

Acerca del vídeo del congreso

Objetivo

El video que se presenta en el congreso es "un acto divulgativo". Esto significa que:

1. El público al que va orientado es el *público general*, es decir, no necesariamente formado en ciencia o psicología. Por tanto, hay que utilizar un lenguaje inteligible.
2. Es un acto comunicativo: hay que ponerse en el lugar de quien lo recibe, no de quien lo emite. Hay que hacerlo de manera que levante el interés, que lo mantenga y que consiga enseñar, instruir o mostrar algo que lleve al aprendizaje de quien lo consume.
3. Se trata de divulgación científica. Ello implica que hay que dejar clara la sensación de que se trata de una investigación científica. Por ello hay que contar el método, conseguir que quien lo vea tenga la impresión de que el equipo está formado y que se puede confiar en los resultados.

Contenido

El vídeo ha de contener necesariamente cuatro elementos:

1. Quienes somos: que se os vea la cara y que sepamos vuestros nombres.
2. Qué queremos: cuál es el objetivo que se ha planteado el equipo. Y si se justifica la relevancia del objetivo, mejor.
3. Qué hemos hecho: el método, el proceso mediante el que habéis transitado desde los objetivos a los resultados. Aquí es donde se ve que lo que habéis hecho es ciencia, pero contado de forma divulgativa.
4. Qué hemos encontrado: los resultados o conclusiones.

Aspectos técnicos

No somos profesionales. Pero tenemos recursos técnicos suficientes como para cuidar detalles que garantizan un buen resultado:

1. Cámara estable. No se mueve.
2. Luz suficiente.
3. Sonido audible.
4. Buena pronunciación y ritmo. No se trata de imitar cómo hablan en otras partes. Habla como tú eres, con naturalidad. Pero hazlo de tal modo que garantices que te vamos a entender bien. Hay quien se atropella, quien no termina las frases, quien deja caer el volumen al final de las palabras de tal forma que no sabemos si ha dicho meseta o mesera. Esto se puede cuidar y te vendrá bien para cualquier exposición pública.
5. Todos los miembros del equipo aparecen, de un modo u otro.
6. Duración: el vídeo tiene 5 minutos *como máximo*. 5 minutos y 1 segundo ya no cumple con la condición. 3 minutos, sí.

Criterios

La evaluación traduce en número lo expresado hasta ahora. El peso de cada componente es:

No más de 5 minutos de duración	2
Contenido: quiénes somos, qué queremos, qué hemos hecho, qué hemos encontrado	3
Claridad formal: de sonido, de voz, de imágenes	3
Claridad de contenido: buen flujo de la información, buen discurso	3
Diversidad de participación: sin desequilibrios entre participantes	2
Creatividad, originalidad	3
Capacidad divulgativa	5
Impresión general	4
