

879324



UNIVERSIDAD LASALLISTA BENAVENTE
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
CON ESTUDIOS INCORPORADOS A LA
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
CLAVE 8793-24



El proceso de producción de un video
como herramienta de motivación para la lectura

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:

· Josefina Ramírez Aguirre

ASESOR:

Lic. Jesús Daniel Camargo Morales

CELAYA, GUANAJUATO, ABRIL DE 2004



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Josefina Ramirez
Aguirre

FECHA: 6/mayo/2004

FIRMA: J.A. Ramos

A mi pequeña Midori.

Por ser la luz de mi vida y el testimonio de mi existencia.

Esto es por ti y para ti, con todo el amor del mundo.

Agradecimientos:

Ante la culminación de una etapa y el logro de una meta tan trascendente, descubro que he recibido mucho de la gente que me rodea, y no quisiera omitir a nadie cuando se trata de decir GRACIAS.

En primer lugar, a Dios, por el milagro de cada mañana. Muy en especial por la oportunidad de compartir ese milagro, y de dejar testimonio de mi paso por esta tierra, por todas las lecciones de amor aprendidas a lo largo de los años.

En el mismo nivel, gracias a mis padres. Por darme vida en todos los sentidos, por apoyarme siempre y perdonar mis errores, dejando de lado el infinito dolor que les causaron. Tengan la certeza de que no fallaron, aquí está la prueba.

Gracias por ser mi ejemplo a seguir, por darme la familia más bella del mundo, por dejarme ser quien soy aunque no siempre estén de acuerdo en lo que hago. Por quererme tanto, por creer en mí...

En segundo lugar, a mis hermanos.

A Adrián, por sus chistes buenos y también por los malos, por ser una chispa de alegría y un soporte permanente. Porque lo importante no es estar siempre juntos, sino siempre presentes.

A Dany y Pau, por todas las tardes que me permitieron sentarme a escribir, por la confianza que me tienen, por la oportunidad de participar en su desarrollo y dejarme mostrarles un poco del camino que yo seguí, esperando les sirva de algo.

A mi hermana Ana y su esposo Héctor, por ser un pilar importantísimo de mi vida y un apoyo invaluable. Su fortaleza me hizo fuerte, su confianza me sacó de muchos baches y su cariño me motiva a seguir.

Gracias también a mis abuelos, porque con sus 50 años de matrimonio me enseñaron el verdadero valor de la perseverancia, y me avivan la esperanza de que el amor todavía existe, que es real y que puede vivirse en carne propia.

A mi abuela Ana, como homenaje de gratitud a una vida de esfuerzo y sacrificio, como testimonio de cada mañana de escuela y cada tarde de novelas, por ser un ejemplo de valentía, de lucha y de fe. Gracias a ti tengo la certeza de que es posible salir adelante, a pesar de todo y de todos.

A mis tíos y mis primos, todos y cada uno, por dejarme ser parte de sus vidas, por ser parte de mi historia y de mi futuro. Por dejarme ser testigo de cómo la vida se abre paso y continúa siendo la familia el único refugio seguro, el núcleo de la sociedad (por muy moderna que sea) y los cimientos de todo ser humano.

Quiero también agradecer a mis maestros, a mi Universidad que es mi segunda familia y el testigo de mi evolución. A todos los que formaron parte alguna vez de mi vida estudiantil: compañeros, amigos, hermanos todos.

Y al final, pero no menos importante, quise dejar a mi incondicional Miriam, como una muestra de que los simples amigos van y vienen, pero sólo los verdaderos amigos permanecen, se quedan hasta el final. Gracias por estar siempre conmigo, en las buenas, las malas y las peores; por ser la compañía de mi soledad, el ánimo de mi batalla diaria y el rescate seguro cuando siento que he perdido la guerra.

A todos los que han tocado mi vida y dejado la huella de su existencia. Mis maestros, mis compañeros de escuela, mis amigos de carrera, mis hermanos de vida. Los que me han amado y los que no, los que me han brindado su hombro para llorar, y los que han estrechado mi mano en los buenos momentos.

Este es un buen momento. Gracias infinitas.

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN.	
CAPÍTULO I. El video y el proceso de comunicación.	1
1.1 Definición de video.	2
1.2 Diferencia entre televisión y video.	2
1.3 Formatos de video.	3
1.3.1 Profesionales o semi-profesionales.	3
1.3.2 Doméstico.	4
1.4 Proceso de grabación en video.	5
1.5 Diferencia entre video analógico y digital.	6
1.6 Video y proceso de comunicación.	7
CAPÍTULO II. Funcionalismo, lectura y comunicación persuasiva.	12
2.1 El funcionalismo en comunicación.	12
2.2 Recursos audiovisuales en educación.	18
2.3 Proceso de lectura.	23
2.3.1 ¿Qué es leer?	23
2.3.2 Lectura.	23
2.3.3 Tipos de lectura.	24
2.3.4 Lectura de comprensión.	26
2.4 Comunicación persuasiva.	30

CAPÍTULO III. Investigación Preliminar.	34
3.1 Planteamiento del problema.	36
3.2 Objetivos.	37
3.2.1 General.	37
3.2.2 Específicos.	37
3.3 Hipótesis.	38
3.4 Metodología.	40
3.5 Tabulación y resultados.	43
CAPÍTULO IV. El proceso de producción.	49
4.1 Pre-producción.	49
4.1.1 El presupuesto.	51
4.1.2 Plan de producción o timetable.	52
4.1.3 Personal de producción.	52
4.1.4 Guión literario.	53
4.1.5 Guión técnico.	53
4.1.6 El equipo de grabación.	73
4.1.7 Plan de escenografía e iluminación.	73
4.1.8 Permisos correspondientes.	74
4.1.9 Casting de modelos y/o actores.	74
4.1.10 Scouting.	75
4.1.11 Apartado de salas de edición y post-producción.	75

4.1.12	Detalles generales.	76
4.2	Producción.	76
4.2.1	Reporte del día.	77
4.2.2	Limitaciones y fallas.	78
4.2.3	Cambios de último momento.	79
4.3	Post-producción.	80
CAPÍTULO V. Investigación concluyente.		87
5.1	Planteamiento del problema.	88
5.2	Objetivos.	88
5.2.1	General.	88
5.2.2	Específicos.	89
5.3	Hipótesis.	90
5.4	Metodología.	91
5.5	Tabulación y resultados.	94
CONCLUSIONES.		
BIBLIOGRAFÍA.		
GLOSARIO DE TÉRMINOS.		

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de tesis nació como un proyecto ambicioso, pretendiendo convertirse en una propuesta teórico metodológica de motivación lectora a nivel secundaria.

Iniciado el proceso de investigación, se determinó que para alcanzar tal objetivo requeriría el desarrollo de dos trabajos de tesis. Esta circunstancia obligó al proyecto a quedarse en su primera etapa: la creación de un mensaje grabado en videotape que sirviera como chispa para encender el motor de la motivación.

El video desarrollado en el presente trabajo tiene un fundamento científico en su totalidad. Creo firmemente que la diferencia que existe entre un comunicador empírico y un Comunicólogo es precisamente el respaldo científico que da a su quehacer diario.

El compromiso de un Licenciado en Ciencias de la Comunicación para consigo mismo y con la sociedad es ser honesto, coherente y sobre todo, profesional. Esta fue la premisa para la realización del presente trabajo de tesis: ser profesional.

No sólo porque es el testimonio de la culminación de mis estudios universitarios, se trata de trazar una línea a seguir que se convierta en mi filosofía de vida.

El proceso fue complicado en algunos puntos, sencillo en otros. Cada día se aprende algo nuevo y muchas enseñanzas me quedaron de la presente investigación; la más importante considero que fue llegar a la meta propuesta, sin importar cuántos obstáculos se interpusieran en el camino.

CAPÍTULO I

EL VIDEO Y EL PROCESO DE COMUNICACIÓN¹

Puede decirse que el videotape vino a revolucionar la industria de la televisión, puesto que antes de su llegada, los programas se hacían en vivo o se filmaban en celuloide, que resultaba costoso y tardado.

El proceso de grabación de imagen es muy similar al de grabación de audio en cinta; las señales eléctricas de la imagen y el sonido son grabadas en una cinta magnética especial. La cinta consiste en una base de plástico o poliéster con un revestimiento de finas partículas de óxido de hierro, el cual es magnético. Un dispositivo o transporte lleva la cinta a tener contacto con la(s) cabeza(s) de grabación-reproducción.

Por medio del video se puede grabar e inmediatamente reproducir la señal sin ningún proceso intermedio, como sucedía con el celuloide, o tal vez después de algunas horas, días o años de ocurrido el evento.

El video puede ser fácilmente duplicado, de esta forma se protege la grabación original (master) y se utilizan sólo las copias, que al ser hechas directamente del master, garantizan la fidelidad de video y audio, por ser copias de primera generación.

El bajo costo de duplicación es otra ventaja del video, puesto que se hacen a alta velocidad con excelente calidad.

¹ TOSTADO Span, Verónica *Manual de producción de video. Un enfoque integral*. Primera Edición. México. Alhambra Mexicana, 1995. 288p. GONZÁLEZ Treviño, Jorge E. *Televisión, Teoría y Práctica*. Primera Edición. México. Alhambra Universidad, 1992. 280p. GONZÁLEZ Treviño, Jorge E. *Televisión y comunicación, un enfoque teórico práctico*. Primera Edición. México. Pearson Universidad, 1994. 277p.

Otra característica es que se pueden grabar simultáneamente video y audio, quedando en sincronía para su reproducción.

En la edición se puede reproducir de inmediato cada una de las inserciones o ensambles, y en caso de no quedar conforme con la edición lograda, se puede intentar una y otra vez hasta que quede al gusto del editor.

Las películas o filmes se pueden transferir al video con un bajo costo y a la velocidad de reproducción, lo que marca otra de las múltiples ventajas del trabajo en video.

1.1 Definición de video

Antes de comenzar con la clasificación y el proceso de producción de un video, necesitamos dejar definido lo que se entenderá por *video* en el presente trabajo.

Según Verónica Tostado Span², *“El término video se utiliza para denominar aquel producto que se graba con una sola cámara, posteriormente se edita y se puede o no transmitir a través de la televisión”*.

El video, como tal, forma parte de la televisión, pero también puede ser un producto independiente.

1.2 Diferencia entre televisión y video.

Es común entender a la televisión y al video como un mismo medio de comunicación, sin embargo, cada uno tiene características esenciales que los distinguen. La **televisión** es un sistema de emisión y recepción a

² TOSTADO Span, Verónica *Manual de producción de video. Un enfoque integral*. Op. cit Pág 21

distancia de imágenes en movimiento y sonidos sincronizados por medio de ondas electromagnéticas. Por su parte el video es un medio para almacenar todos estos elementos, reproducirlos cuantas veces se desee, y sobre todo es susceptible de manipularse.

“En un sentido estricto decimos **hacer un video** cuando la producción de nuestro programa está basada principalmente en el grabado (almacenamiento) de imágenes para su posterior edición, musicalización, inclusión de efectos, etc; en cambio, decimos **hacer un programa de televisión** cuando las imágenes y el audio se van generando, editando (mezclando) al mismo tiempo que podrían estarse transmitiendo.”³

La diferencia sustancial entre televisión y video radica en el auditorio receptor del producto. La televisión es un producto masivo, mientras que el video es un producto selectivo.

1.3 Formatos de video⁴

1.3.1 Profesionales o semi profesionales.

El video o videotape se mide por el ancho de la cinta. El primer videotape que se puso en operación fue el de dos pulgadas, que ya salió del mercado. Su formato es de carrete abierto y se pueden realizar grabaciones desde 92 hasta 192 minutos.

³ www.distancia.unam.mx

⁴ GONZÁLEZ Teviño, Jorge E. *Televisión y Comunicación* Op.cit. pág 203-206

Le siguió el formato de 1 pulgada tiene una excelente calidad profesional, es de carrete abierto y se pueden grabar hasta 3 horas y media.

En el formato de videocasete más grande es de $\frac{3}{4}$ de pulgada y es conocido como sistema U-Matic, diseñado para producciones profesionales, su tiempo máximo de grabación son 60 minutos.

En alta calidad y con formato de videocasete está el sistema Betacam; es una cinta de $\frac{1}{2}$ pulgada de ancho, cuenta con el sistema de avance de alta velocidad y graba por "componentes" (grabación de las señales de color por separado, así como la de luminancia, produciendo una imagen de excelente calidad) También en $\frac{1}{2}$ pulgada está el sistema VHS M-II y el sistema Super VHS (S-VHS).

Hi 8 es práctico por su tamaño y de buena calidad de grabación. Su sistema de grabación es por componentes.

Después vino el formato DVcam, que es de grabación digital, con un ancho de $\frac{1}{4}$ de pulgada, tiene una excelente calidad de grabación y reproducción.

El formato más pequeño es el mini-DV con $\frac{1}{4}$ de pulgada de ancho y la mejor calidad con sistema de grabación digital.

1.3.2 Doméstico.

Los 3 principales sistemas de videotape domésticos son incompatibles entre sí. Los tres vienen en formato de videocasete y con el sistema de grabación helicoidal en video compuesto. Se manejan diferentes velocidades de grabación, considerando que entre mayor sea la velocidad, es mayor la calidad de la imagen.

Betamax (Beta) tiene un ancho de cinta de ½ pulgada; se maneja en tres velocidades: Beta I, Beta II y Beta III. La capacidad de grabación en la velocidad mayor sólo la tienen algunas videocaseteras, principalmente las industriales. Puede grabar hasta tres horas, y es un formato que prácticamente ya salió del mercado.

VHS (Video Home System) es un formato de ½ pulgada muy firme en el mercado que maneja tres velocidades: EP, LP y SP, siendo la mayor SP, que puede grabar hasta seis horas.

Tenemos también el 8 mm llamado así por el ancho de su cinta (1/4 de pulgada), es un sistema que graba en dos velocidades: LP y SP.

En los tres formatos domésticos los videocasetes pueden contener diferente longitud de cinta. Dependiendo de la velocidad de grabación y la cantidad de cinta es la capacidad de tiempo de grabación en el casete. Es muy aceptable la calidad de la imagen en estos formatos cuando las grabaciones son originales, pero al realizar copias en los formatos domésticos la calidad disminuye en forma considerable.

1.4 Proceso de grabación en video.

Consiste en el paso del video o cinta por las cabezas grabadoras colocadas en un tambor de movimiento giratorio. Existen dos sistemas de grabación en video: el transversal y el helicoidal.

El sistema de rastreo trasversal cuenta con cuatro pequeñas cabezas grabadoras que giran a 14 400 revoluciones por minuto, grabando la señal de video en una cinta de dos pulgadas de ancho.

El sistema helicoidal puede tener de una a cuatro cabezas grabadoras montadas en un tambor giratorio que registran la información en la cinta en forma diagonal.

1.5 Diferencia entre video analógico y digital.⁵

El video analógico es una señal electromagnética que fluctúa exactamente igual que el estímulo original y es continua en el tiempo. Requiere de mucho más espacio físico debido a que el campo numérico por medio del cual se representan las señales es infinito.

En cambio el video digital convierte una imagen o un sonido en valores binarios (unos y ceros), es decir en impulsos on/off, por lo tanto reduce considerablemente el espacio físico en el que es almacenada ya que se tiene una señal discretizada en un campo de valores limitado.

Trabajar con video digital presenta varias ventajas, entre ellas:

- Mayor facilidad de manipulación.
- Mayor capacidad de procesamiento para compresión.
- La copia de un video digital es exactamente igual al original. La copia analógica es una aproximación.
- Versatilidad en el almacenamiento.

La desventaja del video digital o de una imagen digital radica en que se requiere de un dispositivo específico para que el ojo humano la reciba. En cambio, una fotografía impresa, es una imagen analógica con acceso directo a la vista.

⁵ www.distancia.unam.mx

1.6 Video y proceso de comunicación

El video como será manejado en el presente trabajo, es una producción particular o institucional que se realiza con fines determinados y se presenta al auditorio específico para el que fue creado.

Aquí entran en juego los elementos del proceso de comunicación, puesto que nuestro producto es el mensaje que queremos llevar a un público o receptor, definido previamente, con miras a lograr un objetivo.

Según el modelo de Laswell (1948) tenemos cinco elementos en el proceso:

1. *¿Quién dice?* El emisor, creador del mensaje.
2. *¿Qué dice?* El mensaje en sí.
3. *¿En qué canal?* Es el medio por el que se transmite el mensaje.
4. *¿A quién?* El receptor.
5. *¿Con qué efecto?* La respuesta esperada.

Teniendo en cuenta que si la respuesta no está presente, no podemos decir que exista comunicación. Esa es la diferencia sustancial entre la comunicación y la información: la retroalimentación.

Podemos decir que la información es simplemente la emisión de un mensaje por medio de un canal hacia un receptor, determinado o no.

Para dejar un poco más claro el papel que juega cada uno de estos elementos dentro del proceso de comunicación, se hace necesario mencionar sus características:

El emisor debe tener un conocimiento total del mensaje, debe conocer al receptor, debe definir cómo va a transmitir el mensaje y qué código va a usar. De igual manera, debe clarificar el objetivo del mensaje y determinar dónde se va a recibir y cuándo será enviado.

En cuanto al receptor, debe estar presente, conocer al emisor, estar atento o interesado, debe tener la capacidad para recibir el mensaje, conocer el código y contestar el mensaje.

El mensaje es la idea que se comunica, y dentro de él existen tres factores: 1) el código, que es la estructura de símbolos en que se cifrará el mensaje; 2) el contenido, que es la selección del material para exponer una idea; y 3) el tratamiento, que es la frecuencia, redundancia, sintaxis, énfasis, la manera en la que se presenta el mensaje.

El mensaje debe ser verdadero, claro, sencillo, nítido, lógico, corto, completo y oportuno.

En cuanto al canal, decimos que es el medio de transmisión del mensaje, y son tan variados como las formas de comunicación del hombre. Así pues, tenemos que el aire es un canal al transmitir ondas sonoras, de radio y televisión, señales satelitales, etc. Los propios cableados telefónicos, telegráficos, los satélites, son canales de comunicación.

Al mismo tiempo, el cuerpo humano es un canal, el papel de los libros, revistas, carteles, anuncios publicitarios e impresos en general. Toda la materia que es capaz de ser transmisor de un mensaje es considerado un canal de comunicación.

Pero no todo el proceso es así de limpio y claro, existen elementos que bloquean o distorsionan la comunicación: los ruidos o barreras comunicativas.

Las barreras son interferencias del proceso de comunicación que se dan después de la codificación del mensaje, y pueden ser: físicas (agentes externos), psíquicas (estados de ánimo) , técnicas (fallas de aparatos), fisiológicas (limitaciones corporales) o semánticas (contexto cultural, idioma, modismos o sinónimos).

Estas barreras no siempre pueden ser previstas y solucionadas, lo que disminuye la calidad de la comunicación y puede generar malas interpretaciones o problemas de comunicación.

La comunicación es, entonces, el flujo de información en el que el emisor transmite un mensaje por medio de un canal hacia un receptor que lo decodifica y lo procesa, y que después emite una respuesta, invirtiendo el modelo.

A esto se llama proceso dialéctico de la comunicación.

Para fines del presente trabajo, dejaremos sentado que pretendemos entablar un proceso de comunicación mediante la producción de un video como herramienta de motivación para la lectura.

¿De qué manera? En nuestro caso, somos el emisor, el generador del mensaje, que será transmitido por medio del video, (que es nuestro canal e instrumento), hacia un receptor (los estudiantes de secundaria) con una respuesta esperada (la motivación para leer).

El medio o canal es el objeto de estudio del presente trabajo, puesto que es en el proceso de producción del video en el que quedará plasmado el mensaje, y de éste depende el éxito o fracaso de la comunicación.

Por lo tanto, el trabajo medular consiste en la creación de un mensaje efectivo para el propósito definido, y su consiguiente producción en video, con el fin de probar su éxito.

Un proceso de comunicación eficiente requiere tomar en cuenta varios puntos, contenidos en el diagrama siguiente: (Ver figura 1)

ELEMENTOS	FACTORES A CONSIDERAR
Fuente, Emisor o codificador	<ul style="list-style-type: none"> • Características del Emisor. • Habilidades comunicativas: <ul style="list-style-type: none"> - 2 codificadoras: hablar y escribir. - 2 decodificadoras: leer y escuchar. - pensar o reflexionar (experiencia del individuo). • Actitudes: <ul style="list-style-type: none"> - hacia sí mismo. - hacia el tema. - hacia el receptor. • Conocimientos. No se comunica lo que no se sabe. • Status. Nivel socio-cultural.
Mensaje	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué quiero decir? • ¿A quién? (Conocimiento de las características del receptor). • ¿Qué importancia tiene? • ¿Para qué?
Canal	Debería decidirse cuál como respuesta directa a los puntos anteriores.
Receptor, destino o decodificador	<ul style="list-style-type: none"> • Características del Receptor. • Habilidades comunicativas: <ul style="list-style-type: none"> - 2 codificadoras: hablar y escribir. - 2 decodificadoras: leer y escuchar. - pensar o reflexionar (experiencia del individuo). • Actitudes: <ul style="list-style-type: none"> - hacia sí mismo. - hacia el tema. - hacia el emisor. • Conocimientos. No se comunica lo que no se sabe. • Status. Nivel socio-cultural.
Mensaje	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Qué entendí? De acuerdo con mis experiencias. • ¿Qué importancia tiene? • ¿Para qué me sirve?

Este es el proceso que entablaremos con los estudiantes de secundaria, tratando de eliminar la mayor cantidad de barreras y ruidos, logrando una comunicación eficiente.

Y ¿cuál es el papel del Licenciado en Ciencias de la Comunicación dentro de este proceso?

El Comunicólogo se convierte en el emisor del mensaje, y siendo el especialista en comunicación, le corresponde conocer al auditorio, plantear los objetivos del mensaje, crear un mensaje pertinente, plasmarlo en video y presentarlo al público objetivo para recibir la respuesta y evaluar los resultados. Todo lo anterior, por supuesto, con una estricta base científica.

CAPÍTULO II

FUNCIONALISMO, LECTURA Y COMUNICACIÓN PERSUASIVA

2.1 El funcionalismo en comunicación.⁶

La comunicación, más que una disciplina científica autónoma, constituye un campo de estudio para las diferentes ciencias sociales. Las diferentes teorías que han estado en boga en la sociología o psicología han sido determinantes en el desarrollo de enfoques y escuelas en comunicación.

Así pues, con el auge del conductismo en las primeras décadas del siglo XX, se desarrolló la *teoría de la aguja hipodérmica* o *teoría de la bala*, que “daba por sentado que ciertos estímulos, hábilmente elaborados, llegaban a través de los medios a cada uno de los miembros individuales de la sociedad de masas, y que cada uno de ellos los percibía del mismo modo, provocando en todos una respuesta más o menos uniforme”.⁷ Ver figura 2

En esta teoría, se intensifica el poder atribuido a la comunicación masiva, porque se asumía que la audiencia podría adoptar casi cualquier postura que el comunicador deseara.

Tras la Primera Guerra Mundial, a partir de los años treinta, las teorías tomaron un enfoque más optimista, se dejó de lado la “omnipotencia” de los medios y se dio paso a la influencia personal.

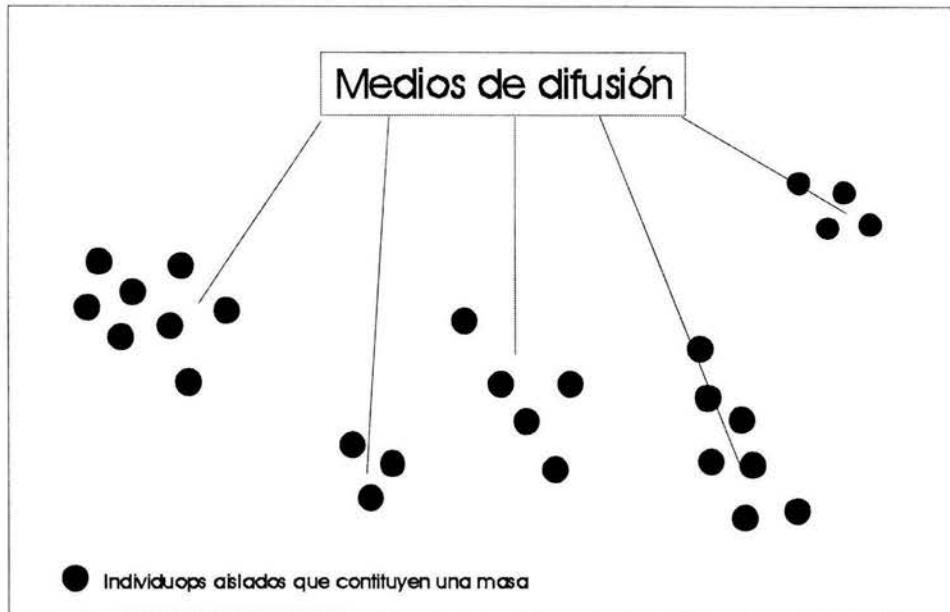
Con el auge de la teoría funcionalista en las Ciencias Sociales, vino también la adopción de metodologías cuantitativas (encuesta, análisis de contenido, etc.) que no encontraron los resultados propuestos por la teoría

⁶ PAOLI, J. Antonio. *Comunicación e información. Perspectivas teóricas*. Tercera Edición. México. Trillas-UAM, 1983. p.56

⁷ LOZANO Rendón, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. Primera Edición. México. Alambra Mexicana, 1997. p40-ss.

de la bala, por lo que se buscó un nuevo enfoque en el estudio de la comunicación de masas.

Figura 2. Teoría de la aguja hipodérmica o de la bala



El funcionalismo tiene dos principios básicos:

- a) Considera que el consenso en ciertos valores básicos es el principal rasgo que mantiene unido y ordenado a cualquier sistema social.
- b) La sociedad puede ser vista como un sistema integrado compuesto por partes independientes. Las instituciones (familia, escuela, iglesia, gobierno), existen para satisfacer necesidades sociales que permitan el desarrollo armónico, la estabilidad y el orden del sistema social.

A partir de estos principios, los teóricos de la comunicación dejaron de cuestionarse por los efectos negativos de la comunicación de masas y

comenzaron a preocuparse por la función que desempeña en el desarrollo de la vida social.

Se hace presente la necesidad de dar una definición concreta de funcionalismo, que tomaremos como: “*Teoría social que pretende explicar los fenómenos sociológicos a partir de su función en el conjunto de las instituciones existentes*”.⁸

Los pioneros del funcionalismo en comunicación son Harold Laswell y Charles R. Wright. Una de las primeras aplicaciones de esta perspectiva es el modelo de Laswell (1948) y ya en el primer capítulo puntualizamos que éste sería el paradigma o modelo de la presente tesis⁹.

Laswell proponía estudiar la comunicación de masas desde dos marcos de referencia: su estructura y sus funciones.

“Sobre las funciones de la comunicación de masas, Laswell señalaba tres:

1. *La supervisión del entorno.* Función de recopilar y distribuir información respecto al entorno, tanto dentro como fuera de cualquier sociedad particular. Corresponde aproximadamente a la circulación de noticias.
2. *La correlación.* Interpretación de la información sobre el entorno y sugerencias de cómo reaccionar ante los acontecimientos (editoriales, propaganda).
3. *Transmisión de cultura.* Actividades destinadas a comunicar el acopio de las normas sociales de un grupo, información, valores, etcétera, de una generación a otra de

⁸ *Diccionario Enciclopédico REYMO*. Primera Edición. México. Ediciones Trébol, 1996. p. 406.

⁹ Ver Capítulo I: El video y el porceso de Comunicación. p.8

los miembros de un grupo a los que se incorporen al mismo (secciones culturales, documentales históricos y artísticos, etc.).”¹⁰

Unos años más tarde, en 1954, Charles R. Wright agregaba una cuarta función:

4. *Entretenimiento*: Actividad destinada primordialmente a distraer a la gente, independientemente de los efectos instrumentales que pueda tener.

Wright afirmaba que el hecho de no haber contacto interpersonal entre el medio y el público, derivaba en tres tipos de consecuencias:

- Funciones manifiestas: los resultados buscados explícitamente.
- Funciones latentes: los resultados inesperados.
- Disfunciones: los efectos indeseables desde el punto de vista de la sociedad o sus miembros.

Años más tarde, Paul Lazarsfeld y sus colegas estudiaban la manera en que los medios influían en la selección y votación de candidatos presidenciales en los Estados Unidos, y a partir de estos estudios, concluyó que:

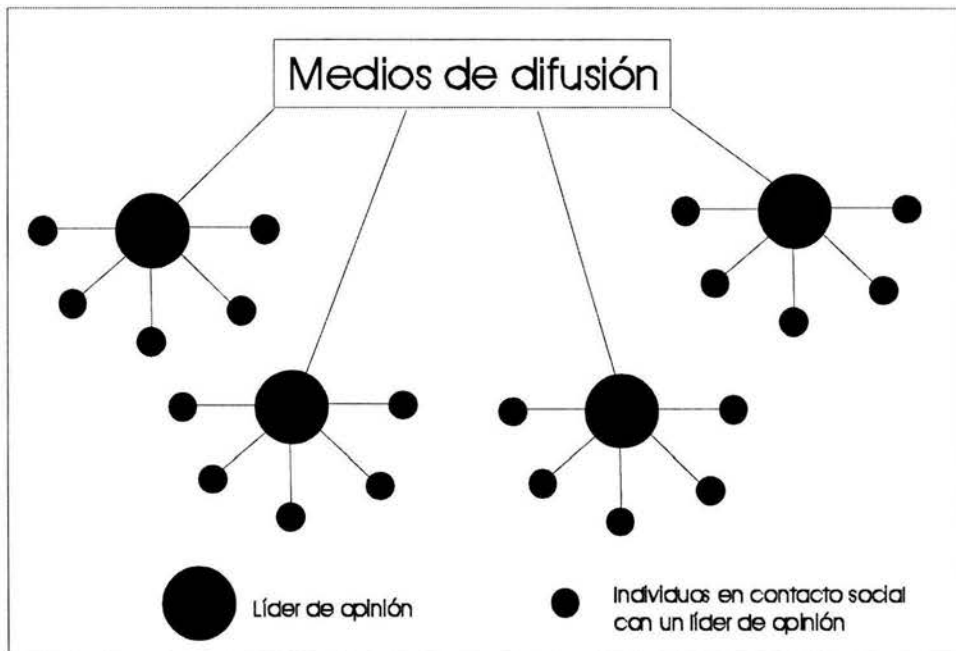
“El impacto de los medios es, por lo común, muy limitado, debido a que la lealtad al partido elegido y las conexiones sociales interfieren y neutralizan los mensajes de los medios masivos, en los que no se tiene tanta confianza como en la propia familia, los amigos y los compañeros de trabajo. La influencia no va directamente de los medios al

¹⁰ LOZANO Rendón, José Carlos. Op. Cit. P.45

individuo, sino que llega a la mayoría de las personas a través de un número pequeño de personas informadas que filtran las noticias para todos los demás (los llamados líderes de opinión)¹¹.

A esto le llamamos *flujo de comunicación en dos pasos*. Ver figura 3.

Figura 3. Flujo de comunicación en dos pasos



Basado en estas conclusiones, Lazarsfeld caracterizó a los medios con dos funciones y una disfunción:

1. Función de conferir prestigio. Se refiere a que los personajes que salen en televisión adquieren un estatus elevado en comparación con el común de la gente.

¹¹ SCHRAMM, Wilbur. *La ciencia de la comunicación humana*. Quinta edición. México. Editorial Roble, 1975 p. 90-ss

2. Función de reforzar normas sociales. Por medio de la televisión, los personajes pueden apoyar o desacreditar ciertas normas sociales.
3. Disfunción narcotizante. Significa que puede ser tan atractiva que envíe a quien pasa horas y horas frente al televisor, como hipnotizado.

En la presente tesis, abordaremos la función de reforzar normas sociales (fomentar el hábito de la lectura), y atacaremos la disfunción narcotizante (evitar ver la televisión como vicio).

Quisiera cerrar este apartado con una propuesta hecha hace algunos años por el último gran Semiótico que queda con vida: Umberto Eco.

“Una prudente política cultural (mejor, una prudente política de los hombres de cultura, como corresponsables de la *operación TV*) será la de educar, aún a través de la Televisión, a los ciudadanos del mundo futuro, para que sepan compensar la recepción de imágenes con una rica recepción de informaciones escritas.

La civilización de la televisión como complemento a una civilización del libro.”¹²

Es en esta afirmación donde pretendo afianzar mi trabajo de tesis. Creo que es posible hacer de la televisión una herramienta de aprendizaje y de formador, de culturizador, creo firmemente que es posible devolverle su dignidad al medio; dignidad que la violencia y la mercadotecnia mal empleada han ido socavando al transcurso de los años.

¹² ECO, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. México. Tusquets editores. 1995 267p.

No debemos olvidar que la televisión nació con objetivos informativos y culturales, las primeras televisoras¹³ eran financiadas por el gobierno para transmitir programas culturales y educativos, fue después que se agregaron los noticiarios y más tarde los programas de entretenimiento.

La televisión (y el videotape, por ende) es mucho más que diversión. Desde nuestro enfoque funcionalista, no debemos olvidar que nosotros como productores de un video, como creadores del mensaje, somos los responsables de la comunicación.

2.2 Recursos audiovisuales en educación.

Se ha hablado mucho de la disfunción narcotizante de la televisión en nuestro tiempo. Se culpa al medio por el conformismo de las masas, por la decadencia de los valores en la juventud, por la falta de atención de los niños, entre otras cosas.

Pero ¿es la televisión realmente culpable de todo eso?

La cultura mexicana confiere un especial status a la televisión. Desde niños, los personajes de la televisión se convierten en modelos a imitar por la mente en formación; crecemos con el sueño de ser como el artista famoso, como el personaje de la telenovela, como el héroe de la caricatura...

La televisión se ha convertido en la educadora de las nuevas generaciones. Ya sea porque ambos padres trabajan para sostener a la familia o porque es muy fácil deshacerse de los niños, éstos pasan demasiadas horas frente al televisor.

¹³ BOOHMANN, Karim. *Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México*. Mc. Graw Hill. P.75

El gusto de las mentes inquietas de los niños por el movimiento, la fuerza del color y el sueño de crecer hacen que la televisión sea mucho más atractiva que los libros, escolares o literarios. Los niños mexicanos pasan de 3 a 6 horas diarias frente al televisor. Los jóvenes, de 2 a 8 horas¹⁴, en contraste con el 1.4 de promedio de lectura anual del mexicano. ¡1 libro al año contra 1825 horas de televisión!

Sin embargo, no todas son malas nuevas, también existen sistemas completos de educación por televisión; entre ellos se cuentan la Teleprimaria, la Telesecundaria, el Video Bachillerato e incontables cursos de idiomas, manualidades y artes por medio del videotape.

Estos sistemas nacieron específicamente para las zonas rurales o urbanas marginales en las que los niños y jóvenes en edad escolar no tienen acceso a las escuelas públicas, o éstas quedan lejos de sus comunidades.

La Telesecundaria, en particular, comenzó a funcionar en el año de 1981 en el Estado de Guanajuato, y a la fecha tiene decenas de escuelas funcionando en áreas marginales con excelentes resultados.

Lo anterior corrobora que es posible utilizar el medio para fines educativos, y no sólo eso, sino que funciona. Entonces partimos de la premisa que es no sólo viable sino efectivo utilizar el recurso audiovisual dentro del campo educativo.

En el particular que nos ocupa, se podría pensar que es más complicado que eso, puesto que no pretendemos fomentar una enseñanza, sino un hábito.

La lectura ha estado presente de manera histórica en la humanidad, pero la generación de la televisión ha dejado de lado la riqueza cultural que

¹⁴ www.encuestas.com *La televisión mexicana, ¿niñera o educadora?* Por Roberto García. México, 2002.

encierra un libro y prefiere la facilidad del recurso audiovisual. El reto de la presente tesis, es hacer realidad el sueño de Eco y comenzar en un punto la titánica tarea de empatizar la civilización de la televisión y la del libro, con la ayuda de un video.

Ya que el objetivo de dicho video es el fomento de la actividad lectora en los chicos de secundaria, considero lo más importante mantener en mente que somos capaces de enseñar a alguien cualquier disciplina en la que seamos diestros.

Herbert Kohl puntualiza en su ensayo *¿Quién está preparado para enseñar?*¹⁵:

“Muchos de nosotros menospreciamos lo que sabemos y olvidamos cómo lo hemos aprendido y, por lo tanto, no creemos en nuestra capacidad de enseñar. Estamos habituados a creer que los profesionales son los únicos que pueden enseñar y que la enseñanza requiere de una capacitación específica. Si tenemos una cierta habilidad, podremos compartirla con alguien; no necesitamos tener un certificado para transmitir lo que sabemos a alguien o apoyar en su intento por aprender por sí mismo”.

En otro ensayo titulado *Pensar que la lectura es importante*, Herbert Kohl¹⁶ nos señala:

“A las personas que no leen o escriben con cierta frecuencia o placer, se les dificulta lograr que otros lo hagan. Es difícil enseñar a valorar algo que nosotros devaluamos. La forma en que se siente el maestro en relación a la materia que

¹⁵ LADRÓN DE GUEVARA, Moisés. *La lectura* (Antología). Primera Edición. México. Ediciones El Caballo-SEP-Consejo Nacional de Fomento Educativo. 1985 p. 13-18.

¹⁶ Ibid. p.19-20.

imparte y frente a sus estudiantes con elementos esenciales de cualquier situación de enseñanza-aprendizaje”

En el presente proyecto, considero que la lectura, el gusto por la lectura como lo hemos planteado, es una actividad que una servidora desarrolla con deleite y cierta habilidad.

Lo anterior me pone en posición de transmitir ese deleite por la lectura a los muchachos de secundaria, quienes han aprendido a descifrar letras y signos de puntuación, pero permanecen ajenos al placer de una buena lectura.

Mortimer J. Adler¹⁷ señala en su ensayo *Cómo leer un libro*:

“El fracaso de las escuelas es algo que nos concierne a todos, porque en gran parte son ellas las que han hecho de nosotros lo que hoy somos: gente que no puede leer lo suficientemente bien como para disfrutar de lo que lee con fines de lucro, o para lucrar leyendo por placer”.

En muchas ocasiones se ha dicho que nuestro pueblo es de los más incultos debido al bajo índice de lectura que posee. Aún sin tomar en cuenta que la lectura es una herramienta básica dentro del proceso escolar, debemos puntualizar la importancia de una buena lectura en todos los ámbitos de nuestra vida.

Aquí cabe mencionar que los seres humanos somos lectores de tiempo completo, somos lectores funcionales. En nuestro entorno, hay infinidad de señales que aprendemos a interpretar y que desciframos a los largo de nuestra vigilia ya casi de manera inconsciente.

¹⁷ LADRÓN DE GUEVARA, Op. Cit. P.48

Luis Gregorich¹⁸, en su ensayo *La lectura no literaria*, hace una valiosa apreciación:

“Las discutibles teorías del sociólogo canadiense Marshall McLuhan tienen el mérito, al menos, de llamar la atención sobre este punto: el libro no es un absoluto de la cultura, sino un hecho cultural más, que en la civilización tecnológica comparte la función informativa y difusora en los medios de masas como el periodismo, el cine, la radio y la televisión.”

McLuhan había argumentado que es muy importante conocer el impacto estructural (las impresiones sensoriales tal como afectan al observador o auditorio) de un medio de alta o de baja definición.

Los medios de baja definición o medios fríos (Cool media) requieren participación activa del usuario, proporcionan poca información obligando al público a ser participativo para completar su propuesta. Los medios fríos son la palabra hablada, el teléfono y la televisión.

Los medios de alta definición o medios calientes (Hot media) necesitan poca participación porque son ricos en información específica, y son la prensa, el radio y el cine.

Leer señales de tráfico, imágenes, carteles, se vuelve un hábito. Y así como los jóvenes encuentran particular gusto en la lectura de la imagen (videojuegos, revistas, fotografías), somos capaces de desarrollar el gusto por el hábito de la lectura de textos.

A final de cuentas, es parte de nuestro funcionamiento orgánico y en sociedad. El texto escrito es el qué de la gran parte de la comunicación que

¹⁸ LADRÓN DE GUEVARA, Op. Cit. P.42

recibimos, y leer por gusto obtendrá mejores resultados en todos los ámbitos que el que puede obtener la lectura obligada.

2.3 Proceso de Lectura.

2.3.1 ¿Qué es leer?

De acuerdo a Jean Piaget¹⁹, el niño es un ser en constante proceso evolutivo cuya visión del mundo que lo rodea es del todo diferente a la del adulto, por lo tanto, cada momento de su aprendizaje debe corresponder a su etapa evolutiva tanto psicológica como física.

Leer, auténticamente leer, es referir las palabras patentes, una vez comprendidas, a un todo latente dentro de la movilización de los recursos de la cultura, y poder hacer la transferencia a una situación que puede ser instantánea o duradera en la actividad permanente del hombre.

2.3.2 Lectura.

Ha sido definida de varios modos. En todos los casos, las definiciones pueden situarse entre las dos siguientes:

- 1) La lectura como correspondencia sonora del signo escrito, o desciframiento sonoro del signo escrito.

¹⁹ Citado por GILGARD, Ernest R. *Teorías de aprendizaje*. Primera Edición. México. Novena impresión. Trillas. 1987 p. 51

- 2) La lectura como captación del mensaje del autor y su valoración crítica.

Evidentemente, el sentido asignado a la lectura en ambas definiciones no tiene por qué ser incompatible, sino más bien complementario.

2.3.3 Tipos de lectura.

La lectura es un instrumento de incalculable valor para el desarrollo de la personalidad. Los pueblos que no tienen grandes masas de analfabetismo, poseen una base sólida para el más perfecto desarrollo de todas sus capacidades y para el mejor aprovechamiento de sus recursos. Es sobre la escuela donde pesa la enorme responsabilidad de enseñar a leer en la más significativa expresión del término, a fin de que el hombre pueda obtener los beneficios que la práctica de la lectura y su comprensión pueden proporcionarle.

El hábito de la lectura nace en la casa y se desarrolla en los primeros años de escolaridad, de ahí depende que la guía tanto familiar como escolar, proporcionen al sujeto el medio y los instrumentos afines a su interés, de ello depende el desarrollo de un buen o mal lector.

La lectura atiende a varios tipos según la intención del lector:

La lectura abarca dos grandes campos en cuya realización se obtienen dos modalidades de la propia lectura.

- a) Lectura oral.
- b) Lectura silenciosa.

La lectura oral puede revestir las siguientes formas:

1. De práctica.
2. Lectura de auditorio.
3. Lectura de apreciación del lector.
4. Lectura de memorización.
5. Lectura de apreciación literaria.
6. Lectura de escenificación.

La lectura de práctica tiene como finalidad, adquirir el dominio de los procesos y de las funciones que intervienen en la lectura.

La lectura de auditorio se relaciona íntimamente con la labor social de la escuela.

La lectura de apreciación del lector ayudará al niño a descubrir aptitudes y capacidades relacionadas con este aprendizaje.

La lectura de memorización da oportunidad para ir acrecentando el campo del conocimiento y de la experiencia.

La lectura de valoración literaria familiariza al niño con frases bellas, con ideas hermosas, con un lenguaje perfecto y lo coloca ante buenos modelos que imitar.

La lectura de escenificación constituye el primer paso para la interpretación de escenas y personajes.

De la lectura en silencio puede hacerse la siguiente catalogación:

1. De ojeada.
2. Lectura de consulta.

3. Lectura para estudio.
4. Lectura de información.
5. Lectura para resolver problemas.
6. Lectura como instrumento de trabajo y recreación.

La lectura de ojeada es superficial y rápida; es la que hacemos en la prensa diaria.

La lectura de consulta es la que tiene lugar cuando pretendemos adquirir algunos datos para resolver alguna cuestión. Generalmente se practica en la biblioteca de la escuela.

La lectura de estudio se realiza en los textos y en los libros de consulta; para que dé frutos, debe prepararse al niño para que maneje debidamente sus textos.

La lectura de información se practica en libros, folletos, revistas, etc., y tiene por objeto ampliar las experiencias infantiles.

La lectura para resolver problemas tiene como finalidad la comprensión de datos y sus relaciones entre sí, no solamente se refiere a problemas matemáticos sino geográficos, históricos, etc.

La lectura como instrumento de trabajo y de recreación es la que más usamos en la vida y la que nos permite entrar en contacto con las formas de vida del pasado y del presente.

2.3.4 Lectura de comprensión.

Sea cual fuere la elección de nuestra lectura, ninguna sería mejor que aquella sujeta a la medida de nuestro propio interés, y conducida por la propia medida de nuestra voluntad.

Los términos de la ecuación llamada lectura son tres: escritor, texto y lector. Para comprender con claridad qué significa cada uno de esos términos es preciso observar cuáles son las relaciones que mantienen entre sí, de qué manera se cumplen esas relaciones y en qué medida cada uno de ellos depende de los otros dos.

El acto de la escritura relaciona estrechamente al emisor con el mensaje. Cuando el escritor busca expresar un sentimiento con la palabra escrita, o bien transmitir una idea, o informar sobre un dato, recurre a alguna de las múltiples formas del texto: puede escribir un ensayo, un poema, un cuento, un artículo periodístico, una crónica costumbrista, un testimonio personal, etc. La forma que elija estará de acuerdo con aquello que quiere comunicar, y los mensajes que emita obedecerán a las reglas prefijadas de esas formas.

Posterior a este proceso, el de la lectura consistirá en interpretar el mensaje comunicado por el escritor. Ante la palabra impresa, el lector ejecuta una operación complementaria de la escritura.

Aunque la lectura es una operación constante compromete a casi todos los instantes de la vida consciente, nosotros vamos a enfocarnos en una clase: la lectura de la palabra impresa. Y dentro de esta categoría, se tratarán aquellos vehículos establecidos por el orden social para posibilitar y facilitar la comunicación.

Estos vehículos son, por ejemplo, el libro, la revista de deportes o de modas, el diario, etc., es decir aquellos medios de información o de conocimiento que ya han adquirido una forma tradicional.

Niveles de la lectura de comprensión.

Se puede plantear el problema de la comprensión en estos términos: ¿qué podemos o debemos entender en la lectura de un texto? Dicho de modo inverso: ¿qué ofrece el texto para que se entienda en él? Estas son las preguntas fundamentales frente a cualquier obra sea ésta narrativa, poética o ensayística. En estos tres casos genéricos, la comprensión de la lectura puede darse en diferentes niveles: nivel informativo, nivel estilístico y nivel ideológico. Dicho de manera inversa: El texto informa, tiene una estructura lingüística y expresa ideas y conceptos del autor. Ver figura 4.

Figura 4. Niveles de lectura de comprensión

<p>a. Nivel informativo Responde a la pregunta ¿qué?</p>	<p>La relación de los hechos (narrativa), de las palabras e imágenes (poesía), de los temas y asuntos (ensayo).</p>
<p>b. Nivel estilístico. Responde a la pregunta ¿cómo?</p>	<p>Al modo como se exponen los hechos (narrativa); se ordenan palabras e imágenes (poesía), o se exponen los asuntos y temas (ensayo).</p>
<p>c. Nivel ideológico. Responde a las preguntas ¿por qué? ¿para qué?</p>	<p>La expresión de conceptos e ideas sobre la realidad (narrativa), poesía, ensayo.</p>

Queda pues expresado que la finalidad fundamental de la lectura es la de enseñar a leer para aprender. Es así considerada la lectura como el más eficaz instrumento para la adquisición de la cultura.

Y para realizar una buena educación cultural en todo lo que significan sus palabras, el lector debe desplazarse, en su adquisición de hábitos lectores, por los tres niveles de la comprensión lectora y a que ésta le proporciona el acercamiento y la aprehensión del conocimiento de las diversas áreas, y por ende su desarrollo en la vida académica y su proyección social.

La comprensión lectora siempre ha estado ligada a todo proceso de aprendizaje. En un alto porcentaje, como ya se ha mencionado, al alumno se le presentan los contenidos a aprender de manera escrita, inclusive la evaluación de los conocimientos aprendidos. De ahí la importancia que conlleva el dominio de habilidades y destrezas lectoras.

Cuando el sujeto de aprendizaje muestra deficiencias lectoras, su incursión y desarrollo en los procesos académicos se ven limitados y éste como un ser social ve frustradas sus aspiraciones pues es "víctima" de reprobaciones que muchas veces concluyen en la repetición de grado, la deserción escolar y la marginación social.

Estudios hechos por la Dra. Emilia Ferreiro²⁰ muestran que los índices de reprobación, deserción y marginación tienen un origen común: el analfabetismo funcional, es decir, está llena de seres que por diversas causas, (aquí no compete elucidarlas), no pudieron ir más allá del aprendizaje elemental y precario de los primeros grados de educación básica: leer para informarse de manera elemental, escaso dominio de la escritura, ortografía deficiente, poco dominio de las habilidades lectoras y nula destreza para extraer aprendizaje del texto escrito.

La comprensión lectora se manifiesta como uno de los puntos esenciales de apoyo para el aprendizaje de cualquier materia, esto no quiere decir que alguien que no sabe leer no pueda aprender, pero sí se puede decir que el que sabe leer y comprende lo que lee tiene mayores ventajas ante aquel que no domina dichas habilidades.

La lectura de comprensión ha sido considerada en la currícula de la educación básica, como elemento formativo en la educación primaria y como

²⁰ FERREIRO, Emilia. *Alfabetización y fracaso escolar*. Problemas teóricos y exigencias sociales. México. DIE- CINVESTAV, IPN Documento DIE 37. 1987

elemento de ejercitación en educación secundaria, en los niveles superiores ya no se toma en cuenta, los talleres de lectura y redacción se remiten al análisis de obras literarias sin que medien el desarrollo de habilidades lectoras, generalmente se concretan al resumen o al análisis de estilos literarios.

Considerando que el aprendizaje de la lectura no es el tema central de esta tesis, dejaremos hasta este punto la referencia teórica al respecto.

2.4 Comunicación persuasiva.²¹

Para adentrarnos en el mundo de la comunicación persuasiva, es necesario dar una definición de comunicación como tal, es decir, dejar claro lo que se entiende por comunicación en el presente trabajo de tesis.

Existen múltiples intentos por definir la ciencia de la Comunicación, incluso aún existen controversias entre si es una ciencia autónoma o una simple disciplina o campo de estudio dentro de las diversas ciencias sociales.

Para efectos de la presente tesis, daremos por hecho que la Comunicación es una ciencia en sí misma, y que además, es auxiliar de otras ciencias sociales.

Aristóteles dijo acerca de la comunicación: "El objetivo principal de la comunicación es persuadir, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista"²²

²¹ BURGOON, Michael y Michael D. Millar. *Comunicación Persuasiva*. Artículo dentro de: FERNÁNDEZ Collado, Carlos y Gordon L. Dahnke. *La comunicación humana, ciencia social*. Primera Edición. México. McGraw Hill, 1999.p-223-252.

²² Citado por David K. Berlo en *El proceso de la comunicación*. Primera Edición. Argentina. Editorial El Ateneo de Buenos Aires, 1971 p.7

Otra definición sería la de David K. Berlo: “Es un proceso mediante el cual un emisor transmite un mensaje a través de un canal hacia un receptor”.²³

Para concluir en una sola definición, diremos entonces que comunicación, según el Manual de la Comunicación es: “el proceso de interrelación humana por medio del cual se transmite información a través de signos con un significado definido y la intención de participar ideas con el fin de persuadir”.²⁴

Dentro de las diversas definiciones de comunicación, hay un elemento común: la intención del emisor.

Puede decirse que toda comunicación es persuasiva, puesto que el emisor, al transmitir un mensaje, busca una respuesta en el receptor.

“Como el propósito de toda comunicación es producir una respuesta específica en los demás, es necesario que la persona que se comunica utilice el mensaje apropiado para expresar dicho propósito. Si conoce bien su propósito será capaz de lograr una comunicación, a la vez, eficiente y efectiva. A pesar de que este propósito no es siempre consciente o es olvidado, difícilmente se podrá dejar de comunicar”.²⁵

Podemos apoyar nuestro intento de persuasión en un modelo de comunicación persuasiva, desarrollado por Michael Burgoon y Michael D. Millar.²⁶ Ver figura 5.

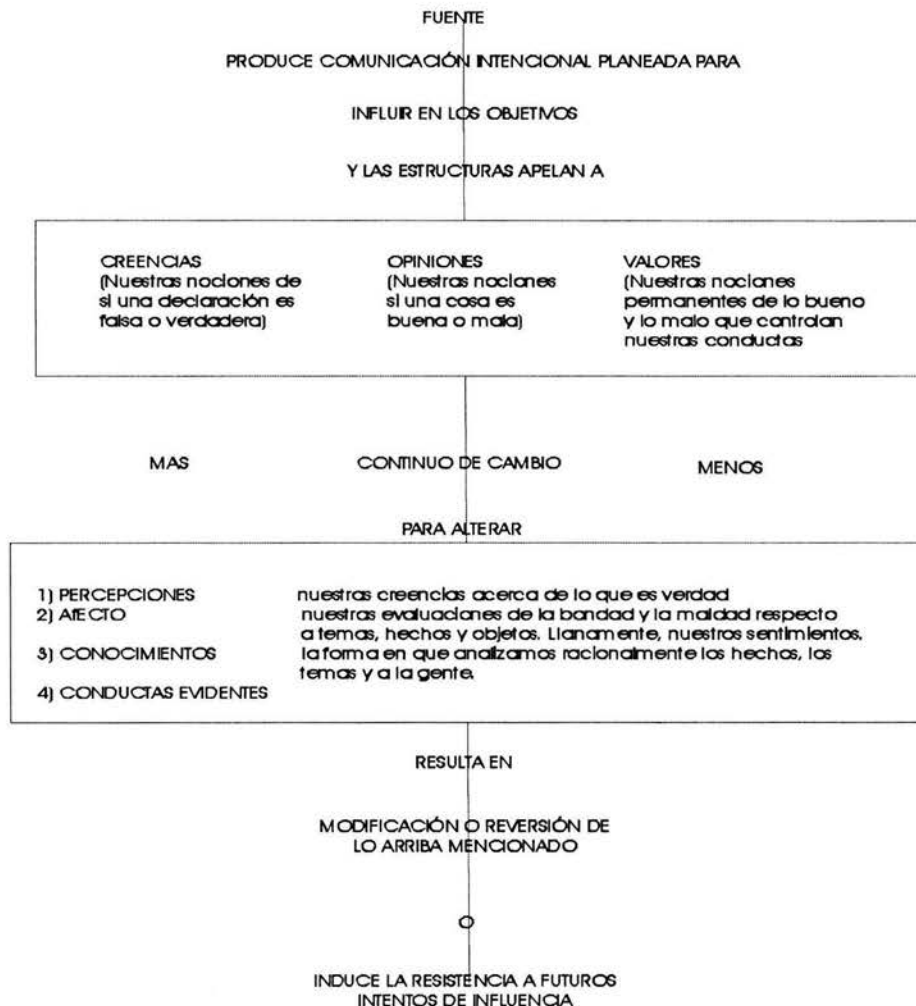
²³ BERLO, David K. Op. Cit. P.24.

²⁴ *Manual de la comunicación*. Primera Edición. México.

²⁵ LOPEZ, Alejandro, et.al. *Psicología de la comunicación: Textos y ejercicios*. Cuarta Edición. Colombia. Editorial Alfaomega, 1999. P.94.

²⁶ Dentro de *La comunicación humana, ciencia social*. Op.cit. p. 231

Figura 5. Modelo de comunicación persuasiva



Entonces, para lograr una comunicación persuasiva eficiente, necesitamos:

- a) Conocer al receptor. Atender a sus necesidades, gustos y preferencias.
- b) Tener un propósito de comunicación.
- c) Utilizar un lenguaje entendible para el receptor.
- d) Elaborar un mensaje claro, preciso y directo.

En el caso que nos ocupa, la intención de nuestra comunicación es lograr que los muchachos de primero de secundaria despierten un gusto por la lectura, de preferencia literaria o científica.

El propósito de ese cambio de actitud radica tanto en la cuestión cultural como en la académica.

Ya hemos puntualizado la importancia de una buena lectura en el desarrollo escolar, y según los estudios consultados, la principal causa de la mala lectura es la falta de interés.

Fomentando el hábito de la lectura y el gusto por la misma, no sólo elevamos el nivel de cultura del individuo, sino que también apoyamos a su desarrollo académico.

CAPÍTULO III

INVESTIGACIÓN PRELIMINAR²⁷

El tema central de la presente tesis radica en la producción de un video, como herramienta de motivación para la lectura.

El proceso de producción implica, ciertamente, todas las cuestiones técnicas de equipo y procedimiento que en realidad cualquier persona con suficiente sentido común o con un manual en la mano puede llevar a cabo.

Los medios de comunicación en México están llenos de comunicadores empíricos (es decir, sin preparación profesional en comunicación) que llevan a cabo su labor con distintos grados de eficacia acordes con su destreza en el manejo del equipo de producción o de su creatividad.

En la formación profesional de un Licenciado en Ciencias de la Comunicación, y como es el caso de una servidora, con la especialidad de Producción, se pone especial atención al fundamento científico de los mensajes emitidos.

Esto quiere decir que lo que nos distingue de los comunicadores empíricos es el respaldo teórico, experimental o filosófico que tienen nuestros trabajos de producción.

En el caso que nos ocupa, debemos seguir un proceso detallado de planeación antes de la producción del video, que es en realidad un producto

²⁷ HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto, et.al. *Metodología de la investigación*. Segunda Edición. México. McGraw Hill Editores 501p.; TREVIÑO Martínez, Rubén. *Publicidad. Comunicación Integral en Marketing*. Primera Edición. México. McGraw Hill Editores. 482p.; FISCHER, LAURA y Alma Navarro. *Introducción a la Investigación de mercados*. Tercera Edición. México. McGraw Hill Editores, 1999. 162p.

intermedio, como herramienta dentro de un proceso aún más complejo: la motivación.

Antes de comenzar el proceso de planeación del video, necesitamos conocer a la audiencia, sus características, intereses, gustos y preferencias para poder empatizar con ellos y poder así construir un mensaje que surta el efecto deseado.

Es en esta necesidad de conocimiento donde radica la importancia de la presente investigación preliminar.

Atendiendo al modelo de Laswell y a los principios básicos del discurso audiovisual²⁸, debemos dejar planteado:

- a) *Quién es el emisor.* Es necesario encontrar un líder de opinión que apoye nuestro proyecto para que la comunicación persuasiva cumpla con su cometido. Ese líder de opinión será nuestro emisor, el que deberá crear en la audiencia una necesidad que se convierta en motivo, y finalmente, dar la pauta para que el motivo se convierta en deseo, y el deseo en la acción esperada.
- b) *Quién es el receptor.* El receptor son los jóvenes, hombres y mujeres entre los 11 y los 16 años que cuenten con algún grado de educación secundaria. Tomaremos como segmento los miembros de la clase media-media y media-alta de Celaya. Para el piloto de prueba, seleccionaremos estudiantes de la secundaria del Colegio Benavente.
- c) *Qué se dice.* El mensaje principal debe ser el video, aunque requiere estar apoyado por argumentos y estrategias construidos alrededor de una metodología de lectura. Es decir, el mensaje

²⁸ HILLIARD Robert L. *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. Séptima Edición. México. Thompson Editores, 2000. p.9.

debe contener el epígrafe: “La lectura eleva tu grado de cultura, prueba leer algo que te interese y aprende a disfrutarlo”. Para crear un mensaje de esta naturaleza, necesitamos conocer los motivos del joven para leer o para no leer, dado el caso; y lo que busca el joven a través de la lectura.

- d) *Qué canal se usará.* El videotape.
- e) *Con qué efecto.* Un aumento en la motivación de los chicos para practicar la lectura.

3.1 Planteamiento del problema.

Para poder definir y estructurar detalladamente el mensaje y poder medir los efectos del mismo, considero pertinente realizar una investigación cualitativa para conocer los motivos de los jóvenes para leer o no leer un libro, identificar los líderes de opinión que pudieran servirnos de apoyo y encontrar aquello que buscan en la lectura; para así poder utilizar la poderosa herramienta de la información en la consecución de nuestra meta.

La investigación se realizaría en dos etapas: la investigación preliminar (o de exploración) y la concluyente (o de comprobación).

El presente capítulo se enfoca a la investigación preliminar, es decir, antes de la producción del video.

Para efectos de este apartado, el problema quedaría planteado entonces de la manera siguiente:

¿Cuáles son los motivos por los que los jóvenes de 11 a 16 años de clase MM-MA de Celaya, Gto., con algún grado de educación secundaria, leen un libro?

3.2 Objetivos

3.2.1 General:

Interesa conocer los motivos por los que los jóvenes de 11 a 16 años de clase MM-MA de Celaya, Gto., con algún grado de educación secundaria, leen un libro.

3.2.2 Específicos:

Interesa conocer:

- Cuántos jóvenes saben leer.
- Cuál es el personaje que representa un modelo de vida para ellos.
- Cuál es la percepción que tienen acerca de la importancia de la lectura.
- Cuál es su concepto de persona culta.
- Cuál es el motivo por el que leen.
- Cuál es el motivo por el que no leen.
- Qué es lo que leen.
- Qué temas les interesan para leer.
- Cuánto tiempo dedican a la lectura fuera de la escuela.
- Qué buscan en la lectura.

3.3 Hipótesis.

- El 100% de los alumnos sabe leer (en el entendido de juntar letras para formar palabras).
- Los jóvenes ven en los artistas y actores un modelo de vida.
- Los jóvenes creen que es importante leer:
 - a) Porque eleva el nivel de cultura del individuo.
 - b) Por aceptación social.
 - c) Por superioridad.
 - d) Por crecimiento personal.
 - e) Creen que no es importante.
- El concepto de persona culta de los jóvenes es:
 - a) El que lee muchos libros y sabe de muchas cosas. (el nerd)
 - b) Al que todos le piden consejo porque sabe mucho. (el sabio)
 - c) El que siempre tiene algo interesante que platicar. (el conversador)
 - d) El que disfruta del arte y la ciencia, y asiste a exposiciones, librerías, obras teatrales, etc. (el crítico de arte)
 - e) El sangrón al que nadie pela porque habla de cosas que leyó y que nadie entiende. (el presumido)
- Cuál es el motivo por el que leen los jóvenes:
 - a) Por hábito familiar.
 - b) Por obligación escolar.
 - c) Por sugerencia y/o recomendación.
 - d) Por curiosidad o interés.
 - e) Por presunción.

- Cuál es el motivo por el que no leen los jóvenes:
 - a) Por hábito familiar.
 - b) Por ser obligación escolar.
 - c) Por tener lectura deficiente.
 - d) Por falta de interés.
 - e) Por falta de tiempo (tienen otras actividades).

- Qué es lo que los jóvenes leen:
 - a) Narrativa.
 - b) Poesía.
 - c) Teatro.
 - d) Comedia.
 - e) Periodismo.
 - f) Lectura ligera (revistas juveniles).
 - g) Artículos científicos o especializados.

- Qué temas les interesan para leer.
 - a) La lectura de los clásicos.
 - b) La lectura de superación personal.
 - c) La lectura de sátira.
 - d) La lectura de autores contemporáneos.
 - e) La lectura de comedia o entretenimiento.

- Con qué frecuencia dedican tiempo a la lectura fuera de la escuela.
 - a) Todas las tardes.
 - b) De 1 a 2 veces por semana.
 - c) De 1 a 2 veces por mes.
 - d) De 1 a 2 veces por año.

- Los jóvenes buscan en la lectura:
 - a) Aceptación.

- b) Conocimiento.
- c) Información.
- d) Entretenimiento.
- e) Cultura.

3.4 Metodología.

Se realizó una investigación tipo encuesta, estructurada, dirigida y directa a los alumnos de secundaria del Colegio Benavente. Con una muestra arbitraria correspondiente a un grupo de la sección secundaria (en el que se autorice la intervención). En nuestro caso, nos fue permitido intervenir al grupo de Tercer grado B, que cuenta con 34 alumnos entre los 14 y los 15 años de edad.

Cuestionario:

Instrucciones: Subraya la respuesta que vaya de acuerdo a tus opiniones. (sólo una)

1. Tu personaje favorito (actor, artista, escritor, deportista, etc.) dice que le encanta la lectura y comenta que "x" libro es lo mejor del mundo, ¿te interesaría leerlo?
 - a) Si.
 - b) No.
2. ¿Quién es ese personaje?
3. ¿Cuál es tu concepto de una persona culta?
 - a) El que lee muchos libros y sabe de muchas cosas.
 - b) Al que todos le piden consejo porque sabe mucho.
 - c) El que siempre tiene algo interesante que platicar.
 - d) El que disfruta del arte y la ciencia, y asiste a exposiciones, librerías, obras teatrales, etc.

- e) El sangrón al que nadie pela porque habla de cosas que leyó y que nadie entiende.
 - f) Ninguno de los anteriores.
4. ¿A quién de estos personajes consideras una persona culta?
- a) Hitler.
 - b) Michael Jordan.
 - c) Marilyn Manson.
 - d) Miguel Bosé.
 - e) Britney Spears.
 - f) Gael García.
 - g) Susana Zabaleta.
 - h) Fox.
 - i) Jimmy Neutron.
 - j) Lisa Simpson.
5. ¿Qué libros has leído?
- a) Los que hay en mi casa o leen mis familiares.
 - b) Los que me piden en la escuela.
 - c) Los que me recomiendan mis familiares, maestros y amigos.
 - d) Los que me parecen interesantes.
 - e) Los que todos dicen que son “de ley” para leer (los libros que todo el mundo ha leído, y que si no los has leído eres un ignorante).
6. ¿Por qué crees que los jóvenes de hoy no leen?
- a) Porque no se los inculcan en su casa.
 - b) Porque los enfadan con los libros de la escuela.
 - c) Porque no entienden muy bien lo que leen.
 - d) Porque no les interesa.

- e) Porque no tienen tiempo para leer.
- f) Porque ven mucha televisión o están mucho en la Internet.

7. Cuando lees ¿qué lees?

- a) Periódicos.
- b) Revistas de espectáculos o de deportes.
- c) Revistas de ciencia (Muy interesante, Conozca más).
- d) Novelas.
- e) Poesías.
- f) Teatro.
- g) Otro (especifica) _____

8. ¿Dónde acostumbras leer?

- a) En la escuela.
- b) En mi casa.
- c) Con mis amigos.
- d) Otro (especifica) _____

9. ¿Cuál de estos autores te parece más interesante?

- a) Armando Hoyos.
- b) Rius.
- c) Cervantes.
- d) Pablo Neruda.
- e) Cuauhtémoc Sánchez.
- f) Otro ¿cuál? _____

10. ¿Qué tan seguido dedicas tiempo a leer fuera de la escuela?

- a) Diario.
- b) De 1 a 2 veces por semana.
- c) De 1 a 2 veces por mes.

d) De 1 a 2 veces por año.

11. ¿Qué es lo que más te gusta de leer?

- a) Que los maestros y mis papás vean que leo, porque ellos me dicen que es bueno.
- b) Aprender más de lo que me interesa de la escuela.
- c) Conocer de las cosas que me interesan.
- d) Divertirme.
- e) Que cuando uno lee, aprende mucho y eleva su cultura.

3.5 Tabulación y resultados.

PREGUNTA 1: Tu personaje favorito (actor, artista, escritor, deportista, etc.) dice que le encanta la lectura y comenta que "x" libro es lo mejor del mundo, ¿te interesaría leerlo?

a) Si	23
b) No	9
Tal vez	1
En blanco	1

PREGUNTA 2: ¿Quién es ese personaje?

Artistas	17
Literatos	1
Personajes ficticios	3
Deportistas	4
Familiares	2
Ninguno	1
En blanco	6

PREGUNTA 3: ¿Cuál es tu concepto de una persona culta?

- | | |
|---|----|
| a) El que lee muchos libros y sabe de muchas cosas | 8 |
| b) Al que todos le piden consejo porque sabe mucho | 1 |
| c) El que siempre tiene algo interesante que platicar | 4 |
| d) El que disfruta del arte y la ciencia, y asiste a exposiciones, librerías, obras teatrales, etc. | 19 |
| e) El sangrón al que nadie pela porque habla de cosas que leyó y que nadie entiende | 4 |
| f) Ninguno de los anteriores | 1 |

PREGUNTA 4: ¿A quién de estos personajes consideras una persona culta?

- | | |
|--|----|
| a) Hitler | 6 |
| b) Michael Jordan | 0 |
| c) Marilyn Manson | 1 |
| d) Miguel Bosé | 1 |
| e) Britney Spears | 0 |
| f) Gael García | 1 |
| g) Susana Zabaleta | 1 |
| h) Fox | 11 |
| i) Jimmy Neutron | 0 |
| j) Lisa Simpson | 10 |
| El que disfruta de la vida siendo él mismo | 1 |
| Cervantes | 2 |
| En blanco | 1 |
| A ninguno | 1 |

PREGUNTA 5: ¿Qué libros has leído?

- | | |
|---|---|
| a) Los que hay en mi casa o leen mis familiares | 1 |
|---|---|

b) Los que me piden en la escuela	7
c) Los que me recomiendan mis familiares, maestros y amigos	9
d) Los que me parecen interesantes	18
e) Los que todos dicen que son “de ley” para leer (los libros que todo el mundo ha leído, y que si no los has leído eres un ignorante)	0

PREGUNTA 6: ¿Por qué crees que los jóvenes de hoy no leen?

a) Porque no se los inculcan en su casa	1
b) Porque los enfadan con los libros de la escuela	3
c) Porque no entienden muy bien lo que leen	1
d) Porque no les interesa	12
e) Porque no tienen tiempo para leer	0
f) Porque ven mucha televisión o están mucho en la Internet	20

PREGUNTA 7: Cuando lees ¿qué lees?

a) Periódicos	0
b) Revistas de espectáculos o de deportes	15
c) Revistas de ciencia (Muy interesante, Conozca más)	3
d) Novelas	9
e) Poesías	3
f) Teatro	3
g) Otros:	
Esotéricos	1
Canciones	1
Libros que me dejen algo bueno	2
Ciencia ficción	1

PREGUNTA 8: ¿Dónde acostumbras leer?

- | | |
|-------------------|----|
| a) En la escuela | 4 |
| b) En mi casa | 33 |
| c) Con mis amigos | 0 |
| d) Otro | 0 |

PREGUNTA 9: ¿Cuál de estos autores te parece más interesante?

- | | |
|-----------------------|----|
| a) Armando Hoyos | 1 |
| b) Rius | 0 |
| c) Cervantes | 23 |
| d) Pablo Neruda | 0 |
| e) Cuauhtémoc Sánchez | 7 |
| f) Otro: | |
| Alejandro Sanz | 1 |
| Allan Poe | 1 |
| Arreola | 2 |
| García Márquez | 4 |
| J.R. Tolkien | 2 |

PREGUNTA 10: ¿Qué tan seguido dedicas tiempo a leer fuera de la escuela?

- | | |
|------------------------------|----|
| a) Diario | 5 |
| b) De 1 a 2 veces por semana | 14 |
| c) De 1 a 2 veces por mes | 12 |
| d) De 1 a 2 veces por año | 5 |

PREGUNTA 11: ¿Qué es lo que más te gusta de leer?

- | | |
|--|---|
| a) Que los maestros y mis papás vean que leo, porque ellos me dicen que es bueno | 0 |
| b) Aprender más de lo que me interesa de la escuela | 2 |

c) Conocer de las cosas que me interesan	11
d) Divertirme	1
e) Que cuando uno lee, aprende mucho y eleva su cultura	21

Los resultados muestran la tendencia de los jóvenes. Me pareció interesante que tengan una opinión buena del acto de leer y la consecuente culturización que encierra. Sinceramente, creí que la investigación arrojaría resultados muy diferentes.

Tenemos entonces que no existe un líder de opinión generalizado (ninguna respuesta obtuvo más de 2 votos), aunque se refleja una fuerte tendencia hacia los artistas, por lo que no fue posible utilizar un artista como presentador del video.

Por otro lado, se tiene un concepto casi uniforme de lo que es una persona culta, y el modelo de cultura me sorprende: Vicente Fox y Lisa Simpson. Dos polos interesantes. Tal vez hace falta preguntar por qué lo consideran una persona culta, pero eso es objeto de otra investigación.

En cuanto a lo que han leído, declaran que los libros que les parecen interesantes, seguidos por los que les dejan en la escuela, otra sorpresa.

El motivo por el que no leen tiende hacia las muchas horas de televisión o Internet, y a la falta de interés.

Los muchachos leen revistas de espectáculos o deportes, seguido de novelas dramáticas y de fantasía; y la gran mayoría acostumbra leer en su casa.

En cuanto a los autores favoritos, se inclina hacia los clásicos como es Cervantes, seguido de la superación personal de Cuauhtémoc Sánchez y uno no incluido en el cuestionario original, Gabriel García Márquez.

El promedio de lectura es de 1 a 2 veces por semana o 1 a 2 veces por mes, lo esperado.

El interés por la lectura se inclina a la elevación de su propia cultura, y del conocimiento de aquello que les interesa.

Considero que la información recabada es de gran utilidad, puesto que con un conocimiento más amplio de la audiencia es posible elaborar un mensaje más directo, de acuerdo con los gustos y preferencias específicos.

CAPÍTULO IV

EL PROCESO DE PRODUCCIÓN

La presente tesis incluye la producción de un video que funcione como herramienta de motivación para los chicos de secundaria, una herramienta que fomente el hábito lector en ellos, que les muestre la magia del texto literario y las posibilidades que ofrece su lectura.

A lo largo del presente trabajo, hemos seguido un proceso de construcción del mensaje de manera científica y cuidadosa. Comenzamos por definir el objetivo del mensaje, la audiencia y su posterior conocimiento mediante una investigación preliminar.

Habiendo recaudado información suficiente para conocer a la audiencia o público objetivo del mensaje, el siguiente paso es construir el mensaje en sí mismo.

El proceso de producción implica tres etapas: Pre-producción, Producción y Post-producción.

4.1 Pre-producción.

La Pre-producción consiste en la planeación detallada y minuciosa de todos los pasos a seguir en la grabación (o producción), incluyendo el guión técnico y literario, el equipo requerido, las autorizaciones correspondientes, el plan de grabación, el presupuesto, la iluminación y escenografía.

Según Verónica Tostado Span²⁹ la preproducción incluye:

1. Junta con el cliente.
2. Investigación del tema.
3. Diseño del presupuesto.
4. Creación del plan de producción o timetable.
5. Contratación del personal de la producción.
6. Creación del guión literario.
7. Creación del guión técnico.
8. Visualización del guión técnico.
9. Creación de storyboard en caso necesario.
10. Contratación del servicio de comida.
11. Renta del equipo necesario.
12. Solicitud de permisos correspondientes.
13. Casting de modelos y/o actores.
14. Contratación de modelos y/o actores.
15. Scouting o búsqueda de locaciones.
16. Apartado de equipo de edición y salas de postproducción.
17. Renta de vehículos en caso necesario.
18. Reservación de hoteles en caso necesario.
19. Conseguir un botiquín de primeros auxilios.
20. Ir prevenidos con sombrillas o toldos para la lluvia.
21. Conseguir algún sistema de comunicación.
22. Llevar bolsas de basura.
23. Llevar a cabo todas las juntas de producción previas.
24. Realizar ensayos en caso necesario.
25. En caso de locación, hacer un mapa y rentar una planta de energía eléctrica.
26. Preparar las cartas de agradecimiento pertinentes.

²⁹ TOSTADO Span, Verónica. Op.cit. p87.

En nuestro caso, algunos pasos no se tomaron en cuenta, dado que la producción se realizó en un solo escenario y no requirió de mucha gente ni demasiado equipo.

El cliente, en este caso particular, no tiene influencia en el trabajo de producción, puesto que los maestros de secundaria sólo intervienen en el proceso con la autorización para encuestar a los alumnos de manera previa (investigación preliminar), proyectar el video y realizar la encuesta de salida (investigación concluyente).

Los clientes en este caso, son el productor (una servidora) y el asesor del presente trabajo de tesis.

La investigación respecto al tema ha sido desarrollada en los capítulos II y III de la presente tesis, por lo que se encuentra cubierto.

4.1.1 El presupuesto.

Para efectos de la presente tesis, el presupuesto sólo incluyen los gastos mínimos de energía eléctrica y alimentación, puesto que el equipo necesario es de fácil acceso y no fue necesario rentarlo, sino que se consiguió como préstamo.

Digamos entonces, que requerimos de un presupuesto de \$1000.00 para los gastos de la producción, que incluye:

- a) Energía eléctrica.
- b) Alimentación del equipo de producción.
- c) Refacciones y/o consumibles. (focos, casetes, fusibles, cinta, etc.)
- d) Adecuación de escenografía.

4.1.2 Plan de producción o timetable.

El timetable es una tabla como la siguiente:

No.	Escena	Locación	Descripción	Observaciones
1	1-n			

El número es el orden de la secuencia de grabación, el número de escena es el que le corresponde en el guión técnico; la locación es el lugar en que se grabará, la descripción es parecida a la del guión técnico y las observaciones son las indicaciones especiales para esa toma.

Esta secuencia es muy útil también para el proceso de captura y edición, porque señala el orden en que fueron grabadas las escenas, optimizando tiempos de post-producción.

En el caso que nos ocupa, no es necesario hacer una secuencia de imágenes, puesto que la grabación será en un solo escenario, y es en realidad una sola secuencia que puede y debe ser grabada de manera continua.

La producción será llevada a cabo en 1 día en locación y se requiere de un tiempo entre 2 y 5 horas.

4.1.3 Personal de producción.

Se requirió de 2 camarógrafos, un iluminador, un continuista, un microfonista y un asistente de dirección.

Una servidora fungió como director y continuista. Los camarógrafos fueron Marko Miranda y Alondra Terres, Emmanuel Moreno fue el asistente de dirección. Marko también apoyó con la iluminación.

4.1.4 Guión literario.

El guión literario es la descripción general de una producción, escrita para un lector no experto. Es decir, que cualquier persona que lo lea sea capaz de entender el contenido general y el tratamiento de la producción, porque no contiene datos técnicos ni detalles de la producción.

Entonces diremos que: *“La magia de leer”* se trata de un video motivacional que muestra de manera concreta, la diferencia que existe entre un texto escrito y su adaptación audiovisual.

Se distinguen tres partes: muestra audiovisual sin narrador, muestra audiovisual con narrador y muestra audiovisual con el texto original en voz *en off*.

El objetivo es evidenciar la riqueza del texto escrito, y el enorme cambio que sufre un texto al ser llevado a la pantalla.

Las tres partes del video son comentadas por Emmanuel Moreno, quien da una exhortación a modo de conclusión al final de la presentación.

4.1.5 Guión técnico.

El guión técnico se refiere a la descripción lo más detallada posible de la producción en cuanto a encuadres, movimientos de cámara, indicaciones de audio y video, iluminación y diálogos.

Para dar comienzo a la creación de un guión técnico, considero pertinente definir el texto que será llevado a la pantalla. Tras un minucioso análisis de varios textos, llegué a la conclusión de que la mejor opción era

elegir un cuento breve que deba ser leído para que surta el efecto deseado por el autor.

No pudiendo encontrar un texto de renombre con las características deseadas, decidí aventurarme a producir algo de mi autoría. "Vacío" es un cuadro melancólico. Está escrito para que la audiencia sea capaz de penetrar en el mundo de la protagonista, que sienta su dolor, que se ponga en su lugar. Considero prudente transcribirlo, antes del diseño del guión técnico:

VACÍO

La música sigue taladrando sus oídos y sin embargo repite una y otra vez la frase: How can you redefine something that never really had a name? (¿cómo puedes redefinir algo que nunca tuvo realmente un nombre?). Sin cantar, sin llorar.

Han pasado varias horas y no lo nota. Sólo los dedos se mueven para retroceder la canción.

Alguien toca la puerta. La llama insistentemente. No responde. Ni siquiera voltea la mirada o cambia de expresión. Ni un gesto...

De pronto, deja correr la música. No la detiene más y se cubre el rostro con las manos, tratando de borrar la imagen de su mente. Sacude la cabeza. Se levanta y comienza a caminar fingiendo tranquilidad.

Al recorrer su recámara se topa con esa mirada y esa sonrisa que la cámara no pudo haber captado mejor.

Es entonces cuando la avalancha da comienzo.

Toca la imagen apenas con la yema de los dedos.

Suspira.

Una lágrima furtiva se escapa de sus ojos y da rienda suelta a su dolor...

Toma la fotografía, la besa, la aprieta contra su pecho sin poder dejar de llorar. Poco a poco se desmorona, se va cayendo física y moralmente.

Al resbalarse por el muro va dejando caer la fotografía y termina abrazada a sus piernas, llorando.

La puerta vuelve a llamar. No responde. Sólo llora.

No hay nada más que pueda hacer y lo sabe.

Esa certeza que anheló por meses ahora la aniquila.

¡Y dicen que no hay nada peor que la incertidumbre!

Ella tiene la respuesta: la soledad.

Esa sensación de haberlo dado todo a quien no lo valoró, de haber arriesgado familia, carrera, vida completa por alguien que sólo la utilizó, la desmorona.

Todo cuanto defendió, todo cuanto creyó a capa y espada se va como arena entre las manos, hasta que quedan vacías. Más vacías que al principio. Más inútiles que nunca.

Repasa canciones, poemas, frases de aliento de sus amigos más cercanos. De aquellos que se quedaron de su lado, pero que no alcanzan a comprender lo que sucede.

Nada le da un poco de paz. El dolor fluye y derrumba los castillos de arena con su fuerza.

Todos le dicen que también esto pasará, que va a estar bien, que no valía la pena.

¡Y se lo dicen a ella! Eso es precisamente lo que lastima, que dio la vida por algo que no valía la pena.

Y ahora ¿qué sigue? no puede levantarse y lavarse la cara fingiendo que nada duele, que nada sucedió.

Sucedió y no hay regreso. La verdad la aplasta cual cucaracha: no hay regreso...

“Vacío” contiene muchas descripciones que fueron omitidas en la muestra audiovisual con y sin narrador, con el objetivo de comprobar aquella frase de que “una imagen dice más que mil palabras”. En lo personal, considero que son pocas las adaptaciones de un texto literario llevadas a la pantalla que han logrado esa perfección, si no es que ninguna.

Cuando uno lee un texto, imagina los personajes y las situaciones de un modo concreto, acorde al propio contexto y estado de ánimo. No es extraño escuchar “me lo imaginaba de otra manera” tras ver la adaptación audiovisual de una obra literaria.

En el caso de “Vacío”, las descripciones son necesarias para darle las pausas a la narración, para ir llevando al lector de la mano hacia el abismo en el que cae la protagonista. Toda esa riqueza se vuelve tedio si, en el mismo lapso de tiempo, sólo observamos a la protagonista realizar las actividades descritas.

Prosigamos entonces con guión técnico en forma.

LA MAGIA DE LEER

Introducción a la primera parte. Presentador: Emmanuel Moreno Lara.

No.	TP	TT	AUDIO	VIDEO
1	3"	3"	Fade in de fondo musical a nivel de voz (Fast car – Tracy Chapman)	Fade in de generador de caracteres "Universidad Lasallista Benavente" Fade out a negros.
2	4"	7"		Fade in de generador de caracteres: "Escuela de Ciencias de la Comunicación" fade out
3	3"	10"		Fade in de generador de caracteres: "Presenta"
4	8"	18"	Fade out de fondo musical a fondo de voz.	Fade in de generador de caracteres: "La magia de leer" fade out.
5	8"	26"	Emmanuel: "Hola, que tal, mi nombre es Emmanuel Moreno y quisiera compartir algo interesante con ustedes el día de hoy"	Fade in de Emmanuel en médium shot. Corte directo.
6	7"	33"	E: "Estoy seguro que a la mayoría de ustedes les gusta el cine, y tendrán seleccionadas sus películas y géneros favoritos".	Entrada directa de Emmanuel en full shot caminando por la habitación, corte directo
7	6"	39"	E: "En su defecto, les gustará la televisión, y tendrán sus programas y series preferidas".	Entrada directa de Emmanuel en close up, se detiene, corte directo
8	7"	46"	E: "¿Alguna vez se han preguntado de donde salen los argumentos que disfrutamos en la tele o en el cine?"	Entrada directa de Emmanuel junto a la computadora en american Plane, corte directo.

9	7"	53"	E: "Los libretistas se inspiran en diferentes fuentes, pero una de las más importantes es la literatura"	Entrada directa de Emmanuel en AP, zoom in hasta médium shot de Emmanuel que toma un libro. Corte directo
10	8"	1'01"	E: "A lo largo de la historia del cine y la televisión, han sido adaptadas infinidad de obras literarias para el gusto del público"	Entrada directa de Emmanuel en médium shot que hojea el libro, corte directo.
11	8"	1'09"	E: "Desde los grandes clásicos hasta los cuentos infantiles de Disney tienen como punto de partida una obra literaria"	Entrada directa de Emmanuel que cierra el libro y lo muestra a la cámara, corte directo
12	7"	1'16"	E: "El día de hoy quiero que seamos testigos de la transformación que sufre un texto al ser llevado a la pantalla"	Entrada directa de Emmanuel caminando hacia la cámara en AP, corte directo
13	10"	1'26"	E: "En primer lugar, veremos el resultado final de una adaptación literaria. Se trata de un cuento corto titulado 'Vacío'. Vamos a verlo". Fade out de fondo musical a cero.	Entrada directa de Emmanuel en médium shot, se detiene. Fade out a negros.

Parte 1. Muestra audiovisual sin narrador.

No.	TP	TT	AUDIO	VIDEO
1	4"	4"	Fade in de fondo musical (Pista pre-editada)a fondo de voz	Fade in de generador de caracteres "Producciones RAGUI presenta" Fade out a negros.
2	5"	9"		Fade in de generador de caracteres "a Everth Alfaro" Mix con siguiente toma
3	3"	12"		Mix de generador de caracteres "en" mix con siguiente toma
4	8"	20"		Mix de generador de caracteres "VACÍO" Fade out a negros.
5	13"	33"		Fade in de recámara en full shot (toma aérea) panning por la habitación, corte directo
6	4"	37"		Close up de Everth con un rostro serio, apagado; mix
7	3"	40"		Tight shot de reloj funcionando, mix
8	3"	43"		Close up de mano apretando los botones, mix
9	13"	56"		Toma abierta de la recámara, a nivel de la mirada de Everth, de frente; corte directo
10	2"	58"		Big close up de mirada de Everth, mix
11	8"	1'06"		Full shot de Everth que suelta los botones, se cubre el rostro con las manos, corte directo

12	4"	1'10"		Close up de Everth que sacude la cabeza, mix
13	4"	1'14"		American Plane de Everth que se levanta y comienza a caminar, la cámara la sigue, corte directo
14	8"	1'22"		Panning en full shot de recámara, zoom in a la fotografía.
15	8"	1'30"		Tight shot de la fotografía, zoom out para apreciar la mano de Everth que la toca, corte directo
16	2"	1'32"		Médium shot de Everth que suspira, mix
17	5"	1'37"		Big close up de perfil de Everth, con la lágrima, mix
18	8"	1'45"		Close up de Everth que quita y besa la fotografía, zoom in hasta médium shot cuando la abraza; corte directo
19	6"	1'51"		Picado de la recámara en full shot, con Everth de espaldas, mix
20	9"	2'00"		American Plane de Everth de frente que se resbala por la pared, mix con close up de su rostro, bañado en llanto (al mismo tiempo), mix
21	5"	2'05"		Everth de perfil, recargadas en sus rodillas en close up. Mix
22	4"	2'09"		Panning de la recámara en POV de Everth corte directo

23	4"	2'13"		Big close up de Everth, corte directo
24	8"	2'21"	Joven 1: "Así está mejor, no hay nada peor que la incertidumbre"	Panning circular lento por la habitación, en mix con rostro de joven1
25	13"	2'34"	Joven 2: "Es mejor estar sola que mal acompañada"	Continúa el Panning más rápido en mix con rostro de joven 2
26	15"	2'49"	Joven 3: "El tipo no te merecía, él pierde más que tú"	Panning circular más rápido en mix con rostro de joven 3
27	11"	3'00"	Voz en off 1: "Arriba y adelante amiga, para eso están los hombres"	Panning circular más rápido con Everth en el centro voz en off
28	8"	3'08"	Joven 4: "No sufras, ya se te pasará"	Panning circular muy rápido con mix rostro de joven 4
29	15"	3'23"	Voz en off 2: "Amiga, ese tipo no valía la pena"	Panning circular que apenas se distingue con Everth al centro, se va desvaneciendo el remolino
30	9"	3'32"		Se termina de desvanecer el remolino, big long shot de Everth en la recámara, que levanta la cabeza, corte directo
31	10"	3'42"	Everth: "No hay regreso"	Close up de Everth diciendo "No hay regreso" fade out a negros

Introducción a la segunda parte

No.	TP	TT	AUDIO	VIDEO
1	8"	8"	Fade in de fondo musical a fondo de voz. (The promise – Tracy Chapman) Emmanuel: "Lo que acaban de ver es un cortometraje basado en un texto literario, con la libre interpretación del director."	Fade In de Emmanuel sentado en la computadora en médium shot, corte directo
2	10"	18"	E: "Eso significa que el director del cortometraje puede adaptar el texto como mejor le parezca, y en este caso, decidió hacer un poco de cine mudo."	Emmanuel en médium shot, sentado en la computadora, se levanta (zoom out hasta AP) y camina hacia la cámara. Corte directo.
3	5"	23"	E: "Veamos ahora lo que sucede con una interpretación diferente."	Emmanuel en full shot, fade out a negros.

Parte 2. Muestra audiovisual con narrador.

No.	TP	TT	AUDIO	VIDEO
1	4"	4"	Fade in de fondo musical (Pista pre-editada)a fondo de voz	Fade in de generador de caracteres "Producciones RAGUI presenta" Fade out a negros.
2	5"	9"		Fade in de generador de caracteres "a Everth Alfaro" Mix con siguiente toma
3	3"	12"		Mix de generador de caracteres "en" mix con siguiente toma
4	8"	20"		Mix de generador de caracteres "VACÍO" Fade out a negros.
5	13"	33"		Fade in de recámara en full shot (toma aérea) panning por la habitación, corte directo
6	4"	37"		Close up de Everth con un rostro serio, apagado; mix
7	3"	40"		Tight shot de reloj funcionando, mix
8	3"	43"		Close up de mano apretando los botones, mix
9	13"	56"		Toma abierta de la recámara, a nivel de la mirada de Everth, de frente; corte directo
10	2"	58"		Big close up de mirada de Everth, mix
11	8"	1'06"		Full shot de Everth que suelta los botones, se cubre el rostro con las manos, corte directo
12	4"	1'10"		Close up de Everth que sacude la cabeza,

				mix
13	4"	1'14"		American Plane de Everth que se levanta y comienza a caminar, la cámara la sigue, corte directo
14	8"	1'22"		Panning en full shot de recámara, zoom in a la fotografía.
15	8"	1'30"	Es entonces cuando la avalancha da comienzo.	Tight shot de la fotografía, zoom out para apreciar la mano de Everth que la toca, corte directo
16	2"	1'32"		Médium shot de Everth que suspira, mix
17	5"	1'37"	Una lágrima furtiva se escapa de sus ojos y da rienda suelta a su dolor...	Big close up de perfil de Everth, con la lágrima, mix
18	8"	1'45"		Close up de Everth que quita y besa la fotografía, zoom in hasta médium shot cuando la abraza; corte directo
19	6"	1'51"	Poco a poco se desmorona, se va cayendo física y moralmente.	Picado de la recámara en full shot, con Everth de espaldas, mix
20	9"	2'00"		American Plane de Everth de frente que se resbala por la pared, mix con close up de su rostro, bañado en llanto (al mismo tiempo), mix
21	5"	2'05"		Everth de perfil, recargadas en sus rodillas en close up. Mix
22	4"	2'09"	No hay nada más que pueda hacer y lo sabe.	Panning de la recámara en POV de Everth corte directo
23	4"	2'13"	Esa certeza que anheló	Big close up de Everth,

			por meses ahora la aniquila.	corte directo
24	8"	2'21"	¡Y dicen que no hay nada peor que la incertidumbre! Ella tiene la respuesta: la soledad.	Panning circular lento por la habitación, en mix con rostro de joven1 "Así está mejor, no hay nada peor que la incertidumbre"
25	13"	2'34"	Esa sensación de haberlo dado todo a quien no lo valoró, de haber arriesgado familia, carrera, vida completa por alguien que sólo la utilizó la desmorona.	Continúa el Panning más rápido en mix con rostro de joven 2 "Es mejor estar sola que mal acompañada"
26	15"	2'49"	Todo cuanto defendió, todo cuanto creyó a capa y espada se va como arena entre las manos, hasta que quedan vacías. Más vacías que al principio. Más inútiles que nunca.	Panning circular más rápido en mix con rostro de joven 3 "El tipo no te merecía, él pierde más que tú"
27	11"	3'00"	Repasa canciones, poemas, frases de aliento de sus amigos más cercanos. De aquellos que se quedaron de su lado, pero que no alcanzan a comprender lo que sucede.	Panning circular más rápido con Everth en el centro voz en off "Arriba y adelante amiga, para eso están los hombres"
28	8"	3'08"	Nada le da un poco de paz. El dolor fluye y derrumba los castillos de arena con su fuerza.	Panning circular muy rápido con mix rostro de joven 4 "No sufras, ya se te pasará"
29	15"	3'23"	Todos le dicen que también esto pasará, que va a estar bien, que no valía la pena. ¡Y se lo dicen a ella! Eso es precisamente lo que lastima, que dio la vida por algo que no valía la pena.	Panning circular que apenas se distingue con Everth al centro, se va desvaneciendo el remolino "Amiga, ese tipo no valía la pena"

30	9"	3'32"	Y ahora ¿que sigue? no puede levantarse y lavarse la cara fingiendo que nada duele, que nada sucedió.	Se termina de desvanecer el remolino, big long shot de Everth en la recámara, que levanta la cabeza, corte directo
31	10"	3'42"	Sucedió y no hay regreso. La verdad la aplasta cual cucaracha: no hay regreso...	Close up de Everth fade out a negros
32	6"	3'48"	Sale fondo musical	Créditos

Introducción a la tercera parte

No.	TP	TT	AUDIO	VIDEO
1	12"	12"	Fade in de fondo musical a fondo de voz. (Talking'bout a revolution – Tracy Capman) Emmanuel: "En esta segunda interpretación , el director quiso incluir algunas descripciones hechas en el texto original, dándonos una idea más amplia de lo que sucede en la mente de la protagonista."	Fade in de Emmanuel sentado en la cama en full shot.
2	6"	18"	E: "Esta sería una adaptación más fiel del texto literario, pero aún no es exacta. "	Emmanuel en médium shot sentado en la cama, corte directo.
3	7"	25"	E: "Como último paso, me gustaría que vieran las mismas imágenes, con el texto en voz en off."	Emmanuel en close up, sentado en la cama, corte directo.
4	8"	33"	E: "Voz en off significa que el narrador no se encuentra en la escena, como si les estuvieran leyendo el cuento mientras lo ven. "	Emmanuel en close up. Corte directo.
5	4"	37"	E: "Escuchen atentamente y observen la diferencia." Fade out de fondo musical a cero.	Emmanuel en médium shot, fade out a negros.

Parte 3: Muestra audiovisual con el texto en voz en off.

No.	TP	TT	AUDIO	VIDEO
1	4"	4"	Fade in de fondo musical (Pista pre-editada)a fondo de voz	Fade in de generador de caracteres "Producciones RAGUI presenta" Fade out a negros.
2	5"	9"		Fade in de generador de caracteres "a Everth Alfaro" Mix con siguiente toma
3	3"	12"		Mix de generador de caracteres "en" mix con siguiente toma
4	8"	20"		Mix de generador de caracteres "VACÍO" Fade out a negros.
5	13"	33"	La música sigue taladrando sus oídos y sin embargo repite una y otra vez la frase: ¿cómo puedes redefinir algo que nunca tuvo realmente un nombre?.	Fade in de recámara en full shot (toma aérea) panning por la habitación, corte directo
6	4"	37"	Sin cantar, sin llorar.	Close up de Everth con un rostro serio, apagado; mix
7	3"	40"	Han pasado varias horas y no lo nota.	Tight shot de reloj funcionando, mix
8	3"	43"	Sólo los dedos se mueven para retroceder la canción.	Close up de mano apretando los botones, mix
9	13"	56"	Alguien toca la puerta. La llama insistentemente. No responde. Ni siquiera voltea la mirada o cambia de expresión.	Toma abierta de la recámara, a nivel de la mirada de Everth, de frente; corte directo
10	2"	58"	Ni un gesto...	Big close up de mirada de Everth, mix
11	8"	1'06"	De pronto, deja correr la	Full shot de Everth que

			música. No la detiene más y se cubre el rostro con las manos,	suelta los botones, se cubre el rostro con las manos, corte directo
12	4"	1'10"	tratando de borrar la imagen de su mente Sacude la cabeza.	Close up de Everth que sacude la cabeza, mix
13	4"	1'14"	Se levanta y comienza a caminar fingiendo tranquilidad.	American Plane de Everth que se levanta y comienza a caminar, la cámara la sigue, corte directo
14	8"	1'22"	Al recorrer su recámara se topa con esa mirada y esa sonrisa que la cámara no pudo haber captado mejor.	Panning en full shot de recámara, zoom in a la fotografía.
15	8"	1'30"	Es entonces cuando la avalancha da comienzo. Toca la imagen apenas con la yema de los dedos.	Tight shot de la fotografía, zoom out para apreciar la mano de Everth que la toca, corte directo
16	2"	1'32"	Suspira.	Médium shot de Everth que suspira, mix
17	5"	1'37"	Una lágrima furtiva se escapa de sus ojos y da rienda suelta a su dolor...	Big close up de perfil de Everth, con la lágrima, mix
18	8"	1'45"	Quita la fotografía, la besa, la aprieta contra su pecho sin poder dejar de llorar.	Close up de Everth que quita y besa la fotografía, zoom in hasta médium shot cuando la abraza; corte directo
19	6"	1'51"	Poco a poco se desmorona, se va cayendo física y moralmente.	Picado de la recámara en full shot, con Everth de espaldas, mix
20	9"	2'00"	Al resbalarse por el muro va dejando caer la fotografía y termina abrazada a sus piernas, llorando.	American Plane de Everth de frente que se resbala por la pared, mix con close up de su rostro, bañado en llanto (al mismo tiempo), mix
21	5"	2'05"	La puerta vuelve a llamar.	Everth de perfil,

			No responde. Sólo llora.	recargada en sus rodillas en close up. Mix
22	4"	2'09"	No hay nada más que pueda hacer y lo sabe.	Panning de la recámara en POV de Everth corte directo
23	4"	2'13"	Esa certeza que anheló por meses ahora la aniquila.	Big close up de Everth, corte directo
24	8"	2'21"	¡Y dicen que no hay nada peor que la incertidumbre! Ella tiene la respuesta: la soledad.	Panning circular lento por la habitación, en mix con rostro de joven1 "Así está mejor, no hay nada peor que la incertidumbre"
25	13"	2'34"	Esa sensación de haberlo dado todo a quien no lo valoró, de haber arriesgado familia, carrera, vida completa por alguien que sólo la utilizó la desmorona.	Continúa el Panning más rápido en mix con rostro de joven 2 "Es mejor estar sola que mal acompañada"
26	15"	2'49"	Todo cuanto defendió, todo cuanto creyó a capa y espada se va como arena entre las manos, hasta que quedan vacías. Más vacías que al principio. Más inútiles que nunca.	Panning circular más rápido en mix con rostro de joven 3 "El tipo no te merecía, él pierde más que tú"
27	11"	3'00"	Repasa canciones, poemas, frases de aliento de sus amigos más cercanos. De aquellos que se quedaron de su lado, pero que no alcanzan a comprender lo que sucede.	Panning circular más rápido con Everth en el centro voz en off "Arriba y adelante amiga, para eso están los hombres"
28	8"	3'08"	Nada le da un poco de paz. El dolor fluye y derrumba los castillos de arena con su fuerza.	Panning circular muy rápido con mix rostro de joven 4 "No sufras, ya se te pasará"
29	15"	3'23"	Todos le dicen que también esto pasará, que	Panning circular que apenas se distingue

			va a estar bien, que no valía la pena. ¡Y se lo dicen a ella! Eso es precisamente lo que lastima, que dio la vida por algo que no valía la pena.	con Everth al centro, se va desvaneciendo el remolino "Amiga, ese tipo no valía la pena"
30	9"	3'32"	Y ahora ¿que sigue? no puede levantarse y lavarse la cara fingiendo que nada duele, que nada sucedió.	Se termina de desvanecer el remolino, big long shot de Everth en la recámara, que levanta la cabeza, corte directo
31	10"	3'42"	Sucedió y no hay regreso. La verdad la aplasta cual cucaracha: no hay regreso...	Close up de Everth fade out a negros
32	6"	3'48"	Sale fondo musical	Créditos

Conclusión.

No.	TP	TT	AUDIO	VIDEO
1	10"	10"	Fade in de fondo musical a fondo de voz. (Total eclipse of the heart) Emmanuel: "¿Qué les pareció? Lo más seguro es que si hubiéramos leído el texto primero, cada quien tendría una imagen diferente de la protagonista, y del escenario."	Fade in de Emmanuel en american plane sentado en el sillón, corte directo.
2	10"	20"	E: "Esa es la riqueza del texto literario, esa es la magia de leer: dejarnos llevar por la imaginación hacia donde el autor nos va describiendo."	Emmanuel en médium shot sentado en el sillón, corte directo.
3	5"	25"	E: "El texto nos permite entrar en la historia, nos hace testigos de los hechos."	Emmanuel en american plane, corte directo.
4	7"	33"	E: "Las descripciones hechas por el texto y llevadas a la pantalla ahorran tiempo, pero también desperdician la magia de los detalles."	Emmanuel en médium shot, corte directo.
5	12"	45"	E: "En fin, el objetivo de mi presentación es invitarlos a compartir la visión de los escritores, a evitar los intermediarios y entablar un diálogo directo con los personajes."	Emmanuel en close up, corte directo.
6	8"	53"	E: "Y no sólo hablamos de literatura, la lectura entretiene, divierte, pero también educa y eleva nuestro grado de cultura."	Emmanuel en médium shot, corte directo.

7	8"	1'01"	E: "En esta era digital, nuestro mundo de imágenes a veces va demasiado rápido, los invito a darse la oportunidad de ver la realidad desde otro ángulo."	Emmanuel en american plane, zoom in hasta médium shot, mix.
8	5"	1'06"	E: "Hasta otra ocasión, y suerte en su incursión en la magia de la lectura."	Emmanuel en american plane, fade out a negros.
9	30"	1'36"	Fade in de fondo musical a nivel de voz, fade out a cero.	Fade in de generador de caracteres (Créditos). Fade out a negros.

4.1.6 El equipo de grabación.

La grabación puede ser solucionada con una sola cámara, pero ante la oportunidad, se utilizaron 2 cámaras de 8mm Hi-Fi Panasonic.

Además de las cámaras, son necesarios 2 trípodes, dos spotlights y 2 cazuelas, un micrófono ambiental, 2 casetes de 8 mm, cables y extensiones suficientes.

En nuestro caso, no se requiere de un mixer, aunque si de un monitor en el que la dirección pueda cerciorarse de la calidad de la toma.

4.1.7 Plan de escenografía e iluminación.

Para toda producción es necesario un plan de escenografía, iluminación y cámaras. Esto significa el diseño de un bosquejo o plano del lugar de grabación, la disposición de los muebles en nuestro caso, la ubicación de las luces y las cámaras.

Este esquema da al equipo de producción una idea más concreta del lugar en que se grabará y por supuesto, de su posición y movimiento dentro de la locación.

4.1.8 Permisos correspondientes.

En el caso que nos ocupa, los permisos correspondientes se remiten a la autorización de la dueña de la casa en la que se grabará y la aprobación de los compañeros que fungirán como talentos y staff.

En cuanto a equipo, sí es necesario pedir autorización para utilizar las luces (spotlights y cazuelas) y de ser posible, algunos cables y extensiones.

4.1.9 Casting de modelos y/o actores.

El casting fue realizado entre las compañeras de grupo y algunas familiares, entre ellas se eligió a la actriz de teatro Everth Alfaro Olvera, miembro de la Compañía Teatral TESPIS, de Celaya, Gto. y compañera de generación.

Everth aceptó participar en el proyecto, por lo que el guión técnico se adaptó para llevar su nombre.

En el caso del presentador, el casting se hizo entre algunos compañeros que han sido o son conductores de televisión, siendo Emmanuel quien, por su trayectoria dentro de la cultura municipal, cubrió el perfil necesario para convertirse en nuestro líder de opinión, además de su buen manejo de cámara y facilidad de palabra.

Emmanuel aceptó colaborar en el proyecto, por lo que también se adaptó el guión para llevar su nombre. En cuanto a la asistencia de dirección, Emmanuel también participa en la Compañía Teatral TESPIIS, por lo que sus conocimientos de actuación ayudaron al proyecto y lo enriquecieron de forma considerable.

Para elegir al equipo de producción bastó pedir la colaboración de compañeros y amigos que aceptaron formar parte de este proyecto de inmediato. Este compañerismo y apoyo mutuo es lo que hizo de esta producción un producto con alma.

4.1.10 Scouting.

Siendo la necesidad de la producción conseguir una recámara tipo (cama, muñecos de peluche, clóset, ventana, computadora, televisión), se visitaron algunas hasta encontrar la adecuada.

La recámara que servirá como foro para la producción es propiedad de Alondra Terres Mata, también compañera de generación, quien aceptó colaborar con el proyecto.

4.1.11 Apartado de salas de edición y post-producción.

En el proceso de planeación creímos no tener problemas en este aspecto, puesto que la post-producción se llevaría a cabo en casa de una servidora, en un ordenador adecuado para el trabajo de edición.

Ya sobre la marcha, la memoria de la computadora fue insuficiente para el trabajo de captura, y fue necesario solicitar tiempos en la isla de

edición en el estudio ULSABvisión, que fue concedido generosamente a pesar de estar ocupado con producciones de la materia de Televisión.

Normalmente, estos permisos se solicitan por escrito de manera oficial, en nuestro caso fue necesario por la premura del tiempo, solicitar autorización de manera verbal y directamente con el Lic. Iván Monroy, encargado del estudio y maestro de Televisión.

4.1.12 Detalles generales.

Para efectos de esta producción, no fue necesaria la reservación de hoteles, plantas generadoras de energía eléctrica, toldos, sistemas de comunicación, etc., por el hecho de que el equipo de producción es pequeño, apenas 6 o 7 personas en una sola recámara.

4.2 Producción.

La etapa de producción es sinónimo de grabación o rodaje. Se trata de todas las acciones correspondientes a grabar imágenes, audio ambiental, tomas principales y de apoyo, etc.

Para la etapa de producción es necesario realizar una junta de producción, un día antes del señalado para la grabación. A esta reunión asisten todos los miembros del equipo de producción y las personas involucradas en el desenvolvimiento de la misma como son talentos, editores, etc. En esta junta de producción se checa la lista de requerimientos y materiales, para verificar que se cuente con todo preparado.

De ser posible, debe realizarse uno o varios ensayos previos al día de la producción, para que todo el equipo tenga bien clara su función y su posición dentro de la producción.

La producción total del video se llevó a cabo el sábado 29 de noviembre del año 2003, en la casa ubicada en la calle de Francisco Pimentel No. 216 de la Colonia FOVISSSTE de Celaya, Gto.

Se citó a las 8:00 a.m. en punto, para terminar alrededor de las 2:00 p.m. Sin embargo, no se realizaron ensayos previos ni juntas de producción, lo cual fue una omisión grave de mi parte.

Estas omisiones no sólo entorpecieron el desarrollo de la producción, sino que gastaron un valiosísimo tiempo y ocasionaron la desesperación de los miembros de la producción, puesto que nadie excepto una servidora, conocía los pormenores del video y lo que se esperaba como producto final.

4.2.1 Reporte del día

Debido a que la grabación no se realizó en el estudio de ULSABvisión y éste se encontraba ocupado con las producciones de la materia de Televisión, las luces, el micrófono y le monitor tuvieron que permanecer en el estudio. El problema de la iluminación fue solventado a medias con una buena luz de día, a pesar de los efectos de contraluz evidentes.

Los miembros del equipo de producción se dieron cita alrededor de las 9:30 a.m. y se iniciaron los preparativos correspondientes: cambio de ubicación de algunos muebles para lograr una mejor toma, adecuación de la escenografía en general para la grabación.

El guión para las intervenciones de Emmanuel sufrió severos cambios, puesto que no pretendía que se percibiera como leído o aprendido de memoria, sino que el objetivo era que Emmanuel se sintiera en confianza y libertad para manejar el texto, respetando la línea principal.

Ese es uno de los grandes aciertos de la producción, desde mi punto de vista, puesto que logramos el ambiente de cordialidad y naturalidad requerido para la consecución del objetivo.

En el caso de Everth, de la misma manera el guión sufrió cambios, aunque no tan severos.

Por ejemplo, a pesar de que su actuación dramática fue muy buena, no consiguió derramar esa “lágrima furtiva” requerida por el guión, así que tuvo que suprimirse. Del mismo modo, Everth tuvo libertad de marcar su ritmo en la actuación, propiciando así la naturalidad de sus movimientos y dejando el espacio bajo su control.

Se realizaron dos grabaciones, una con el texto en voz en off y otra con el sonido ambiental solamente, con el objetivo de que Everth midiera los tiempos del texto y tal vez poder rescatar alguna imagen de ese ensayo grabado.

4.2.2 Limitaciones y fallas.

Una de las más grandes limitaciones que se presentaron fue la luz de la ventana, que no logramos controlar y nos dio un efecto de contraluz considerable.

Otra fue el espacio, que si bien ayudaba a la intención del guión, no así al equipo, que tuvimos que ubicar en dos ángulos muy parecidos, debido al reducido espacio.

Un error que cometió una servidora fue no entregarles los guiones a mis compañeros previamente, se encontraron con él el día de la grabación, y no todos tenían muy claro el concepto del video. Esa explicación y detalle de lo que debió tratarse en una junta previa de producción nos quitó aproximadamente 30 min de grabación y un poco de paciencia.

Una vez que les fue explicado en orden y de modo completo el concepto y el tratamiento del guión, pudieron enlazar la participación de Everth con la de Emmanuel, puesto que no lograban entender qué tenía que ver una actuación con la otra.

4.2.3 Cambios de último momento.

Ya he mencionado que hubo que reorientar los muebles de la recámara y ubicar las cámaras en un ángulo ligeramente distinto al especificado por el guión, además de que la luz nos provocó un efecto no previsto en el guión, pero aceptable para el concepto del video.

Tras la grabación, y a la hora de grabar los “patitos” o tomas adicionales, se vio la oportunidad de grabar cosas que no estaban previstas, y de suprimir otras acorde con la escenografía natural y con la arreglada.

Los cambios al guión fueron considerables, pero benéficos, desde mi punto de vista; por eso no los he incluido dentro de las fallas.

4.3 Post-producción.

El trabajo de post-producción incluye:

- Captura de imágenes al ordenador.
- Señalamiento y selección de imágenes.
- Edición de imágenes de acuerdo al guión técnico.
- Musicalización y doblaje.
- Titulaje de entrada y salida (Presentación y Créditos).
- Chequeo final.
- Renderización final.
- Reproducción del formato VCD a formato VHS.

Terminada la grabación y habiendo verificado la utilidad de todas las tomas, se procede a la post producción.

La captura de imágenes se refiere a conectar la cámara con el material en casete y pasarlo al ordenador para su edición. Esta captura requiere que el ordenador cuente con entradas firewire (en caso de video digital) o RCA (en caso de video análogo); memoria de más de 250 Mb en RAM y un procesador pentium II o superior.

La captura se hace en el orden en que se encuentra en casete, y sólo las imágenes señaladas como buenas en el reporte de continuidad. También puede hacerse en el orden del guión, pero esto quita tiempo innecesariamente.

Tras la captura, se verifica que las imágenes sean de buena calidad ya en el ordenador, de no ser así, se borra la captura y se vuelve a hacer.

De este proceso depende la calidad del producto final. Es decir, aunque las imágenes grabadas sean excelentes en el casete, el resultado final depende de la calidad de la captura.

Tras la captura, se procede a la edición. Se recomienda hacer primero la edición de todo el video, y luego del audio.

Para edición, se utilizó el Software Vegas 4.0 de Sonic Foundry, por su facilidad de acceso y de trabajo, además de dar una calidad excelente.

Dentro del programa de edición, se abre un nuevo proyecto y se inserta un track de video y uno de audio. Por medio de los menús, se importa el video capturado (aparece todo corrido si es que se capturó en un paso, o por partes, si es que se hizo en varios) y se procede a cortar las imágenes por escenas y se pegan en el orden del guión; de preferencia, en nuevos tracks de audio y video.

Vegas 4.0 inserta automáticamente un track de audio al insertar video, y lo sincroniza con éste, de modo que el sonido ambiental y los diálogos quedan en su lugar. Esta es una ventaja enorme, porque facilita el movimiento de escenas y su edición.

Después de ordenar las escenas, se toma el guión técnico para hacer las disolvencias, efectos de video, entradas y títulos; a esto se llama edición de video, y toma entre 3 y 4 horas por cada dos minutos de video final.

El paso siguiente es la edición del audio. Ya mencionamos que Vegas sincroniza el audio con el video original, pero hace falta la música de fondo y los efectos. A esto se denomina edición de audio, y toma entre 1 y 2 horas por cada cinco minutos de video final.

Vegas acepta todos los formatos de audio para edición, y se captura fácilmente con ayuda de los menús.

Terminada la edición, musicalización y titulado, se procede a un chequeo final de tiempos y movimientos, verificando la calidad continua del video.

Cuando la edición la hace una sola persona, y es por casualidad el productor o director, a veces se enfoca tanto en una escena o un efecto que pierde la perspectiva de que será visto en continuo.

Por eso es importante que lo vea “de corrido” para evitar los brincos de una escena a otra, las imágenes “paja” y verificar que sea audible y entendible. Se recomienda que alguien más lo cheque, para que tenga una visión objetiva del trabajo final.

Habiendo hecho las correcciones pertinentes, se procede a la renderización. Vegas virtualiza el audio y el video para evitar saturar la memoria RAM, de modo que al terminar, debe crear propiamente el video que ha sido editado.

Esto es, generar imágenes reales, que puedan ser grabadas en casete o en un disco compacto, para ser vistas en un aparato diferente al ordenador. Esto es lo que se llama renderizar.

En Vegas es muy sencillo de hacer, se utiliza la opción *Render as...* del menú *File*, y se tiene la oportunidad de elegir el formato final del video. Se recomienda el formato .mpeg, puesto que ocupa menos espacio, aunque disminuye un poco la calidad. El formato .avi tiene muy buena calidad, pero ocupa hasta 100 veces más espacio que el .mpeg.

La renderización tarda de 3 a 6 minutos por cada minuto de video final, este tiempo dependerá de la cantidad de efectos que tenga la edición.

Una vez renderizado el video, se debe verificar el resultado final. Hasta ahora, todo se hace en el ordenador. Si el resultado no es satisfactorio, debe eliminarse este video y hacer los cambios pertinentes, para volver a renderizar.

Pareciera una pérdida de tiempo, pero de esto depende la calidad del máster y de nuestra imagen como profesionales.

Una vez que el productor (y una persona ajena a la producción, de preferencia) ha quedado satisfecho con el video, se procede a grabarlo en casete, o bien a quemarlo en un disco compacto.

Si el ordenador tiene salidas de audio y video, puede pasarse directamente a 8 mm o VHS, si se decide elegir el formato VCD o DVD (siempre y cuando se tenga el dispositivo necesario) el resultado es un disco compacto.

Aquí termina el trabajo de post producción: la obtención del máster.

Puede hacerse una o varias copias –que en realidad son originales– para seguridad de respaldo, o bien para su distribución.

Esa es una de las mayores ventajas de la edición digital, todas las copias que salgan del ordenador son masters, lo que garantiza la calidad de reproducción.

Para lograr este proceso, se requiere un ordenador con tarjeta de captura de audio y video con entradas de RCA o miniplug. En el caso del ordenador de una servidora, hubo necesidad de conseguir adaptadores RCA-miniplug, y proceder a la captura.

Al intentar capturar, la memoria RAM fue insuficiente y el ordenador se reiniciaba, sin poder capturar las imágenes. Tras muchas horas de intentos

frustrados, decidí pedir apoyo al Lic. Iván Monroy, encargado del estudio ULSABvisión, para capturar en las computadoras del estudio y transportar las imágenes a mi ordenador para su posterior edición.

Ese proceso fue más complicado, puesto que las cámaras utilizadas (8mm) no poseen un puerto Firewire necesario para la captura en el ordenador del estudio. De modo que fue necesario capturar las imágenes en la Editora digital (DV7), después grabarlas en un casete mini-DV y ahora sí, por medio de la cámara digital, capturarlas al ordenador.

En el ordenador del estudio se realizó la selección de imágenes, cortando los errores, los espacios y dejando únicamente las secuencias útiles. En el caso de las introducciones de Emmanuel, prácticamente fueron editadas en el estudio, no así la actuación de Everth, que se renderizó en bruto, para su posterior edición.

El siguiente paso fue el traslado del clip a mi ordenador, que fue renderizado como clip de video MPEG. Al terminar la grabación del CD, el programa marcó un error de verificación de los datos, por lo que preferimos comprobar que se hubiera grabado, probando el video en un reproductor de DVD.

Al conseguir imagen en el monitor, agradecí al Lic. Iván su invaluable apoyo y continué el proceso en mi propio ordenador.

El error marcado por el programa de grabación no permitió finalizar el disco de video, y mi computadora no lo reconocía. Debido a que mi programa de grabación no es compatible con el del estudio, hubo necesidad de conseguir una computadora que fuera compatible para finalizar el CD.

La finalización fue en vano, puesto que el ordenador seguía sin abrir el archivo, por lo que se hizo una nueva copia, en la misma computadora que finalizó el CD anterior.

Considero necesario explicar este proceso, debido a que tantas copias de las imágenes originales, disminuyeron la calidad de las mismas considerablemente.

La grabación en 8mm tiene una alta fidelidad, y así se presentaban en el DV7, la primera generación, pero hubo necesidad de hacer 6 generaciones de copia, en perjuicio de la calidad de reproducción.

Una vez que fue posible abrir el archivo en mi computadora, el proceso de edición me tomó 3 días de trabajo, con diversas pruebas para intentar corregir los errores producto de la grabación original y de las copias.

En el proceso de edición, fue notorio que la grabación hecha por Marko Miranda fue mejor que la hecha por Alondra Terres. El motivo fue la instrucción para comenzar a grabar, en el conteo regresivo, Marko comenzaba a grabar desde el inicio, y Alondra hasta el final. Eso provocó que muchas de las secuencias en las que la cámara 1 (Alondra) era la principal tuvieron que ser cortadas y sustituidas (al menos los primeros cuadros) por la cámara 2 (Marko).

El audio fue tomado del micrófono de las cámaras, y sí fue notoria la diferencia en cuanto a distancia. La cámara que estaba más lejos del talento se escucha más hueca que la otra, pero no fue problema equilibrarlas.

El problema radicó en tratar de respetar el guión con los acercamientos, que provocaron una pixelación severa en la imagen.

La instrucción fue grabar tomas abiertas, para evitar cortes indeseados con el movimiento de los talentos, pensando que es más fácil

solucionarlos en la edición. Tras 6 generaciones de copias, esa solución se convirtió en problema, que no pudo ser solucionado en su totalidad por la restauración de la imagen.

No así el problema de la contraluz, que a mi parecer, fue solucionado en buena medida, hasta lo posible.

Tras la revisión final, decidí renderizar por bloques para evitar la saturación de la memoria del ordenador, decisión que fue exitosa y tras 6 horas de renderización , se obtuvo el primer master, a modo de prueba.

Se revisó minuciosamente, y se corrigieron los errores solucionables de audio e imagen, se volvió a renderizar y se obtuvo el máster definitivo, en formato VCD.

Aún faltaba otra generación: pasarlo a formato VHS. Si aún quedaba alguna secuencia con calidad 8mm, aquí se perdió.

A pesar de la vicisitudes del proceso de producción y la mala calidad de la imagen, considero que fue un proceso exitoso, puesto que fue realizado en un tiempo menor al especificado en la planeación, y con menos altibajos de los previstos. En tiempo, dinero y esfuerzo, fue una producción económica.

Considero necesaria una re-edición, tratando de capturar directamente de los casetes de 8 mm al ordenador. No pierdo la esperanza de ver el guión realizado con calidad. Por cuestiones de tiempo, no fue posible realizarlo para la publicación de la presente tesis, pero no se queda en el olvido. Es un compromiso personal mejorar la calidad del máster, para presentaciones posteriores.

CAPÍTULO V

INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE

El presente trabajo de tesis incluye el diseño y aplicación de un proceso de comunicación. Desde el principio hasta el final, he querido mantener el carácter científico de este proceso y respetar las reglas generales para diseñarlo, llevarlo a cabo y evaluarlo.

El proceso de producción de un mensaje (en este caso, el video motivacional) implica un complejo proceso de planeación científica y detallada. Dentro de esa planeación tenemos: la definición del objetivo de la comunicación, el emisor y el receptor de la comunicación, el canal más adecuado para dirigir el mensaje y la construcción del mensaje en sí mismo.

Tras la construcción del mensaje, el paso obvio es su emisión. Se solicitó un nuevo permiso de intervención al grupo piloto (3º B de la sección secundaria del Colegio Benavente) para la muestra del video producido.

Habiendo realizado todo lo mencionado anteriormente, podríamos decir que el proceso de comunicación está completo.

Empíricamente, está completo. Desde el punto de vista científico, sabemos que es necesaria la retroalimentación para convertir un proceso informativo en uno comunicativo.

Hasta ahora, sólo hemos realizado la primera etapa del proceso dialéctico de la comunicación: la emisión-recepción del mensaje.

En este punto, tras la construcción de un mensaje enviado hacia un receptor específico, con un objetivo definido y un efecto esperado, lo que procede es evaluar los resultados del proceso.

Es decir, es imprescindible para el proceso de la comunicación, que el emisor conozca los efectos del mensaje enviado, para decidir si cumplió o no con el objetivo planteado.

En el caso que nos ocupa, el objetivo era motivar a los chicos de secundaria a incursionar en el hábito de la lectura literaria.

¿Hasta qué grado logramos nuestro objetivo con la muestra del video? Necesitamos investigarlo.

5.1 Planteamiento del problema.

Para esta etapa de investigación concluyente, el problema quedó planteado de la manera siguiente: ¿Cómo se modificó el grado de motivación lectora en el público objetivo tras la muestra del video?

Nuestro público objetivo siguen siendo los hombres y mujeres entre los 11 y los 16 años de clase MM-MA de Celaya, Gto., con algún grado de educación secundaria; puesto que mantenemos la misma línea de investigación, y tratamos con el mismo grupo piloto.

5.2 Objetivos.

5.2.1 General:

Interesa conocer la modificación que sufrió la motivación lectora de los jóvenes de 11 a 16 años de clase MM-MA de Celaya, Gto., con algún grado

de educación secundaria, tras la proyección del video motivacional producido.

5.2.2 Específicos.

Interesa conocer:

- Qué calificación general le otorgan al video motivacional.
- Qué calificación obtiene el conductor.
- Qué calificación obtiene el cuento elegido.
- Qué calificación obtiene el tema central del video (la lectura).
- Qué calificación obtiene la imagen del video.
- Qué calificación obtiene el sonido del video.
- En qué grado aumentó o disminuyó la motivación por la lectura tras la exposición del video.
- Qué sugerencias hay para mejorar el video.
- Si les interesa formar parte de un círculo o taller literario.
- Los factores que influyen en su participación dentro del círculo o taller literario.
- Qué les gustaría encontrar en un taller literario.

5.3 Hipótesis.

- La calificación general del video puede variar entre bueno y muy bueno.
- El conductor puede ser calificado entre muy bueno y excelente.
- El cuento, entre bueno y muy bueno.
- El tema del video, entre muy bueno y excelente.
- La imagen, entre buena y regular.
- El sonido, entre bueno y regular.
- El interés por la lectura, aumentaría entre muy poco y nada.
- Las sugerencias pueden incluir efectos de audio y video, modificación de tiempos, espacios y caracteres, tan variado como el auditorio mismo.
- La disposición para pertenecer a un taller literario, es de un 50%
- Los factores que influyen en esa disposición son:
 - a) La hora en que se lleve a cabo.
 - b) Quién imparta el taller.
 - c) La duración del taller.
 - d) El contenido del taller.
- Lo que los muchachos buscan en un taller literario puede ser:
 - a) Lecturas de cuentos o novelas.

- b) Poesía.
- c) Teatro.
- d) Amigos.
- e) Conferencias o pláticas.

5.4 Metodología.

Para evaluar el proceso, se realizó una investigación concluyente tipo encuesta de salida. Se aplicó un cuestionario estructurado, no dirigido e indirecto, puesto que se pidió a los muchachos que lo llenaran por sí mismos, y a su ritmo.

Es decir, al final de la transmisión del video y tras una pequeña charla, se solicitó a los muchachos miembros del grupo piloto que llenaran una encuesta como la siguiente:

Cuestionario:

1. Tu calificación del video en general sería:
 - a) Excelente
 - b) Muy bueno
 - c) Bueno
 - d) Regular
 - e) Malo

2. ¿Qué calificación le darías al conductor?
 - a) Excelente
 - b) Muy bueno
 - c) Bueno

- d) Regular
- e) Malo

3. ¿Qué calificación le darías al cuento?

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo

4. ¿Qué calificación le darías al tema del video?

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo

5. ¿Qué calificación le darías a la imagen del video?

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo

6. ¿Qué calificación le darías al sonido del video?

- a) Excelente
- b) Muy bueno
- c) Bueno
- d) Regular
- e) Malo

7. Podrías decir que tu interés por la lectura aumentó después de ver el video:
- a) Considerablemente
 - b) Muy poco
 - c) Nada
 - d) Me desanimó
8. ¿Qué le mejorarías al video?
9. ¿Formarías parte de un círculo literario o un taller literario?
- a) Si
 - b) No
 - c) No sé
10. Si tu respuesta es b) o c), la razón principal sería:
- a) La hora en la que se lleve a cabo
 - b) Quién de el taller
 - c) La duración del taller
 - d) El contenido del taller
 - e) No me interesa
11. ¿Qué te gustaría encontrar en un taller literario gratuito?
- a) Lecturas de cuentos o novelas
 - b) Poesía
 - c) Teatro
 - d) Amigos
 - e) Conferencias o pláticas

Gracias por participar.

5.5 Tabulación y resultados.

Los resultados obtenidos fueron:

PREGUNTA 1: Tu calificación del video en general sería:

a) Excelente	0
b) Muy bueno	7
c) Bueno	23
d) Regular	0
e) Malo	0

PREGUNTA 2: ¿Qué calificación le darías al conductor?

a) Excelente	1
b) Muy bueno	9
c) Bueno	14
d) Regular	5
e) Malo	0

PREGUNTA 3: ¿Qué calificación le darías al cuento?

a) Excelente	0
b) Muy bueno	15
c) Bueno	10
d) Regular	5
e) Malo	1

PREGUNTA 4: ¿Qué calificación le darías al tema del video?

a) Excelente	6
b) Muy bueno	13
c) Bueno	11
d) Regular	0
e) Malo	0

PREGUNTA 5: ¿Qué calificación le darías a la imagen del video?

a) Excelente	1
b) Muy bueno	4
c) Bueno	8
d) Regular	16
e) Malo	1

PREGUNTA 6: ¿Qué calificación le darías al sonido del video?

a) Excelente	0
b) Muy bueno	2
c) Bueno	9
d) Regular	13
e) Malo	4

PREGUNTA 7: Podrías decir que tu interés por la lectura aumentó después de ver el video:

a) Considerablemente	14
b) Muy poco	10
c) Nada	5
d) Me desanimó	1

PREGUNTA 8: ¿Qué le mejorarías al video?

La historia	2
El sonido	14
El formato	1
Más efectos	1
Nada	4
La imagen	12
Todo	1
Lo haría más largo	3
Más activo	3
La música	1
La calidad	1
Los diálogos	1
El contenido	1
El lugar del cuento	1
La voz del conductor	1
En blanco	3

PREGUNTA 9: ¿Formarías parte de un círculo literario o un taller literario?

a) Sí	16
b) No	3
c) No sé	11

PREGUNTA 10: Si tu respuesta es b) o c), la razón principal sería:

a) La hora en que se lleve a cabo	6
b) Quién de el taller	1
c) La duración del taller	2
d) El contenido del taller	6
e) No me interesa	2

PREGUNTA 11: ¿Qué te gustaría encontrar en un taller literario gratuito?

a) Lecturas de cuentos o novelas	8
b) Poesía	2
c) Teatro	9
d) Amigos	2
e) Conferencias o pláticas	9
De todo un poco	1

La calificación general del video fue buena, del conductor buena, del cuento muy buena, del tema del video muy buena, de la imagen regular y el sonido regular.

En cuanto al aumento del interés por la lectura, la respuesta oscila entre “considerablemente” y “muy poco”. Esta es una respuesta inesperada. Si bien es cierto que el proceso se realizó con optimismo, desde el principio estábamos conscientes de que lo más objetivo que podríamos lograr era una respuesta eufórica a la única emisión de un mensaje.

Es decir. La motivación requiere de otros agentes, de más exposiciones al mensaje enriquecidos con un programa completo de motivación lectora.

En cuanto al círculo literario, un buen número participaría y para el resto, los motivos son la hora en que se realice y el contenido del taller.

Lo que pretenden encontrar en el taller está muy repartido entre cuentos o novelas, teatro y conferencias o pláticas; lo que indica una variedad interesante para quien tome la iniciativa de la creación del mismo.

Los resultados fueron mejor de los esperados, a decir verdad, debido a la mala calidad del máster obtenido y lo que me resta es tratar de mejorar la calidad del video para incluirlo en un proyecto de círculo literario.

Este círculo literario como una propuesta teórico-metodológica de motivación lectora es el producto final de una nueva tesis, de la que ésta sólo funcionaría como antecedente y respaldo científico.

Tras esta sencilla pero necesaria evaluación, podemos decir que el proceso de comunicación ha sido completado de manera eficiente, debido a que la respuesta del auditorio mejoró las expectativas iniciales, por lo que el objetivo de la comunicación fue alcanzado.

CONCLUSIONES

UNA PROPUESTA DE MOTIVACIÓN LECTORA

A lo largo de la presente investigación se ha diseñado cuidadosamente un proceso completo de comunicación. Todo proceso comunicativo parte de la necesidad de hacer partícipe a un auditorio de una propuesta o una idea, con el propósito de que se unan a ella.

En nuestro caso, esta idea es sólo el punto de partida para iniciar un proceso más complicado y fructífero: la motivación lectora.

La motivación es un proceso psicológico y sociológico que va más allá de la euforia de un momento. Uno puede ser conmovido e incluso convencido por un material audiovisual que se transmite una sola vez, pero esta convicción no es legítima en la mayoría de los casos.

Podemos entrar en el vicio del convencimiento simulado, o del convencimiento temporal. Para lograr un efecto de verdadera persuasión necesitamos de una propuesta metodológica que incluya el video en cuestión, pero que también se apoye de otras herramientas.

Para dejar concluida la presente tesis, debemos proponer algunas herramientas que formen parte de este proceso.

Se proponen de ocho a diez sesiones de dos horas continuas, a razón de una sesión semanal. Esto implica el trabajo de dos a tres meses para desarrollar el hábito de la lectura literaria en los estudiantes de nivel secundaria.

En la primera sesión deberá ser transmitido el video “La magia de leer” a modo de presentación y como gancho para lograr la atención de los muchachos.

Dado que “La magia de leer” muestra de manera palpable la riqueza del texto literario, es un excelente comienzo. Tras la presentación del video tendremos a los chicos atentos y dispuestos a escuchar.

Como segundo paso se tendría una pequeña conferencia o plática (dependiendo de la formalidad o familiaridad que quiera darse al proyecto) dictada por un literato consumado o un escritor novel de preferencia miembro del círculo literario regional, con el objetivo de crear un ambiente familiar en la audiencia.

Este personaje puede iniciar los ejercicios de lectura, propiciando una reflexión de algún cuento o poesía por medio de una lectura guiada, abriendo con ello la puerta al mundo de la literatura y ayudando a los muchachos a dar sus primeros pasos en la magia de la lectura.

Después pueden prepararse algunos ejercicios de comprensión lectora, de interpretación ideológica, de paráfrasis o de reflexión crítica; todo esto depende de los objetivos particulares planteados para el taller.

Pero ¿quién debe encargarse del diseño completo de este taller literario?

La presente investigación puede ser continuada por un Licenciado en Educación o en Pedagogía, por un maestro de Lectura y Redacción o de Español, o por un Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

La exhortación queda para los nuevos Comunicólogos: crear un sistema completo de motivación lectora que se consolide como una

propuesta teórico-metodológica, y que sea incluida posteriormente en las clases de literatura, de Español, o de Taller de Lectura y Redacción.

El papel de un Licenciado en Ciencias de la Comunicación dentro de este proceso es primordial. Un Comunicólogo sabrá tomar la presente investigación como precedente, encontrar sus aciertos y errores, transformarlo en una nueva oportunidad de investigación y crecimiento profesional; y no sólo eso, sino abrir también un nicho de oportunidad para el Comunicólogo dentro de las Ciencias de la Educación.

Una propuesta de esta índole demuestra la capacidad de los comunicólogos para incursionar en todas las áreas del conocimiento, y su utilidad innegable dentro de cada una de ellas.

Como sociedad podemos vivir sin televisión, sin cine, sin radio... pero ninguna sociedad puede sobrevivir sin comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- ANDERSON, JONATHAN y otros. **Redacción de tesis y trabajos escolares**. Primera Edición, doceava impresión. México. Editorial Diana, 1986. 174p.p.
- BERLO, David K. **El proceso de la comunicación**. Primera edición. Buenos Aires. Editorial El Ateneo, 1969. 239p.p.
- BOOHMANN, Karim. **Medios de comunicación y sistemas informativos en México**. México. Mc. Graw Hill. 425p.p.
- **Diccionario enciclopédico REYMO**. Primera Edición. México. Ediciones Trébol, 1996. 1225 p.p.
- ECO, Humberto. **Apocalípticos e integrados**. México. Tusquets Editores. 316p.p.
- FERNANDEZ COLLADO, CARLOS y Gordon L. Dahnke. **La comunicación humana, ciencia social**. México. Mc. Graw Hill, 1999. 468p.p.
- FERREIRO, Emilia. **Alfabetización y fracaso escolar**. Problemas teóricos y exigencias sociales. México. DIE-CINVESAV, IPN documento DIE 37. 1987. 168p.p.
- FERREIRO, EMILIA y Margarita Gómez Palacio. **Nuevas perspectivas sobre los procesos de lectura y escritura**. 16ª Edición. México. Siglo veintiuno editores. 2000. 354p.p.
- FISCHER, LAURA y Alma Navarro. **Introducción a la investigación de mercados**. Tercera Edición. México. McGraw Hill Editores, 1999. 162p.p.

- FONSECA Yerena, Socorro y Ma. Del Carmen Herrera Z. **Diseño de campañas persuasivas**. Primera Edición. México. Prentice Hall. 2002. 251p.p.
- GILGARD, Ernest R. **Teorías del aprendizaje**. Primera Edición. México. Novena impresión. Trillas, 1987. 546p.p.
- GONZÁLEZ Treviño, Jorge E. **Televisión y comunicación, un enfoque teórico práctico**. Primera Edición. México. Pearson Universidad, 1994. 277p.p.
- GONZÁLEZ Treviño, Jorge E. **Televisión, Teoría y Práctica**. Primera Edición. México. Alhambra Universidad, 1992. 280p.p.
- HERNÁNDEZ Sampieri, Roberto. Et.al. **Metodología de la investigación**. Segunda Edición. México. McGraw Hill Editores. 501p.p.
- HILLIARD, Emerson L. **Guionismo para radio, televisión y nuevos medios**. Séptima Edición. México. Internartional Thomson Editores. 2000. 466p.p.
- IBÁÑEZ BRAMBILA, Berenice. **Manual para elaboración de Tesis**. Segunda Edición. México. Trillas-Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Psicología, 1995. 303p.p.
- LADRÓN DE GUEVARA, Moisés. **La lectura**. (Antología) Primera Edición. México. Ediciones El Caballo-SEP-Consejo Nacional de Fomento Educativo. 206p.p.
- LAZAR, Judith. **La ciencia de la comunicación**. Primera Edición en español. México. Publicaciones Cruz O. S.A., 1995. 116p.p.
- LÓPEZ, Alejandro. **Psicología de la comunicación: Textos y ejercicios**. Cuarta Edición. Colombia. Editorial Alfaomega, 1999. 235p.p.

- LOZANO Rendón, José Carlos. ***Teoría e investigación de la comunicación de masas.*** Primera edición. México, Alambra mexicana. 1997. 256p.p.
- PAOLI, J. Antonio. ***Comunicación e información. Perspectivas teóricas.*** Tercera Edición. México. Trillas – UAM, 1983. 138p.p.
- RICCI BITTI, PIO E. y Bruna Zani. ***La comunicación como proceso social.*** Primera Edición. México. CONACULTA-Grijalbo, 1990. 290p.p.
- SCHMELKES, Corina. ***Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (Tesis).*** Segunda Edición. México. Oxford University Press, 1998. 206p.p.
- SCHRAMM, Wilbur. ***La ciencia de la comunicación humana.*** Quinta edición en español. México. Editorial Roble, 1975. 166p.p.
- TOSTADO Span, Verónica ***Manual de producción de video. Un enfoque integral.*** Primera Edición. México. Alhambra Mexicana, 1995. 288p.p.
- TREVIÑO Martínez, Rubén. ***Publicidad. Comunicación integral en Marketing.*** Primera Edición. México. McGraw Hill Editores. 482p.p.

Otras fuentes:

- www.distancia.unam.mx
- www.encuestas.com

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **AUDIENCIA:** Dícese del público objetivo definido para recibir un mensaje mediático.
- **CANAL:** Es el medio por el que viaja el mensaje desde la fuente hasta el receptor.
- **CAPTURA DE AUDIO Y VIDEO:** Proceso de grabación de audio y video en un ordenador o dispositivo de edición digital.
- **CASTING:** Proceso de selección de talentos, llamado también audición.
- **CAZUELAS:** Tipos de luces que se utilizan como de relleno.
- **CELULOIDE:** Materia plástica, transparente y elástica, fabricada con pólvora de algodón y alcanfor, que se emplea en la fabricación de película de filmación o fotográfica.
- **CINTA MAGNÉTICA:** Consiste en una base de plástico o poliéster con un revestimiento de finas partículas de óxido de hierro , el cual es magnético.
- **COMUNICACIÓN:** Proceso de interrelación humana por medio del cual se transmite información a través de signos con un significado definido y la intención de participar ideas con el fin de persuadir.
- **CONDUCTISMO:** Escuela de Psicología que defiende que todas las conductas humanas tienen un precedente, es la aplicación más pura de la ley física de acción y reacción.

- **CONVENCIMIENTO SIMULADO:** Cuando el receptor hace creer al emisor que acepta su comunicación, cuando en realidad no es así.
- **CONVENCIMIENTO TEMPORAL:** Cuando el emisor convence al receptor, pero éste convencimiento es efímero.
- **CUALITATIVO:** Que denota calidad. En los métodos de investigación, se dice de aquellos que se concentran en encontrar la variable de influencia y no en el cuánto influye en el comportamiento humano.
- **CUANTITATIVO:** Se dice de lo relativo a la cantidad, y del análisis que determinan las porciones de cada ingrediente. En cuanto a los métodos de investigación, son aquellos que se enfocan en el cuánto influye cierta variable en el comportamiento humano.
- **DOBLAJE:** Se refiere a la inclusión de voces diferentes a las del audio original.
- **DVD:** Disco Video Digital, es un formato de video de salida.
- **EDICIÓN:** Proceso que corta los errores de la grabación, acomoda escenas, ajusta las imágenes grabadas al tiempo y disposición del guión, con el fin de lograr una producción continua y de calidad.
- **EMISOR:** Persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para iniciar una comunicación, es quien envía el mensaje.
- **ENTRADA DIRECTA:** Término técnico que indica que la imagen o el sonido llena la pantalla de negros o el silencio de un solo golpe.
- **ENTRADAS MINIPLUG:** Puede ser monoaural o estéreo, llamado también jack, puede ser grande PLUG o pequeño MINIPLUG.

- ENTRADAS RCA: Lleva un solo canal de audio o video a través del cable coaxial delgado.
- FADE IN /FADE OUT: Término técnico que indica que la imagen o el sonido va disolviendo los negros o el silencio poco a poco. Y viceversa.
- FIDELIDAD: Se dice del nivel de calidad con que se registra el audio y el video en una cinta magnética o celuloide, en general en cualquier medio de almacenamiento.
- FILMAR: Proceso por medio del cual se plasma imagen y sonido en el celuloide.
- FONDO DE VOZ: Volumen de música ambiental, se utiliza como indicación de audio.
- FUNCIONALISMO: Corriente de Psicología que se ocupa de la función que es desempeñada por un objeto o sujeto dentro del desarrollo de la vida social.
- GRABACIÓN HELICOIDAL: Puede tener de una a cuatro cabezas grabadoras montadas en un tambor giratorio que registran la información en la cinta en forma diagonal.
- GRABACIÓN POR COMPONENTES: Grabación de las señales de color por separado, así como la de luminancia, produciendo una imagen de excelente calidad.
- GRABACIÓN TRANSVERSAL: Cuenta con cuatro pequeñas cabezas de grabación que giran a 14 400 revoluciones por minuto, grabando la señal de video en una cinta de dos pulgadas de ancho.

- GRABAR: Proceso mediante el cual se plasma imagen y sonido en una cinta magnética.
- GUIÓN LITERARIO: Describe sucintamente el contenido de la producción, sus objetivos y requerimientos básicos, sin dar detalles técnicos.
- GUIÓN TÉCNICO: Es la descripción detallada del producto final, con el fin de llevarlo a cabo durante la realización.
- GUIÓN: El guión es el sueño de una producción, es la producción en papel, puede tener diferentes formatos.
- HI-FI: Siglas que significan alta fidelidad (High Fidelity)
- HIPÓTESIS: Son afirmaciones de posible verificación, son las probables respuestas del investigador a sus preguntas de investigación.
- INTERPERSONAL: Comunicación o relación que se da entre dos o más personas.
- INTRAPERSONAL: Hacia adentro de la persona. En cuanto a comunicación, es la que tiene el ser humano consigo mismo, llamada reflexión o introspección.
- INVESTIGACIÓN CONCLUYENTE: Investigación central, o de evaluación; en el caso de la comunicación, se refiere a la evaluación del efecto esperado, tras la transmisión de un mensaje.
- INVESTIGACIÓN PRELIMINAR: Investigación que se realiza antes de la investigación central, también se le llama diagnóstica o de exploración, y se realiza cuando la información sobre un fenómeno o

situación es limitada, y se requiere ampliarla. En el caso de la comunicación, se refiere al conocimiento de la audiencia antes de la construcción de un mensaje.

- **LECTURA:** Desciframiento sonoro del signo escrito; interpretación del sentido de un texto.
- **LUMINANCIA:** Cuando un color es más oscuro o más brillante es porque tiene más o menos luminancia.
- **MASIVO:** Dícese del producto, programa o mensaje que va dirigido a un público de masa, es decir, a todo el que lo reciba indiscriminadamente.
- **MÁSTER:** Videocasete o disco compacto en el que está grabada la edición final de una producción. Sólo se usa para obtener copias.
- **MEMORIA RAM:** Random Access Memory, y se refiere a la capacidad de procesamiento que tiene una computadora, la cantidad de memoria RAM define la capacidad de trabajo y la velocidad del procesamiento.
- **MENSAJE:** Es el qué de la comunicación, lo que se dice o se transmite.
- **METODOLOGÍA:** Análisis sistemático de los métodos o procedimientos. Aplicación de un método.
- **MIX:** Término técnico que indica la mezcla de imagen o sonido.
- **MOTIVACIÓN:** Acción de dar motivo o causa a una conducta determinada.
- **MPEG:** Formato de compresión de video.

- **MUSICALIZACION:** Se refiere a poner música ambiental, de fondo, principal, etc.
- **NIVEL DE VOZ:** Volumen normal de la voz, se utiliza como indicación de audio.
- **OBJETIVOS:** Son las metas a alcanzar por un proceso investigativo.
- **ORDENADOR:** Computadora.
- **PATITOS O TOMAS INTERCORTES:** Son tomas de apoyo que no están especificadas en el guión, pero que pueden servir al editor para lograr un efecto o emoción.
- **PERSONAL DE STAFF:** Se refiere a todo aquel que forma parte del equipo técnico de la producción: escenografía, iluminación, cámaras, floor manager, etc.
- **POST PRODUCCION:** Es la edición, inclusión de efectos especiales, musicalización, doblaje, titulado, etc.
- **POV:** Indica que la cámara tiene el punto de vista del talento.
- **PRE PRODUCCIÓN:** Etapa previa a la realización de una producción televisiva, también se llama de planeación.
- **PROCESO DE PRODUCCION:** Conjunto de pasos y /o actividades que se realizan para la obtención de un programa televisivo, una película, comercial, etc.
- **PROCESO DIALÉCTICO DE LA COMUNICACIÓN:** Se refiere a la propiedad del proceso de comunicación de invertir los papeles del Emisor y el Receptor, que intercambian roles al crear un diálogo.

- **PRODUCCION:** Es la realización del programa en sí, la grabación ya sea en estudio o en exteriores.
- **PROPUESTA TEÓRICO-METODOLÓGICA:** Conjunto de acciones y procesos propuestos con objetivos y metas definidas, basadas en un enfoque teórico o filosófico.
- **PUERTO FIREWIRE:** Es una entrada de audio y video digital.
- **RECEPTOR:** Persona o grupo de personas situadas en el otro extremo del canal de comunicación, es el blanco de la comunicación, el que recibe el mensaje.
- **RENDERIZACIÓN:** Es el paso final de la edición digital, y significa que se está compactando el máster o producto final ensamblando audio y video.
- **RUIDO:** También llamado barrera de comunicación, son las interferencias que puede haber en la comunicación , y que se originan después de transmitido el mensaje.
- **SCOUTING:** Proceso de selección de locaciones.
- **SELECTIVO:** Dícese del producto, programa o mensaje que va dirigido a un público específico, delimitado por las necesidades del mensaje mismo.
- **SEÑALAMIENTO O CALIFICACIÓN DE IMÁGENES:** Proceso de localización de las imágenes en el casete o en la captura que se utilizarán en la edición.
- **SINCRONÍA:** Hacer que el audio y el video se transmitan al mismo tiempo.

- SPOTLIHTS: Tipos de luces que se utilizan como principales.
- TALENTO: Son los que aparecen en pantalla, actores, conductores, cantantes, entrevistados, etc.
- TELEVISIÓN: Sistema de emisión y recepción a distancia de imágenes en movimiento y sonidos sincronizados por medio de ondas electromagnéticas.
- TEORÍA DE LA AGUJA HIPODÉRMICA O DE LA BALA: Teoría que defiende que un mensaje enviado a través de un medio masivo es capaz de penetrar en el auditorio y generar respuestas similares o idénticas en cada uno de los miembros del mismo, creando una respuesta más o menos uniforme.
- TEORÍA: Conocimiento especulativo considerado con independencia de toda práctica. Hipótesis cuyas consecuencias se aplican a toda una ciencia o a una parte de ella.
- TITULAJE: Se refiere a la inclusión de títulos de presentación y salida, créditos, etc.
- TRANSMISIÓN EN VIVO: Producción televisiva que se transmite al mismo tiempo que se realiza.
- TRIPODE: Llamado también tripié, es el dispositivo donde se monta la cámara para obtener mejor estabilidad de las tomas.
- VCD: Video Compact Disc, es un formato de video de salida.
- VELOCIDADES DE GRABACIÓN (EP, LP, SP): EP es la abreviatura de *Extreme Play*, LP es *Long Play*, SP es *Small Play*, y se refiere al tiempo de grabación de un casete. Un casete en SP puede grabar

hasta 120 minutos, mientras que el mismo casete puede grabar hasta 6 u 8 horas en EP. Mientras más alta la velocidad, mejor la calidad de grabación.

- VIDEO ANALÓGICO: Es una señal electromagnética que fluctúa exactamente igual que el estímulo original y es continua en el tiempo.
- VIDEO DIGITAL: Convierte una imagen o sonido en valores binarios (unos y ceros) para registrarlos en la cinta.
- VIDEOTAPE: Aparato que reproduce o registra imágenes y sonidos electrónicamente. Casete de cinta magnética que almacena y reproduce imagen y sonido.
- VOZ EN OFF: Término que se refiere al audio cuando la fuente no aparece a cuadro, o en la pantalla.
- TOMAS DE CÁMARA O ENCUADRES:
 - EXTREME CLOSE UP: Es la toma más cerrada a un área de la cara, su función es lograr el gran detalle, también se denomina detail shot.
 - BIG CLOSE UP: Esta toma abarca toda la cara, desde la barba hasta la parte superior de la frente, su función es la sensación de intimidad o se resalta alguna reacción.
 - CLOSE UP: Abarca desde los hombros hasta la parte superior de la cabeza. Puede abarcar hasta el área del pecho.
 - MEDIUM SHOT: Abarca desde la cintura hasta la parte superior de la cabeza.

- AMERICAN PLANE: Abarca desde las rodillas hasta la parte superior de la cabeza.
 - FULL SHOT: Cubre el cuerpo completo, desde los pies hasta la parte superior de la cabeza.
 - LONG SHOT: Incluye el talento completo, con aire alrededor.
 - BIG LONG SHOT: Incluye al talento completo, y el panorama alrededor.
 - TIGHT SHOT: Es una toma de detalle a objetos, con el fin de resaltarlos.
- MOVIMIENTOS DE CÁMARA:
 - PANNING: Giro de la cámara sobre su eje a izquierda o derecha.
 - TILT: Es el movimiento de la cámara hacia abajo o hacia arriba sobre su eje.
 - ZOOM IN/OUT: Acercamiento/ Alejamiento hecho con la lente de la cámara.
 - TRAVELING IN/OUT: Acercamiento/alejamiento de la cámara hacia el talento.
 - TRAVEL: Consiste en desplazar el transporte con la cámara horizontalmente y en línea recta.