno natural, entre otros). **Puede ayudar a decidir si se es capaz de perder el miedo a la cámara en el tiempo del que disponemos, y si no, siempre puede optarse por otros formatos.** De hecho, el busto animado no siempre funciona, y con croma requiere de unos mínimos técnicos. **El mejor consejo: buscar la naturalidad y credibilidad.**
- 2 **Cuidar la producción. Los vídeos son, primero, luz. A veces los platós son prescindibles.** Pero es clave hacerse con una buena localización, aislada de ruido y con fondos neutros o significativos, exterior (evitando mediodía) o interior (¡set casero de grabación con focos o similar!). **Pero también los vídeos son sonido.** Así que siempre y más en espacios abiertos, hay que grabar con un micro adecuado, probando muy bien antes que el audio está ok. **Otro consejo, obvio pero fundamental: asegurar unos mínimos de profesionalidad.**
- 3 **Dispositivo de grabación.** Hoy tenemos posibilidades múltiples: videocámara, cámara de fotos HD, móvil, tableta, etcétera. Algunos de ellos nos limitan en cuanto al enfoque, el formato o calidad de la grabación, etcétera. Otro **consejo:** si los vídeos son para la web, prima la «**inmediatez**», y si con frecuencia van a hacerse en distinta ubicación, la «**portabilidad**».
- 4 **Cero complicaciones, el tiempo es oro.** Sobre todo si estamos empezando y no tenemos demasiado equipo o recursos, conviene planificar un formato o narrativa sencillos y, en cualquier caso, sólo lo que seamos capaces de dominar, en la

grabación y en la edición posterior. Al final lo importante es ir creando prototipos, versiones beta, etcétera. ¡La simple experiencia es todo un aprendizaje y con el tiempo se irá perfeccionando! **Consejo: seamos realistas y busquemos el ROI,** esto es, el retorno de nuestra inversión.

- 5 **¡Frescura e inmediatez para la web!** Una forma de comenzar sin demasiada inversión de tiempo es crear vídeos «inmediatos», hechos y publicados en la red casi a tiempo real, sin apenas posproducción (¡posproducir, a nivel básico, supone unos 30 minutos de trabajo, o más, por minuto de vídeo!) y empleando las propias opciones de plataformas como YouTube. ¡Sobre todo si trabajamos con temas de actualidad! **Consejo: probar, publicar online y mirar si funciona** en cuanto a reacciones de la audiencia.
- 6 **¡El contenido es el rey, y saber comunicarlo, la clave!** Es esencial trabajarlo desde el propio guionizado (estructura narrativa atractiva y con un gancho al principio y al final, duración adecuada, mensaje interesante, relevante y útil, lenguaje directo y comprensible...), pero también durante la grabación... (podemos usar un pronter o similar para leer si lo necesitamos, pero sin restar naturalidad). **Consejo: aportar valor desde el mensaje.**
- 7 **¡Atención al lenguaje verbal, no verbal y paraverbal, y al escenario!** Nosotros mismos y lo que está a nuestro alrededor comunica, siempre que esté en plano. Es crucial por tanto planificar previamente nuestro vestuario (evitando brillos y optando por colores lisos que contrasten con el fondo), pero también preparar nuestro discurso y nuestro cuerpo, incluyendo nuestros gestos y nuestra voz (¡¡**hacer vídeos implica ser, en parte, actores!**!). **Consejo: todo comunica, usémoslo a nuestro favor.**
- 8 **¡¡Planificar siempre!!** Desde guion a localización y material necesario para grabación, requisitos técnicos (calidad, formato...) o «recursos» de posproducción, pensando también en el destino final del vídeo y, en su caso, plataforma digital de publicación, puesto que ello condiciona lo anterior. **Consejo: planificar nos permitirá improvisar, pero sabiendo que lo hacemos.**
- 9 **¡Coherencia visual en vídeos seriados y reconocimiento de «marca»!** Si nuestros vídeos forman parte de un proyecto o entidad, conviene crear plantillas con recursos comunes (por ejemplo, cabecera y cierre con logo de entidad y título de proyecto/actividad, estilo de rótulos/texto en pantalla, etcétera). **Consejo: identificar y poner en valor el proyecto y las personas implicadas.**
- 10 **¡No olvidar incluir los créditos y la licencia** (por ejemplo, *Creative Commons*), con la que se publica el vídeo online! **Consejo: asegurarnos de que las reglas de juego (en cuanto a uso/reutilización de nuestro vídeo) están claras.** Al

tiempo que hacemos *fair play* en cuanto a la reutilización de los recursos de otros (música, vectores, etcétera), citando su procedencia. Dar ejemplo, aparte de como docentes, como creadores digitales, es básico en este sentido.



Producir un vídeo/podcast implica atender, como cualquier otro tipo de contenido digital, a varios aspectos (¡visión 360°!): técnicos y formales; didácticos (narrativa y contenido); legales (protección de datos, derechos de imagen y licencia de publicación en su caso); y comunicacionales (al producirlo y al publicarlo y distribuirlo online).

EN
RESUMEN

Ejemplos/temáticas de aplicación (proyectos)

ENFOQUE 1: Planificación de producción de vídeos/podcasts como recursos de aprendizaje

Ya sea para docencia presencial, ya sea para enseñanza semipresencial o totalmente virtual, y enfocándolo según tu caso, plantea un proyecto de producción de vídeos y/o podcasts como recursos de aprendizaje, inspirándote en algunas de las posibilidades vistas en este tema en cuanto a uso (video-guías, video o audio-contenidos, recursos de apoyo para la tutorización o realización de actividades...), decidiendo, si es un vídeo, el formato de los vistos, esbozando secuencia/guion y sopesando los recursos necesarios para producirlo.

ENFOQUE 2: Diseño de actividad de aprendizaje que incluya creación de vídeos/podcasts por estudiantes

Si lo prefieres, diseña un proyecto de actividad/es, en el contexto de una asignatura o programa formativo (real o estimado), en el que el alumnado deba crear sus propios vídeos/podcasts. Los ejemplos expuestos pueden servirte de inspiración, pero las posibilidades son muy amplias, y tú mejor que nadie puedes pensar en una idea que tenga sentido en tu contexto. Piensa también en este caso, importante, en los materiales e indicaciones previas que, como docente, deberías suministrar para que los resultados alcancen el mínimo deseado, así como en la dinámica de entrega, criterios de evaluación, etcétera. Sobre esto último, tienes también otro capítulo, dedicado a la evaluación, que puede serte de utilidad.

Referencias y recursos complementarios

Referencias bibliográficas

Castillo, J. C. y López, P. (2018). Realización y uso de podcasts educativos para e-learning. [REA Webinar]. Área de Innovación/UNIA (coord.). Programa de #webinarsUNIA. Plan de Formación de Profesorado, curso 2018-19. dspace.unia.es/handle/10334/4110

Chamizo Chacón, L. (20 de diciembre de 2018). El Topo- Luisa Chamizo Alarcón [archivo de vídeo]. YouTube. youtube.com/watch?v=5rauAOJbn04&feature=youtu.be

Espinosa, M. J. (30 de abril de 2020). Ya hay un millón de podcasts en el mundo. En *Días de vino y podcasts*. *El País*. elpais.com/elpais/2020/04/30/dias_de_vino_y_podcasts/1588248912_950535.html

Innovación UNIA (2019). Espacio de apoyo para la elaboración de guías visuales de programas y módulos formativos de la UNIA. unia.es/videoguias

López, D. (2019). Autoproducción de vídeos educativos para elearning (OCW procedente de curso impartido en programa de formación de profesorado 2018-19). OpenCourseWare. Universidad Internacional de Andalucía. dspace.unia.es/handle/10334/3981

PeriodismoUMA (21 de noviembre de 2021). PeriodismoUMA: Estrategias de comunicación y análisis prospectivo [archivo de vídeo]. YouTube. youtube.com/watch?v=7j8tiggR3fs

Sánchez González, M. (21 de noviembre de 2019). Remezcla analógica [archivo de vídeo]. YouTube. youtube.com/watch?v=yelOXr4D-fo&t=4s

Sánchez González, M. (2019). Vídeo educativo: potencial, formatos y producción [manual en pdf]. Guías prácticas. Cibermarikiya.com. bit.ly/ciberguiavideo

Sánchez González, M. (2020). Vídeos y podcasts para humanizar la experiencia de estudiantes en línea. [REA Webinar]. Área de Innovación/UNIA (coord.). Programa de #webinarsUNIA. Plan de Formación de Profesorado, curso 2020-21. dspace.unia.es/handle/10334/5389

SantillanaLab (s. f.). Podcast escolar: Escuchar es aprender [podcast]. SantillanaLab. santillanalab.com/audio-podcast

Solana, P., Martínez, S. y Sarmiento, I. (2017). Nuevos enfoques y experiencias en el formato audiovisual para el desarrollo de MOOCs. *Actas de la Jornada de MOOCs en español en EMOOCs 2017 (EMOOCs-ES)*, pp 36-ss. oerknowledgecloud.org/sites/oerknowledgecloud.org/files/EMOOCs-ES.pdf

Ejemplos de vídeos referenciados

Canal de la UNIA en Vímeo (búsqueda por #webinarsUNIA): vimeo.com/search/sort:latest?q=webinarsunia

Canal de Databeers Málaga en YouTube:

[youtube.com/channel/UC87w8_m-ylzovTfXXyvvMhg/playlists](https://www.youtube.com/channel/UC87w8_m-ylzovTfXXyvvMhg/playlists)

Cruz Roja Bizkaia (12 de julio de 2016). 2. Primeros Auxilios: RCP (Reanimación cardiopulmonar) en adultos [vídeo]. YouTube. [youtube.com/watch?v=FEayzgNGGBQ](https://www.youtube.com/watch?v=FEayzgNGGBQ)

EITB (13 de diciembre de 2013). Plan Estratégico de EITB 2013-2016 [vídeo]. YouTube. [youtube.com/watch?v=NqVotbbIw3Q](https://www.youtube.com/watch?v=NqVotbbIw3Q)

Hinojosa, E. (2016). Relación de vídeos en Vimeo de taller Introducción a la edición y visualización de datos inmediatos. OpenCourseWare [contenidos educativos en abierto online]. Universidad Internacional de Andalucía. dspace.unia.es/handle/10334/3581

Innovación/Audiovisual UNIA (2019). Módulo 0. Guía Visual del Curso de especialización sobre la Alhambra para el profesorado [archivo de vídeo]. Vimeo. vimeo.com/370688679

Monográfica.org (12 de marzo de 2013). Historia de la Tipografía [vídeo]. YouTube. [youtube.com/watch?v=vY7H5DBGXm8](https://www.youtube.com/watch?v=vY7H5DBGXm8)

Playground (27 de julio de 2018). Agua líquida en marte: ¿qué supone este descubrimiento? [vídeo]. YouTube. [youtube.com/watch?v=JgHnuVJM8II](https://www.youtube.com/watch?v=JgHnuVJM8II)

Sánchez, M. (15 de febrero de 2017). Por amor a un MOOC: transfiriendo experiencias (incluyendo la mía) de profesores de la UMA [post]. Cybermarikiya. bit.ly/3hQfeql

Sánchez, M. (27 de junio de 2017). Prototipando vídeos para innovar en lo público, o la intensa experiencia en el #hackcampIAAP [post]. Cybermarikiya. bit.ly/ciberhackcamp

Santiago, R. (27 de febrero 2018). Modelo Clínico. The Flipped Classroom [vídeo]. YouTube. [youtube.com/watch?v=6WyaZxScD8](https://www.youtube.com/watch?v=6WyaZxScD8)

Talentank Empleabilidad, Vicerrectorado de Innovación Social y Emprendimiento, Universidad de Málaga (2 de marzo de 2017). 5.0. Intro módulo 5 [vídeo]. Talentank Empleabilidad UMA, YouTube. youtu.be/-bqoAtcJ0sw

PeriodismoUMA (21 de noviembre de 2021). PeriodismoUMA: Estrategias de comunicación y análisis prospectivo [archivo de vídeo]. YouTube. [youtube.com/watch?v=7j8tiggR3fs](https://www.youtube.com/watch?v=7j8tiggR3fs)

UMA MOOC (17 de junio de 2016). Presentación MOOC Profesionales e-Competentes [vídeo]. YouTube. [youtube.com/watch?v=IfUfFAM18is](https://www.youtube.com/watch?v=IfUfFAM18is)

UMA MOOC (14 de febrero de 2017). MOOC UMA - Entrevista a profesores. ¿Qué te ha aportado? [vídeo]. YouTube. youtu.be/ibxLfGS966g

Otros recursos externos recomendados

Marqués, P. (2001). «Aspectos a considerar en la evaluación de los vídeos didácticos». web.archive.org/web/20071213001913/http://dewey.uab.es/pmarques/videoav2.htm

Sánchez González, M. (20 de junio de 2017). «Guía base Reto 4 #HackCampIAAP: Video(tutoriales) para los entresijos de la Administración Pública» [presentación]. Slideshare. bit.ly/3BnFsII

Sánchez González, M. (16 de mayo de 2018). «Reflexionando sobre posibilidades y experiencias de uso de vídeos en educación...». Cybermarikiya.com [post]. bit.ly/3rIDTXf

TESIS/Canal SUR (4 de julio de 2018). «El planeta de los vídeos» [vídeo]. Youtube. [youtube.com/watch?v=NidU1f1rX0g&feature=youtu.be](https://www.youtube.com/watch?v=NidU1f1rX0g&feature=youtu.be)

Notas:

[1] Esta guía contiene algunas tipologías, habituales en cursos tipo MOOC, tomadas de Solana et al, 2017.

