

Febrero 2019

Anexo al Deliverable 4.3

# Producción de videos para la agricultura

## Una guía para productores, técnicos e investigadores



**PLAID**  
PEER-TO-PEER LEARNING:  
ACCESSING INNOVATION  
THROUGH DEMONSTRATION



This project has received funding from the European Union's Horizon 2020 research and innovation program under grant agreement No 727388

## SOCIOS PLAID



ADVISORY SERVICE  
Advisory Service  
Croatia ASC



ARVALIS Institut  
du Végétal



Association de  
Coordination  
Technique Agricole  
ACTA



Centre for Rural Research  
Centre for Rural  
Research



Chambers of  
Agriculture



Delphy



European Forum  
for Agricultural and  
Rural Advisory  
Services EUFRAS



Innovatiesteunpunt  
ISP



Institut de  
l'Élevage – Idele



Instituto Navarro  
De Tecnologías E  
Infraestructuras  
Agrolimentarias



Linking  
Environment And  
Farming LEAF



National  
Agricultural  
Advisory Service



Nodibinajums  
Baltic Studies  
Centre BSC



Research Institute  
of Organic  
Agriculture (FiBL)



Stichting  
Wageningen



The James Hutton  
Institute



VINIDEA



PLAID

## SUMARIO

---

**Título del Deliverable:** Producción de video – Una guía para productores, técnicos e investigadores

---

**Versión:** Borrador

---

**Coordinador Deliverable:** The James Hutton Institute (HUTTON)

---

**Paquete de trabajo relacionado:** 4

---

**Autores:** Thomas Alföldi, Laura Tippin, Alice Midmer (LEAF), Claire Hardy (HUTTON), Dimitar Vanev (NAAS)

---

**Revisores:** Kathrin Huber, Matthias Klaiss, FiBL

---

**Nivel de Comunicación:** P

---

**Número de Grant Agreement:** 727388

---

**Nombre del proyecto:** PLAID

---

**Fecha de inicio:** January 2017

---

**Duración:** 30 meses

---

**Coordinación del proyecto:** The James Hutton Institute

## RESUMEN

En el proyecto PLAID se realizaron cursos de capacitación en vídeo para agricultores y consultores.

Las experiencias obtenidas en estos cursos constituyen la base de esta guía. En ella se dan consejos sobre cómo producir vídeos informativos utilizando medios sencillos.

Esta guía sigue los tres pasos de toda producción de vídeo: planificación, rodaje y edición. Está centrada en los requisitos específicos de los videos para la agricultura.

Esta guía está dirigida a principiantes: agricultores, consultores, pero también investigadores en proyectos nacionales e internacionales que deseen producir vídeos de instrucción sencillos como parte de sus actividades de difusión.



**PLAID**

# INDICE DE CONTENIDOS

- 1. Los videos en la transferencia de conocimiento agrícola .... 5
- 2. Campos de aplicación de videos en agricultura ..... 7
- 3. Equipo ..... 9
  - 3.1 Cámara ..... 9
  - 3.2 Otras clases de cámara ..... 10
  - 3.3 Micrófono..... 11
  - 3.4 Trípode..... 12
- 4. Planificando un video ..... 13
  - 4.1 Seleccionar un tema..... 13
  - 4.2 Estructurar el tema ..... 13
  - 4.3 Narrador, presentador o inserción de texto ..... 14
  - 4.4 Planificando la acción principal y los planos recurso..... 15
- 5. Grabación del video ..... 17
  - 5.1 Grabación de la acción principal y de los planos recurso .... 17
  - 5.2 Narración (A-Roll): 10 consejos para hacer entrevistas..... 17
  - 5.3 Planos recurso (B-Roll): Asegúrate variedad de planos ..... 19
- 6. Post-producción ..... 20
  - 6.1 Software de edición ..... 20
  - 6.2 Edición ..... 20
  - 6.3 Duración ideal de los videos on-line ..... 21
  - 6.4 Música..... 21
  - 6.5 Difusión en YouTube ..... 22



**PLAID**

# 1. Los videos en la transferencia de conocimiento agrícola

Los vídeos desempeñan un papel cada vez más importante en la educación, la capacitación y la extensión agrícolas. Hoy día los teléfonos inteligentes tienen todos cámara así que la filmación se ha vuelto enormemente sencilla. Muchos investigadores, asesores y agricultores filman videos para captar sus observaciones sobre el terreno. También en los proyectos de investigación los vídeos se utilizan cada vez con más frecuencia como parte de las actividades de difusión de los proyectos.

Hay excelentes manuales, revistas especializadas y tutoriales fantásticos en YouTube para la producción de vídeos. Entonces, ¿por qué esta guía?

Esta guía ha sido elaborada en el marco del proyecto PLAID de la UE. Este proyecto se centró en el aprendizaje entre agricultores y en la importancia que tienen las actividades de demostración agrícola en la adopción de innovación. Los vídeos ayudan a aumentar el alcance de este tipo de eventos. Por consiguiente, en el marco del proyecto PLAID se incluyó la formación de agricultores y consultores en el uso del video con el fin de mejorar su utilización en agricultura.

Las experiencias obtenidas a partir de estas iniciativas formativas constituyen la base de la presente guía. También nos apoyamos en la experiencia acumulada en FiBL tras la producción de más de 300 vídeos educativos sobre agricultura. Además, hemos adaptado también partes de una guía que FiBL Alemania desarrolló en un proyecto nacional sobre intercambio de conocimiento.

Este manual proporciona consejos sobre cómo producir videos especializados que sean informativos utilizando medios relativamente sencillos. En primer lugar, mostramos distintas áreas de aplicación de los videos en la agricultura, destacando los 3 principales pasos para la producción de videos que son:

1. Planificación
2. Producción
3. Edición

Esta guía sigue estos tres pasos. Nos centraremos en los requisitos específicos de los videos para la agricultura. En el cuadro 1 se enumeran las razones más importantes para la producción de vídeos agrícolas.

Esta guía está dirigida a principiantes: agricultores, técnicos, pero también investigadores en proyectos nacionales e internacionales que deseen producir por su cuenta vídeos formativos sencillos como parte de sus actividades de difusión.

### **Cuadro 1: Razones para producir videos educativos para la agricultura**

- Muchas actividades agrícolas como el laboreo o la recolección están vinculadas a una época del año. Un vídeo captura el momento presente y así el contenido se hace accesible a un público más amplio.
- Los vídeos agrícolas son muy populares entre los agricultores. Muchos agricultores tienen incluso sus propios canales en YouTube.
- Los videos son una herramienta excelente para mostrar la experiencia de los profesionales.
- Actividades demostrativas como las de maquinaria tienen una prioridad alta en la transferencia de conocimiento agrícola. Se puede ampliar mucho el alcance de este tipo de eventos mediante el uso de videos.
- Al igual que la mayoría de las personas los productores prefieren el video sobre los textos a la hora de informarse sobre temas o cuestiones concretas.
- YouTube es por detrás de Google el segundo motor de búsqueda más importante a nivel mundial.
- Hoy en día los equipos de video y los programas de edición son baratos y fáciles de utilizar.

## 2. Campos de aplicación de videos en agricultura

La agricultura ofrece un rango muy amplio de temas susceptibles de ser presentados en forma de videos (Fig. 1) y ser compartidos, incluyendo:

1. **Demostraciones de maquinaria.** Constituyen la forma más popular de actividades demostrativas y registran el mayor número de visualizaciones en YouTube.
2. **Videos formativos** grabados en el sitio, por ejemplo, en el campo, en un establo o sobre una máquina.
3. **Tutoriales** sobre temas de mayor complejidad. Preferiblemente deben ser realizados en un estudio sencillo delante de una pantalla verde (preferiblemente grabados en interior frente a los videos formativos que se graban en el exterior).
4. **Innovaciones prácticas** y soluciones individualizadas para los productores.
5. **Videos de eventos** para transmitir una selección de contribuciones o impresiones de una conferencia.
6. **Resultados de investigación** comunicados a los grupos de interés. Normalmente no muy detallados y frecuentemente complementados con textos o artículos.
7. **Videos de reclamo** que pueden ser utilizados para llamar la atención sobre un manual recién publicado o la celebración de un evento.
8. Videos cortos en páginas web de servicios de asesoramiento agrícola pueden ser un valioso añadido a **textos online**.

Otros formatos populares en agricultura son los **video blogs** (vlogs) in los que los productores documentan y comentan el trabajo en sus explotaciones. **Videos promocionales**, por ejemplo, de almacenes de suministro, o **videos corporativos** de empresas y organizaciones son otros ejemplos de formato. Para producir este tipo de materiales recomendamos recurrir a profesionales de la imagen.

### Cuadro 2: Consejos para seleccionar un tema (para principiantes)

- Comenzar con un tema simple y claramente definido.
- Pregúntate: ¿será un video el medio más adecuado para este tema?
- Con cualquier idea para filmar debes pensar en primer lugar si puedes conseguir suficiente material visual para ese tema concreto.
- No es bueno aportar mucha información en formato texto si no puede ser ilustrada con imágenes. ¡Evita las cabezas parlantes!
- Detrás de cada tema hay una historia. Contar historias y provocar emociones son los puntos fuertes de un buen video.
- Se consciente de tus límites: Deja los temas y conceptos complejos, y los videos corporativos o promocionales a los profesionales.

<h3>1 Demostración de máquinas</h3>		 <p>Scan me</p>	<h3>2 Videos de formación</h3>		 <p>Scan me</p>
<h3>3 Tutoriales</h3>		 <p>Scan me</p>	<h3>4 Innovaciones prácticas</h3>		 <p>Scan me</p>
<h3>5 Eventos</h3>		 <p>Scan me</p>	<h3>6 Proyectos de investigación</h3>		 <p>Scan me</p>
<h3>7 Promoción</h3>		 <p>Scan me</p>	<h3>8 Suplemento a textos online</h3>		 <p>Scan me</p>

Fig. 1: Campos de aplicación de videos en agricultura



## 3. Equipo

### 3.1 Cámara

Puedes escoger entre smartphones, videocámaras o cámaras de fotos con función de vídeo (Fig. 2).

Los smartphones hoy suelen tener una excelente cámara integrada. Sin embargo, el control de la imagen en la pantalla es difícil con luz solar fuerte. Lo que es importante no olvidar es que cuando se filma con los smartphones hay que hacerlo siempre en modo paisaje, horizontal.

Las videocámaras están específicamente diseñadas para filmar. Son fáciles de manejar y requieren poca práctica. Ofrecen una pantalla ajustable, lo que es una gran ventaja con luz solar fuerte. Las videocámaras con visores y oculares ofrecen un control aún mejor de la imagen. El zoom es otra ventaja que tienen sobre los smartphones.

Las cámaras de fotos (tanto reflex como compactas) con función de vídeo ofrecen también una excelente calidad de imagen. Sin embargo, el manejo, especialmente el enfoque, requiere algo más de práctica que con las videocámaras.

Muy importante para todo tipo de cámaras: deben tener conexión para un micrófono externo y un adaptador de trípode.



*Fig. 2: Smartphone, videocámara o cámara de fotos, la calidad de la imagen es buena en todas. La elección correcta va a depender del uso que se le vaya a dar, del presupuesto disponible y de las preferencias personales.*

#### **Cuadro 3: Consejos para una elección correcta de la videocámara**

- Coge confianza con el equipo que ya tengas.
- Alquila cámaras y comprueba cual te viene mejor.
- Hay videocámaras con buena calidad de imagen a partir de 300 Euros.
- Asegúrate de que hay entradas para micrófono externo y auriculares.
- Depende del presupuesto del que dispongas si puedes adquirir una cámara con resolución Full HD o 4K. La edición de vídeo en 4K pide un ordenador más potente, y más capacidad de almacenamiento.
- Si el presupuesto está limitado, pero la demanda es alta tal vez sea necesario recurrir a equipos de segunda mano.

### 3.2 Otras clases de cámara

Vamos a hablar a continuación de otras tres clases de cámara que pueden ser particularmente interesantes para la producción de vídeos agrícolas (Fig.3), aunque no deberían considerarse como parte del equipamiento básico para principiantes.

Las **cámaras de acción** ofrecen imágenes espectaculares cuando se montan sobre el tractor o una máquina, gracias a la carcasa protectora contra polvo y golpes con la que normalmente se suministra. La calidad de la imagen es normalmente muy buena, la del sonido no.

Podemos encontrar **drones** con buenas cámaras y con buenas características de vuelo con precios a partir de 900 €. La Mavic Air de DJI, por ejemplo, es ligera, pequeña y fácil de manejar con un smartphone. Las fotos aéreas de parcelas, máquinas, rebaños de animales o edificios agrícolas mejoran los vídeos, aunque no es posible la grabación de sonido. Sin embargo, las grabaciones con drones sólo deben usarse cuando tenga sentido narrativo, asegurándonos siempre de que los drones se utilicen cumpliendo con la normativa de vuelo en vigor. Consejo: contrata a un piloto de drones amigo en lugar de comprarte uno. Otro: los niños y adolescentes suelen tener más habilidad con el joystick que los adultos.

#### Cuadro 4: Normativas nacionales para el uso de drones en Europa

- La normativa sobre drones es de ámbito nacional y puede ser más o menos restrictiva
- En esta web se puede encontrar buena información sobre las normativas en vigor en distintos países europeos <http://dronerules.eu/en/recreational/regulations>.
- Antes de su uso es imprescindible consultar la información oficial del país en cuestión.

Las **cámaras 360** ofrecen al espectador la posibilidad de tener una experiencia espacial completa, controlada por él en la pantalla o por medio de lentes de realidad virtual. Tienen un potencial muy grande en el área de los cursos de formación virtual y en las visitas virtuales. Sin embargo, la producción de vídeos de realidad virtual precisa de experiencia y una buena planificación.



Fig. 3: Populares en agricultura: Cámaras de acción, drones y cámaras 360.

### 3.3 Micrófono

Un buen sonido es tan importante como una buena imagen. Sobre todo en entrevistas podemos ver como los micrófonos incorporados en las cámaras de vídeo y smartphones no cumplen con esto. La calidad del sonido disminuye rápidamente a medida que aumenta la distancia entre la cámara y la fuente de sonido. Además, el ruido ambiental o el viento estropean a menudo estas grabaciones. La solución pasa por usar un micrófono externo.

Hay varios rangos de precio para los micrófonos con conexiones de cable y los inalámbricos (Fig. 4). También se puede distinguir entre los micrófonos de solapa y los micrófonos de mano. Los de solapa inalámbricos son muy adecuados para contextos agrícolas porque la persona filmada puede moverse libremente y usar sus manos para enseñar y demostrar cosas. El micrófono inalámbrico RodeLink tiene muy buena relación calidad-precio y tiene un coste aproximado de 300 euros.

Siempre es muy importante controlar el sonido a través de los auriculares. Puede que haya ruido, que la batería esté agotada o que se nos haya olvidado encender el micrófono inalámbrico. Asegúrate cuando compres una cámara de vídeo de que tiene entradas para micrófono y auriculares (Fig. 4, derecha).

Otra ventaja de los micrófonos externos es que usando protectores de viento podemos evitar esos zumbidos que hacen que las grabaciones sean inservibles incluso con vientos suaves.

Aparte de los micrófonos de solapa (lavalier) recomendamos también los de mano, que vienen muy bien cuando las entrevistas se hacen en sitios con mucho ruido ambiental.



*Fig. 4: A partir de 20 € podemos encontrar micrófonos simples para smartphones con cable. El sistema de microfónica inalámbrica de RodeLink tiene una buena relación calidad precio. Si compras una videocámara asegúrate de que tiene conexiones para micrófono (conector rojo) y auriculares (conector verde), aunque desgraciadamente en el segmento no profesional muy pocas cámaras cuentan con estos conectores.*

### 3.4 Trípode

Los vídeos con vibración son poco profesionales y son muy cansados de ver. Deberíamos utilizar siempre trípode. Hay distintas opciones (Fig. 5) que incluyen:

- Minitrípodes para móvil desde 20 €
- Mangos estabilizadores para movimientos suaves y dinámicos (“steady cam”)
- Los soportes de hombro y los monopies se recomiendan para cambios frecuentes de emplazamiento cuando no hay tiempo para preparar todo.

Los trípodes son la solución ideal para muchas aplicaciones. Con un acople específico para videocámaras y un poco de práctica podemos sacar planos muy fluidos.



Fig. 5: Las filmaciones movidas nos ponen en evidencia. Los trípodes forman parte de la equipación básica.

## 4. Planificando un video

Ya hemos mencionado que toda producción de video tiene tres etapas: la planificación, la filmación, y la edición. Claro, siempre podemos grabar un video sin preparar nada. Pero una buena planificación nos quita estrés y mejora la calidad de nuestro video. En función de la temática y de nuestra experiencia deberíamos dedicarle a esta etapa entre 2 y 4 horas, teniendo en cuenta que, a más complejidad, más tiempo hace falta para planificar.

### 4.1 Seleccionar un tema

Las primeras preguntas son: ¿se puede plasmar la idea que tengo en un video?, y... ¿se pueden convertir adecuadamente los contenidos a imagen? También... ¿tendría que achicar el tema?, y... ¿qué elementos de acción tengo disponibles para incluir en mi video?

Por ejemplo, un tema como "Biodiversidad en agricultura" se transforma en "Creación de espacios para la biodiversidad en fincas de labor", o más específico... "Plantación de setos" o "Mantenimiento de setos". Como norma general debemos tratar solo un tema por video.

### 4.2 Estructurar el tema

Durante la fase de planificación debemos escribir los puntos más importantes que queremos transmitir a nuestra audiencia. Primero como palabras clave y después como frases. Esto nos dará una primera aproximación a la duración del video. Como norma no escrita: 100 palabras equivalen a un minuto de video.

Ahora hay que estructurar los contenidos. Como en cualquier historia, un video necesita una introducción, un desarrollo, y un desenlace (Fig.6). La introducción plantea el tema y por qué es relevante. Es en esos primeros 30 segundos cuando se debe entender bien por qué es importante ver el video. Además, habrá que presentar al narrador y en caso de que sea necesario también el lugar donde se ha realizado la grabación.

En la siguiente parte se presentan soluciones, o se muestran recomendaciones para la acción. Siempre resulta muy útil dividir la parte principal en pequeños capítulos.

En el final deberemos poder extraer una conclusión breve. Por ejemplo, una referencia a otras fuentes de información como llamada a la acción. Esta estructura básica es la que se recomienda para todo formato de video.

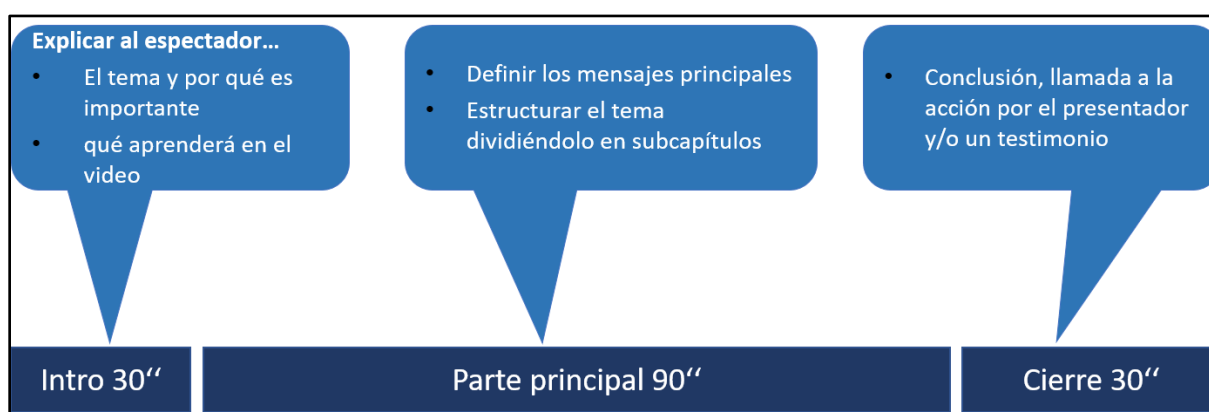


Fig. 6: Estructura básica de un video de 2-3 minutos. En función de la complejidad del tema se podrán hacer nuevas subdivisiones.

### 4.3 Narrador, presentador o inserción de texto

Ya hemos definido los contenidos. Ahora debemos decidir quién o quiénes los cuentan. En videos agrícolas podemos pensar en agricultores, investigadores, o técnicos. Como expertos que son pueden hacer que los contenidos suenen creíbles y auténticos.

Como posible alternativa podemos anotar los puntos principales y dejar que un narrador los lea con la voz en off. Ambos métodos tienen sus ventajas y sus inconvenientes (Fig.7).

Con frecuencia se combinan los narradores en off con las voces originales de los expertos.

En videos de duración corta se pueden complementar las imágenes con pequeñas inserciones de texto o subtítulos. En redes sociales los videos se ven normalmente sin sonido así que siempre es bueno la opción de los subtítulos.


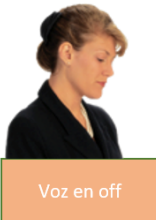
	Ventajas	Inconvenientes
 <p>Presentador</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• eficaz</li> <li>• auténtico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• persona adecuada</li> <li>• buena planificación</li> <li>• no es posible corregir después</li> <li>• costoso en tiempo de edición</li> </ul>
 <p>Voz en off</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• se puede escribir después</li> <li>• formulación clara</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• voz adecuada</li> <li>• se necesita más tiempo para escribir</li> </ul>
<b>Combinación: Moderador y voz en off</b>		

Fig. 7: Ventajas e inconvenientes de un presentador o un narrador en off.

### 4.4 Planificando la acción principal y los planos recurso

Tanto si el contenido es narrado por el entrevistado como si hay una voz en off es importante planificar el video tanto a nivel de narración como de imagen. El nivel de narración es la acción principal (A-Roll) mientras que el nivel de imagen se conoce como planos recurso (B-Roll) (Fig.8).

Cuando ya sabes lo que el narrador va a contar es necesario planificar que imágenes van a acompañar el nivel de narración. Esto es importante porque todas esas imágenes se van a grabar en el mismo día. En caso de que haya huecos podemos usar fotos o clips ya existentes. También es importante hacer una lista con las imágenes que se necesiten, para no olvidarnos de nada durante la grabación. En la Fig. 9 se muestra un modelo simplificado de guion audiovisual.

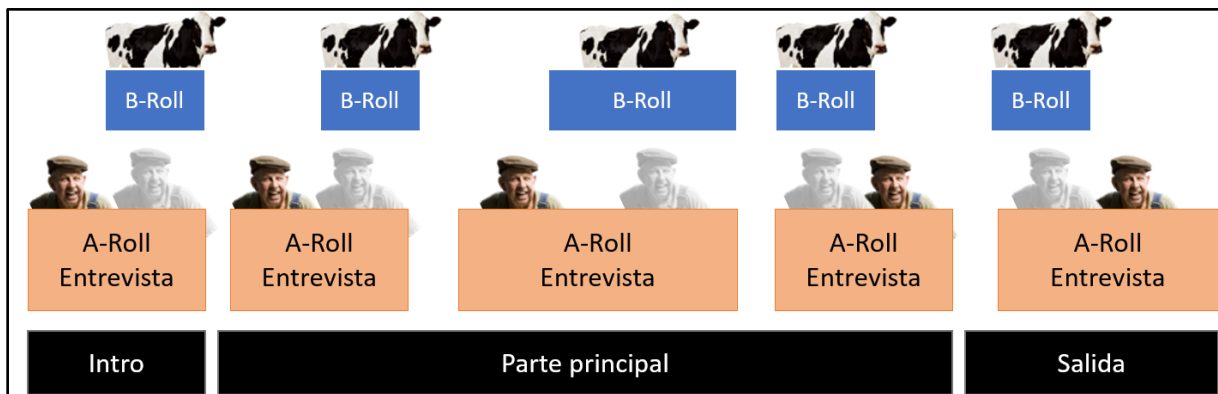



Fig. 8: La columna vertebral de un video es la acción principal (A-Roll), es decir, las declaraciones esenciales del entrevistado. Con los planos recurso (B-Roll) se ilustra lo que se ha dicho.



**PLAID**  
PEER-TO-PEER LEARNING:  
 ACCESSING INNOVATION  
 THROUGH DEMONSTRATION

**Guión del Video (título):**.....

**Formato:**      presentador                        narrador (voz)      solo títulos                        otros

<b>Contenido 100 palabras=1 minuto</b>	<b>Tipo de imagen</b>
<p><b>Intro</b> Explicación del problema, contar qué es lo que se mostrará en el video</p> <p><b>Palabras clave:</b></p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p><b>Tiempo estimado:</b></p>	<p>por ejemplo, presentación del productor, cultivo</p>
<p><b>Parte principal:</b> Explica tu innovación paso a paso</p> <p><b>Palabras clave:</b></p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p><b>Tiempo estimado</b></p>	<p>por ejemplo, maquinas trabajando, detalles, fotos</p>
<p><b>Salida:</b> Recomendaciones, llamadas a la acción, declaraciones de productores, etc.</p> <p><b>Palabras clave:</b></p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p> <p><b>Tiempo estimado:</b></p>	

Fig. 9:

Fig 9. Modelo de guion audiovisual para planificación de video.



## 5. Grabación del vídeo

### 5.1 Grabación de la acción principal y de los planos recurso

Durante la grabación es muy útil tener en mente los dos niveles: el de narración y el de imagen. Qué se grabe primero dependerá de la situación. Por ejemplo, en una demostración de maquinaria primero se graban las máquinas en acción, lo que van a ser los planos recurso. Esto incluirá planos en detalle y primeros planos, planos más generales, manos examinando el suelo labrado, personas rodeando las máquinas, etc.

Normalmente no se recomienda que para la narración (A-Roll) se usen los comentarios en directo que se hacen desde la organización del evento ya que la calidad del sonido suele ser mala y las explicaciones demasiado largas. Si fuese posible es siempre mejor grabar las explicaciones en una entrevista separada con la persona indicada (¡y prever esto en la planificación!).

Lo ideal sería que la persona que comenta pudiera dar su explicación delante de la maquinaria. Describiría los métodos de trabajo y sus ventajas e inconvenientes. Debería hablar en tiempo presente y construir las frases como si estuviera comentando en directo. Algo así como: "Aquí podemos ver la máquina tal...", "Como vemos la profundidad de trabajo es algo menor que la de la máquina cual..."

Esto asegura que los comentarios encajen perfectamente con las imágenes de la maquinaria. Por esto es por lo que los comentarios se graban después de la demostración, para que esa persona pueda haber visto la máquina funcionando en esas condiciones.

Hay otras situaciones como, por ejemplo, un agricultor explicando un proceso rutinario en las que la narración se puede grabar primero y después las imágenes, los planos recurso. Si se puede, todavía es mejor si la persona que explica también hace cosas como instalar un sensor o hacer un muestro de hojas. Para poder editar este tipo de grabaciones es siempre bueno primero filmar el comentario sin acción, y dejar para luego la filmación de los detalles.

### 5.2 Narración (A-Roll): 10 consejos para hacer entrevistas



[Enlace a tutorial "Como hacer entrevistas" \(en inglés\)](#)

Los comentarios explicativos se graban a menudo con forma de entrevista. Estos son algunos consejos de como hacer entrevistas.

1. **Atmósfera relajada:** Asegúrate siempre de que hay un ambiente relajado entre tú y la persona a quien vas a entrevistar.
2. **Sentada o de pie:** Normalmente la persona a quien se entrevista deberá estar de pie. Sólo cuando la entrevista es muy larga o si es una de esas personas que no paran de moverse, podemos hacerla sentados.
3. **Composición de la imagen:** La línea de ojos deberá estar sobre la línea del tercio superior (regla de los tercios). Si está por debajo la persona parecerá pequeña de un modo poco natural (Fig. 10). Tú eres el responsable de asegurarte de que la persona entrevistada aparezca profesional (peinado, vestimenta, etc.).

4. **Dirección de la mirada:** El entrevistado no debe mirar a la cámara directamente sino ligeramente hacia un lado, a los ojos del entrevistador. Sin embargo, cuando su papel sea el de moderador, sí podrá mirar directamente a la cámara.
5. **Modo automático:** Si la entrevista la hace una persona sola (cámara y entrevista simultáneamente), la cámara se montará sobre un trípode y se pondrá en modo automático. De esta forma te puedes concentrar en la persona que estas entrevistando y en lo que dice.
6. **No apagues la cámara:** Te recomendamos que dejes la cámara grabando durante toda la entrevista. Apagarla y encenderla te distraería y no ayuda a quitar nervios. Podemos también correr el riesgo de olvidarnos de encenderla.
7. **Asentir en silencio:** Durante la grabación el centro de atención debe estar en el entrevistado y en lo que dice. Intenta hacer contacto visual y no verbal con el entrevistado, asiente. Como entrevistador no debes hacer comentarios tipo "sí, claro" mientras la otra persona está hablando. Ese sonido no podrá después ser eliminado.
8. **Declaraciones nítidas:** Muy poca gente es capaz de describir algo de una forma concisa y precisa. Debemos planificar dos tomas. La primera servirá para tener una idea general del tema y para quitar nervios. La segunda se centra ya en las cuestiones más relevantes que deberán ser formuladas de la manera más concisa posible.
9. **Integrar la pregunta en la respuesta:** En la postproducción las preguntas se suelen eliminar para ahorrar tiempo. Para que la audiencia entienda el contexto el entrevistado deberá integrar las palabras clave de la pregunta en su respuesta.
10. **Repetición sin insistencia:** Cuando las preguntas no se responden satisfactoriamente es necesario repetir para cumplir con nuestras expectativas. Sin embargo, algunas veces puede ser de ayuda saltarnos alguna pregunta para recuperarla al finalizar la entrevista.



Fig. 10: En las entrevistas la línea de ojos debe quedar en la sección aurea, en el tercio superior. Si está por debajo, la persona entrevistada aparece pequeña y de un modo poco natural.

### 5.3 Planos recurso (B-Roll): Asegúrate variedad de planos



[Enlace a tutorial "Como crear metraje variado" \(en inglés\)](#)

En el guion audiovisual habremos definido con antelación y de una forma aproximada los motivos elegidos para los planos recurso. Podemos emplear distintos tipos de plano (Fig. 11). Cada toma individual debería tener una duración de al menos 30 segundos, sin zooms ni panorámicas, para que después podamos usarlos sin complicaciones en la edición.



Fig. 11: La variedad de planos recurso es esencial para conseguir una edición interesante.

Las tomas de planos recurso pueden incluir:

1. **Planos largos para abrir la escena:** Al comienzo el espectador debería poder visualizar el entorno en donde se celebra el evento (plano general). Lo más adecuado para esto sería un plano largo desde el suelo o desde un dron.
2. **Plano medio largo:** Este es el ideal para tomas de maquinaria, pero puede resultar aburrido si se utiliza con cierta frecuencia o durante demasiado tiempo.
3. **Detalles, primeros planos:** Los planos largos o medios se pueden complementar con primeros planos. Se pueden hacer de varias maneras: acercándonos con la cámara o haciendo un zoom con el teleobjetivo. Se puede también montar una cámara de acción sobre la maquinaria y conseguir unas vistas muy atractivas a las que normalmente no se tiene acceso.
4. **Material visual adicional:** Imágenes adicionales como por ejemplo una conversación entre agricultores, un trabajo manual, plantas, un paisaje... pueden ser de mucha ayuda en la edición y mejorar mucho la calidad final del video.

## 6. Post-producción

La post-producción es sobre todo editar. También vamos a hablar de la difusión vía YouTube.

### 6.1 Software de edición

En el mercado hay muchos programas de edición de vídeo. Algunos son gratuitos: iMovie para dispositivos Apple, Movie Maker para PCs, y también otros programas tan completos como [Hitfilm](#) or [Shotcut](#).

Sin embargo recomendamos la utilización de programas de pago, en el rango de 50 a 100 €, como [Adobe Premiere Elements](#). En los programas gratuitos los límites se alcanzan pronto, y otros como [Hitfilm](#) son con frecuencia demasiado complicados para que los principiantes puedan utilizarlos.

### 6.2 Edición



[Enlace a tutorial "Cómo editar tu vídeo" \(en inglés\)](#)

En la edición se unen la acción principal y los planos recurso (A-Roll y B-Roll) y así se crea la historia. (Fig. 12). Una edición eficiente requiere de práctica y disciplina. Los principiantes suelen perderse en los detalles antes de llegar a la versión sin pulir. Hay que avanzar siempre desde el producto bruto al acabado fino y cumplir con los siguientes pasos:

1. **Montaje en bruto de la acción principal:** Se empieza normalmente con la edición de la acción principal, por ejemplo, con la parte de comentarios. Se escuchan todas las tomas y se seleccionan las mejores. Los comentarios se estructuran de acuerdo con lo planificado y se reducen a lo esencial. Después de hacer los cortes es recomendable verlo varias veces y hacernos preguntas como: ¿Esta frase es importante para la comprensión del tema? ¿Esta frase hace que la historia avance? Este paso nos puede llevar entre 1 y 4 horas, en función de la cantidad de material que tengamos.
2. **Afinado de la acción principal:** Ya con el andamio hecho podemos eliminar tomas falsas, muletillas, etc.
3. **Inserción de los planos recurso:** En este paso lo que hacemos es seleccionar planos recurso para colocarlos en su posición sobre la acción principal. Así lo que hacemos es tapar algunos planos y al mismo tiempo clarificar y enfatizar el mensaje con las imágenes que consideremos adecuadas.
4. **Dar ritmo:** En este paso intentamos darle ritmo al vídeo. Por ejemplo, establecemos la duración de las secuencias de la acción principal, decidimos donde meter los planos reserva y los ajustamos al ritmo de la voz. Metemos música, títulos intermedios y pausas para que el espectador tenga tiempo de coger aliento. En ese punto el vídeo debería fluir, sin interrupciones o saltos forzados y poco naturales.
5. **Visionado:** Le enseñamos la versión (casi) finalizada a una persona externa, que nos dirá si se sigue y entiende con facilidad, si la duración es apropiada o cualquier otra cuestión que deba ser corregida. Después de estas últimas correcciones, el vídeo ya está listo para subirlo a YouTube.



Fig. 12: Colocación de la acción principal y los planos recurso en el programa de edición. Las secuencias de recurso se usan para tapar los cortes de la acción principal y apoyar visualmente su mensaje.

### 6.3 Duración ideal de los videos on-line

No hay una regla general sobre la duración que deben tener los videos pero normalmente se recomiendan 2-3 minutos. Al contrario que en los videos profesionales, la calidad de la imagen no es excelente ni tampoco la participación de los protagonistas, pero sin embargo su fuerza está en sus contenidos técnicos. Si queremos evitar una excesiva duración deberíamos mostrarlo a terceras personas que puedan señalar partes innecesarias del video antes de su publicación.

### 6.4 Música

Una música de fondo que encaje puede enriquecer un video pero hay que usarla con cuidado. De manera gratuita solo podemos usar música libre de derechos y YouTube tiene un catálogo muy amplio de este tipo de música en su audiolibrería. El problema es que los temas más populares se escuchan una y otra vez y se van quemando poco a poco. En caso de que queramos un poco más de nivel artístico habrá que recurrir a la música de pago. Se puede comprar en páginas como [audiojungle.net](http://audiojungle.net) o [premiumbeat.com](http://premiumbeat.com) y los precios van desde 20 a 50 USD por tema musical.

## 6.5 Difusión en YouTube

Para la difusión de videos agrícolas recomendamos YouTube ya que es la plataforma más extendida con este tipo de temáticas. Para poder subir videos debes tener un canal propio, o abrir uno nuevo. Cada día se abren miles de canales nuevos a los que se suben millones de videos. Por eso si queremos impacto y una buena difusión debemos tener en cuenta una serie de aspectos importantes.

Con las siguientes medidas podemos conseguir que tu video en YouTube sea más fácil de encontrar.

1. **Título:** Con significado y que incluya las palabras clave más importantes.
2. **Descripción:** Describe brevemente el contenido del video; también puedes añadir enlaces.
3. **Etiquetas:** Palabras clave, traduce las más importantes.
4. **Thumbnail:** No utilices las miniaturas personalizadas (thumbnails) que proporciona YouTube; usa algún fotograma de tu video que tenga sentido.

En los canales de YouTube recién abiertos es complicado generar de entrada muchas visualizaciones porque el número de seguidores es bajo. Al principio estos canales sirven más como repositorio online de videos. A partir de ahí podemos enlazarlos en otras páginas web y circularlos por redes sociales. El que un canal de YouTube sea aceptado por la comunidad va a depender de cuestiones como el tema, la calidad de los videos, de las redes que lo apoyen, etc.

## Agradecimientos

Nuestra gratitud a todos los productores, técnicos y demás expertos por compartir con nosotros su conocimiento en los videos de PLAID.

