

## El uso del vídeo corto en la formación corporativa

Iñaki Aliende @ialiende

El incremento del uso de Internet en las empresas y el abaratamiento de las tecnologías ha expandido enormemente el uso del vídeo en formación y multiplicado sus aplicaciones en distintos proyectos.

Un vistazo a los principales tipos de videos cortos que se están empleando en la formación online y presencial nos permite agruparlos en estas 6 grandes modalidades que podrás utilizar en tus programas:



### Tutoriales

Se trata de capturas de secuencias de imágenes, en las que se muestra, o bien un proceso que tiene lugar en el propio ordenador, o bien un procedimiento de trabajo.

<https://youtu.be/FTD5HlfiGs>

Son frecuentemente empleados en programas de aprendizaje de manejo de aplicaciones, aunque progresivamente se viene aplicando a otras áreas como seguridad, ventas u organización de equipos.



### Cartoon

Enfocado en *explainers*, que demuestran las bondades de productos o empresas en un formato breve. Son animaciones que utilizan personajes e ilustraciones propias del mundo del comic. Mostramos un ejemplo de bajo coste que hemos usado como “elevator pitch” para nuestra aplicación:

<https://youtu.be/Au55Sv2AbVs>

Son muy utilizados en publicidad, marketing y comunicación.



## Whiteboard

Estilo de vídeo que empieza a estar en desuso por la cantidad de vídeos que fueron realizados basándose en esta idea.

Busca transmitir conceptos y procedimientos a través de un narrador que va simultáneamente escribiendo y dibujando a modo de esquema sobre una pizarra blanca.

Existen aplicaciones como [doodly.com](http://doodly.com) que permiten crear vídeos de este tipo sin necesidad de contar con infraestructura.



## Motion graphics

Se trata de una combinación de imágenes en movimiento con melodía de fondo, narración o subtítulos. Normalmente se utiliza para transmitir temas de cultura corporativa con un bajo coste.

Se puede enriquecer con el uso de rótulos, textos e ilustraciones:

<https://youtu.be/R1scJRIsiGs>

Igualmente pueden intercalar escenas grabadas en el contexto de la empresa para vídeos corporativos.

Mostramos un ejemplo que hemos realizado para un cliente eliminando las referencias al cliente real concreto:

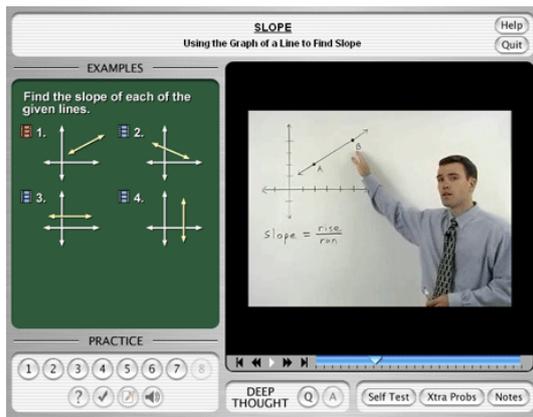
<https://youtu.be/70imrpn3iLA>



## Reportaje

<https://youtu.be/VcwtzrgUPGw>

Este modelo sigue el estilo periodístico de testimonios reales y grabación de secuencias de contexto con comentarios de fondo. También intercala la intervención de un presentador sobre un entorno real o sobre un fondo plano sobre el que se muestran imágenes, textos o ilustraciones.



## Lecciones

Para fines formativos, se pueden grabar minilecciones en las que el presentador/experto introduce los conceptos y ejemplos mientras se combinan pantallazos, gráficos o diapositivas. Es una modalidad muy empleada por universidades y plataformas de MOOC.

<https://youtu.be/pOaOWaVBZLc>

## ¿Qué elementos debemos tener en cuenta en un vídeo formativo?

Hay diversos elementos que considerar en la grabación de un vídeo y que enriquecen el resultado (siempre con cierto coste):

- Melodía, original o adquirida en alguna de los innumerables websites de venta de archivos de audio
- Narrador/locutor o bien presentador
- Escenas en entorno real de la compañía (se pueden sustituir por escenas “enlatadas” de algún banco de imágenes)
- Textos o imágenes emergentes para resumir o destacar conceptos e ideas

## ¿Qué tipos de vídeos funcionan mejor?

El uso de las distintas modalidades y elementos debe quedar supeditado al objetivo formativo que buscamos y exige el desarrollo de un “story-board” o guión previo. Sin embargo, la tendencia es que este tipo de vídeos cortos tengan una duración entre 3 y 6 minutos, salvo las lecciones que pueden llegar hasta a 15 minutos.

Ten en cuenta que:

- La mitad de los vídeos formativos en el mundo se ven en dispositivos móviles
- El usuario que sale del vídeo antes del segundo 15 no tiene interés alguno por el tema tratado
- A partir del minuto 9' la atención del espectador va disminuyendo progresivamente
- Los vídeos con elementos de interactividad intercalada (comentarios, títulos, preguntas, ejercicios) incrementan enormemente la atención y visualización hasta el final por parte del espectador