



---

# **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN**

**“Propuesta audiovisual para la difusión de la Cultura de México:  
el caso del dulce de camote de Puebla”**

## **TESIS**

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

**LICENCIADO EN DISEÑO GRÁFICO**

PRESENTA:

**XÓCHITL DE JESÚS MILPA CORONA**

**ASESOR: MTRA. EN E. MARTHA OLGA RODRÍGUEZ PÉREZ**

Octubre 2008



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**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.

# AGRADECIMIENTOS

Cuando se alcanza una meta, luego de un largo camino recorrido, uno voltea hacia atrás y se da cuenta de que ese sueño no habría podido concretarse sin la ayuda, el apoyo y la motivación de aquellos que estuvieron siempre presentes durante la travesía; con este trabajo he alcanzado una meta y es por eso que no puedo dejar de mencionar a quienes me alentaron y me sostuvieron hasta el final, con el objeto de expresarles mi más profunda gratitud.

Antes que nada quiero darle gracias a Dios por iluminar mi camino día con día y por darme la fuerza para seguir adelante pese a las muchas o pocas dificultades que se presentaron; por haberme permitido conocerle a través de la fe y porque durante este proceso le sentí más cercano que nunca.

A mi *Alma Máter*, la Universidad Nacional Autónoma de México y a la Facultad de Estudios Superiores Acatlán porque me han dado tanto y más de lo que ninguno podría imaginarse; estas instituciones me abrieron a un mundo nuevo lleno de conocimiento, en el que aprendí no sólo cuestiones académicas sino de la vida misma. Para ellas mi orgullo y mi eterno agradecimiento.

A mi asesora: la Maestra Martha Olga Rodríguez Pérez, porque creyó en este proyecto, cuyo desarrollo no habría sido posible sin su guía constante, su dedicación y su paciencia. Para ella mi respeto y mi admiración.

Quiero dar las gracias a todos mis amigos por su apoyo, consejo y estímulo, pero sobre todo, por continuar a mi lado brindándome su cariño, pese a mi ausencia en estos días de arduo trabajo.

A todos los miembros de mi familia, sin excepción alguna; sin embargo, un especial agradecimiento a la Familia García Corona y a la Familia Milpa Pasco porque desde siempre me han abierto las puertas no sólo de su casa sino también de su corazón, en particular a mi Tía Cristina, por su gran generosidad y porque con su forma de ser independiente y segura, me ha enseñado que no existen las cosas ni los caminos imposibles; a mi abuela Amalia, porque tal vez sin saberlo y pese a sus condiciones, sembró en mí la semilla del estudio; a mi prima Nydia y a mi sobrina Meli porque se anexaron a esta aventura y me permitieron crear una escena perdida en el tiempo; a mi prima Lizania (mi hermana) y a mis sobrinitas Alexandra y Lizanita porque son una luz que llena mi vida, por su inmenso cariño y por regalarme constantemente momentos de alegría; a mi primo Gabriel (mi hermano) porque pese a las altas y las bajas siempre se hace presente conformando parte esencial de mi vida.

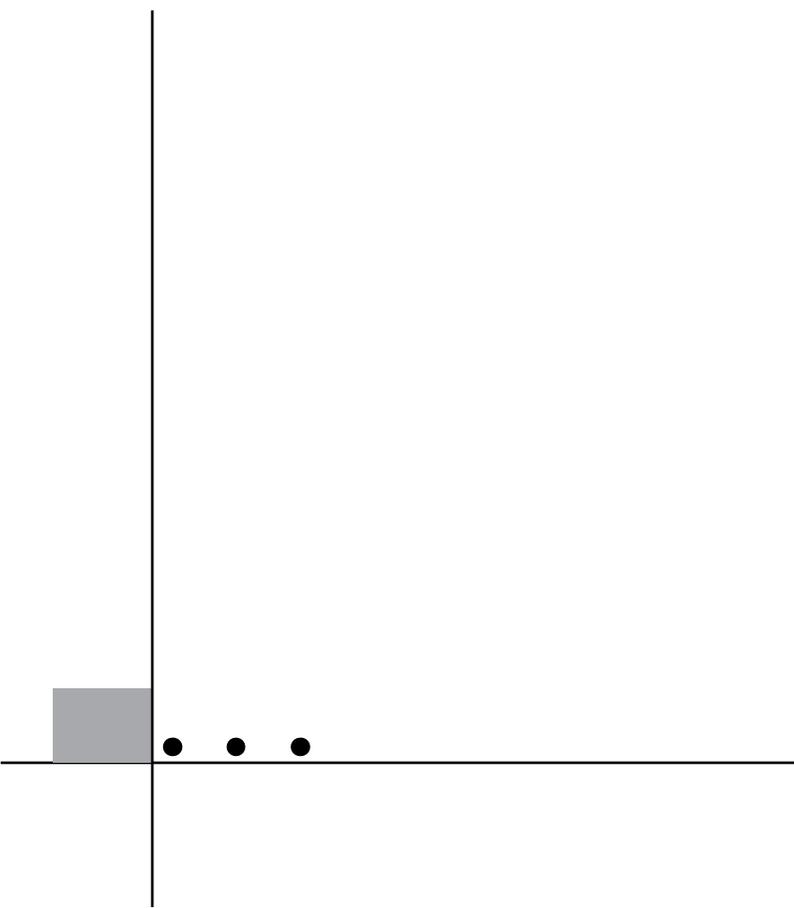
A todas y cada una de las personas que directa o indirectamente colaboraron en la realización del presente trabajo; a los dulceros de la calle 6 Oriente, especialmente a las señoras Refugio Castillo y Sara Martínez porque amablemente me abrieron las puertas de sus establecimientos, pero sobre todo, por mantener viva una tradición tan bella como lo es la dulcería típica, la cual me inspiró a llevar a cabo este trabajo que ha de sumarse al de quienes (como dice Carlos Zolla), desde distintos campos, elogian al dulce; a Lety y Ángel, quienes se presentaron en un momento ideal, brindándome su ayuda y su buen humor.

A Víctor... mi Víctor, el gran amor de mi vida, por brindarme su apoyo constante, su ternura, su comprensión; porque me dio agua cuando no la había, porque su sola presencia me animaba en



los momentos en los que sentía que ya todo estaba perdido y porque él es simplemente una de las fortunas más grandes que el destino me ha obsequiado. T.A.

Y finalmente quiero dar las gracias a mi tesoro más preciado, los dos pilares más importantes de mi existencia: mis padres, a quienes dedico no sólo este trabajo sino mi vida entera. Por su apoyo incondicional, por su amor inagotable, porque a ellos les debo mis triunfos y son ellos quienes me han dado cobijo en mis derrotas; porque son mis mejores amigos y los cómplices de mis sueños; porque con paciencia y dedicación han sembrado en mí nobles valores que me llevan a ser la mujer que soy. A Felipe, mi padre, al que admiro profundamente y quien es mi mayor ejemplo de fortaleza, de voluntad, de disciplina y de lealtad, gracias por tu consejo durante el desarrollo de este trabajo y por incentivar me a ser mejor día con día. A Silvia, mi madre, quien a cada instante me regala un trocito de su vida y quien es, sin duda, la reina de mi corazón. Para ustedes mi amor infinito.



<b>Introducción</b> .....	1
<b>Capítulo 1 Comunicación audiovisual y Difusión cultural</b>	
1.1 Elementos fundamentales de la comunicación.....	4
1.1.1 Los códigos en la comunicación.....	14
1.2 Comunicación audiovisual.....	17
1.2.1 El Audiovisual.....	19
1.2.2 Diferentes medios para la realización de un audiovisual.....	26
1.3 La cultura.....	28
1.3.1 Difusión de la cultura.....	32
a) Ley de Fomento a la cultura del Estado de Puebla.....	34
b) Secretaría de Cultura del Estado de Puebla.....	35
1.3.2 La dulcería típica mexicana.....	36
<b>Capítulo 2 Fases que conforman el proceso de realización de un audiovisual según el Diagrama de Flujo de Robert Ertel</b>	
2.1 Metodología de Robert Ertel.....	42
2.2 Preproducción.....	43
2.2.1 Planeación.....	43
a) Tema.....	44
b) Objetivos.....	45
c) Tiempo.....	45
d) Perfil del Receptor.....	46
e) Medio.....	46
f) Presupuesto.....	47
g) Instalaciones.....	47
2.2.2 Texto.....	48
2.2.3 Guión Técnico.....	51
a) El plano.....	54
b) Tipo de tomas.....	56
2.3 Producción.....	57
2.3.1 Captura de imagen.....	58
a) Scouting.....	61
b) Iluminación.....	61
c) Composición.....	63
2.3.2 Gráficos.....	66
a) Infografía.....	67
2.3.3 Sonido.....	74
a) Locución.....	77
b) Música.....	80
c) Efectos de sonido.....	83
d) Registro final de sonido.....	83
2.4 Post producción.....	85

2.4.1 Armado.....	86
2.4.2 Programación y/o edición.....	87
2.4.3 Presentación.....	90

### **Capítulo 3 El dulce de camote de Puebla**

3.1 Puebla de los Ángeles, México.....	92
3.2 La dulcería como parte de la cultura poblana.....	97
3.3 El dulce de camote de Puebla.....	101
3.3.1 Origen e historia de los camotes poblanos.....	103
3.3.2 Modo de elaboración y principales puntos de producción.....	107
3.3.3 Implicaciones socio-culturales.....	110

### **Capítulo 4 Realización de la propuesta audiovisual acerca del dulce de camote de Puebla**

4.1 Preproducción.....	116
4.1.1 Planeación.....	116
4.1.2 Texto.....	121
4.1.3 Guión técnico o Story Board.....	131
4.2 Producción.....	158
4.3 Post producción.....	167

<b>Conclusiones.....</b>	<b>175</b>
--------------------------	------------

<b>Bibliografía y fuentes.....</b>	<b>177</b>
------------------------------------	------------



## INTRODUCCIÓN

La cultura es un factor de vital importancia para el ser humano; todas y cada una de sus expresiones de tipo espiritual, intelectual, artístico o material, entre otros, no sólo caracterizan a su sociedad sino más aún, le dan sentido e identidad.

La cultura mexicana es amplia, sus manifestaciones son numerosas y cada una de ellas hace de México un pueblo único e inigualable. Es de las más destacadas la dulcería típica y aunque presente en muchos rincones de la nación y disfrutada por mucha gente, es poco valorada y debe considerarse como un importante eslabón dentro de nuestra amplia cadena cultural. Un ejemplo: los camotes poblano, dulces típicos del Estado de Puebla, que además de ser un gusto al paladar, son también un legado cultural que evidencia la grandeza no sólo del poblano en particular, sino del mexicano en general.

Vivimos en un mundo en el que la modernidad nos ha llevado a desconocer el valor de estos dulces que si bien se consideran sólo una manifestación gastronómica, son también una muestra cultural sobre la cual se sustenta una parte de nuestra profunda identidad nacional. Debemos ir a su rescate y apreciación para recuperar parte de nuestro ser como pueblo, como nación. En consecuencia, la difusión cultural juega un papel esencial, pues gracias a ella los mexicanos nos enteramos de varios elementos de nuestra cultura, lo que nos lleva a poder valorarla.

Así, el presente trabajo propone la producción de un audiovisual para comprobar que éste puede ser una herramienta útil y benéfica para el proceso de difusión cultural, en este caso, del camote poblano.

A lo largo del primer capítulo se analizan los conceptos base implicados en la presente investigación, como comunicación, sus elementos, el audiovisual, la cultura, la difusión cultural y la dulcería típica como parte de la cultura mexicana. Observaremos que al hablar de audiovisual, siendo éste una forma de comunicación, es necesario abordar el fenómeno comunicativo, que a su vez, mantiene lazos indisolubles con la cultura y con el proceso de difusión cultural.

El segundo capítulo está relacionado con la producción de una presentación audiovisual tomando como base el diagrama de flujo de Robert Ertel. Analizaremos que si bien cada proyecto atiende a sus propias necesidades, el diagrama de flujo de Ertel es la metodología idónea para llevar a cabo producciones audiovisuales eficientes y de alto impacto. En materia audiovisual, independientemente del ámbito que se aborde (cultural, educativo, de entretenimiento, etcétera) y de los medios elegidos (video, imagen fija, diapositiva), este diagrama es una guía fundamental.

En el tercer capítulo se expone el contexto general de Puebla de los Ángeles, sitio donde tiene su origen, desarrollo y permanencia el dulce de camote. Por otro lado, se analiza la dulcería típica como parte de la cultura poblana, con la intención de comprenderla no sólo como una manifestación gastronómica sino como una expresión cultural. Finalmente se plantean y analizan los aspectos más importantes del camote poblano, como origen, modo y puntos de producción, y sus implicaciones socio-culturales, como factores que nos llevan a entender su condición de símbolo regional.

A lo largo del cuarto y último capítulo se expone el proceso a través del cual se crea la propuesta

audiovisual materia del presente trabajo. Se muestran las fases de preproducción, producción y post producción, todas ellas efectuadas con base en el diagrama de flujo de Ertel. La fase de preproducción engloba la planeación del proyecto, el guión literario y el story board; durante la fase de producción se exponen el proceso de captura de imagen y la creación de la banda sonora. Por último se describe la etapa de post producción del audiovisual "Los camotes poblanos... un bocado de tradición", que pretende ser una herramienta para difundir el camote poblano, como elemento cultural mexicano.

Para finalizar se enuncian las conclusiones y la bibliografía utilizada durante la investigación en la que, cabe decir, se hace evidente la estrecha relación que existe entre la cultura y el proceso de comunicación y con relación a este último, la participación activa del Diseñador Gráfico. Si bien este proyecto se enfoca a apoyar, con nuestros medios, la difusión de un elemento cultural específico, tengo la conciencia de que servirá como incentivo para emprender otros proyectos de la misma índole que contribuyan al enriquecimiento del terreno del Diseño Gráfico y del Audiovisual y, de igual manera, a la reivindicación y valoración de tantas y tantas expresiones culturales que ubican a México, nuestro país, como uno de los más hermosos del mundo.





## CAPÍTULO

COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL  
Y DIFUSIÓN CULTURAL

La comunicación es un proceso gracias al cual el ser humano ha podido interactuar con sus semejantes a lo largo del tiempo; sus manifestaciones más elementales (un gesto, la palabra) así como las más sofisticadas (el audiovisual, por ejemplo) han permitido que el hombre exprese necesidades, transmita conocimientos, se organice en sociedad y construya una cultura.

A lo largo de este primer capítulo se hablará de la comunicación, así como del audiovisual que se constituye como una de sus formas más importantes en la actualidad; se hablará también de lo que es la cultura, del proceso de difusión cultural y del papel que juega la dulcería típica como parte de la cultura mexicana, todos ellos elementos que es necesario puntualizar debido a que conforman la vértebra del presente proyecto.

“En una palabra, la comunicación ayuda a construir, preservar y  
ajustar la Cultura”

Mario Revilla Basurto

## 1. 1 ELEMENTOS FUNDAMENTALES DE LA COMUNICACIÓN

A diario al estar en contacto con los demás y con el mundo que le rodea, el hombre recibe y emite información a través de distintas formas. Expresa pensamientos, sentimientos y emociones que tienen que ver con él mismo y con la manera en la que concibe su entorno; recibe mensajes del exterior y los interpreta; intercambia ideas y externa sus gustos y necesidades; conoce nuevas culturas y estilos de vida de tal forma que poco a poco va ampliando la visión que tiene del mundo. Todo esto no sería posible sin la presencia de un importante proceso llamado **comunicación**. Pero ¿qué es la comunicación?

Existen muchas enunciaciones del concepto de comunicación, éstas varían en función del contexto en el que son utilizadas, es así que se puede decir que una carretera comunica dos poblados, que la puerta de una recámara comunica hacia la parte de la estancia, que entre padres e hijos es difícil la comunicación, que existe comunicación intercelular, etcétera; pero para fines del presente trabajo se abordará el tipo de comunicación que se da en el ser humano.

A cada instante alrededor del planeta se llevan a cabo actos comunicativos que van desde un simple saludo, pasando por una discusión en equipo hasta recibir la influencia de mensajes que llegan a través de distintos medios (audiovisuales, impresos, etc.). El conocimiento que se tiene de las diferentes culturas y de la propia, su enriquecimiento, la transmisión de tradiciones usos y costumbres, es gracias a la comunicación, la cual constituye la base de las relaciones humanas; probablemente por esta misma cotidianidad pareciera un proceso sencillo por medio del cual los individuos interactúan unos con otros, pero en realidad es un fenómeno que surge desde épocas muy remotas y que se ha ido haciendo más complejo a través del tiempo.

- 
- 
- 

El término comunicar proviene de *comunicare* en latín, y quiere decir "participar en común, poner en relación."<sup>1</sup> Existe cierta dificultad para delimitar el concepto de comunicación ya que éste se liga a una gran variedad de nociones (transmitir, expresar, contactar, comulgar, por mencionar algunas), y siendo la comunicación un fenómeno que abarca tantos aspectos de la vida humana, reducirlo a una sola noción resultaría una tarea en cierta forma excluyente; sin embargo, en su libro "Introducción a la Teoría de la Comunicación", Mario Revilla, profesor e investigador sobre problemas de comunicación y cultura en instituciones públicas y privadas, señala que el término comunicar puede ser visto en cuatro sentidos: como conectar, notificar, participar y compartir.<sup>2</sup>

Como contacto se da más fuera del terreno humano y se refiere a la relación de conexión que se da entre dos cosas; por ejemplo, una puerta comunica dos habitaciones.

Como notificación se refiere a poner en conocimiento al otro acerca de algo: el intercambio

---

1 Revilla Basurto, Mario A. *Introducción a la Teoría de la comunicación*. México, D.F.; S y G editores, 1997, 5 p

2 *Ibid.* 5 - 6 pp

de ideas, una conferencia, una clase son claros ejemplos para ilustrar este sentido el cual, cabe mencionar, es probablemente con el que más frecuencia se utiliza el término comunicación. En esta acepción no se puede dejar a un lado lo referente a la novedad de la información que se transmite, pues al referirnos a poner en conocimiento al otro acerca de algo, se asume que la información que se proporciona es nueva; al respecto, Ma. Victoria Escandell en su escrito titulado "La Comunicación" apunta: "la transmisión de información nueva es sólo una más de las finalidades de la comunicación humana, pero no la única y, seguramente, tampoco la más importante. Además de la transmisión de información nueva y objetiva, la comunicación nos permite influir en los demás, manifestar pensamientos, sentimientos, emociones y realizar actividades específicas, como saludar, pedir, agradecer, sugerir, insultar, etcétera."<sup>3</sup> Si bien, en cierta forma, es cierto lo que dice Escandell, también es necesario dar su justa importancia al hecho de recibir información novedosa, pues es gracias a ello que cada individuo puede ir ampliando su acervo de conocimientos; es gracias a ello que el hombre puede ir renovando y recreando su esfera de consciencia; se reinventa a sí mismo y le es posible adaptarse a las exigencias del cambiante mundo que le rodea; al adquirir información antes ignorada, puede descubrir parte de su pasado, ubicarse en su presente e incluso, en algunas ocasiones, hasta prever y prevenirse de su futuro. En fin, si se reflexiona con detenimiento se caerá en la razón de que si bien no siempre lo que se comunica es algo desconocido, cuando ese es el caso, la información novedosa le hace posible a quien la recibe salir de su ignorancia, e inclusive, le confiere un cierto estatus de poder ante quien no cuenta con tal información.

Como participar y compartir alude a los resultados obtenidos de las prácticas comunicativas, es decir, se puede comunicar o compartir una cultura o se puede comunicar o participar en un acuerdo, por ejemplo.

Roberto Moreno en su escrito titulado "Historia de la Comunicación Audiovisual" nos dice que podemos definir la comunicación como "el hecho de transmitir un mensaje de persona a persona; el mensaje corresponde a aquello que se juzga importante dar a conocer a los demás, ya sea una idea, un sentimiento, una actitud, etcétera."<sup>4</sup> Por su parte Verderber en el libro que lleva por título "¡Comunícate!" sostiene que la comunicación "es el proceso de crear, o compartir, significados en una conversación informal, en una interacción grupal o al hablar en público"<sup>5</sup>. De esta segunda definición cabe destacar dos cuestiones: por un lado la comunicación, en efecto, puede considerarse como un proceso, ya que es un fenómeno que presenta fases sucesivas o una continua modificación a través del tiempo, es decir, evoluciona; es algo que se desarrolla, se transforma, avanza; por el otro, el acto comunicativo es algo que puede acontecer no sólo de persona a persona (como lo menciona Moreno en su concepción) sino también a nivel grupal o masivo.

La Real Academia Española define a la comunicación como la "Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor"<sup>6</sup> y al acto de comunicar como "Descubrir, manifestar o

3 Escandell Vidal, Ma. Victoria. *La comunicación*. Madrid; Gredos, 2005, 21 p

4 Moreno, Roberto, et. al. *Historia de la comunicación audiovisual*. México; Editorial Patria, 1962, 11p

5 Verderver, Rudolph. *¡Comunícate!*. 11ª.ed. México; Thompson Editores, 2005, 4p

6 Comunicación. Consultado en: Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=comunicaci%F3n](http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=comunicaci%F3n). 19 - 07 - 2007

hacer saber a alguien algo; conversar, tratar con alguien de palabra o por escrito; transmitir señales mediante un código común al emisor y al receptor."<sup>7</sup>

Ahora bien, no se sabe exactamente el cuándo y cómo ocurrió el primer acto comunicativo, no así, "los antecedentes de la comunicación humana se remontan a nuestros primeros antepasados quienes, en su lucha por sobrevivir, se vieron en la necesidad de adoptar determinados mecanismos para expresarse y transmitir sus conocimientos."<sup>8</sup> En esta afirmación se encuentran términos que, como ya se ha visto, están íntimamente ligados a las concepciones que se tienen de la comunicación: *expresarse*, *transmitir*, y *conocimientos*. Efectivamente, se puede decir entonces que comunicar implica expresar y transmitir, ya sea por medio de la palabra, de gestos, de signos, etcétera, conocimientos o ideas, "se refiere a la práctica de poner en común con otro datos sobre algún aspecto de la Realidad."<sup>9</sup>

Por otro lado, se debe prestar atención al término *sobrevivir*; en este sentido Revilla, por ejemplo, asevera de la comunicación que es "una alternativa de acción que algunos seres vivos, aquellos que tienen aptitud comunicativa, utilizan para lograr fines que les permitan sobrevivir, ya sea como individuos o como especie."<sup>10</sup> Se puede afirmar que, debido a lo complejo de su naturaleza, el hombre tiene que satisfacer necesidades no sólo básicas sino también afectivas, cognitivas, organizativas; partiendo de que un fin es la satisfacción de una necesidad, se puede entender entonces que la comunicación es una forma por medio de la cual el hombre, siendo un ser con aptitud comunicativa, hace manifiestas estas necesidades y las resuelve, lo cual favorece o garantiza su supervivencia.

La comunicación por otra parte puede ser considerada como un principio organizativo de la sociedad, es inherente a la vida humana. Cuando existe una comunidad con algún grado de organización, aún el más básico, se puede afirmar que existe algún tipo de comunicación entre sus miembros. En una comunidad humana la comunicación hace posible establecer relaciones, definir pautas de conducta, determinar jerarquías, otorgar o prohibir, en fin, logra que un grupo de individuos aislados, extraños entre sí, constituyan una organización que permite su convivencia bajo reglas predefinidas. Cada sociedad establece algún tipo de organización que le hace posible permanecer como comunidad hasta el presente; puede decirse que la comunicación permite no solo la supervivencia de los humanos de forma individual sino que también permite la supervivencia de las sociedades mismas.

Carlos González Alonso en el libro "Principios Básicos de Comunicación" apunta que la comunicación es "el acto inherente al hombre, que lo ayuda a expresarse y a conocer más de sí mismo, de los demás y del medio que lo rodea."<sup>11</sup> En esta concepción se anota una cuestión importante: comunicar es un acto que por su naturaleza está unido al hombre y no puede separarse de él, ni tampoco puede darse sin él (debe recordarse que estamos tratando solamente la comunicación en el ser humano).

7 *Ibidem*

8 González Alonso, Carlos. *Principios Básicos de Comunicación*. México, D.F.; Trillas, 1984, 12p

9 Revilla Basurto, Mario A. *Introducción a la Teoría de la comunicación*. México, D.F.; S y G editores, 1997, 6p

10 *Ibid.* 11p

11 González Alonso, Carlos. *Principios Básicos de Comunicación*. México, D.F.; Trillas, 1984, 12p

A pesar de que el acto comunicativo se dio desde muchísimos años atrás, es Aristóteles con su llamada Retórica, quien hacia el año 300 a. C. y a pesar de las dificultades para desarrollar un pensamiento riguroso y suficientemente completo sobre comunicación en su época, ofrece una concepción difícilmente comparable a lo largo de la historia del pensamiento occidental.

La Retórica es “el arte o ciencia de considerar los modos de persuadir en cada caso”<sup>12</sup>, un buen orador-comunicador es el que domina todos los modos de persuadir. Básicamente la Retórica trata de que el orador envíe sus ideas en un discurso continuo dirigido a un público para persuadirlo de algo. Aristóteles dejó muy claro que la meta principal de la comunicación es la persuasión, es decir, el intento que hace el orador de llevar a los demás a tener su mismo punto de vista.

La Retórica está ubicada dentro de una vida ciudadana, trata temas que son comunes a todos los humanos y de una u otra forma son conocidos por todos. Estos temas no están delimitados o incluidos en ninguna otra ciencia, al igual que la Retórica misma. Es en este aspecto donde se encuentra una equivalencia interesante entre Retórica y Comunicación, la segunda también se desarrolla y se relaciona con todo tipo de fenómenos, ya sea físicos, biológicos, psicológicos, culturales, lingüísticos; se da en la convivencia diaria de la gente, en el despliegue de investigaciones científicas, en los debates políticos, en el fomento y difusión de las culturas, etcétera, pero, y esta puntualización es muy importante, la comunicación tampoco es reductible ni exclusiva de uno solo de estos fenómenos, más bien podría decirse que es capaz de envolverlos a todos. De hecho, la Retórica es comunicación.

No restando por supuesto importancia al objetivo primordial de la Retórica y de hecho su razón de ser que es la persuasión, más allá de ésta Aristóteles con su estudio hace una de las mayores aportaciones al campo comunicativo al proporcionar el esquema básico de lo que es el proceso de comunicación: orador – discurso – público, que traducido a términos más conocidos es emisor – mensaje – receptor. Es a partir de esta estructura primaria de donde se desprenden los más elaborados estudios del tema y de donde se puede comprender mucho mejor el concepto de lo que es comunicación; esta segunda cuestión es el motivo por el que a continuación se mencionan los elementos fundamentales del acto comunicativo.

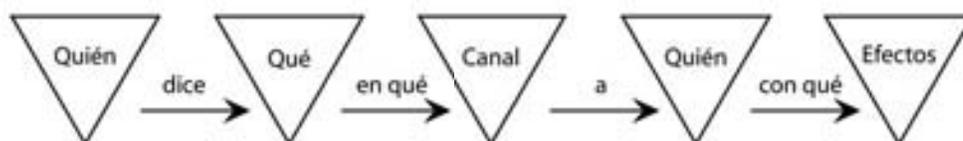
Varios teóricos tales como Lasswell, Nixon, Shannon, Weaver, Schramm y Berlo (véase Fig. Diferentes modelos de comunicación ) han elaborado distintos modelos o esquemas del proceso de comunicación; algunos son más complejos que otros, pero por más sofisticados que sean, siempre contienen tres elementos fundamentales: el emisor, el mensaje y el receptor; la comunicación no se puede llevar a cabo si no está presente alguno de estos tres elementos.

---

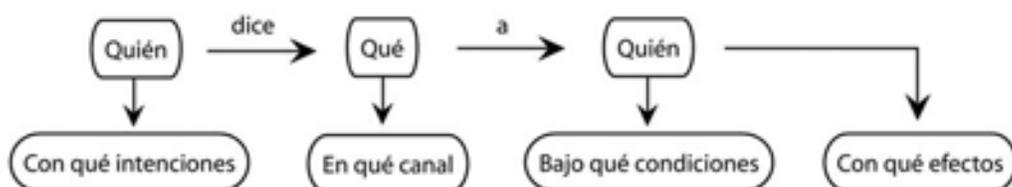
12 Sáiz, Ángel. *El arte-ciencia de la comunicación. La retórica de Aristóteles*. México, D.F.; UNAM, 2003, 12p

**Fig. Diferentes modelos de comunicación**  
(González Alonso, Carlos. Principios Básicos de Comunicación. México, D.F.; Trillas, 1984, 26p)

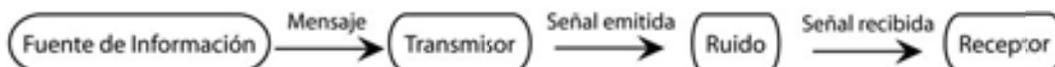
**Esquema de Lasswell**



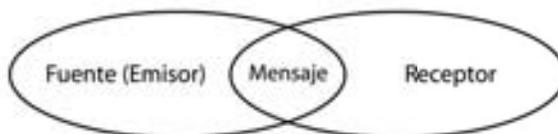
**Esquema de Lasswell y Nixon**



**Esquema de Shannon y Weaver**



**Esquema de Schramm**



**Esquema de Berlo**



David K. Berlo, señala que "cualquier situación humana en la que intervenga la comunicación implica la emisión de un mensaje por parte de alguien, y, a su vez, la recepción de este mensaje por parte de otro."<sup>13</sup> Por su parte Revilla apunta que "la comunicación es algo a suceder entre dos entes o instancias."<sup>14</sup> Como se puede apreciar, la comunicación implica la interacción del hombre con sus semejantes; el acto comunicativo involucra necesariamente a dos partes: una que es la que notifica, participa o transmite datos, ideas o conocimientos acerca de sí mismo y de la realidad y la otra que es la que recibe dichos datos. Ya sea que la comunicación se de a nivel personal o masivo (osea que agrupe a un gran número de personas), el hecho en todos los casos es el mismo: la comunicación implica la transmisión de un mensaje por parte de un individuo o instancia y al mismo tiempo la recepción de dicho mensaje por parte de otro u otros.

El **emisor** es el individuo que transmite un mensaje a otra persona; es él quien elabora dicho mensaje y lo comparte con otro u otros, según sea el caso. El **receptor** es la persona que, como su nombre lo indica, recibe el mensaje proveniente del emisor. Ambos son individuos que tienen aptitud y actitud comunicativas, es decir, tienen la capacidad de producir o percibir expresiones y la intención de comunicar. La intención es un factor de gran importancia, Ma. Victoria Escandell dice al respecto que "sólo hay comunicación cuando hay 'intención comunicativa'."<sup>15</sup> Se puede obtener información de muchas fuentes (observando las cosas o las situaciones, por ejemplo), pero solo cuando aquella se ofrece de forma voluntaria, con intención, es legítimo hablar de comunicación. La intencionalidad proporciona una dimensión de credibilidad a la información emitida ya que cuando una persona comunica algo intencionalmente, se hace responsable de la falsedad o veracidad de la información que emite mientras que la información adquirida sin la intención, solo se respalda en las deducciones de quien la recibe y corre el riesgo de ser malinterpretada.

Ahora bien no sólo debemos considerar la intención comunicativa que alude a la voluntad de comunicar sino que también hay que tomar en cuenta la intención con que se comunica algo, ya que toda comunicación tiene su objetivo, su meta, es decir, producir una respuesta. La comunicación será más eficiente y efectiva en medida que el propósito que se persigue al comunicar esté claro. Sin embargo, no se puede afirmar que los efectos y el resultado de toda comunicación coincidan con el objetivo deseado; los receptores no siempre responden de la forma esperada.

Muy acorde a lo que señala ese refrán popular que dice que "Cada cabeza es un mundo", tanto el emisor como el receptor son personas que poseen un mundo interno conformado por conocimientos, sentimientos, ideas, intereses y deseos propios; este mundo es en cada uno muy distinto y está marcado por la historia personal de cada individuo. He ahí que la comunicación es un fenómeno complejo, pues se lleva a cabo entre dos o más seres pensantes, que tienen sus propias convicciones y anhelos, su propio historial de experiencias, su propia visión del mundo. No así, es también gracias a la comunicación que cuentan con todo ese acervo de concepciones, que puedan compartirlo y que puedan seguirlo acrecentando y modificando día con día. Es a partir de todo ese universo desde donde se elaboran y se perciben los mensajes.

---

13 K. Berlo, David. *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires; Editorial Ateneo, 1977, 22p

14 Revilla Basurto, Mario A. *Introducción a la Teoría de la comunicación*. México, D.F.; S y G editores, 1997, 6p

15 Escandel Vidal, Ma. Victoria. *"La comunicación"*. Madrid; Gredos, 2005, 19p

Es preciso antes de pasar al mensaje, mencionar los llamados **contextos**; éstos son los escenarios físicos, sociales, históricos, psicológicos y culturales en los que acontece la comunicación. Son importantes ya que afectan de forma directa al acto comunicativo. Las condiciones ambientales, el evento en el que se da una conversación (una fiesta, un funeral), el conocimiento previo que se tenga de algún tema, el estado de ánimo y la cultura son factores que influyen en la forma en la que interactúan los individuos y que bien pueden ya sea facilitar o dificultar la comunicación.

Ahora bien, el **mensaje** puede definirse como "las emisiones verbales y las conductas no verbales que los transmisores utilizan para manifestar intenciones",<sup>16</sup> es aquí donde se concreta el uso de la información, ya que ésta es contenida en el mensaje y puede servir como enlace entre el emisor y el receptor. Para que una persona pueda expresar o transmitir a otra sus sentimientos, ideas, conocimientos, etcétera, es necesario que primero elabore un mensaje que contenga la información referente a aquello. El mensaje puede considerarse como el producto físico verdadero del emisor, es decir, en una conversación el mensaje es el discurso; cuando se escribe, lo escrito; cuando se pinta, el cuadro. El mensaje es entonces la "conversión" o "traducción" de nociones abstractas como las ideas, los conocimientos, los sentimientos y las emociones en una expresión perceptible y entendible para el receptor. Los mensajes aluden a cosas que existen en la realidad, es decir, aluden a un referente y también expresan actitudes que el emisor tiene con respecto a ese referente.

Para elaborar y recibir el mensaje se llevan a cabo las llamadas codificación y decodificación; **codificar** puede ser entendido como un proceso de pensamiento cognoscitivo de transformar ideas y sentimientos en símbolos para organizarlos en un mensaje y **decodificar** es recibir dicho mensaje y retraducirlo a modo de transformarlo en ideas y sentimientos propios.

Berlo<sup>17</sup> considera tres factores que se destacan en el mensaje y que analizados con detenimiento, ayudan a entenderlo mejor y es con esa intención que se hará mención de ellos: el código, el contenido y el tratamiento.

- El **código** es el que permite traducir o convertir los significados en un lenguaje comprensible para el receptor o para el canal que lo decodificará en otro o en el mismo código; es todo grupo de símbolos que puede ser estructurado de manera que tenga algún significado para alguien. Es todo aquello que posee un grupo de elementos que con diversos procedimientos se combinan en forma significativa. Los humanos utilizamos el lenguaje para expresarnos; las lenguas por ejemplo son códigos, pues cada una consta de elementos (sonidos, letras, palabras) que están dispuestos en determinados órdenes. Las palabras son signos y son utilizadas por un grupo de personas que hablan la misma lengua para representar ya sea objetos, ideas o sentimientos. Pero si las palabras son signos ¿qué es un signo?; Pierre Guiraud apunta: "Un signo es un estímulo – es decir una sustancia sensible- cuya imagen mental está asociada en nuestro espíritu a la imagen de otro estímulo que ese signo tiene por función evocar con el objeto de establecer una comunicación."<sup>18</sup> Podemos decir entonces que el signo existe y surge a partir de una realidad determinada. Se compone de tres elementos: el *referente*, el *significante* y el

16 Verderver, Rudolph. *¡Comunícate!*. 11ª.ed. México; Thompson Editores, 2005, 6p

17 K. Berlo, David. *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires; Editorial Ateneo, 1977, 45 – 49 pp

18 Guiraud Pierre. *La semiología*. 26.ª. ed. México; siglo veintiuno editores, 2002, 33 – 36 pp

*significado*; el *referente* supone la parte de la realidad a la que, valga la redundancia, se hace referencia, es la cosa significada; el *significante* es la representación física del referente que puede ser captada por los sentidos, el sonido emitido al pronunciar la palabra corresponde al *significante*; el *significado* es la imagen conceptual, es decir, la idea que se representa en la mente y que se asocia al referente

y al *significante*. Por ejemplo, la palabra lápiz: el referente es el cilindro de madera que contiene un cilindro delgado de grafito; el *significante* es el sonido que se emite al pronunciar la palabra lápiz y el *significado* es la noción que se tiene acerca de dicho objeto: un lápiz es un artefacto que sirve para dibujar o escribir.



Puede decirse entonces que la codificación es un convenio entre los usuarios del signo que reconocen la relación entre el *significante* y el *significado* y la respetan en el empleo del signo. El código contribuye a evitar toda confusión entre el signo y la cosa, entre el mensaje y la realidad codificada es así que para que la comunicación se lleve a cabo de forma efectiva es preciso que el emisor y el receptor manejen el mismo código y compartan el mismo significado.

En esta parte es preciso hacer notar que si bien el lenguaje oral es el código por excelencia de la comunicación, el más utilizado ya que posibilita nombrar prácticamente cualquier cosa de la realidad, en definitiva no es el único, ya que en su ausencia la comunicación se puede dar a partir de otros códigos como la mímica, el lenguaje corporal y las imágenes por ejemplo. Muchas ocasiones es cierto aquello que dice que "una imagen dice más que mil palabras", cuando no se encuentran los términos para denotar o describir algo, es su imagen el recurso más rico y expresivo pues es una representación casi pura de aquel sujeto, animal o cosa a señalar. Incluso, aún cuando esté presente el lenguaje oral, una imagen nunca estará de más, ya que siempre enriquecerá el mensaje a transmitir, probablemente esta sea la razón por la cual la cultura ha favorecido la comunicación basada en señales sonoras y visuales, cuestión que se verá en apartados posteriores.

El **contenido** se refiere a todo el material que sea de utilidad para poder expresar un propósito. El contenido guarda una relación estrecha con el tema que se trata en el acto comunicativo, responde a la pregunta ¿de qué se habla?.

El **tratamiento** es el modo en el que el mensaje se presenta, la frecuencia con que se emite, el énfasis que se le da y su intención. No lleva el mismo tratamiento un mensaje que fue elaborado para notificar, que uno que fue elaborado para persuadir u otro que lo haya sido para incitar. La forma en la que se expone ante el receptor influirá en el éxito de su cometido.

Si bien el emisor, el mensaje y el receptor son los elementos básicos de la comunicación, durante ésta también deben considerarse otros componentes de gran importancia: los canales, el ruido y la retroalimentación.

Los **canales** se refieren a las rutas o conductos que se utilizan para transmitir mensajes. Abraham Moles<sup>19</sup> clasifica estos canales en dos grupos: los fisiológicos y los técnicos. Entre los **fisiológicos** se encuentran el sonido, el tacto, el oído y la vista, el hombre cuenta con ellos por naturaleza, es decir, no son fabricados. Por otro lado los **técnicos**, según el mismo autor, se conforman del canal sonoro y los representados por la radio, el cine, la televisión, la prensa y la fotografía; su función primordial es la de constituirse en una prolongación de los canales fisiológicos. En este aspecto es importante señalar que en general, mientras más canales se utilicen, es mucho más probable que el mensaje transmitido sea mejor entendido. Por ejemplo, cuando se escucha una crónica deportiva simplemente llega el sonido y lo que le queda al receptor es imaginar cómo es que se llevan a cabo las jugadas en el partido; en cambio si el receptor ve el partido ya sea en persona o por televisión el número de canales aumenta ya que no solo llega información sonora, sino también visual, logra apreciar de forma mucho más completa la situación. De hecho, y como se verá posteriormente, es esa la razón por la que el potencial comunicativo del audiovisual es considerablemente elevado, utiliza canales múltiples.

El **ruido** alude a todo aquello que perturbe un acto comunicativo, es decir, cualquier estímulo que interfiera en la transmisión de un mensaje. González Alonso en su libro "Principios básicos de comunicación"<sup>20</sup> señala que se pueden considerar dos tipos de ruido: el de canal y el semántico. El **ruido de canal** es cualquier perturbación que se produzca en el conducto por el que viaja el mensaje y que lo afecte de cualquier forma o grado, así como cualquier motivo de distracción que se origine entre la fuente y el destinatario. El **ruido semántico** se refiere a cualquier interpretación errónea del mensaje, se origina cuando el receptor no consigue entender el concepto del mensaje y por consecuencia, no llega a descifrar por completo el significado del mismo.

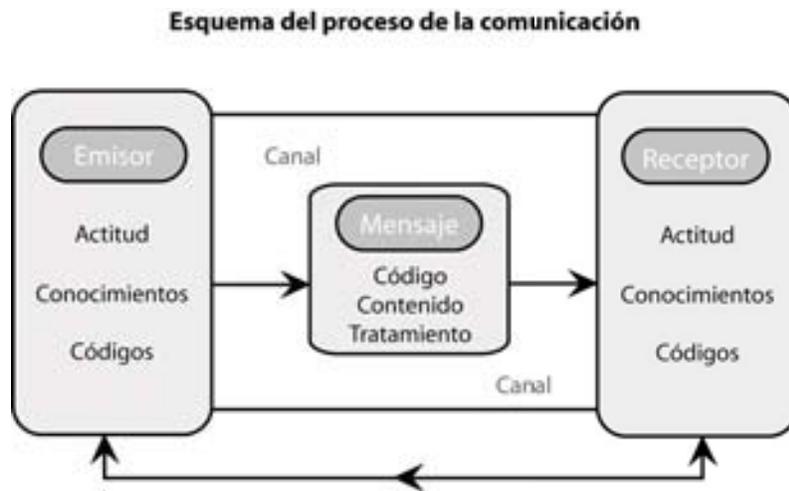
Bruno Munari<sup>21</sup> por su parte apunta que el ruido corresponde al conjunto de interferencias que se presentan en el medio ambiente las cuales pueden alterar e incluso anular el mensaje, como ejemplo nos dice que una señal roja en un ambiente donde predomina la luz roja, quedaría prácticamente anulada. Si bien no los engloba dentro de lo que es el ruido, también considera otras variables que son propias del receptor y que pueden modificar la interpretación del mensaje: los filtros. Hay tres tipos de filtros: el sensorial, el operativo y el cultural. El sensorial alude a las alteraciones fisiológicas que pueda tener el receptor, un daltónico por ejemplo, no ve determinados colores y por consecuencia no recibirá correctamente ciertos mensajes basados exclusivamente en lenguaje cromático; el operativo es aquel que depende de las características constitucionales del receptor, en este sentido, un mensaje será analizado de manera muy distinta por un niño que por un adulto; finalmente el cultural, en el que el receptor dejará pasar correctamente solo aquellos mensajes que reconoce, es decir, los que forman parte de su universo cultural. Como ejemplo, un venezolano no descifrará correctamente un refrán que sea propio de la cultura mexicana y viceversa.

19 Moles, Abraham. *Diccionario de la comunicación*. México; Editorial Planeta, 1975.

20 González Alonso, Carlos. *Principios Básicos de Comunicación*. México, D.F.; Trillas, 1984, 18 - 19 pp

21 Munari, Bruno. *Diseño y Comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. Barcelona; Gustavo Gilli, 1985, 82 - 84 pp

Por otra parte **la retroalimentación** es prácticamente el proceso de reacción causa-efecto que se manifiesta por la respuesta del receptor del mensaje, es decir, indica a quien transmitió el mensaje si éste fue comprendido adecuadamente. Su función primordial es obtener un mejor ajuste, ya que si hubo una mala interpretación del mensaje, el emisor puede intentar codificarlo de nuevo para su mejor comprensión; a la vez sirve para complementar la información emitida.



Para fines del presente trabajo es importante mencionar el papel que juega la comunicación en la cultura. Como ya se apuntó, la comunicación es un principio organizativo de toda sociedad. Ahora bien, las sociedades no son simplemente organizaciones de individuos viviendo bajo las mismas reglas políticas y sociales; son también tradiciones, costumbres, danzas, sabores, historia, arte; en pocas palabras, tienen y son cultura. La existencia de la cultura no sería posible de no ser por la comunicación. Las siguientes líneas ilustran de forma clara la trascendencia de la comunicación en la cultura:

“Gracias a una infinidad de actos comunicativos que se van realizando a lo largo de la Historia y a lo ancho de la Geografía los miembros de una comunidad construyen y **comparten** sus valores, dan sentido a la cadena de actos y acontecimientos que conforman su existencia individual y colectiva. Se construyen un origen y trazan sus posibilidades de futuro histórico e imprimen así un sello a su forma de ser y hacer las cosas. En una palabra, **la comunicación ayuda a construir, preservar y ajustar la Cultura.**”<sup>122</sup>

Participar de una cultura implica hacerla propia, sentirse parte de ella, valorarla y preservarla; pero para que los individuos valoren su cultura, es preciso que primero la conozcan, al hacerlo estarán conociendo una parte de sí mismos; es gracias a la comunicación que se puede llevar a cabo tal cosa.

El legado cultural que se tiene es posible ya que a diario y generación tras generación se transmiten usos, costumbres y tradiciones; ya sea que el conocimiento sea cedido de persona a persona o que se transfiera a partir de distintos medios, el hecho sigue siendo el mismo: la comunicación rige

22      Revilla Basurto, Mario A. *Introducción a la Teoría de la comunicación*. México, D.F.; S y G editores, 1997, 60 p

toda esa construcción y reconstrucción de la cultura. Más aún es comunicándose que también se hace posible conocer otras culturas de tal suerte que, como resultado de esa interacción, haya un enriquecimiento de la cultura propia. Desde siempre civilización, cultura y comunicación están íntimamente ligadas. Si falta la comunicación, las demás resultan imposibles. Ya en apartados posteriores se ahondará en lo que es cultura y la importancia que tiene.

Para concluir este apartado y para propósitos del presente trabajo entenderemos que la comunicación es:

- Un proceso inherente al hombre en el que éste transmite, expresa, pone en común, da a conocer o transfiere a otro u otros, ideas, sentimientos y conocimientos acerca de sí mismo y de la realidad.
- Un proceso cuyos componentes principales son: el emisor, el mensaje y el receptor; tanto el emisor como el receptor pueden no solo ser un individuo, sino un grupo de personas o una institución. Aunque emisor, mensaje y receptor son los protagonistas de la comunicación también se consideran otros factores en su desarrollo: canal, ruido y retroalimentación.
- Una situación en la que el emisor es quien crea y emite mensajes, tiene la intención de transmitirlos y busca producir una respuesta en el receptor. Esos mensajes expresan ideas relativas a un referente, es decir, algo que existe en la realidad, externo y también pueden transmitir actitudes que el emisor tiene frente a ese referente.
- Un proceso en el que los mensajes se elaboran a partir de un código que debe ser conocido tanto por el emisor y el receptor; ese código no necesariamente debe ser lenguaje oral sino también puede ser escrito, mímico, lenguaje corporal, imágenes.
- Un suceso en el que cuando el mensaje transmitido contiene información novedosa, ésta sirve para que aquel que la recibe amplíe su acervo de conocimientos; tenga la posibilidad de descubrir, renovar y recrear sus concepciones acerca del mundo y de sí mismo.
- Un proceso que ayuda a construir, preservar y ajustar la Cultura. A partir de la comunicación es que existe, se crea, se reconoce y se valora la cultura de una sociedad.

## 1.1.1 LOS CÓDIGOS EN LA COMUNICACIÓN

Como ya se vio anteriormente para que las personas puedan transmitir a otros ideas, sentimientos, conocimientos, etcétera, primero deben construir un mensaje que contenga tal información; el mensaje es el producto verdadero del emisor, es lo que se puede percibir—auditivamente, visualmente, táctilmente, etcétera— y su creación se hace posible a partir del uso de un código que se entiende como todo aquello que posee un grupo de elementos y es un conjunto de procedimientos para combinar esos elementos de forma significativa.

Algunos autores a ese conjunto de elemento en vez de llamarlos códigos les llaman sistemas; Mariano Cebrián, en su libro titulado "Información Audiovisual" señala: "El sistema, lingüísticamente, es un conjunto de signos relacionados entre sí. El sistema comporta una composición, un conjunto. El código una combinación. El sistema se caracteriza por las interrelaciones de solidaridad, coherencia y unidad de los componentes. El código por las leyes y reglas que regulan el funcionamiento de los

signos.”<sup>23</sup> Por su parte Mario Revilla sustituye la palabra código por “sistemas expresivos” a los cuales define como “el conjunto de señales de la misma naturaleza y sus reglas de ordenamiento.”<sup>24</sup> Como podemos ver para estos dos autores el código tiene que ver más con las normas que rigen el orden de los elementos que con el conjunto de elementos mismo.

Ya sea que se les llame códigos o sistemas expresivos, lo importante es saber que todos ellos son recursos de los que se hace uso para crear mensajes, sus elementos constituyen la materia prima de las expresiones; sin ellos no sería posible la comunicación. Así como el panadero utiliza ingredientes para elaborar sus productos, los individuos utilizan los códigos o sistemas para elaborar sus mensajes. Aunque, como ya se mencionó, códigos y sistemas expresivos implican lo mismo, para evitar confusiones se hará uso de la palabra código.

Existen muchos códigos en la comunicación: las lenguas, la escritura, movimientos corporales, símbolos visuales, lo son porque constituyen el cuerpo de los mensajes que a diario recibimos y emitimos; debemos elegir entre unos u otros cada vez que nos comunicamos, más aún, se pueden utilizar distintos códigos de forma simultánea para elaborar un solo mensaje o bien un mismo mensaje puede ser traducido a varios códigos.

Es posible clasificarlos desde varios criterios; por ejemplo se puede hablar de códigos lingüísticos y no lingüísticos. Los primeros tienen que ver con el lenguaje (éste en su sentido más estricto, es decir, sujeto a la palabra) y los segundos no necesitan de él, es decir, no requieren de un idioma determinado para ser capaces de transmitir el mensaje. Para que los códigos no lingüísticos sean útiles, tanto el emisor como el receptor deben saber sus significados, pero no tienen que saber leer ni escribir, pues no intervienen ni las palabras ni la escritura.

Por otro lado, Revilla hace una clasificación con base en el tipo de energía de las señales, lo cual se asocia con alguno de los cinco sentidos por el cual son percibidos; recordemos que en su caso los bautiza como sistemas expresivos y son:

- Los sistemas luminosos: aquellos a partir de los cuales se forman mensajes que pueden ser percibidos por el sentido de la vista. Aquí se encuentran el lenguaje corporal (mímica, gestos); las artes plásticas o de diseño (el grabado, la pintura, la fotografía, la caricatura, la imagen, las señalizaciones); el lenguaje escrito y todo tipo de escrituras.
- Los sistemas sonoros: son aquellos con los que se construyen mensajes que pueden ser captados por el sentido del oído. Dentro de este rubro se coloca el lenguaje oral con todas sus variantes idiomáticas; la música; sonidos estandarizados por la experiencia que bien pueden ser aplausos, chiflidos, timbrazos e incluso golpeteos.
- Los sistemas táctiles: a partir de ellos se crean mensajes perceptibles al tacto. El sistema braille es el mejor ejemplo.
- Los sistemas odoríferos: Son aquellos que pueden ser captados por el olfato. Han ido

<sup>23</sup> Cebrián Herreros, Mariano. *Información Audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid; Editorial Síntesis, 1995, 310 p

<sup>24</sup> Revilla Basurto, Mario A. *Introducción a la Teoría de la comunicación*. México, D.F.; S y G editores, 1997, 40 p

perdiendo importancia al paso del tiempo aunque en algún momento la tuvieron. Aquí se ubica la perfumería u olores como el del gas doméstico que se añade adrede como alarma en caso de fuga.

- Los sistemas proxémicos: Son aquellos que tienen que ver con el manejo de las distancias. Aunque pueden ser percibidos visualmente, esta condición no es necesaria. La proxémica se basa en qué tanto se permite el acercamiento o alejamiento en las interacciones con el otro, lo cual marca pautas de autoridad, de intimidad, de rechazo, etc.

El código que comúnmente se utiliza en la comunicación es el lenguaje oral; sin embargo, como se puede ver no es el único. Ahora bien, cabe hacer una observación con respecto al término lenguaje pues generalmente cuando se habla de éste se hace referencia exclusivamente a la palabra; en efecto, el lenguaje en su sentido fundamental, es la representación de los pensamientos por medio de sonidos articulados que son signos o palabras. El hombre es el "sujeto del lenguaje", el único de los seres vivos que además de pensar ha sido capaz de expresar sus pensamientos mediante sonidos articulados. Por otro lado, si entendemos también que "Dentro de un código, a la manera de utilizar los varios signos para transmitir mensajes o para estructurar un discurso, se le llama *lenguaje*"<sup>25</sup>, y si sabemos que existen otros códigos aparte de las lenguas y la escritura, entonces podemos entender que existen otros lenguajes que no necesariamente tienen que ver con la palabra; de ahí que se hable de lenguaje corporal, lenguaje visual, lenguaje sonoro. El lenguaje entonces tiene dos acepciones: una que se liga propiamente a la palabra y la otra que tiene que ver con las formas en las que se hace uso de los distintos signos.

Al exponer lo que son los códigos y algunas de sus clasificaciones, más que ahondar en ellos, la intención es acotar que es esa diversidad uno de los factores que da lugar a los distintos tipos de comunicación. Cuando se habla de "distintos tipos de comunicación" ello no quiere decir que ésta haya perdido su esencia y no implique la transmisión de mensajes, sino que los códigos, y por consiguiente el lenguaje utilizados son distintos en cada una. Por ejemplo, la comunicación audiovisual (que es de hecho la que atañe a los fines del presente proyecto) hace uso de códigos visuales y sonoros en la elaboración de sus mensajes. La importancia que tiene el hablar de los códigos en este apartado puede ser resumida de la siguiente forma: "el lenguaje oral ha traído como consecuencia la comunicación auditiva, los lenguajes pictográficos, escrito y mímico han traído como consecuencia la comunicación visual; al conjunto armónico de estos tipos de comunicación, se le conoce como Comunicación Audiovisual."<sup>26</sup>

25 El lenguaje visual. Consultado en: FortuneCity, <http://victorian.fortunecity.com/muses/116/cinedidactico2.html>. 11 - 09 - 2007

26 Rodríguez Pérez, Martha Olga. *¿Cómo se realiza un programa audiovisual?.* México; FES Acatlán División de Diseño y Edificación Programa Diseño Gráfico, 1993, 2p

## 1.2 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Para deducir en qué consiste la comunicación audiovisual en su sentido más elemental, bastaría con extraer del término sus componentes: comunicación, audio y visual. *Comunicación*, como ya se dijo anteriormente, quiere decir transmitir o poner en común con otras ideas, sentimientos y conocimientos acerca de la realidad; *audio* hace referencia a la audición, al sonido y *visual* alude a la visión, a lo que se puede ver, a la imagen; es así que al conjuntar estos elementos tendríamos que la comunicación audiovisual implica la transmisión de mensajes a partir del sonido y de la imagen.

A primera vista el concepto parece bastante simple, pero en realidad es un poco más que eso, pues la comunicación audiovisual es un proceso en el que se involucra la tecnología, sus alcances son enormes y como todo fenómeno comunicativo, tiene presencia e influencia en muchos ámbitos de la vida humana (comercio, entretenimiento, cultura, educación, etcétera). De hecho, podría decirse que el hombre vive en la era de la imagen y el sonido.

La comunicación audiovisual es producto de toda una evolución. Desde hace aproximadamente un siglo y medio, algunos inventos dieron lugar a nuevos avances en la comunicación humana. Fueron los primeros avances a partir de la invención de la escritura en el tercer milenio antes de Cristo y de la imprenta de caracteres móviles de metal en el siglo XV. Estos inventos, a los que contribuyeron los adelantos de la química, la electricidad y la mecánica, fueron la telegrafía, el teléfono, el fonógrafo, la fotografía, la cinematografía, la radio y la televisión. Según Jean-Francois Dortier, citado por Norminanda Montoya en su libro "La Comunicación audiovisual en la educación"<sup>27</sup> hay varias etapas en el desarrollo de este tipo de comunicación:

- a) Aparición del lenguaje humano hace más de un millón de años
- b) 500, 000 años después vendría la escritura (aparece en Asia Menor con los signos cuneiformes)
- c) Invención de la imprenta con Gutemberg hacia 1450
- d) 400 años más tarde aparece el teléfono (Graham Bell hacia el año de 1876)
- e) Marconi en 1899 da lugar a la Radio
- f) 40 años luego la televisión
- g) 40 años más tarde el multimedia y las NTIC (nuevas tecnologías de la información y de la comunicación las cuales designan el conjunto de medios de almacenamiento, de tratamiento y de difusión de la información por el uso conjunto de la informática, las telecomunicaciones y el audiovisual: CD-ROM, Internet, las autopistas de la información.

Como se observa la comunicación audiovisual está estrechamente ligada a los nuevos medios con los que ha ido contando el hombre para transmitir información; su aparición y su desarrollo se subordinan al acelerado crecimiento de los sistemas tecnológicos que se han ido incorporando con el fin de lograr una comunicación más efectiva y completa que trascienda las barreras del tiempo y el espacio. En la actualidad la comunicación audiovisual ya no solo encuentra un sitio en el cine, la radio o la televisión sino también en nuevas tecnologías que tienen que ver con la informática y el

---

27 Montoya Vilar, Norminanda. *La comunicación audiovisual en la educación*. Madrid, España; Laberinto, 2005, 11p

Internet. Estos medios utilizan códigos visuales (como la fotografía, las imágenes, la caricatura, entre otros, incluso el lenguaje escrito) así como códigos sonoros (como el lenguaje oral, los sonidos y la música) en cuya combinación se encuentra un máximo grado de expresión. Debido a su naturaleza, el tipo de señales que emiten estos medios son esencialmente visuales y auditivas -es bien sabido que las características propias de los canales utilizados determinan los aspectos formales que adquieren los mensajes- las cuales, cabe mencionar, invaden el mundo en que se desarrolla la vida del hombre moderno. Estamos bombardeados por mensajes provenientes de distintos lados los cuales se dirigen a nuestros dos sentidos que muy bien pueden ser nombrados como los más sensibles al fenómeno comunicativo: la vista y el oído. Es así que uno de los factores que caracteriza principalmente a la comunicación audiovisual es la construcción de mensajes a partir de códigos visuales y sonoros.

Se hace uso de la comunicación audiovisual en diferentes lugares y con diversos propósitos. Por poner algunos ejemplos, en las aulas se da lugar a este tipo de comunicación con el fin de que contribuya al aprendizaje; en el mercado es considerada un pilar importante en cuanto a publicidad; la cultura ve en ella posibilidades de difusión y preservación y ya ni se diga el entretenimiento, el cual tiene un lugar privilegiado en los medios masivos de comunicación (que son por excelencia medios audiovisuales en los que no solo el entretenimiento sino también la educación, la cultura, la publicidad, la política etcétera, tienen lugar).

Norminanda Montoya define a la comunicación audiovisual como "un proceso de comunicación mediada, en que el emisor y el receptor están separados, no se ven, pero se comunican a través de un medio técnico, el emisor enviando a través de las ondas hertzianas, o por satélite, o por cable todo tipo de mensajes en lenguaje audiovisual, en forma de imágenes y sonidos, que el receptor mediante un aparato las recibe en su casa, sentado cómodamente en el sofá, las procesa, pero que no puede él a su vez responder enviando nuevos mensajes audiovisuales a su emisor."<sup>28</sup>

Históricamente el proceso se dio en forma irregular a medida que aparecían los distintos inventos que, a su vez, daban nacimiento a las nuevas formas de expresión. Durante un largo tiempo, la comunicación visual y la auditiva permanecieron separadas. La invención del cine sonoro (entre 1926 y 1927) fue el primer sistema en donde se combinaron dos factores independientes (imagen y sonido) para convertirse en uno nuevo y en donde por vez primera el hombre lograba un lenguaje auténticamente audiovisual. Es cierto que el acompañamiento musical existía ya en las exhibiciones del cine mudo, pero ahora se disponía de la sincronización de los ruidos y la palabra, así como de música preparada para ello. La televisión, otro medio audiovisual, hizo su aparición poco antes de la Segunda Guerra Mundial, pero este acontecimiento demoró su desarrollo; al finalizar la contienda comenzaron a industrializarse los grabadores magnetofónicos, primero con alambre y luego con cinta. En forma paralela se progresó en la fotografía a color. Día a día se disponen de nuevos aparatos que brindan perfeccionamientos más refinados y propician un desarrollo extraordinario de este tipo de comunicación.

Jorge Eneas Cromberg, tomando en cuenta la fuente y también el carácter intencional de las señales, apunta en su escrito titulado "Montajes Audiovisuales": "La comunicación audiovisual es aquella en la que la información es ofrecida por medio de aparatos mecánicos y/o electrónicos y se capta por

medio de la vista y el oído."<sup>29</sup>

Por otra parte, en el Diccionario Enciclopédico Asuri se define la comunicación audiovisual como "todo intercambio de mensajes entre personas a través de un sistema tecnológico sonoro y/o visual. Se diferencia de la comunicación cara a cara porque existe siempre una mediación tecnológica. Los principales formatos son el radiofónico, el televisivo y el cinematográfico, aunque están proliferando nuevos medios de comunicación: equipos digitales a todo nivel de la vida humana, Internet y comunicación vía satélite."<sup>30</sup>

Ahora bien, es pertinente aclarar que si bien la comunicación audiovisual está íntimamente ligada a los medios masivos de comunicación como el cine, la radio, la televisión, Internet, el carácter masivo de éstos no es lo que le da razón de ser a este tipo de comunicación, sino su carácter sonoro y visual. Por ejemplo el video como sistema de comunicación está integrado por elementos auditivos (palabra oral, música, ruidos y silencio) y visuales (gráficos, objetos-naturaleza, artes plásticas, etc.) al igual que la televisión, pero a diferencia de ella, el video puede ir encaminado a grupos más reducidos y homogéneos; sin embargo, ambos pueden ser utilizados como medios de comunicación audiovisual a partir de los cuales es posible emitir mensajes.

Para fines de este trabajo se entenderá a la comunicación audiovisual como un proceso de comunicación mediada, ya sea por aparatos electrónicos, video, televisión, cine, equipos digitales a todo nivel de la vida humana, etc., en donde el emisor envía al receptor (que puede no estar presente físicamente) mensajes contruidos a partir de códigos visuales y sonoros, es decir, en forma de imágenes y sonidos los cuales serán captados por medio de la vista y el oído.

## 1.2.1 EL AUDIOVISUAL

A pesar de que el hombre vive inmerso en un mundo en el que se entrecruzan de manera constante mensajes audiovisuales, es bastante difícil concretar en términos precisos el concepto de audiovisual; de tal dificultad apenas se intenta profundizar el alcance del vocablo y como testimonio están las diversas posturas tomadas por los especialistas en diferentes partes del mundo y que parten de distintos criterios. Por ejemplo, los expertos franceses consideran como audiovisuales únicamente a las manifestaciones que comprenden aparatos mecánicos y electrónicos, tales como el cine, la radio, la grabación sonora, etc.; mientras que los estadounidenses incluyen ciertas hechuras manuales que puedan ser acompañadas con sonido (carteles, modelos, etcétera).<sup>31</sup> Por otro lado tomando en cuenta la naturaleza de las señales, hay veces en las que se reciben mensajes a partir de señales solo audibles (tal es el caso de la radio), en otras ocasiones solo visibles (el cine mudo es un ejemplo) y finalmente en otras, visibles y audibles a la vez (como es el caso de la televisión); pareciera que el término audiovisual se refiere exclusivamente a las últimas. Henri Dieuzeide citado por Jorge Eneas en su escrito que lleva por título "Montajes Audiovisuales"<sup>32</sup> considera que habría que hablar de

29 Eneas Cromberg, Jorge, *et. al. Montajes Audiovisuales*. México; Diana, 1979, 18p

30 *Comunicación Audiovisual*. 537p. Diccionario Enciclopédico Asuri, Vol. II 1993

31 Eneas Cromberg, Jorge, *et. al. Montajes Audiovisuales*. México; Diana, 1979, 17p

32 *Ibid.* 18p

técnicas auditivas, visuales y audiovisuales. Esta afirmación, aunque parece muy lógica y ayudaría a eliminar muchas confusiones, no tiene demasiada aplicación práctica, debido a que la costumbre ha difundido ya la idea de que son audiovisuales, entre otras, ciertas formas de comunicación como la radio y el disco, que son solo auditivas, y el cine mudo y las diapositivas, que son solo visuales. Como se observa el campo es tan extenso que no se encuentra delimitado con claridad y en cuanto se estudia con detenimiento se aprecia la existencia de límites indefinidos.

Para revisar en qué consiste el audiovisual, es pertinente tocar el origen del vocablo. El término audiovisual se acuña casi a mediados del siglo XX. El inicio de la unión de "audio" y "visual" para formar el compuesto "audiovisual" ha sido fechado alrededor de la década de los treinta en Estados Unidos con la forma de "audio-visual". Es la fecha en que comienzan a desarrollarse las técnicas que incorporan el sonido a las imágenes. Por la misma época el sonido cinematográfico ya estaba totalmente logrado, y la televisión, que aunque no comienza su programación sino hasta 1935, contaba ya con un considerable acervo de experiencias. El término se introduce en Francia proveniente de Estados Unidos en torno a la década de los cincuenta bajo la forma adjetiva "audio-visuel", conservando el guión separativo que aludía al recuerdo de la frase "techniques d'impressions auditives et visuelles simultanées" (técnicas de impresiones auditivas y visuales simultáneas). Según estos orígenes, el término "audiovisual" era entendido como un compuesto procedente de la eliminación de la conjunción "et" o "y" en cuyo caso se seguiría manteniendo una cierta separación entre ambos términos "lo auditivo" y "lo visual". En este sentido fue muy utilizado por la pedagogía que al uso tradicional de imágenes en las aulas añadía sonidos; era un audiovisual para la enseñanza.

El diccionario de la Real Academia Española (RAE) considera el término audiovisual exclusivamente como adjetivo: "adj. Que se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez. Dícese especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas."<sup>33</sup> En esta definición se aprecia cómo también en castellano el origen sigue estando en el campo de la pedagogía, antes que en el profesional de los medios de comunicación social. Sin embargo, el término ha ido extendiendo su campo de aplicación y sería algo definitivamente inaceptable reducirlo al área educativa; pues actualmente lo audiovisual es algo que se utiliza también en otros campos ajenos a la pedagogía.

El diccionario Enciclopédico Larousse apunta al audiovisual como "relativo a los métodos de información, comunicación y enseñanza que utilizan la representación de imágenes, películas y registros sonoros."<sup>34</sup> En esta concepción se observa que el audiovisual trasciende ya el campo de la enseñanza para formar parte del mundo de la comunicación en general; la constante: lo visual y lo sonoro.

Ahora bien el término audiovisual es utilizado tanto como adjetivo (tal es el caso de la RAE) como por sustantivo. Quienes lo utilizan como adjetivo lo aplican igual a los medios, que a los mensajes o al lenguaje, siempre que se constituyan de imágenes y sonidos que se dirijan simultánea o alternativamente al oído y a la vista. Quienes lo utilizan como sustantivo le conceden una dimensión

33 Audiovisual. Consultado en: Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=audiovisual](http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=audiovisual). 21 - 09 - 2007

34 *Audiovisual*. 228p. Diccionario Enciclopédico Larousse, Vol. I 1992

mayor: es algo que transforma al mismo mensaje. Esta evolución llevó a un primer paso de consolidación al iniciarse la sustantivación del adjetivo con la forma de "audiovisual" para referirse al uso simultáneo de imágenes y sonidos sin necesidad de aplicarse a otro sustantivo. Esta evolución ha conducido en nuestros días a que el término audiovisual se constituya como un sustantivo pleno para designar el producto resultante de la combinación de diapositivas, imágenes, fotografías, etc., con sonidos; este producto en el ámbito empresarial, profesional y educativo se denomina directamente como un "audiovisual".

Jorge Eneas dice que se debe dar el nombre de audiovisual a "todo material que se obtiene, proyecta o reproduce con aparatos mecánicos y/o electrónicos (diapositivas con banda de sonido, cine, televisión, video, fotografía, etc); es toda manifestación o expresión que reproduzca imágenes y sonidos, en forma simultánea, cuando se empleen dichos aparatos"<sup>35</sup> Como se observa en esta definición se incluye de forma esencial el aspecto tecnológico (es importante que al listado de aparatos que hace Eneas, se incluyan las nuevas tecnologías con las que cuenta el hombre, esas que tienen que ver con el mundo de la informática y que han originado grandes avances en el mundo audiovisual) y se dejan fuera las hechuras manuales tales como el dibujo (láminas, carteles, esquemas, etcétera), la pintura, los modelos, entre otras; en todos estos casos los mensajes serían recibidos por medio de la vista, pero el envío no se efectuaría mediante el uso de aparatos. Sin embargo los aparatos tienen la ventaja de permitir en la mayoría de los casos la reproducción de los materiales obtenidos manualmente, por ejemplo, se puede tomar una fotografía de alguna lámina hecha a lápiz. Además también se pueden obtener originales con dichos aparatos, tal es el caso de la música electrónica o el dibujo hecho en computadora. El audiovisual puede ser por lo tanto, aquello que representa una realidad en forma auditiva y visual mediante el uso de instrumentos técnicos.

Por otra parte, pese a que, como ya se dijo al principio de este apartado, audiovisual es un término que puede designar tanto a medios basados exclusivamente en lo auditivo como la radio, y a medios basados en representaciones de imágenes como es el caso del cine mudo o la fotografía, el término audiovisual en sentido restringido, se refiere a la interrelación plena de los dos términos -visual y auditivo- mediante la cual se establece una unificación de ambos para originar un nuevo producto: un audiovisual pleno, dentro del cual ya no cabe examinar de forma aislada cada uno de los componentes si no se quiere destruir el sentido que transmiten. La percepción se lleva a cabo por la vista y el oído simultáneamente. Las vinculaciones de imágenes y sonidos son a tal nivel que cada uno contrae relaciones con el otro ya sea por armonía (a cada sonido le corresponde una imagen), o por complementariedad (lo que no aporta uno lo aporta el otro), así como de refuerzo (se refuerzan los significados entre sí) y contraste (el significado nace del contraste entre ambos). De todo ello surgen nuevos sentidos. Lo audiovisual no debe verse como una simple suma, sino como una unidad expresiva total y autónoma, cada elemento, cada imagen, cada sonido, se conjugan y se dan sentido los unos a los otros.

Como ya se observa la esencia del audiovisual es el uso de imágenes y sonidos. Sin embargo, hay veces en las que se crean espectáculos que consisten en proyectar juegos luminosos sobre algunas realidades naturales o creadas por el hombre, como catedrales, maquetas o esculturas aprovechando

---

35 Eneas Cromberg, Jorge, *et. al. Montajes Audiovisuales*. México; Diana, 1979, 17 - 18pp

sus peculiares formas y características, a la vez que se utiliza alguna música adecuada al marco visual, con lo cual se logran efectos auténticamente audiovisuales (como ejemplo se puede citar el espectáculo de luces y sonido que se realiza en la zona arqueológica prehispánica llamada Chichén-Itzá, situada en el Edo. de Yucatán, México). Pero no es esa audiovisualidad la que atañe a los propósitos de este trabajo sino aquella en donde la unificación de la imagen con el sonido aparece como reproducción o reflejo de la realidad ya existente de forma natural. Es decir, esa realidad natural es reconstruida en forma de imágenes y sonidos mediante un sistema mecánico y/o electrónico.

Con relación a lo anterior Mariano Cebrián Herreros en su libro "Información Audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones" clasifica lo audiovisual en audiovisual natural, audiovisual natural parcialmente tecnificado y lo audiovisual tecnificado:

- *Audiovisual natural:* Aunque la realidad es percibida en su entorno por el ser humano mediante todos los sentidos, al restringir la percepción al término audiovisual, la realidad es percibida por la vista y el oído. Este audiovisual es captado cuando el receptor se encuentra presente ante el acontecimiento real; se perciben por la vista los movimientos de la realidad y además se escucha el sonido o el silencio que los envuelve. La tormenta con rayos y truenos, los sonidos de los animales, una persona que habla, pueden ser ejemplos dentro de esta clasificación.
- *Audiovisual natural parcialmente tecnificado:* Se da cuando la realidad natural necesita una prolongación para poder ser percibida audiovisualmente por las personas que asisten a su desarrollo en el mismo lugar y tiempo o en un lugar contiguo; esto es motivado por el elevado número de personas que impiden la percepción directa o por lo reducido del espacio donde se produce. Se necesita una amplificación técnica para que las personas que se encuentran en ese sitio puedan percibir las señales. Como ejemplo se pueden mencionar las reuniones, conferencias, salas de operaciones o espectáculos a los que se incorpora un circuito cerrado de televisión o una pantalla para que se puedan seguir desde otra sala contigua; o micrófonos, amplificadores y altavoces para que los que se encuentran alejados del lugar donde se celebra el acto puedan captar el sonido del discurso. Las personas no reciben la realidad directa, sino la mediada por la traducción técnica que influye en la percepción según los equipos empleados. No obstante, como las personas se encuentran presentes, también captan elementos ambientales como olores, empujones, etcétera.
- *Audiovisual tecnificado:* En este apartado se encuentra una realidad producida artificialmente frente a una realidad natural. Lo audiovisual es precisamente el de la producción de una realidad nueva a partir de códigos sonoros y visuales. Lo audiovisual, desde la perspectiva técnica, es, pues, el mediador entre realidad natural y realidad producida. La consecuencia de considerar lo audiovisual como una intercalación técnica y como un sistema canalizador de mensajes es que a la vez pasa a formar parte del mensaje mismo.<sup>36</sup>

Analizado lo anterior, es preciso decir que la acepción de audiovisual tecnificado es de hecho la que interesa a los fines del presente trabajo. Por supuesto, con el audiovisual los sonidos e imágenes representan la realidad pero no son la realidad en sí misma, al menos no esa que se presenta de forma

36 Cebrián Herreros, Mariano. *Información Audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid, España; Síntesis, 1995, 54 – 65pp

natural ante el hombre sin ningún tipo de modificación o tecnificación; recordemos que imagen es un término que procede del latín *imaginem*, cuyo significado es "representación"<sup>37</sup> y como bien lo dice Berlo: "una fotografía es una representación del hecho, no es el hecho en sí"<sup>38</sup>. En el audiovisual, con la mediación de aparatos técnicos (mecánicos y/o electrónicos), las imágenes y los sonidos constituyen una nueva realidad un tanto diferente de la que tienen sus referentes. Esta nueva realidad puede ser muy distinta a la realidad natural, o bien, puede ser un retrato y por lo tanto, muy similar; de hecho la iconicidad (que hace referencia al mayor o menor grado que guardan los significantes con los referentes) influye mucho. Los análisis de cada mensaje se encargarán de indicar las semejanzas, igualdades y divergencias entre ambas; el audiovisual es entonces una traducción de la realidad en códigos audiovisuales. Cabe señalar que la realidad natural en ese proceso de reconstrucción o reproducción no necesariamente debe perder su veracidad, simplemente sufre una transformación técnica.

El audiovisual se inicia en la selección y organización que el emisor efectúa. Es un producto del trabajo de un profesional que funge como emisor. Este profesional emplea recursos, técnicas e instrumentos a su alcance para crear un producto audiovisual que contiene información acerca de algo y es al mismo tiempo, un vehículo de ella. En este sentido se debe aclarar que el audiovisual no suplanta por supuesto al mensaje sino que pasa a ser parte integrante de él; es así que se convierte en vehículo y mensaje a la vez. Como se observa, el audiovisual se enmarca en el proceso comunicativo; no es algo aislado y fijo, sino que tiene una dinámica y una interconexión con el proceso y sistema comunicativo global.

Ahora bien, el lenguaje audiovisual hace posible combinar un tipo de código con otro; es tal combinación la que da origen a la expresión audiovisual. Según Cebrián pueden considerarse cuatro componentes del sistema audiovisual:

- *Subsistema de la realidad sonora*: integra todo tipo de sonidos, tanto naturales como creados por el hombre, presentes o ausentes del interior del encuadre y que giran en torno a cuatro componentes: lenguaje verbal o expresión oral, música, ruidos y silencio.
- *Subsistemas de la realidad visual*: Es el más amplio, pues incluye todos los códigos que tienen que ver con lo visual. Se incluye aquí también el lenguaje escrito con todas sus variantes gráficas y que pueden influir en el conjunto de los elementos audiovisuales. Se diferencia del lenguaje hablado ya que aunque ambos proceden de la misma raíz, son dos manifestaciones diferentes que influyen en la narrativa de manera distinta también; si se analiza, se puede llegar a la razón de que el lenguaje oral es un código auditivo y el lenguaje escrito es un código visual.
- *Combinación de los subsistemas de la realidad sonora y visual*. Vincula cada uno de los integrantes del primer sistema con todos los integrantes del otro subsistema y viceversa. Es posible incluso construir un fragmento audiovisual a partir de la ausencia de imagen y sonido, esto más bien como indicador de contenidos anteriores y posteriores; pero la mala aplicación puede convertirse en ruido comunicativo o en sospecha de fallas técnicas o censura.

---

37 González Radío, Vicente. *Usos y efectos de la comunicación audiovisual*. España; Universidad da Coruña, 9p

38 K. Berlo, David. *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires; Editorial Ateneo, 1977, 20p

- *Subsistema de la transformación técnico-retórica audiovisual.* En este apartado se incluye todo lo referente a la selección visual y sonora de la realidad, al movimiento de cámara y al montaje. Integra también la duración (tiempo), distancias (espacio), ritmo (movimiento). A estas variables hay que añadir las que se producen por la combinación de los anteriores con las variables de cada uno de los subsistemas. Por citar un ejemplo, pueden apreciarse variables que se introducen con el subsistema de las artes plásticas o icónicas desde el momento en el que en ellas se consideran la imagen fija, imagen fija en secuencia, imágenes en movimiento, imágenes manuales, imágenes técnicas. Todo esto generaría una multiplicidad de subsistemas con la cual se acrecienta la riqueza del audiovisual pero que también origina la dificultad para efectuar un análisis exhaustivo del mismo. Frente a nosotros tenemos un sistema audiovisual compuesto de sonidos e imágenes fijas o en movimiento, en combinación única o secuencial, en sincronismo o asincronismo entre ellos, con sonido "in" u "off", perteneciente, o no, a la realidad que muestran las imágenes. Todo ello en un mismo espacio y tiempo.<sup>39</sup>

Como ya se observa, el sistema audiovisual se presenta como un conjunto de subsistemas que se relacionan por su funcionalidad y no por la autonomía que posean en sí; todo ello da lugar a un lenguaje en el que ese conjunto de sistemas, visuales y auditivos, organizados sucesiva y simultáneamente mediante equipos operativos, hace posible una comunicación entre un emisor y un receptor. Ahora bien, esa comunicación por el medio audiovisual tendrá, como todo acto comunicativo, diversos objetivos. Esos objetivos definirán la información que contendrá la estructura audiovisual, así como el tratamiento e incluso el material que se utilice en el proceso de creación. Eneas Cromberg<sup>40</sup> apunta cinco objetivos: educativos, documentales, informativos, artísticos y publicitarios; los cuatro primeros tienden a despertar la participación consciente y crítica del espectador y el último tiene como finalidad influir sobre su conducta para obtener una respuesta automática. Un audiovisual con objetivos educativos irá encaminado a la enseñanza; los documentales son aquellos en los que el audiovisual es considerado un material especial, muestra de manera objetiva un aspecto de la realidad y se ubica, por tanto, en la clasificación general de los documentos, al lado de los bibliográficos; los informativos sirven a los intereses de la comunidad; los objetivos artísticos son tan amplios que no pueden ser determinados a priori, ya que existe en casi todo hecho comunicativo cierto aspecto estético sin embargo, puede hablarse de objetivo artístico cuando el realizador intenta manifestarse intencionadamente en forma estética; y los publicitarios tienen siempre la intención de convencer al auditorio, en busca de su adhesión.

Por otra parte, ya se ha mencionado que dentro de los códigos sonoros y visuales a partir de los cuales se constituye el audiovisual, se incluyen el lenguaje oral y escrito respectivamente; pero ¿cuál es el papel que juegan? ¿cuál es su importancia dentro de un audiovisual?. Con respecto al lenguaje oral se puede decir que hay audiovisuales en donde se suprime del todo el lenguaje verbal y la imagen está acompañada solo de ruidos y música lo cual en ocasiones da cabida a que el material audiovisual resulte un tanto artificioso; hay otros donde el audiovisual se convierte en una simple reproducción en la cual, la palabra oral es tan fundamental que la transmisión del mensaje se haría lo mismo con

39 Cebrián Herreros, Mariano. *Información Audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones.* Madrid, España; Síntesis, 1995, 72p

40 Eneas Cromberg, Jorge, et. al. *Montajes Audiovisuales.* México; Diana, 1979, 27 – 29pp

un texto leído sin necesidad de un acompañamiento visual; pero hay audiovisuales en donde la palabra adquiere tal peso que se compenetra con las imágenes y el sonido, complementándolos y formando parte de la expresión. De manera que su ausencia modifica el contenido, aunque por sí misma no tiene ni remotamente el poder expresivo de la película, el video, la fotografía o cualquiera que sea el elemento visual. En el lenguaje audiovisual es posible combinar unos códigos con otros y esa combinación adquiere su mayor legitimidad cuando la palabra se incorpora a la expresión audiovisual en forma indisoluble y complementaria. Además, muy pocas veces la imagen refiere toda la historia y es necesario reforzarla con palabras; en ocasiones la imagen carece de sentido por tal motivo, debe ser explicada.

Ahora hablemos del lenguaje escrito; en el audiovisual, lo escrito no aparece aislado, sino en combinación con todos los elementos. La palabra escrita adquiere relevancia por su tipografía; su forma, sus colores, su posición en el encuadre influyen de manera radical en el conjunto audiovisual, origina posibilidades de atracción y distracción. La escritura debe quedar enmarcada en el ámbito de lo audiovisual. Se trata en definitiva de un elemento visual más, aunque de gran importancia. Dentro de lo escrito también pueden ser situados los rótulos, los gráficos y los mapas.

Como se aprecia, el audiovisual asume todos los códigos o sistemas con toda su riqueza. El funcionamiento simultáneo de varios sistemas sonoros: palabra con música de fondo y efectos sonoros, y visuales: imágenes de cada uno de los objetos de la realidad con todos sus matices de tamaño, volumen o color, a los que en algunos momentos se une la expresividad del lenguaje articulado o escrito. El audiovisual aporta una cantidad sumamente elevada de detalles, de tal forma que la descodificación de todos y cada uno de ellos resulta imposible; pero es también esa riqueza de elementos la que le confiere un gran potencial expresivo. El audiovisual es un medio muy complejo pero a la vez muy completo; "congrega los elementos perceptivos y afectivos de las imágenes y los sonidos, así como los elementos conceptuales propios de las palabras orales y escritas. Es precisamente por esto, y sólo gracias a ello, que se logra una información clara, específica."<sup>41</sup> Imágenes, sonidos y palabras se interrelacionan y se apoyan para resolver las carencias que cada subsistema tiene por sí solo. Ya no cabe hacer alusión por una parte a lo perceptivo y por la otra a lo conceptual; en el sistema audiovisual se concentran las dos dimensiones, hecho por el cual se ha constituido (y su constante presencia y utilización lo confirman) como una herramienta idónea y muy eficaz de comunicación.

Para propósitos del presente proyecto se entenderá que el audiovisual es: todo material que se obtiene, proyecta o reproduce con aparatos mecánicos y/o electrónicos (diapositivas con banda de sonido, video, fotografía, etc y también los nuevos medios que tienen que ver con la Informática como la computadora y programas de creación audiovisual), el cual se constituye de imágenes y sonidos que se presentan y actúan de forma conjunta y que podrán ser percibidos por la vista y el oído; este material se enmarca dentro del proceso comunicativo ya que contiene información acerca de algo y es al mismo tiempo, un vehículo de ella, es un medio y un mensaje a la vez. Su forma tan completa de codificación (utiliza códigos visuales y sonoros) lo convierte en una herramienta muy eficaz de comunicación.

41 Cebrián Herreros, Mariano. *Información Audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid, España; Síntesis, 1995, 79p

## 1.2.2 DIFERENTES MEDIOS PARA LA REALIZACIÓN DE UN AUDIOVISUAL

Se le denomina medios para realizar un audiovisual a todas aquellas herramientas con las que se cuenta para crear presentaciones audiovisuales. En la actualidad están a nuestro alcance una gran variedad de ellos, y aunque algunos son más sofisticados que otros, su adecuada aplicación nos permite alcanzar, y en ocasiones rebasar, los objetivos que nos hemos impuesto en un principio. Su máximo aprovechamiento hace posible que se puedan crear presentaciones audiovisuales muy bellas y eficientes. Entre los medios más utilizados para crear audiovisuales encontramos los siguientes:

- Pizarrón: El pizarrón es un tablero mural en el que se pueden realizar imágenes, anotaciones de términos y trazos esenciales que se utilizan acompañados con una exposición verbal, el conjunto de estos elementos hace posible comunicarnos con el otro. Se ha vuelto una herramienta muy socorrida en el campo educativo.
- Rotafolio: Se trata de un tablero didáctico dotado de pliegos de papel, utilizado para escribir o ilustrar. Los pliegos conforman una sucesión seriada y coordinada de láminas, gráficos o texto. Es un recurso visual que puede utilizarse en exposiciones, con explicaciones dialogadas u observaciones. Las dimensiones de las láminas varían dependiendo el público al que va destinada la exposición; para grupos hasta de cincuenta personas se recomienda un tamaño de 96 x 50 cm.
- Proyector de cuerpos opacos: Esta proyección depende de la capacidad de un objeto para reflejar la luz. Es único ya que no existe ningún otro dispositivo que permita proyectar imágenes que no estén preparadas en material transparente. Cualquier material impreso, dibujado o fotografiado puede servir (páginas de libros, revistas, etc.; cuerpos sólidos; hojas de árboles; mapas; etc.), tanto en color como en blanco y negro.
- Retroproyector: El retroproyector es un medio visual fijo, que utiliza materiales que permiten el paso de la luz, o sea, transparencias. Por este motivo, la intensidad luminosa sobre la pantalla es suficientemente grande como para que no haya necesidad de oscurecer la habitación. Es uno de los medios más fáciles de utilizar y se emplea mucho para dar clase.
- Filminas: Son películas de vistas fijas (en color o blanco y negro), de 35 mm, que constan de un número variable de fotogramas, de cuadro entero (24x36 mm) o de medio cuadro (18x24 mm), que presentan un tema secuenciado o documento proyectable. Aunque están muy relacionadas con las diapositivas, son diferentes a éstas porque en vez de estar montadas como imágenes separadas, la película después de procesada se conserva en una tira continua. Los proyectores de esta serie de fotografías o figuras están fabricados para que el operador pase la tira manualmente.
- Diaporama: La diapositiva es fundamentalmente un medio gráfico, y puede servir para presentar fotografías originales o copias de materiales tomados de cualquier documento impreso. Las fotografías pueden tomarse con cualquier cámara de 35 mm directamente en material positivo y ser reveladas en un laboratorio; los laboratorios comerciales por lo

general las entregan montadas. Normalmente no deben proyectarse durante más de 60 segundos ni menos de cuatro con el fin de mantener la atención del espectador. Con ellas se pueden realizar producciones audiovisuales realmente muy buenas, siempre y cuando se acompañen de un audio, es decir, una banda sonora que puede estar conformada de música, palabra y efectos sonoros.

- **Televisión:** La televisión permite la transmisión de imágenes y sonidos a distancia por medio de ondas hertzianas, y son captadas en los hogares por medio de un aparato receptor de televisión (televisor). Los programas de televisión (ya sea de entretenimiento, culturales, educacionales, etc), grabados previamente o recogidos en directo, son transmitidos por un centro emisor mediante ondas hertzianas distribuidas por repetidores que cubren grandes territorios y son captadas por antenas acopladas a los aparatos televisores.
- **Video:** Es una técnica o sistema de grabación y reproducción de imágenes y sonido por métodos electrónicos, mediante una cámara. Las imágenes quedan grabadas en una cinta enrollada en un cartucho. La videocámara es una cámara portátil que graba imágenes y sonidos sobre una cinta magnética, por medios electrónicos. La cinta de video o videocasete es una cinta o banda larga de material magnético contenida en un estuche normalizado, capaz de grabar para su reproducción imágenes y sonidos procedentes de la televisión, o mediante una cámara de video. Este medio es muy utilizado ya que por sus cualidades de almacenar imagen y sonido, permite grabar partes de la realidad e incluso poder editarlas a conveniencia de quien realiza el audiovisual. Actualmente podemos hablar ya no sólo de video analógico (que alude a formatos como VHS y Betamax) sino también digital, que es relativamente reciente pero que al brindar mayor calidad que los primeros formatos, se ha convertido incluso en un estándar para la televisión (DTV: Televisión digital). Existe también el llamado DV, que es un tipo específico de video digital enfocado al mercado de consumo.
- **Fotografía:** La fotografía se refiere al proceso de capturar imágenes y almacenarlas en un medio de material sensible a la luz. Hasta hace algunos años se hablaba solamente de fotografía clásica o tradicional en la que la cámara fotográfica, para almacenar la imagen, requiere de una película la cual se revela posteriormente mediante un proceso químico. Sin embargo, hoy en día también está la fotografía digital, en donde las cámaras en vez de película, emplean sensores electrónicos y memorias digitales. Ya sea tradicional o digital, la fotografía es un medio con el que se pueden realizar presentaciones audiovisuales eficientes siempre y cuando se acompañen de la banda sonora correspondiente.
- **Materiales informáticos:** Todos los elementos que están relacionados con el mundo de la informática, se han vuelto en la actualidad herramientas muy importantes para la creación audiovisual, debido a que son capaces de soportar información tanto visual como sonora. Actualmente, casi todos los equipos, sino es que todos, tienen cualidades que brindan beneficios y facilitan en mucho la creación audiovisual; es así que existen ordenadores, soportes, programas, etcétera que son utilizados en pro del mundo de la imagen y el sonido. Hablando de soportes, éstos pueden ser magnéticos, ópticos o electrónicos y como guardan la información codificada en un sistema binario, deben ser siempre leídos por un dispositivo que pueda decodificar dicha información. Entre estos dispositivos se encuentran las computadoras, los componentes de sonido que vienen capacitados para la lectura de

CD's, los reproductores de DVD, etcétera, los cuales por fortuna están al alcance de casi todas las personas e incluso los hay portátiles. El más conocido de los soportes ópticos es el CD Rom (Disco Compacto de sólo Lectura) el cual está también relacionado con el CD Audio y el DVD; el CD Audio guarda información de tipo sonoro, mientras que el CD y el DVD guardan información tanto sonora como visual. Estos elementos por su estructura y tamaño son muy prácticos para que la gente pueda llevarlos de un lado a otro, tal y como llevarían un libro; encontramos en los almacenes películas, cursos, música, etcétera contenidos en un CD o DVD fáciles de transportar.

- Multimedia: El término *Multimedia* se aplica a la combinación de distintas formas de contenido informativo tales como texto, sonido, imágenes, animación y video ya sea para informar o entretener al espectador. También suele calificarse como multimedia a los medios electrónicos (u otros) con los que se puede almacenar y presentar contenidos multimedia. Se habla de multimedia interactiva cuando el usuario tiene cierto control sobre la presentación del contenido, es decir, puede elegir qué desea ver y cuándo desea verlo, un ejemplo: las páginas de Internet que ofrecen al usuario ligas que lo llevan hacia alguno u otro lugar o los llamados interactivos. Cuando un programa de computadora, un documento o una presentación combina adecuadamente los medios, se mejora considerablemente la atención, la comprensión y el aprendizaje, ya que se acercará un tanto más a la forma en que los seres humanos nos comunicamos, cuando empleamos varios sentidos para comprender un mismo objeto o concepto. La multimedia encuentra su uso en varias áreas tales como el arte, la educación, el entretenimiento, la medicina, los negocios e incluso la investigación científica.

Todo este conjunto se constituye como una herramienta idónea y con alto potencial para llevar a cabo creaciones audiovisuales.

## 1.3 LA CULTURA

*Cultura* es un término que se utiliza constantemente, en sentidos muy distintos; hay veces que se hace uso de él para designar el acervo de conocimientos ya sea científicos, literarios o artísticos con los que cuenta una persona, cuántas veces no hemos escuchado o emitido la expresión "es muy culto" para referirnos a alguien que sabe mucho. Otras ocasiones se aplica para designar algo así como un conjunto de hábitos o valores que se sugiere, deben ser fomentados: "la cultura del deporte", "la cultura de la limpieza", etcétera. Y otras tantas pareciera que damos por hecho que la cultura alude a todo ese folklore que se presenta ante nosotros en forma de danzas, vestimentas, artesanías y cantos milenarios, los cuales ubicamos como pertenencias más de nuestro pasado que de nuestro presente. Esta diversidad de usos da como resultado que el significado del término no sea lo suficientemente claro; sus implicaciones son amplias, de tal forma que resulta un tanto difícil encontrar una definición que sea utilizada de forma general.

Edward B. Tylor en su escrito titulado "La ciencia de la cultura" apunta: "la cultura o civilización, en sentido etnográfico amplio, es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otros hábitos y capacidades adquiridos por

el hombre en cuanto miembro de la sociedad."<sup>42</sup> Algo se dibuja en forma clara: la cultura es algo exclusivo de la especie humana, más aún, surge y se desarrolla dentro de una sociedad en la cual, los hombres conviven unos con otros. Por otra parte, la cultura no solo se refiere a las bellas artes como una expresión estética (pintura, música, poesía, etc.) y tampoco tiene que ver solamente con bailes, atavíos, artesanías, entre otras manifestaciones, porque si bien todos ellos, efectivamente, forman parte de aquella y constituyen un legado del pasado, la cultura designa también a los valores, las creencias e incluso la moral de una nación. Cabe mencionar que la definición que da Tylor ha sido muy utilizada dentro del campo de la Antropología.

Por otra parte, para la Antropología la cultura es el resultado de la necesidad del hombre por sobrevivir. En este sentido, el hombre con objeto de sobrevivir, modifica constantemente su entorno, construye un ambiente secundario; crea artefactos para satisfacer necesidades básicas tanto fisiológicas (comida, techo, vestimenta) como espirituales (la necesidad de creer en algo superior tal vez). Estos elementos materiales (edificios, instrumentos, armas, entre muchos más) nos dice Bronislaw Malinowski "constituyen todos y cada uno los aspectos mas evidentes y tangibles de la cultura"<sup>43</sup> los cuales requieren de un complemento: el conjunto de conocimientos intelectuales en el sistema de valores morales, espirituales y económicos, en la organización social y en el lenguaje. Es así que "la cultura consta de la masa de bienes e instrumentos, así como de las costumbres y de los hábitos corporales o mentales que funcionan directa o indirectamente para satisfacer las necesidades humanas."<sup>44</sup> Con respecto a esos bienes materiales de los que habla Malinowski, tanto el más simple como el más complejo de ellos, se define por su función, por el papel que juega dentro de un sistema de actividades humanas; se define por las ideas conectadas con él y por los valores que lo envuelven.

Por otro lado, la cultura no es algo individual sino colectivo; se da a partir de ese acuerdo sobreentendido que día con día incita a poblaciones enteras a unirse en el uso de la misma lengua, a seguir una misma religión y respetar las mismas tradiciones, a situarse inclusive en un mismo nivel de arte y de conocimientos. Al respecto Mario Revilla apunta en su libro "Introducción a la Teoría de la comunicación": "Participar de una cultura supone la aprehensión de los estilos y valores que nos permiten identificarnos como un nosotros, esto es, como un grupo de personas que compartimos una visión de la vida, del mundo."<sup>45</sup> La cultura es algo que se comparte. Linton dice al respecto: "tan pronto como el nuevo objeto o situación es transmitido a alguien, o compartido por otro individuo de la sociedad, aunque sólo sea uno, debe ser contado como parte de la cultura."<sup>46</sup> Sin embargo, para que haya esa colectividad, cada individuo debe hacer lo pertinente para compartir una cultura, debe hacerla suya y valorarla pues finalmente, la acción social colectiva es la mera resultante de muchas acciones individuales.

---

42 Kahn, J.S. (Comp.). *El concepto de cultura: textos fundamentales*. Barcelona, España; Anagrama, 1975, 29p

43 *Ibid.* 86p

44 *Ibid.* 91p

45 Revilla Basurto, Mario A. *Introducción a la Teoría de la comunicación*. México, D.F.; S y G editores, 1997, 60 p

46 Kahn, J.S. (comp.). *El concepto de cultura: textos fundamentales*. Barcelona, España; Anagrama, 1975, 105p

Ese complejo de conocimientos, creencias, ritos, hábitos etcétera, se transmiten de generación en generación a través del tiempo, constituyen una herencia, un legado: "la cultura incluye todos los artefactos, bienes, procedimientos técnicos, ideas, hábitos y valores heredados."<sup>47</sup> Puede decirse que todos estos elementos a los que alude la cultura, debido a la fuerza de la costumbre, se han ido transportando a una situación de la sociedad diferente de aquella en que tuvieron su hogar original, de tal suerte que se mantienen como pruebas y ejemplos de la antigua situación cultural a partir de la cual ha evolucionado la nueva. La cultura es algo que sobrevive, se reconstruye y se transforma; las costumbres que continúan de la vida del viejo mundo pueden modificarse en formas del nuevo mundo, aún poderosas. La cultura no solo da testimonio de tiempos anteriores sino que también en ella se conectan el pasado y el presente de un pueblo. Con respecto a esto Tylor nos dice: "No hace falta más que una ojeada a los detalles triviales de nuestra existencia diaria para hacernos pensar qué lejos estamos de ser realmente sus creadores y qué cerca de ser los transmisores y modificadores de los productos de las edades pasadas."<sup>48</sup>

La cultura también es algo que se aprende, nada tiene que ver con la genética. Por ejemplo: si un niño nacido en México, de padres mexicanos es adoptado por una familia francesa y transportado a Francia, entonces aprenderá el lenguaje, los valores, las creencias, las normas, la moral, etcétera de aquel país. Será partícipe de una cultura ajena a la que hubiera pertenecido de haberse quedado en su país natal. Su forma de ver el mundo, su identidad y su sentido de pertenencia estarán en función de la estructura cultural del medio en donde se desenvuelva.

Leslie A. White<sup>49</sup> apunta que la cultura se compone de todos aquellos elementos susceptibles a la simbolización; se entiende por simbolizar el hecho de otorgar un cierto sentido a hechos o cosas, o a la forma en que dicho otorgamiento es captado o apreciado. Simbolizar es otorgar significados y éstos están situados a nivel cognitivo. Es así que para White, la cultura se compone de ideas, actitudes, acciones manifiestas y objetos materiales que puedan ser "simbolizados". Estos símbolos comunican mensajes, los cuales se expresan en la vida cotidiana del individuo. El agua, por ejemplo, puede ser un elemento cultural en tanto que se utilice en una religión para significar pureza o santidad; las flores también pueden ser elementos culturales en tanto que pueden significar festividad, muestra de afecto o cortesía, castidad, etcétera, dependiendo el contexto y la cultura a la que pertenezcan. De esta manera, toda cosa, creencia o acto en tanto que pueda significar algo, formará, según White, parte de la cultura.

La definición de cultura establecida en la Declaración de México sobre Políticas Culturales de agosto de 1982 y reconocida por la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) es la siguiente: "cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o grupo social. Se engloban además de las artes y las letras, los modos de vida, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias."<sup>50</sup> Para la UNESCO el patrimonio de la cultura es algo importante y constituye la herencia

47 *Ibid.* 85p

48 *Ibid.* 40p

49 *Ibid.* 133 – 141 pp

50 Cultura y Diversidad. Consultado en: UNESCO México, <http://www.unescomexico.org/cultura/index.htm>. 1-10-2007

que nos han transmitido nuestros ancestros de generación en generación y que encierra lo mejor y más significativo de las personas, de un pueblo o de una unión de pueblos que conforman una nación. Este patrimonio se constituye de zonas arqueológicas, monumentos históricos, leyendas, costumbres, tradiciones e incluso la gastronomía.

La cultura denomina "el complejo de actividades y de productos intelectuales y manuales del hombre en sociedad cualquiera que sean las formas y contenidos, la orientación y el grado de complejidad o de conciencia; la cultura constituye un modo de concebir el mundo y la vida."<sup>51</sup>

Como se observa, la cultura es un sistema en el que se incluye conocimientos, creencias, costumbres y cualquier otra habilidad o hábitos que haya adquirido el hombre como miembro de una sociedad. Comprende usos, costumbres, religión, valores, lenguaje, artefactos, herramientas, etcétera y evoluciona por medio de la acumulación y transmisión de conocimientos con el fin de lograr una mejor adaptación al medio ambiente. Si bien la cultura- como ya se había mencionado según la antropología- nace por una necesidad de supervivencia, cabe decir que el hombre no satisface ninguna de sus necesidades como lo haría cualquier otra criatura del reino animal. El hombre tiene sus deseos como creador y usuario de utensilios, como miembro comulgante de un grupo, como responsable de la preservación de alguna tradición, como quien está enamorado de su pasado y de su presente, como a quien la condición de "animal racional" le ha proporcionado la capacidad y la oportunidad de crear, gozar y significar sabores, colores, música, creencias, costumbres, estilos de vida, en fin, todas esas manifestaciones que no sólo caracterizan a una sociedad en sí misma, sino también le dan sentido e identidad en tanto que se crean a través del tiempo y expresan la relación que un pueblo tiene con la vida y con el mundo. La cultura imprime un sello propio a todo pueblo, a toda nación, los hace únicos e inigualables. Con relación a esto, en la Declaración de México sobre Políticas Culturales de agosto de 1982 se dijo: "que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden."<sup>52</sup>

Sabemos que todas las sociedades son diferentes entre sí. Cada sociedad cuenta con sus formas de vida y expresiones; tiene sus propias costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la forma de ser, de vestir y de comportarse; tiene también distintas creencias, rituales y religión que practican los hombres que la conforman. Algunas sociedades son consideradas más avanzadas que otras; pero la cultura, sea bien dicho, no es mejor en las primeras que en las segundas, simplemente es diferente. Esa diversidad en ocasiones da lugar a que algunas culturas sean menospreciadas por aquellas sociedades que se denominan "superiores"; sin embargo, el respeto a cada cultura es indispensable ya que finalmente representa el pensar y el sentir de una nación. Todas las culturas son vestigio de la

51 Cimet, Esther, *et. al.* *Cultura y sociedad en América Latina. Antología de Textos. Colección Artes Plásticas.* México; INBA, 1987, 11p

52 Cultura y Diversidad. Consultado en: UNESCO México, <http://www.unescomexico.org/cultura/index.htm>. 1-10-2007

trascendencia del hombre.

Para fines de este trabajo entenderemos que *cultura* alude al conjunto de rasgos distintivos tanto espirituales como materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad. Denomina el acervo de actividades y de productos tanto intelectuales como manuales del hombre que vive en sociedad cualesquiera que sean las formas, contenidos, orientación o grado de complejidad. La cultura engloba las artes, las letras, los modos de vida, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias. Son parte de la cultura las zonas arqueológicas, los monumentos históricos, las leyendas, las costumbres, la gastronomía, entre otras manifestaciones, ya que constituyen una herencia valiosa de nuestros ancestros y encierran lo mejor y más significativo de un pueblo.

Consideraremos que la cultura se aprende, pues es adquirida y transmitida ya sea por medio del estudio, la observación o la experiencia; se comparte ya que son partícipes de ella todos los miembros de un grupo o una sociedad; es transgeneracional, ya que se transmite de generación en generación; conecta el pasado y el presente de un pueblo, ya que si bien, los elementos culturales tienen raíces milenarias, también son parte importante de la vida social actual; caracteriza y distingue a una sociedad, le da sentido e identidad.

### 1.3.1 DIFUSIÓN DE LA CULTURA

Para entender lo que implica la difusión de la cultura, es conveniente primero aclarar el significado del término difusión.

El diccionario de la Real Academia Española precisa que difusión, proveniente del latín *diffusio-ōnis*, alude a "la acción y efecto de difundir; es la extensión, dilatación y ampliación viciosa del discurso o narración."<sup>53</sup> Difundir (del latín *diffundere*), según la misma fuente, quiere decir "propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas, etc."<sup>54</sup>

Según la Enciclopedia de la Comunicación: artes, ciencias y técnicas, difusión quiere decir "Propagación de noticias, conocimientos, actitudes, costumbres, modos, teorías, etc., a través de diferentes medios. Alcance de un medio en cuanto a audiencia, en la distribución de sus ejemplares, en el caso de los impresos, o de alcance en perfectas condiciones de su señal de emisión, en los electrónicos."<sup>55</sup>

En muchas ocasiones se utilizan otros términos como sinónimos de difusión; tal es el caso de los vocablos extensión y divulgación. Extensión hace alusión a la acción y efecto de extender o extenderse, tiene que ver con el cultivo de facultades en un lugar donde no existían; implica esparcir o derramar lo que está amontonado, significa propagar o irse difundiendo ya sea una raza, un uso,

53 Difundir. Consultado en: Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=difusi%F3n](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=difusi%F3n). 04 - 10 - 2007

54 *Ibidem*

55 H. de la Mota, Ignacio. *Enciclopedia de la Comunicación: artes, ciencias y técnicas*. México, D.F.; Limusa, 1994, 438 p

una opinión o costumbre donde antes no la había. Por otro lado, divulgación está relacionado con el hecho de publicar, revelar, anunciar o descubrir una cosa que estaba ignorada. Tanto difusión, como extensión y divulgación son términos cuyas definiciones tienden hacia un mismo objetivo: dar a conocer al público un mensaje, sin embargo, el vocablo divulgación en ocasiones va más encaminado al quehacer científico.

Si extender, propagar o ampliar ya sea conocimientos, opiniones, costumbres, etcétera, son las implicaciones de la palabra difusión, a partir de ello podemos deducir que difundir se refiere a dar a conocer o llevar un mismo mensaje o un mismo conocimiento a más de una persona.

La difusión de un mensaje puede llevarse a cabo de distintas formas; ya sea repartiendo la información a muchos individuos por separado, compartiendo el mensaje en forma grupal y cuando es posible, haciendo uso de los medios de comunicación masiva. Con respecto a esto Daniel Prieto Castillo señala que existen instancias (escuelas, centros de recreación, instituciones culturales, etc.) que, mediante una adecuada coordinación, organizan grupos que reciben mensajes con la posibilidad incluso de luego comentarlos, "se trata de insertar a la población, de una manera activa, en los procesos de comunicación generales."<sup>56</sup>

Dicho lo anterior, hablar de difusión de la cultura, es adentrarse en un lugar que se da por entendido, es algo que claramente está definido sin estarlo. Podemos decir que la difusión de la cultura se refiere al acto de extender, derramar, esparcir o propagar conocimientos acerca de la cultura de un pueblo, es decir, dar a conocer a los otros alguno de los elementos ya sea espirituales, materiales, intelectuales o afectivos que conforman la cultura de una sociedad.

El Estado e Instituciones de Educación Superior del país, si bien no implantan una definición, si exponen sus objetivos en cuanto a Difusión de la Cultura. El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) puntualiza: "Ampliar y descentralizar los servicios culturales que presta el Estado para procurar el acceso de todos los mexicanos al disfrute de la creación artística y cultural, para estimular las múltiples expresiones que, en conjunto, definen la cultura nacional como una cultura plural. Los sectores más amplios de la población, jóvenes y trabajadores, recibirán especial atención."<sup>57</sup>

Ahora bien, más allá de la definición, lo interesante es subrayar la importancia que tiene la difusión de la cultura. Podríamos afirmar que la cultura constituye el alma de una sociedad; difundirla hace posible que las personas la conozcan y puedan identificarse como parte de ella; los enriquece como individuos a la vez que da sentido a su existencia colectiva; saber de su cultura permite que las personas conozcan sus raíces y su presente; en fin, es importante que los individuos tengan conocimiento de ella, porque al hacerlo estarán conociendo una parte de sí mismos, a la vez que se abre una posibilidad para preservarla y darle su justo valor.

El propósito del presente proyecto es precisamente contribuir a la difusión de la cultura (en este

---

56 Prieto Castillo, Daniel. *Diseño y Comunicación*. México, D.F.; Ediciones Coyoacán, 1994, 172-173 pp

57 Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. *Programa Nacional de Cultura 1990 - 1994*. México; 1990, 24p

caso una parte de la cultura mexicana: el dulce de camote de Puebla, a través de una propuesta audiovisual. En términos de difusión cultural relacionada con materiales audiovisuales, el problema de difundir éstos como un medio de elevar el standard cultural de todos los pueblos fue estudiado en la primera conferencia de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura). Los acuerdos adoptados en esa reunión, en la que también participó México, expresaban “un amplio deseo de hacer llegar a todos los pueblos los materiales audiovisuales y de fomentar su producción con anhelos de un mayor entendimiento entre los hombres.”<sup>58</sup>

Existen muchas instituciones e incluso leyes que apoyan la difusión cultural tanto a nivel nacional como internacional. Debido a que el presente proyecto se encamina a la difusión de un elemento cultural originario del Estado de Puebla, el dulce de camote, se hablará de una ley y una institución que consideramos es importante mencionar debido a que contribuyen en términos de difusión de la cultura: Ley de Fomento a la Cultura del Estado de Puebla y la Secretaría de Cultura del Estado de Puebla.

## a) LEY DE FOMENTO A LA CULTURA DEL ESTADO DE PUEBLA

La Ley de Fomento a la Cultura del Estado de Puebla es un ordenamiento legal que favorece y permite promover el desarrollo cultural de dicho estado. A continuación algunos puntos importantes:

- Dado que la cultura es patrimonio de todos los poblanos, es deber de todos participar activamente en fomentarla, promoverla, difundirla y recrearla, de suerte que se constituya en patrimonio de toda la humanidad y se beneficie con el contacto y apertura a otras culturas nacionales e internacionales.
- Esta ley tiene por objetos garantizar en el Estado de Puebla el disfrute, preservación, promoción, difusión y recreación de la cultura, que como derecho en la vida cultural, todo habitante tiene, así como promover la participación de los individuos, grupos y organizaciones privadas en la preservación, promoción, fomento, difusión e investigación de la cultura.
- El Gobernador del Estado, La Secretaría de Cultura del Estado, Los Ayuntamientos y las instituciones culturales estatales y municipales son autoridades para aplicar esta ley, deben contribuir a todo lo referente en cuanto al fomento, promoción y difusión de la cultura e incitar a la participación de la población en general.
- Es patrimonio cultural los testimonios históricos y objetos de conocimiento que continúen la tradición histórica, social, política, urbana, arquitectónica, tecnológica, ideológica y de carácter económico de la sociedad que los ha producido.
- Pueden formar parte del patrimonio cultural los siguientes bienes:
  - a) Intangibles: Gastronomía y Repostería, folklore, costumbres, rituales, danzas, religiones
  - b) Tangibles:
    - b.1) Muebles: artesanías, mobiliario, testimonios documentales, instrumentos musicales, indumentaria, pintura, escritura, cerámica, orfebrería, fotografía, video y cinematografía.

---

58 Moreno, Roberto, *et. al. Historia de la comunicación audiovisual*. México; Editorial Patria, 1962, 331 – 332 pp

- b.2) Inmuebles: arquitectura civil, religiosa, militar y funeraria; zonas históricas y culturales; ciudades históricas, zonas arqueológicas, reservas y paisajes.
- El fomento a la Cultura tendrá carácter democrático, plural y popular.<sup>59</sup>

Si bien esta ley se dirige fundamentalmente a los ciudadanos poblanos, la participación que ella promueve debe extenderse a los mexicanos en general, ya que la riqueza y la variedad cultural de cada estado nos pertenece a todos, pues hacen de México un país único. Es fundamental conocer su diversidad cultural y valorarla.

## b) SECRETARÍA DE CULTURA DEL ESTADO DE PUEBLA

La Secretaría de Cultura del Estado de Puebla es una institución cuya visión es "ser una institución consolidada, con proyección internacional, que cuente con una oferta cultural incluyente, con espacios culturales de primer nivel y esquemas de financiamiento con la interrelación de organismos públicos y privados induciendo su autosuficiencia creativa en la recuperación, protección, difusión del Patrimonio Cultural, fomentando los valores culturales de manera integral y propositiva dentro y fuera de la entidad."<sup>60</sup>

Su misión es generar la política pública cultural de la entidad, comprometida a: preservar y difundir el Patrimonio Cultural Universal; alentar la creatividad artística y de desarrollo sustentable; fomentar la participación de instituciones públicas, privadas y sociales, nacionales e internacionales y de la ciudadanía en general, en beneficio de cada una de las regiones del Estado.

Esta institución está dedicada a organizar y apoyar toda actividad en cuanto a fomento, promoción, preservación y difusión de la cultura, así como cuestiones administrativas y jurídicas relacionadas. Se involucra y brinda apoyo a espacios relacionados con la Literatura, las Artes Plásticas y Escénicas, la Música, el Apoyo Regional, los museos, bibliotecas, con el objetivo de contribuir al desarrollo cultural del estado.

Como podemos apreciar la importancia de la difusión de la cultura es tal que incluso existen entidades y leyes dedicadas a promoverla y apoyarla, pues finalmente al difundir la cultura, no solamente se abre un horizonte para que los individuos la conozcan y hagan de ella algo propio, sino que también se abre una puerta para crear consciencia en la sociedad de la importancia que tienen sus tradiciones, sus costumbres, sus productos, sus formas de vida, etcétera, todos ellos elementos que le han permitido integrarse como nación.

---

59 Ley de Fomento a la Cultura del Estado de Puebla. Consultado en: Orden Jurídico, <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/PUEBLA/Leyes/PUELEY19.pdf>. 05 - octubre - 2007

60 Visión de la Secretaría de Cultura del Estado de Puebla. Consultado en: Secretaría de Cultura del Estado de Puebla, <http://www.sc.puebla.gob.mx/cultura/index.jsp> 05 - octubre -2007

### 1.3.2 LA DULCERÍA TÍPICA MEXICANA

La dulcería típica mexicana... parece indicado comenzar este apartado citando una frase dicha por Alfonso Reyes: "Hoy se habla mucho de la Historia de la Cultura... y no veo por qué, si ésta se ocupa del Mueble y del Vestido, no haya de tomar en serio la Cocina."<sup>61</sup>

Sabemos que México es un país lleno de cultura, rico en tradiciones y costumbres. Uno de los aspectos más importantes dentro de ese campo cultural es su gastronomía que, de rancio abolengo, en definitiva ha influido poderosamente en la formación de la idiosincrasia nacional; "en la elaboración de cualquier platillo, cada sustancia, cada ingrediente, cada procedimiento, acumula una parte de nuestro ser como nación o como pueblo".<sup>62</sup> Si otras materias han despertado el interés en el ser humano y han sido motivo de elogios, la gastronomía, por su cualidad de imprescindible para la vida humana, es digna de merecer preferente atención ya que no es sólo una actividad destinada a satisfacer necesidades alimenticias o a innovar en las preparaciones culinarias, sino una parte importante de nuestra memoria histórica.

A lo largo y ancho de la República mexicana existe una extensa gama de platillos y manjares que varían según la región y que responden a la situación geográfica, social, económica y en resumen, cultural de las distintas zonas en las que se desarrolla; dentro de todo ese mundo culinario, se encuentra la dulcería, la cual por su gran variedad y riqueza, constituye una parte fundamental dentro de la cocina mexicana.

La dulcería mexicana tal como la conocemos en la actualidad es el resultado de una mezcla de culturas y encierra todo un proceso evolutivo. Los historiadores apuntan que el primer contacto con lo dulce lo tuvieron los primeros habitantes del territorio mesoamericano al probar la miel de la caña de maíz; si bien conocían lo dulce gracias al jugo de la caña de maíz, a la miel de maguey y a las frutas, no se han encontrado evidencias de que elaboraran o incluyeran en su alimentación algún dulce en particular; fue hasta la llegada de los españoles, quienes trajeron de tierras extranjeras nuevos productos (entre ellos la caña de azúcar), recetas, procedimientos y utensilios, que se fue dando todo un enriquecimiento en lo que a gastronomía y desde luego a dulcería se refiere. En aquellos tiempos la corte, las familias españolas y criollas, y, especialmente, las congregaciones religiosas femeninas se presentaban en la nascente sociedad novohispana como los principales consumidores y productores de dulces, reproduciendo (incluso modificando) las recetas europeas e innovando las preparaciones con el fin de incorporar las frutas nativas. Sin embargo, poco a poco se fue extendiendo el gusto por el dulce en la sociedad; ya estaba presente no solo en los conventos y en la corte, sino en los ambientes domésticos, en los mercados y en los puestos callejeros; poco a poco la dulcería fue estructurándose como algo propio de una sociedad que vierte en ella no solo gustos y preferencias, sino también modos, costumbres e ideologías.

La dulcería a la que hacemos alusión en el presente trabajo no es esa conformada por los dulces "industriales" los cuales apunta Sergio Reyes Renata "suelen ser más anónimos, más impersonales,

61 Farga, Armando. *Historia de la comida en México*. México, D.F.; Costa-Amic, 1968, 5p

62 Zolla, Carlos. *Elogio del dulce. Ensayo sobre la dulcería mexicana*. 2da. ed. México; Fondo de Cultura Económica, 1995, 9p

creados para un público masivo de cualquier latitud"<sup>63</sup>, sino es aquella dulcería típica regional, que si bien, por distintas circunstancias y en algunos casos no ha quedado exenta de la influencia industrial, tiene un trasfondo mucho más artesanal. Es una dulcería llena de color, de vida; es una de las más vastas, ricas y diversas de todo el planeta la cual se ha constituido como toda una tradición. Se presenta ante nosotros en forma de pepitorias, palanquetas, dulces de leche, camotes, frutas cristalizadas, entre muchos otros. El gusto nacional por el dulce se manifiesta en cada rincón: la encontramos en la intimidad de los hogares, en las fiestas familiares, religiosas o patrióticas, en los mercados y en los tianguis, encarnando siempre una parte del espíritu mexicano.

Podemos afirmar, sin temor a equivocarnos, que la dulcería mexicana va mucho más allá de ser un mero satisfactor al paladar; es una práctica que vincula aspectos sociales y culturales. El "acto de comer dulces, como un acto social total incluye además de los olores y gustos, las tradiciones, identidades, costumbres de los grupos sociales, los espacios de consumo, el tiempo e incluso las diferencias de clase."<sup>64</sup> Al degustar la dulcería, nos dice Adriana Guerrero, estamos llevando a cabo "un acto social que entraña símbolos, signos y códigos que dentro de las relaciones sociales simbolizan un aspecto de la cultura."<sup>65</sup>

Los dulces mexicanos son un producto neto de las tradiciones y costumbres de las distintas regiones que la elaboran; es creada a partir de múltiples conocimientos que se transmiten y heredan de una generación a otra, ya sea de forma oral o escrita, en donde abuelos, padres e hijos mantienen una conexión en el tiempo por medio de las recetas, los procedimientos, las creencias e inclusive los valores heredados.

Los dulces mexicanos son parte de las tradiciones relacionadas a nuestros más profundos sistemas de creencias. Como ejemplo podemos citar el "Día de Muertos" que se constituye como una de las festividades más arraigadas en el pueblo mexicano en la cual, se celebra a los difuntos dejándoles una ofrenda que lleva alimentos, bebidas, flores, veladoras y las típicas calaveritas de dulce, pues se tiene la creencia de que aquellos vienen desde el otro mundo dispuestos a degustarlos. Durante la celebración, los padres regalan esas graciosas calaveritas hechas de azúcar, amaranto o chocolate a sus hijos, quienes gustosos se comen el tétrico dulce. Son las calaveras de azúcar, un objeto en el que, el dulce, materia alusiva a la infancia, al placer y al juego se asocia a la muerte, a la tragedia y al luto en un sentido de celebración y de alegría.

El consumo del dulce mexicano tiene un carácter altamente festivo; nos deleitamos con esta dulcería tanto en agasajos familiares, conmemoraciones civiles, religiosas y ya ni se diga patrióticas, en donde los dulces mexicanos son protagonistas en la mesa, personificando el orgullo por nuestra patria. Los dulces mexicanos son creaciones con las que convivimos y por las que convivimos; en cada fiesta, evocan al placer, al regocijo, a la alegría.

Es sobre este fondo de ideas, creencias y prácticas de todo tipo que vemos surgir tan deliciosos productos.

---

63 *Ibid.* 12p

64 Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 27p

65 *Ibidem*

Los dulces mexicanos también tienen que ver con la identidad de nuestros pueblos y de nuestra nación. La identidad nos concede a los individuos un sentido de pertenencia, es decir, nos sabemos parte de un colectivo. Es así que la identidad como elemento participativo de la cultura se conjuga otorgando a la dulcería mexicana las particularidades que la diferencian de otras; cualquier mexicano se estremecería al probar una alegría o un limón de coco en el extranjero, su sentimiento nacional sería tocado en lo más profundo y probablemente se sabría más mexicano que nunca. La identidad influye lo mismo a nivel nacional pues brinda a las dulcerías regionales las peculiaridades que las distinguen entre unas y otras: ¿no es acaso el dulce de camote un elemento representativo del estado de Puebla?, ¿no son las charamuscas propias del estado de Guanajuato?. Por otro lado, la dulcería como práctica, vincula a la sociedad en su conjunto para que se apropie de ella y la convierta en un elemento cultural que la identifica frente a otros grupos. Los dulces mexicanos son uno de esos rasgos que nos definen y nos caracterizan.

La dulcería es un elemento de la cultura mexicana en donde se expresa un gusto por lo artesanal, por lo barroco, por lo colorido; es un factor asociado al placer, a lo festivo, a lo bueno y a lo bello. Néstor García Canclini, citado por Adriana Guerrero apunta: "La dulcería es un objeto artístico. Los dulces son objetos que gustan a sus consumidores, que ven en ellos *algo bello*, bien hecho; es una representación social que sintetiza el gusto del artista y el gusto del consumidor."<sup>66</sup> Es así que el dulce mexicano es una forma de expresión artística importante; involucra la sensibilidad de sus creadores quienes tienen una forma peculiar de embellecer y de volver inolvidable al dulce a través de pequeñas artesanías que encierran su visión del mundo, así como la de aquellos que la consumen.

Por otro lado, los dulces mexicanos constituyen una parte importante dentro de la economía del país. Hay estados de la República mexicana cuya economía depende en gran medida de su producción dulcera; cada poblado cuenta con un sistema de reglas que determinan las actividades, los usos y los valores mediante los cuales se produce, almacena y reparte el dulce mexicano o bien, se preparan o incorporan las herramientas a la producción. Estos dulces artesanales incluso han llamado la atención de investigadores y estudiosos sobre el impacto económico que significan para el sector agrícola, pues por las variaciones en precios ocasionadas por las temporadas, las frutas y legumbres se convierten en productos más competitivos y en posibilidad para el desarrollo social y económico de las comunidades. Es importante mencionar esta cuestión porque, como bien lo dice Malinowski: "La organización económica es indispensable para cualquier comunidad, y la cultura siempre debe mantenerse en contacto con este sustrato material."<sup>67</sup>

Si bien, la dulcería mexicana suele llamar nuestra atención más por sus sabores, sus colores y sus formas, debemos considerar que cada golosina que la constituye, encierra una parte de nuestro ser como nación; detrás del dulce mexicano existe todo un entramado de tradición, de creencias, de usos y costumbres. Cuando probamos alguno de ellos nos reconocemos como individuos y como

66 García Canclini, Néstor- citado por Adriana Guerrero. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 29p

67 Kahn, J.S. (comp.). *El concepto de cultura: textos fundamentales*. Barcelona, España; Anagrama, 1975, 105p

pueblo, a la vez que estrechamos relaciones con quienes los crean; son objetos de estimación y de goce. En definitiva, la dulcería mexicana se constituye como un eslabón dentro de nuestra amplia cadena cultural.





## CAPÍTULO

### FASES QUE CONFORMAN EL PROCESO DE REALIZACIÓN DE UN AUDIOVISUAL SEGÚN EL DIAGRAMA DE FLUJO DE ROBERT ETEL

Generalmente cuando observamos alguna producción audiovisual (ya sea en la televisión, en el cine, en alguna conferencia, en la Internet, etcétera) no nos detenemos a pensar que detrás de ella existe todo un proceso creativo gracias al cual pudo gestarse; las imágenes y los sonidos parecen sincronizarse de forma tan natural, que muchas veces no hacemos conciencia de todo el trabajo y toda la organización que se requirieron para llevarla a cabo.

Efectivamente, es a partir de una idea primaria que surge toda narración audiovisual, sin embargo, esa idea ha de enriquecerse y ha de adquirir forma y sentido a medida que pasa por varias fases de desarrollo gracias a las que es posible llegar al resultado final; la definición de objetivos, la delimitación de la audiencia, la creación de un *story board*, la captura de imagen, la selección musical, la edición y/o programación, etcétera son puntos que conjugados con la creatividad y el esfuerzo del realizador o realizadores, dan lugar a una estructura audiovisual funcional conformada de imágenes y sonidos que llevan consigo un mensaje definido.

Es precisamente a lo largo de este segundo capítulo que se hablará de las fases que conforman el proceso de realización de un audiovisual según el diagrama de flujo de Robert Ertel, con el fin de saber sus implicaciones y su importancia.

“El éxito no se logra sólo con cualidades especiales. Es sobre todo un trabajo de constancia, de método y de organización”  
J. P. Sergent

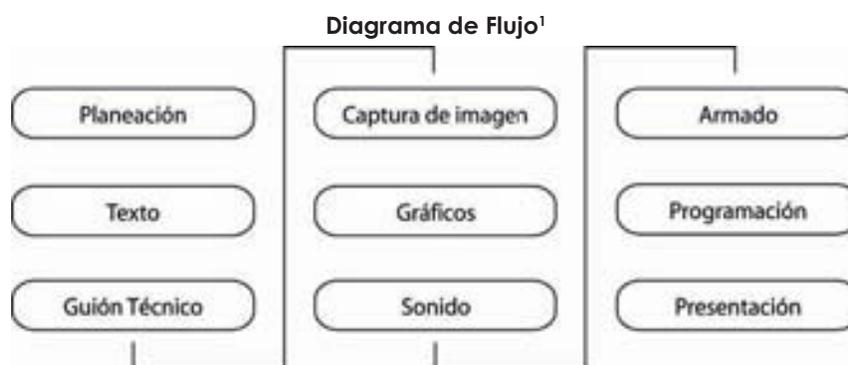


## 2. 1 METODOLOGÍA DE ROBERT ERTEL

Cuando se realiza una producción audiovisual es muy importante que el trabajo se lleve a cabo de forma ordenada, se deben evitar las improvisaciones y eliminar las decisiones al vapor, ya que de lo contrario, se corre el riesgo de perderse en el camino y obtener no muy buenos resultados.

La metodología de Robert Ertel contribuye en este aspecto: se constituye de una serie de pasos bien definidos que deben seguirse para la realización de un programa audiovisual. El utilizarla nos permite llevar a cabo las producciones audiovisuales de una forma ordenada y coherente; nos permite ir avanzando hacia nuestro objetivo y cumplirlo efectiva y eficientemente.

El diagrama de Flujo de Robert Ertel es el siguiente:



Una producción audiovisual puede comenzar desde cualquiera de los puntos del diagrama de Flujo. Se puede partir ya sea de un guión técnico, de un texto, de una pista sonora. Sin embargo, el orden con el que desde un inicio se estructura este diagrama (en el cual se comienza con la planeación y se finaliza con la presentación) puede considerarse el más adecuado y es el que se tomará en cuenta para fines del presente proyecto.

Por otro lado, es importante mencionar que aunque en el diagrama de Flujo de Ertel no aparecen de manera explícita las fases de preproducción, producción y postproducción finalmente cada punto del diagrama corresponde a cada una de estas etapas, de tal manera que la planeación, el texto y el guión literario se sitúan dentro de la etapa de preproducción; la fotografía, los gráficos y el sonido corresponden a la etapa de producción; el armado, la programación y la presentación se engloban dentro de la etapa de postproducción.

Aunque las circunstancias que envuelven cada proyecto implican que su desarrollo tenga sus propias particularidades, lo cierto es que estas tres fases (preproducción, producción y postproducción) se desarrollan de una forma muy parecida en todos los proyectos.

1 Rodríguez Pérez, Martha Olga. *¿Cómo se realiza un programa audiovisual?.* México; FES Acatlán División de Diseño y Edificación Programa Diseño Gráfico, 1993, 4p

Cabe mencionar que ninguna etapa, junto con sus elementos, es más importante que las otras ya que se encuentran íntimamente ligadas; estas fases si bien están diferenciadas, a la vez se superponen. Las fallas y los aciertos de cada una se reflejarán en el resultado final.

## 2. 2 PREPRODUCCIÓN

Podemos decir que la preproducción es el arranque de todo proyecto audiovisual; es aquí donde inicia el proceso de su creación. En esta fase se definen las ideas, la información y los conceptos que se desean transmitir.

La preproducción abarca todo el proceso necesario hasta llevar el proyecto a las puertas de su materialización, es decir, todo lo anterior a la fase de la producción. Es la fase de gestación de las ideas generales y de planificación del proyecto; consiste en prever todo aquello que hace falta para obtener el resultado final. Es un proceso que va de lo general a lo particular, durante el cual, a medida que va avanzando, las decisiones van definiendo el marco de referencia y se enfocan sobre cosas más concretas y precisas.

En esta fase se construye lo que podríamos llamar la base de nuestro proyecto: se depuran ideas, se consideran opciones (ya sea de materiales, de medios, etcétera), se plantean objetivos, se realizan los primeros esbozos, todo ello encaminado a lograr el proyecto lo mejor posible. Todo lo que se define durante la etapa de preproducción es sobre lo que se trabajará en las etapas posteriores.

A lo largo de esta fase deben cubrirse tres puntos que resultan básicos para que pueda llevarse a cabo un proyecto audiovisual: la planeación, el texto y el guión técnico; estos elementos conforman prácticamente la plataforma sobre la cual se sostendrá el trabajo posterior a la etapa de preproducción.

### 2.2.1 PLANEACIÓN

La planeación forma parte del proceso de preproducción y, como ya observamos, se constituye como el primer punto dentro del diagrama de Flujo de Robert Ertel. En ella se establecen elementos tales como el tema del que tratará el audiovisual, el objetivo que se pretende alcanzar, el perfil del receptor, el medio a emplear, el presupuesto a invertir y las instalaciones de las que se hará uso.

Durante la planeación, como su nombre lo indica, se define un plan, es decir, se precisan y se delimitan todos los elementos conforme a los cuales se realizará el trabajo. "Esta es la parte del proceso donde estudiaremos una dirección general para la presentación. Debemos averiguar sobre la audiencia y potencial, las facilidades para la presentación y finalmente, el mejor medio a emplear."<sup>2</sup>

Nunca es bueno levantar imagen (es decir, tomar fotografías, grabar video, filmar) sin un plan previo;

“los materiales audiovisuales para que sean útiles deben someterse a una cuidadosa planificación.”<sup>3</sup>

Todos los aspectos que se establecen durante esta fase son de suma importancia; si alguno falta o no se encuentra bien delineado, las posibilidades de éxito se reducen e incluso se pone en riesgo el proyecto.

A continuación se hablará acerca de los elementos que se concretan durante esta fase:

## a) TEMA

El tema se refiere al contenido del audiovisual, es decir, aquello de lo que tratará. Cualquier cosa de la realidad puede ser un tema apto para exponerse en lenguaje audiovisual. Sin embargo, debe mencionarse que todo aquello que cuenta con una forma definida, que es fácil de imaginar, como objetos de uso común, seres de la naturaleza, obras de arte, etcétera, presenta menores dificultades expresivas que las ideas abstractas tales como el amor, el odio, la trascendencia, etcétera. No así, también se pueden crear producciones audiovisuales que traten de ellos; Jorge Eneas nos dice al respecto: “Los conceptos abstractos así como la elaboración de sistemas ideales (geometría, álgebra, trigonometría) admiten ser presentados y analizados por medio de símbolos que, a su vez, pueden convertirse en imágenes audiovisuales.”<sup>4</sup>

Ahora bien, la elección del tema nunca es tarea sencilla, sin embargo, se puede elegir un tema en relación a las necesidades de un grupo, un público que necesita cierta información o el interés de provocar una actitud o respuesta determinada, incluso puede elegirse un tema según los intereses y gustos del propio realizador. Cualquiera que sea el caso, un tema debe siempre delimitarse, lo cual tampoco es fácil. Por ejemplo, si se elige hablar de mascotas, esta idea resulta aún muy vaga, ya que puede implicar que se hable de perros, gatos, reptiles, y todo aquello que pueda ser una mascota; “un tema debe ser algo delimitado que establezca desde un inicio su principio y su fin, y prevea cierta duración”<sup>5</sup>.

Se sabe, por ejemplo, que los audiovisuales hechos con base en imágenes fijas no pueden ser contemplados y escuchados con atención más de media hora; la duración más adecuada en este tipo de expresiones oscila entre los cinco y los quince minutos. Aunque delimitar un tema no es tarea sencilla, pues cualquier idea que se quiere desarrollar con cierta profundidad lleva a tocar varios subtemas a tal grado que pronto se excede la duración que se ha fijado, es necesario hacerlo, con el fin de captar la atención del público receptor, evitar el aburrimiento o la monotonía y lograr una mejor comunicación.

Por otro lado, toda elaboración temática incluye una labor de investigación. Hay ocasiones en las que esta labor está a cargo de especialistas en el tema, quienes proporcionan al realizador audiovisual

3 Kemp, Jerrold E. *Planificación y Producción de Materiales Audiovisuales*. 2da. ed. México; Representaciones y Servicios de Ingeniería, 1973, 25p

4 Eneas Cromberg, Jorge, *et. al. Montajes Audiovisuales*. México; Diana, 1979, 50p

5 *Ibidem*

la información necesaria que deberá ser traducida al lenguaje audiovisual. Pero cuando esto no sucede, es responsabilidad del realizador investigar acerca del tema, para que la información que exprese a través de su medio técnico sea correcta y veraz (si esa es su intención por supuesto). El creador audiovisual es el responsable directo del resultado no solo formal sino también de contenido, de modo que si él mismo no es un experto en el tema, tiene que documentarse lo mejor posible.

## b) OBJETIVOS

En este punto se define con claridad qué es lo que se quiere lograr con el proyecto audiovisual; se establece de forma concreta la meta que se pretende alcanzar.

Si el proyecto audiovisual es encargado a un profesional por parte de un cliente, tanto éste como el realizador deben establecer los beneficios que se quieren obtener como resultado de que se realice el programa, así como la reacción que se espera de la audiencia como resultado de haber observado dicho programa.

Si se tienen claros los objetivos, se sabrá con facilidad qué información debe ser incluida para cumplirlos, así como se tendrá más claro el tratamiento que se le habrá de dar al proyecto, pues no es lo mismo llevar a cabo un proyecto destinado a dar publicidad que uno enfocado al área educativa por ejemplo.

Es de suma importancia fijar los objetivos, pues al hacerlo también se estará dibujando una parte elemental de la ruta por la cual se habrá de caminar.

## c) TIEMPO

El tiempo se refiere por una parte al tiempo en el que se llevará a cabo la realización del proyecto en general y por la otra a la duración que tendrá en sí el audiovisual.

Hay ocasiones en las que se requiere que el producto esté listo lo más pronto posible, así que se establece un tiempo máximo para su realización, quizá en un mes habrán de llevarse a cabo la preproducción, la producción y la postproducción de un proyecto determinado o por el contrario, existen producciones que incluso pueden llevarse meses para estar listas, los videos documentales por ejemplo, pueden ser de este tipo ya que en muchos de los casos abordan problemáticas o aspectos que se desarrollan en un período largo de tiempo. Cualquiera que sea el caso, se debe establecer el tiempo en el que se desea terminar el proyecto; con base en ello se organizarán las actividades (levantamiento de imagen, elección de acompañamientos musicales, realización del guión, postproducción, etcétera) con el fin de tener todo listo en la fecha establecida.

Ahora bien, cuando el tiempo tiene que ver con la duración del audiovisual se establece según sea conveniente y respondiendo a la naturaleza misma del proyecto. Como ya se apuntó anteriormente, hay presentaciones audiovisuales que se basan en imágenes fijas, cuando ese es el caso es recomendable que la duración no exceda los treinta minutos para evitar perder la atención del espectador; en contraste existen producciones cinematográficas (las cuales son también expresiones audiovisuales) que pueden durar incluso hasta tres horas; los video clips son proyectos

audiovisuales cuya duración responde a la duración de la melodía por la cual adquieren sentido; también hay comerciales que no deben exceder el minuto, esto con el fin de no rebasar los costos de proyección (sabemos bien que los espacios para publicidad en radio y televisión cuestan dinero). En fin, cualquiera que sea el caso, es necesario definir desde un principio el tiempo que debe durar el programa audiovisual y hacer el trabajo con respecto a ello, para que, por mínimo que sea el tiempo, se exprese cabalmente lo que se desea.

## d) PERFIL DEL RECEPTOR

Cuando se crea un programa audiovisual, es preciso saber hacia quién o quienes va dirigido. "El éxito de un buen programa audiovisual se encuentra en conocer quienes son o serán nuestros receptores."<sup>6</sup>

Siempre es importante definir el perfil del público al que se destina un programa audiovisual; la edad, los intereses, los gustos, el nivel educativo e incluso el nivel socioeconómico son guías que ayudan a determinar el tratamiento que debe darse a un proyecto audiovisual. Por citar un ejemplo, no es lo mismo crear una presentación que será vista por niños que una que será apreciada por adolescentes u otra dedicada a adultos; cuando se dirige a un público infantil, el lenguaje deberá ser más sencillo que cuando va destinado a un público adulto, con quien es permisible emplear un lenguaje más elaborado. Por otro lado, si el audiovisual será visto por un público cuyo nivel educativo no es muy alto, probablemente se obtendrán mejores resultados si el lenguaje empleado es más coloquial.

De igual forma, si se sabe que los receptores están interesados en el tema del que trata la presentación y la observarán voluntariamente se realizará el audiovisual de forma que los siga atrayendo. Pero si la exhibición será obligatoria, deberán concentrarse los esfuerzos para que se vuelva en algo interesante para el espectador.

El perfil del receptor se constituye como un indicador importante que hace más fácil saber los matices con los que se habrá de teñir la producción.

## e) MEDIO

El medio se refiere al conjunto de herramientas que sirven para crear presentaciones audiovisuales. Existe una amplia gama de medios que pueden aprovecharse en beneficio a la creación audiovisual (Supra. Cap. I).

Es importante destacar que la elección del medio esta íntimamente ligada con el objetivo que se pretende alcanzar. En este sentido, la definición de objetivos revela la clase de mensaje que debe transmitirse, lo que, a su vez, determina, por ejemplo, si se requieren secuencias de imágenes en movimiento o fijas. Cuando se determina el medio que se utilizará, se analiza incluso cómo debe exhibirse el programa final. Por ejemplo, si debe mostrarse a audiencias grupales o individualmente;

6 Rodríguez Pérez, Martha Olga. *¿Cómo se realiza un programa audiovisual?.* México; FES Acatlán División de Diseño y Edificación Programa Diseño Gráfico, 1993, 5p

si es para una sola instalación fija o deberán hacerse múltiples copias; si el material será utilizado en una sola ocasión o es para uso diario o continuo durante un período largo de tiempo. Así, el medio se constituye como el vehículo que nos llevará a realizar el audiovisual de la forma más conveniente.

## f) PRESUPUESTO

El presupuesto es un factor de suma importancia en la realización de cualquier producción audiovisual. Jorge Eneas señala: "Todo tema lleva implícitas ciertas exigencias que en última instancia se cumplirán si se dispone de suficiente dinero. La realización de un montaje depende en gran parte de medios materiales y su abundancia o carencia modifica, a veces de manera profunda, los resultados."<sup>7</sup>

Es preciso que se haga siempre un presupuesto que prevea todos los elementos comprendidos en la producción. Si el tema que se ha fijado exige una inversión que rebasa el capital con el que se dispone, se corre el riesgo de que en el camino deba suspenderse el trabajo por no tener los fondos necesarios.

El presupuesto es una cuestión que no solo engloba el material que se utilizará (equipos técnicos como cámaras, grabadores, lámparas, proyectores o material de uso como rollos fotográficos, cintas de película y magnetofónicas, etcétera), sino que también abarca los costos originados por el pago al personal involucrado; cuando existe de por medio la colaboración de profesionales tales como guionistas, productores, maquillistas, editores, diseñadores, etcétera, es importante que dentro del presupuesto se contemplen los sueldos al personal, con todos los requisitos exigidos por la ley. Cabe mencionar que hay proyectos audiovisuales en los que el realizador es a la vez guionista, productor, diseñador, etcétera, pero aún en estos casos pueden existir ciertos gastos que corresponden a encargos especiales como maquetas, dibujos, carteles, cuyo costo debe incluirse dentro del presupuesto.

Hay producciones audiovisuales que implican viajar a determinadas locaciones, si ese es el caso, deben contemplarse dentro del presupuesto los viáticos y comidas, el traslado de equipo y de personal, etcétera.

## g) INSTALACIONES

Las instalaciones aluden al lugar en donde se llevará a cabo la proyección del material audiovisual; debemos considerar que el salón o el local sea lo suficientemente cómodo y la pantalla esté ubicada en un lugar adecuado para que la audiencia aprecie lo mejor posible la presentación audiovisual y no exista alguna interferencia espacial que impida recibir correctamente el mensaje.

## 2.2.2 TEXTO

Ya que se ha cubierto la etapa de planeación en donde, entre otras cosas, se han fijado objetivos y se ha elegido el tema, se procede a elaborar el texto. Con la elaboración del texto se comienza a gestar la base para la materialización de nuestra producción audiovisual.

Primero hay que documentarse acerca del tema; con la información obtenida se elabora una sinopsis, es decir, un resumen del acontecer de la obra, el cual será transformado en un primer guión literario, conocido en el medio también como *shooting script*. Es importante precisar lo que se quiere obtener como consecuencia del audiovisual, ya que el texto se constituye como un vehículo para lograrlo; si se toman en cuenta los objetivos, es posible escribir un texto eficaz.

Para preparar el guión primero debe dividirse el tema en sus partes constitutivas, y procurar que la historia tenga un comienzo o presentación, un desarrollo y un final del tema. Esta estructura de principio-medio-fin brinda ventajas insuperables, "no sólo permite un ordenamiento relativamente simple tanto para la realización como para la comprensión del espectador, sino que mantiene la atención de éste y armoniza con la necesidad de comenzar, desarrollarse y terminar, que tiene todo espectáculo y toda comunicación."<sup>8</sup>

Pareciera que escribir un guión literario es tarea sencilla, sin embargo, no es así; contar una historia nunca es fácil. Hay temas difíciles de seguir, con muchos elementos que van dispersos; desde la elaboración del guión hay que irlos conectando, para que a la hora de que se materialice el audiovisual, éste sea entendible para el público y logre captar su atención. Para establecer la conexión entre cada componente de la historia, puede utilizarse el llamado puente, que "es una frase, palabra o párrafo que relaciona dos pensamientos entre sí"<sup>9</sup> (también existe el puente musical, que es un fragmento de música, sin locución que evita que los cambios sean abruptos).

El texto debe tener continuidad, es decir, que se pueda pasar de un tema a otro y que la historia pueda seguirse con facilidad; debe haber coherencia. Cuando hay continuidad en el texto, el público podrá captar todo o la mayor parte de lo que queremos que capte, esto con base en los objetivos planteados desde un principio.

El guión literario debe ser impactante, repetitivo y asociativo<sup>10</sup>. El que una historia sea impactante, hace posible enganchar al receptor desde el inicio; la repetición de los elementos esenciales de la historia provoca que la audiencia los tenga bien presentes y por lo tanto, vaya captando el mensaje a lo largo de la presentación; los elementos deben asociarse con los elementos de la realidad, el mensaje se ubica en un contexto real a modo de que el receptor lo absorba de la forma esperada y definitivamente.

8 *Ibid* 61p

9 Rodríguez Pérez, Martha Olga. *¿Cómo se realiza un programa audiovisual?.* México; FES Acatlán División de Diseño y Edificación Programa Diseño Gráfico, 1993, 8p

10 Dale Carnegie- citado por Martha Olga Rodríguez Pérez en *¿Cómo se realiza un programa audiovisual?.* México; FES Acatlán División de Diseño y Edificación Programa Diseño Gráfico, 1993, 9p

El guión literario, nos dice José Martínez Abadía, "es la narración ordenada de la historia"<sup>11</sup> Su forma es narrativa; en él se exponen todos los pormenores y situaciones de la obra, sin descartar claro, la música de fondo con sus respectivos cambios y tiempos.

La redacción de guiones es una práctica muy valiosa y necesaria para cualquier producción audiovisual. Un buen guión es la clave para que el programa cumpla con sus objetivos.

El guión literario o *Shooting Script* consta de tres columnas: la primera (de izquierda a derecha) indica el locutor o los locutores a los que corresponde determinada parte de la narración. Ya que los locutores son designados con números (1, 2, 3, etcétera, dependiendo el número de locutores que participan en el proyecto), se debe anexar al *Shooting Script* una hoja que contenga la descripción general de cada uno de ellos, esta descripción no es física sino con base en el tipo y en la proyección de voz, los cuales se analizarán posteriormente en el apartado de locución.

La segunda columna (parte media) contiene los fragmentos del texto que cada locutor debe narrar, así como los efectos de sonido y los segmentos musicales que conforman la banda sonora. Para facilitar la lectura y permitir que el locutor distinga entre lo que va a narrar y lo que corresponde a los otros elementos, el texto se anota en mayúsculas, generalmente tipo *Arial*, y los efectos sonoros así como las indicaciones musicales se anotan en cursivas.

La tercer columna indica el tiempo en el que han de narrarse los diferentes fragmentos del texto, dependiendo las necesidades de cada proyecto.

11 Martínez Abadía, José. *Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, video, radio*. 2da. ed. Barcelona, España; Paidós Ibérica, 1991, 99p

Guión Literario o *Shooting Script*

GUIÓN LITERARIO DEL PROGRAMA AUDIOVISUAL  
"LOS CAMOTES POBLANOS... UN BOCADO DE TRADICIÓN"

LOCUTOR	TEXTO	TIEMPO
Locutor 1	<p><i>Fade in Track 1: "El Carretero" del CD México Mágico Instrumental</i></p> <p>HAY UN ESPACIO EN LA GEOGRAFÍA MEXICANA DONDE LAS HUELLAS DEL PASADO Y EL ORGULLO DE UN PUEBLO POR SUS TRADICIONES Y COSTUMBRES, A CADA MOMENTO SE HACEN PRESENTES: PUEBLA.</p>	18"
	<p><i>Cut</i> <i>Track 15: "El Zopilote Mojado" del CD México Mágico Instrumental</i></p> <p>ESTA ENTIDAD SE UBICA A 129 KMS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.</p>	5"
	<p>ES UNA DE LAS REGIONES CON MÁS RIQUEZA CULTURAL DEL PAÍS;</p>	5"
	<p>SUS CONSTRUCCIONES HISTÓRICAS, SUS CATEDRALES E IGLESIAS, SUS FIESTAS, SU GASTRONOMÍA Y SU TALAVERA, ENTRE OTROS,</p>	13"
	<p>SON VESTIGIO DE QUE AQUÍ, AÚN SE CONSERVA EL ESPLENDOR DE LOS VIEJOS TIEMPOS.</p>	7"
	<p><i>Fade out</i> <i>Track 15: "El Zopilote Mojado" del CD México Mágico Instrumental</i> <i>Fade in</i> <i>Track 4: "El bodiguero" del CD Clásicos Son</i></p> <p>EN PUEBLA DE LOS ÁNGELES, SU CAPITAL, SE DA UNA DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES MÁS DESTACADAS: LA DULCERÍA.</p>	10"



Ya que se tiene listo el guión literario, es momento de realizar el guión técnico.

## 2.2.3 GUIÓN TÉCNICO

El guión técnico, también llamado *story board*, es prácticamente la representación gráfica del guión literario o texto.

Los programas audiovisuales en su mayoría implican dinamismo; en general, ocurre una nueva imagen principal luego de algunos segundos (6 preferentemente) de que se ha exhibido otra. Esto se aplica tanto a una imagen en movimiento (donde la nueva imagen es una toma desde un ángulo distinto o un corte a una imagen diferente) como a una serie de tomas fijas. La sucesión de imágenes no es algo que se de al azar, ya que, en una producción audiovisual, existe una relación entre el contenido de una imagen, con el de la que la precede y el de la que la sucede. Ahora bien, no solo existe una relación de cada imagen con las inmediatas, sino que también existen lazos muy estrechos con las palabras, la música y los sonidos. Todo este conjunto es el que despierta, provoca y genera ideas en el espectador. Por todo ello, es necesario visualizar o imaginar cómo estarán tanto las imágenes como los sonidos presentes; en la creación audiovisual se debe visualizar claramente el resultado del trabajo así como se debe trazar un camino bien definido para llevarlo a cabo. Eso es el *story board*: "un instrumento para planificar el trabajo de un audiovisual. En él se visualizan las imágenes así como los diferentes momentos por los que atraviesan. Es una previsualización de un proyecto antes de empezar su proceso de materialización."<sup>12</sup>

En el guión técnico o *story board* se representan por orden correlativo de proyección todos los planos que componen el programa. Se describe el tipo de plano o campo de encuadre, el tiempo de duración de cada plano, el escenario, los diálogos de los personajes, los comentarios o narración, las entradas y salidas de la música, los efectos sonoros, etcétera. En suma, un guión técnico contiene todas las indicaciones de carácter artístico y técnico necesarias para que la persona o el equipo que se encarga de la realización del programa, posea una idea fiel del trabajo.

El guión técnico debe incluir suficientes indicios que permitan visualizar un lugar, una persona o un objeto. En un guión técnico de audiovisual, los elementos visuales se utilizan para transmitir una impresión visual precisa, ya que es de suma importancia que la persona que haga la toma tenga muy claro qué se le pide. Aparte de todas las referencias técnicas necesarias, contiene el dibujo, en viñetas, de los elementos que compondrán la imagen del plano a registrar. El guión técnico o *story board* es necesario no solo a la hora de capturar la imagen, sino también en el momento del armado o edición del programa, pues con base en él es que se dará forma al producto audiovisual.

Cabe mencionar que durante la realización del *story board* o guión técnico el papel del Diseñador Gráfico cobra bastante importancia. El Diseñador Gráfico idea y proyecta mensajes visuales que resuelven necesidades comunicativas; utiliza las formas, las imágenes y el color para constituir mensajes intencionados por parte de un emisor o emisores hacia un público determinado. Durante la creación de un *story board* puede unirse a la labor del guionista con el fin de lograr lo mejor posible el

12 Ráfols, Rafael, et. al. *El diseño audiovisual*. Barcelona, España; Gustavo-Gili, 2003, 60p

proyecto. El guión, nos dice Gerardo de la Torre, "no solo es la guía o el embrión de una obra que ha de ser realizada, sino que por sí mismo resulta una obra viva, capaz de poner en movimiento diversas voluntades creadoras. El guión excita y promueve los disparos de la imaginación y en este afán halla su más elevada dignidad."<sup>13</sup>

Existen tres tipos de *story board* o guión técnico:

- Guión técnico de producción o *card script*: Se constituye de una serie de tarjetas preimpresas, donde cada una representa un elemento visual clave. Este guión es muy flexible porque permite insertar tarjetas extra a medida que se va avanzando. Es un *story board* en donde se emplea mucha creatividad en cuanto a la fotografía y a los gráficos.
- Guión de venta o *sale-script*: Se basa mucho en los recursos visuales. Es utilizado para obtener la aprobación de conceptos cuando algún cliente requiere de ayuda para visualizar las ideas. Ya que es una obra casi perfecta de la visualización del guión, requiere un alto grado de calidad artística.
- Libro de presentaciones o *show book*: Se constituye como una herramienta operativa en la cual se registra información; se aprecia el programa cuadro por cuadro; contiene anotaciones sobre el tiempo de sonido, efectos y todo tipo de indicaciones que puedan ser de utilidad para los técnicos. Deben sacarse copias de este guión y ser repartidas a cada uno de los participantes del proyecto, con el fin de que tengan una referencia clara del programa.

Cualquiera que sea su formato, el *story board* nos permite apreciar la estructura del proyecto aún antes de hacerlo material; es la base de las tareas de producción y de realización. Puede ser corregido en muchas ocasiones antes de que comience la producción; puede sufrir diversas transformaciones a lo largo de su elaboración, en la cual, todos los elementos tienen un carácter provisional, pues "la creatividad es un proceso de mejora en busca de un resultado visualmente potente y original."<sup>14</sup>

La producción de un proyecto audiovisual no puede llevarse a cabo si no se cuenta con el guión técnico, ya que de él se obtienen los datos necesarios para llevar a cabo el trabajo.

El *story board* se constituye de tres columnas por página; la columna del lado izquierdo lleva especificaciones técnicas tales como transiciones, su duración y el nombre de las tomas; la columna de en medio se conforma de las viñetas que ilustran las tomas señaladas; y la columna del lado derecho contiene la narración que acompañará a cada imagen junto con las especificaciones de sonido.

13 Linares, Marco J. *El guión. Elementos – Formatos – Estructuras*. 5ta. ed. México; Alhambra Mexicana, 1994, 11p

14 Ráfols, Rafael, et. al. *El diseño audiovisual*. Barcelona, España; Gustavo-Gili, 2003, 60p

Guión Técnico o Story Board

Story Board del Programa Audiovisual  
"Los camotes poblanos... un bocado de tradición"

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

LENGUAJE LITERARIO

Conteo Universal



TIEMPO 8 "

≠ 4 "

Fade in  
Panorámica  
Imagen del campo



TIEMPO 4 " / 12"

*Fade in Track 1: "El carretero" de CD  
México Mágico Instrumental*

Hay un espacio en la geografía  
mexicana

≠

Contrapicada  
Torres de la catedral de  
Cuetzalan, Puebla



TIEMPO 3 " / 15"

donde las huellas del pasado

≠

Group Shot  
Gente en ceremonia  
religiosa



TIEMPO 3 " / 18"

y el orgullo de un pueblo por sus  
tradiciones y costumbres,

≠

Contrapicada  
Voladores de Cuetzalan



TIEMPO 3 " / 21"

a cada momento se hacen pre-  
sentes:

Cuando se está satisfecho con el guión, es posible comenzar la etapa de producción.

Antes de comenzar a describir el apartado de producción, es conveniente conocer los planos y las indicaciones técnicas para las tomas de fotografía, ya que son de suma importancia tanto a la hora de crear un guión (José Martínez Abadía nos dice que el plano es "La unidad básica de trabajo para construir un guión."<sup>15</sup>), como a la hora de que comienza la producción. Cuando se les conoce es posible referirse a las imágenes de manera más específica, es decir, se hace más fácil concretar cuáles son las porciones y las proporciones con las que queremos que aparezcan en pantalla.

## a) EL PLANO

El plano es "todo lo registrado por la cámara desde el momento en que se aprieta el disparador hasta que se interrumpe la grabación"<sup>16</sup>. Forman parte del plano todos aquellos elementos de la escena que se visualizan, desde el momento en que se aprieta el disparador hasta el momento en que se desactiva.

El plano denota el tamaño relativo de la figura con respecto al marco o campo, que es el área dentro de la cual podemos encuadrar nuestros objetos (ya sean personas, animales, cosas, paisajes, etcétera) y siempre es constante. A la hora de realizar tomas, podemos colocar la cámara a diferentes distancias del sujeto y mientras más cerca esté, dicho sujeto abarcará una mayor superficie del campo. Según sea el fragmento de la imagen encuadrada, cada plano confiere a los objetos un valor distinto, de ahí que se hable del "valor del plano" el cual se refiere a la importancia que se da al sujeto principal dentro del encuadre, en función al espacio que ocupa. Mientras más cercano parezca estar el objeto a la cámara, más espacio abarcará y por lo tanto adquirirá más peso dentro del encuadre. El valor de cada plano depende entonces de la proximidad aparente del sujeto con respecto a la cámara; este mismo efecto se puede llevar a cabo con un objetivo *zoom*, con el que se pueden hacer acercamientos a la imagen sin necesidad de acercar la cámara.

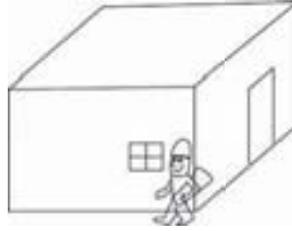
Es importante anotar que el plano no es de ninguna forma un elemento aislado, sino por el contrario, siempre se halla en relación directa tanto con el que le precede como con el que le sobreviene. La sucesión de planos es la que da sentido a la historia que se cuenta, así como el "valor del plano" el cual, cabe decir, tiene profunda influencia sobre la atención del espectador hacia algún sujeto u objeto determinado. Así, los planos generales o largos se utilizan para establecer el ambiente y para mostrar el escenario donde transcurrirá la acción, a diferencia de los planos cortos los cuales poseen un carácter más dramático y sirven para mostrar los detalles: son los planos típicos de acción.

Desde una "vista general" hasta un "primerísimo plano" la lista de posibilidades puede llegar a ser infinita, sin embargo, se ha dado una clasificación que ha sido adoptada por casi todos los que abordan el cine y es utilizada por casi todos los guionistas y la mayoría de personas que se encuentran dentro del medio. Esta clasificación emplea como referencia al ser humano y es la siguiente:

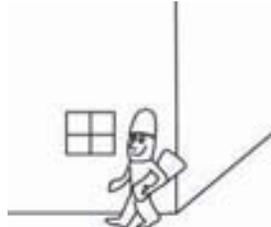
15      Martínez Abadía, José. *Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, video, radio*. 2da. ed. Barcelona, España; Paidós Ibérica, 1991, 100p

16      *Ibidem*

- Gran plano general o plano general largo (GPG o PGL): El escenario predomina sobre el personaje quien no ocupa más que una pequeña parte del encuadre.



- Plano general (PG): El encuadre abarca no sólo al personaje completo sino también parte del escenario. Con este plano se presenta el escenario donde sucederán las acciones.



- Plano entero o plano conjunto (PE o PC): El personaje predomina en el contexto; aparece de cuerpo entero dejando un pequeño margen contextual en la parte inferior de la imagen y un margen mayor en la parte superior.



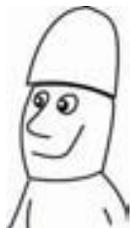
- Plano americano (PA): La figura del personaje se corta por las rodillas. Sugiere la sensación de acercamiento del espectador hacia el sujeto. En este plano aún aparecen algunos elementos del decorado que impiden centrar el interés exclusivamente en el personaje.



- Plano medio (PM): La base del encuadre corta al sujeto por debajo del pecho.



- Primer plano (PP): El rostro ocupa la mayor parte de la pantalla y desplaza a todos los elementos del entorno. Incluye una parte del hombro. Es un tipo de toma muy potente ya que concentra el interés del espectador, enfoca la atención y enfatiza. El gesto adquiere una gran relevancia.



- Primerísimo plano o gran primer plano (PPP o GPP): Incluye una parte incompleta del rostro y su propósito es dirigir toda la atención del espectador sobre dicha faz. No se incluyen ni la barbilla ni la boca del sujeto. Tiene una expresividad muy elevada.



- Plano detalle (PD): Por lo general este plano es referido a objetos pequeños que guardan relación directa con el cuerpo humano.



## b) TIPO DE TOMAS

Los temas del plano y el tipo de tomas traen consigo un rancio debate en tanto que hay quienes afirman que son cosas distintas, mientras que otros sostienen que los planos y las tomas son exactamente lo mismo. Aunque se dice que la toma alude a "cada una de las veces que se fotografía o filma un plano"<sup>17</sup>, es decir, se refiere a la acción misma de apretar el disparador para fotografiar, filmar o grabar una escena, lo cierto es que en la práctica las tomas también se consideran como indicaciones técnicas que se utilizan para saber la parte del sujeto que será fotografiada.

Como se analiza, en la producción audiovisual efectivamente las tomas, al igual que los planos, son un marco de referencia (de hecho muy empleado) para que a la hora de que se levanta la imagen, sepamos con exactitud cómo se debe captar. A continuación se presentan las más utilizadas:

- *Big close up*: Extremo acercamiento de alguna parte de la faz de una persona.
- *Close up*: La cara de la persona abarca toda la pantalla.
- *Medium close up*: Abarca desde el tórax o los hombros hasta 6 pulgadas (aprox.) arriba de la cabeza.
- *Medium shoot*: Desde la cintura hasta 6 pulgadas (aprox.) arriba de la cabeza.
- *Medium long shoot*: Abarca desde la rodilla hasta arriba de la cabeza.
- *Full shoot*: Comprende todo el cuerpo de la persona.
- *Two shoot*: Toma compuesta por dos personas.
- *Tree shoot*: Toma compuesta por tres personas.
- *Group shoot*: Toma compuesta por varias personas.
- *Long shoot*: Abarca todo el set.
- *Big long shot* o panorámica: Se logra una imagen de profundidad y espectacularidad en donde se abarca incluso la tramoya (parrillas de iluminación de un set) cuando es en un set o una gran parte del paisaje cuando es en exteriores.
- *Overshoulder*: Toma hecha por encima del hombro de cierto personaje, en donde aparece en la composición parte del hombro y la cabeza del personaje y parte de lo que él está observando.
- *Product shot*: Se realiza con objetos; se logra ver el objeto completo y es utilizada generalmente en el campo de la publicidad.
- *Thing shoot*: Se hace un acercamiento del objeto aún mayor que en el *product shot*.
- Plano Holandés: Es la variación de una toma convencional.
- Toma picada: Se encuadra el objeto (generalmente una construcción) desde arriba.
- Toma contrapicada: Se realiza encuadrando el objeto desde abajo. Esta toma da la sensación de grandeza.

## 2.3 PRODUCCIÓN

La producción se inicia una vez que se considera, a partir del guión, que el proyecto puede cumplir con las expectativas; es la fase en la que comienza el proceso de materialización del audiovisual. Como su nombre lo indica, la producción implica elaborar, fabricar, realizar. El proyecto cuya visualización había sido plasmada en un guión, durante la producción comienza a adquirir una forma real, tangible. Rafael Ráfols nos dice: "La producción es la fase creativa en la que las ideas toman una forma concreta, es el momento en que las palabras dejan paso a las imágenes y a los sonidos."<sup>18</sup>

Durante este proceso se lleva a cabo la captura de imágenes; se crean o se eligen las pistas sonoras; se graban las narraciones; en fin, se crea la materia prima de cualquier proyecto audiovisual.

Ahora bien, cabe decir que aunque la toma de imagen y la grabación de la banda de sonido son

dos cuestiones que durante la producción audiovisual, generalmente, se llevan a cabo en forma separada, nunca debe perderse la visión de conjunto; el realizador siempre debe tener presente la relación existente entre ambos medios expresivos. Es preciso que todo lo que vaya produciéndose paralelamente avance hacia el mismo objetivo. Cada imagen, por ejemplo, debe ser referida a su función dentro del conjunto audiovisual; hay que considerar cómo se relaciona con las otras imágenes así como con el sonido que le acompañará.

A lo largo de la producción no debe darse mayor importancia a las imágenes que a los sonidos o viceversa; todos deben ser trabajados a la perfección pues recordemos que se complementan y es su conjugación la que permitirá que se logre una comunicación con el espectador.

Como observaremos más adelante, esta etapa implica arduo trabajo; es ideal que la creación audiovisual esté a cargo de un equipo de personas, pues como dice aquel refrán: "La unión hace la fuerza"; sin embargo, es posible que un solo realizador se encargue de todas las tareas y supere favorablemente la prueba. A continuación se expondrán los distintos puntos que conforman la fase de producción para saber sus implicaciones (no olvidemos que en este proyecto se están tomando en cuenta los distintos puntos con base en el Diagrama de Flujo de Robert Ertel).

## 2.3.1 CAPTURA DE IMAGEN

A partir de la captura de imagen es que se obtendrá prácticamente todo el soporte visual de cualquier proyecto, se pueden lograr imágenes fijas, películas de video o cine, etcétera, dependiendo del medio elegido.

Hay ocasiones en las que se cuenta con material visual ya existente (quizá por haberlo obtenido en el comercio o por muchas otras razones), pero cuando no es el caso, es necesario hacer la toma de material original.

Cuando se hacen las tomas, es preciso que se haga con base en el guión técnico, pues recordemos que éste es la guía de la cual se parte para llevar a cabo cualquier producción audiovisual. En el guión técnico se encuentra especificado e ilustrado el tipo de planos y tomas que son requeridos para lograr un producto eficiente. Sin embargo, hay ocasiones en las que durante la captura de imagen se descubren otras posibilidades que muy bien pueden mejorar el proyecto al punto incluso, de influir en el propio guión. Si bien ya se ha determinado en éste cómo es que debe ser el contenido visual de nuestro proyecto, es durante el levantamiento de imagen -en donde nos encontramos frente a los objetos reales, con sus colores y sus formas- que pueden surgir nuevas opciones que contribuyan a perfeccionar el proyecto. Pero si esas nuevas opciones, aunque muy atractivas, ponen en riesgo la esencia del montaje, en definitiva es mejor no aplicarlas. Con relación a esto Jorge Eneas sostiene: "Las tomas no son más que elementos de un lenguaje complejo, de modo que siempre hay que "verlas" en relación con la serie. Se entiende por relación la sucesión de imágenes proyectadas que constituye la parte visual del mensaje. Esta relación es básica para entender el audiovisual."<sup>19</sup>

Por otro lado, cuando se lleva a cabo una toma se debe prestar atención a dos factores que le confieren expresividad: el encuadre y la angulación. El encuadre es aquello que el encargado de capturar la imagen sitúa dentro del marco o campo, la porción de escena que elige captar. Ante un mismo motivo cada fotógrafo puede elegir hacer un encuadre diferente captando unos u otros elementos; tiene que incorporar determinados elementos y dejar fuera otros para lograr una composición determinada. Ya que las imágenes se mantienen durante pocos segundos en pantalla, el encuadre permite enfatizar alguna parte de la composición con el fin de captar la mirada y la atención del espectador hacia el punto que se desea.

Con respecto a la angulación, cuando se modifican los ángulos a la hora de capturar la imagen, el fotógrafo tendrá la posibilidad de incorporar o suprimir elementos de composición, así como crear elementos que pueden contribuir en la expresividad del proyecto.

También el cambio de foco es un elemento importante. Las cámaras nos brindan la posibilidad de enfocar ciertos elementos mientras que los otros aparecen como un fondo borroso, esto ayuda a conceder cierta importancia a determinadas figuras según se requiera; quien se encarga de hacer las tomas puede jugar con los cambios de foco, por ello, el que una persona o cosa aparezca desenfocada no necesariamente quiere decir que la toma sea incorrecta, siempre y cuando ese desenfoque tenga un por qué.

Ahora bien, es recomendable que se saquen dos o tres tomas de un mismo encuadre; hay ocasiones en las que alguna no sale como se esperaba y el tener un respaldo evita el traslado nuevamente a la locación o preparar de nuevo el estudio donde se llevó la toma de imagen. Esto implicaría un gasto de tiempo, de esfuerzo y de dinero.

En la actualidad se cuenta con muchos equipos entre cámaras y videocámaras que hacen posible la toma de imagen. Anteriormente era muy común utilizar cámaras de 35 mm, pues aunque a la par de éstas se encontraban aquellas para negativos de mayor y menor tamaño (6 x 6 cm., 6 x 9 cm., etc y 16 mm respectivamente), la película era más disponible para las de 35 mm, además de que la mayoría de los proyectores estaban adecuados para los marcos de diapositivas de 5 x 5 cm. que son los indicados para ese tipo de negativos. Sin embargo, la tecnología ha ido avanzado con el paso del tiempo de tal forma que hoy es mucho más usual y recomendable el uso de cámaras fotográficas digitales las que, cabe decir, han causado gran sensación desde su llegada al mercado hace algunos años.

La fotografía digital consiste en "la captación, almacenamiento y posterior recuperación de imágenes mediante una cámara, de forma análoga a la fotografía clásica"<sup>20</sup> no así, a diferencia de las cámaras mecánicas -en donde la luz que primero incide sobre el objeto a fotografiarse, luego se refleja hacia ellas y pasa a través de los lentes que afocan la luz sobre la película para formar la imagen- las cámaras digitales capturan la imagen por medio de un sensor electrónico que dispone de múltiples unidades fotosensibles desde las cuales se archivan en otro elemento electrónico que constituye la memoria. Este tipo de fotografía ofrece grandes ventajas comenzando de que actualmente la

20 Fotografía digital. Consultado en: Wikipedia. La Enciclopedia libre, [http://es.wikipedia.org/wiki/Fotografía\\_digital](http://es.wikipedia.org/wiki/Fotografía_digital). 11 - 09 - 2008

producción audiovisual se maneja dentro de un entorno en su mayoría digital; el retoque de imagen por computadora, los programas infográficos, la edición no lineal, etcétera, son herramientas ya muy comunes dentro del medio. Por otro lado, la mayoría de cámaras digitales cuentan con una pantalla en la que se puede apreciar de manera instantánea la imagen capturada, a diferencia de la fotografía clásica en la que las imágenes, para poder verse, deben pasar necesariamente por el proceso de revelado, lo cual influye en el factor tiempo.

Con respecto a imagen en movimiento existen también muchos equipos de video que hacen posible construir la parte visual. El video es "una captura, grabación, almacenamiento, y reconstrucción de una secuencia de imágenes y sonidos que representan escenas en movimiento"<sup>21</sup>. El video puede ser analógico o digital y dependiendo de ello puede grabarse y transmitirse en distintos medios físicos: en cinta magnética, por ejemplo, cuando las cámaras de video registran como PAL (*Phase Alternating Line*: Sistema de codificación empleado en la transmisión de señales de televisión analógica en color que se utiliza en la mayoría de los países africanos, asiáticos y europeos) o NTSC (*Nacional Televisión System Committee*: al igual que el PAL es un sistema de codificación que se emplea en la actualidad en la mayor parte de América y Japón) señales analógicas o en DVD's que son dispositivos ópticos de almacenamiento de datos de audio y video, cuando las cámaras graban en medios digitales.

Igual que sucede con los equipos y formatos de fotografía, en nuestros días el video digital es el que cuenta con mayor demanda. Éste es un tipo de sistema de grabación de video que funciona utilizando una representación digital de la señal de video, en vez de analógica; se graba a menudo en cinta para luego ser distribuido en discos ópticos, normalmente DVD's, sin embargo, existen ya cámaras de video que graban directamente en DVD's, videocámaras de Digital8 que codifican el video digital en cintas analógicas convencionales y otro tipo de videocámaras de altos costos que graban video digital en discos duros. Si bien en sus inicios la tecnología de video se desarrolló para los sistemas de televisión, poco a poco se ha reforzado en muchos formatos para hacer posible la grabación de video por parte del público en general, tal es el caso del llamado DV, que es un tipo específico de video digital enfocado al mercado de consumo.

Al mencionar este conjunto de equipos y formatos la intención no es profundizar en cada uno de ellos, sino más bien poner al descubierto el hecho de que la tecnología avanza a pasos agigantados y nos abre muchas posibilidades que contribuyen a la creación audiovisual. Estamos viviendo la llamada "era digital"; las cámaras fotográficas y de video analógicas han dado paso a las digitales con sus respectivos formatos, lo cual nos lleva a una reflexión: estaremos fomentando el crecimiento del mundo de la imagen y el sonido en la medida que aprovechemos los nuevos recursos que se abren ante nosotros día con día. No así, tampoco podemos dejar de tomar en cuenta los medios "tradicionales" porque si bien ya no es tan común el uso de algunos o al menos en muchos casos no son los preferentes ante los equipos y formatos modernos, están ahí, como una importante referencia y formando parte, sin duda alguna, del vasto universo audiovisual.

Es durante la captura de imagen que se construye uno de los componentes que le dan sentido a la creación audiovisual: todo el contenido visual que formará parte de una unidad. Sin este elemento

21 Video. Consultado en: Wikipedia. La Enciclopedia libre, <http://es.wikipedia.org/wiki/Video>. 11 - 09 - 2008

ninguna producción audiovisual tendría razón de ser. La captura de imagen es un arte que requiere de mucho trabajo y talento, ya que las imágenes, dentro de este medio, no son elementos sin sentido, sino un medio expresivo que en definitiva trasciende directo al espectador comunicándole algo.

Ahora bien, existen tres factores de suma importancia a la hora de hacer la toma de imagen: el *scouting*, la iluminación y la composición.

### a) SCOUTING

La palabra *scouting* traducida al español quiere decir "explorando" y efectivamente, eso es lo que se hace durante este punto: explorar.

Como es de esperarse, la captura de imagen debe hacerse en lugares específicos; algunas veces el tema exige que los realizadores se trasladen a lugares determinados, que busquen escenarios precisos, locaciones adecuadas. Antes de que se realicen la tomas, es importante que se examinen los sitios en donde se llevarán a cabo. Es preciso verificar si los lugares pensados brindan las facilidades para que se haga la toma de imágenes. Habrá ocasiones en las que se deban obtener permisos; otras en las que se tenga que acondicionar el lugar; probablemente haya sitios en los que definitivamente no sea posible fotografiar o simplemente su acceso implique costos mayores a los previstos y sea necesario buscar otros espacios; para prever todas estas circunstancias y evitar mayores contratiempos a la hora de tomar las imágenes es necesario hacer una exploración previa de los lugares implicados.

### b) ILUMINACIÓN

El adecuado manejo de la luz sobre los objetos a fotografiar es un factor que adquiere mucha importancia durante la toma de imagen. En primer lugar, la iluminación es un elemento fundamental en todas las técnicas visuales; tanto en la fotografía como en el cine y el video, la iluminación sugiere la sensación de tridimensionalidad de la que carecen estos medios. Con respecto a ello José Martínez Abadía apunta: "Con las técnicas de iluminación se persigue un acercamiento a la representación en tres dimensiones."<sup>22</sup>

Al no existir la tercera dimensión en la reproducción de la imagen, ésta se intenta suplir con variaciones de perspectiva, tamaño, realce de forma y textura, etcétera, que pueden lograrse gracias a una inteligente y cuidadosa distribución de la luz.

Desde un punto de vista artístico, la iluminación influye en la creación de diversos efectos ambientales y puede ser utilizada para sugerir atmósferas variadas según las necesidades de la producción. Por ejemplo, la luz es un recurso indispensable para crear ambientes, ya sea brillantes, grises u oscuros que contribuyan a reforzar el sentido de lo que se desea transmitir.

22 Martínez Abadía, José. *Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, video, radio*. 2da. ed. Barcelona, España; Paidós Ibérica, 1991, 113p

Por otro lado, con la iluminación es posible afectar de forma selectiva los elementos de una toma, realizando unos y ocultando o reduciendo otros, según se desee. Se pueden obtener retratos bastante interesantes si se logra una apropiada distribución de la luz y de las sombras.

La manipulación de las fuentes luminosas también viabiliza la simulación de distintas situaciones climatológicas o incluso, el cambio de estaciones. En muchas ocasiones hemos apreciado fotografías las cuales podríamos asegurar que fueron tomadas durante una calurosa primavera, sin embargo, no es otra cosa que la iluminación lo que les da esa apariencia.

Se puede hacer uso de la luz para crear alteraciones en la perspectiva, en las distancias e incluso en las formas. Es preciso decir que la iluminación tiene una poderosa influencia en la apariencia de las cosas y por lo tanto, en la forma en la que son captadas; gracias a ella se pueden obtener retratos muy bellos.

Ahora bien, se hace una clasificación de la luz con base en la fuente luminosa de la que proviene, de tal forma que tenemos la luz natural y la luz artificial. Se le denomina luz natural a aquella que proviene del Sol, este tipo de luz generalmente se utiliza cuando se trabaja en exteriores. Aunque su intensidad es mayor a la de cualquier otro tipo de luz y permite la iluminación de grandes espacios, presenta ciertos inconvenientes que deben ser considerados a la hora de la toma de imagen: se pueden producir variaciones en la temperatura del color, en la acentuación y dirección de las sombras, en los contrastes, en la intensidad de los rayos luminosos, etcétera, que dependerán del estado del tiempo, la época del año, la hora del día, entre otros factores. Pero si bien, en el caso de este tipo de luz, existe una dificultad para adaptar totalmente la fuente luminosa a las necesidades de iluminación, también es posible aprovechar esas variaciones para obtener fotografías muy bellas. De igual forma las desventajas pueden contrarrestarse utilizando pantallas reflectoras (cartulinas o telas blancas) e incluso otras fuentes luminosas de apoyo.

La luz artificial es aquella que proviene de fuentes luminosas distintas al Sol tales como lámparas especiales para fotografía y los flashes. Entre las lámparas especiales se encuentran las de tungsteno, cuya temperatura de color es de 3200 grados Kelvin y favorece al color rojo respecto del azul; las de tungsteno – halógeno o halógenas, cuya temperatura de color (que favorece también al color rojo) es de 3200 a 3400 grados Kelvin, su vida útil es el doble que las de tungsteno y ofrecen con respecto a éstas un aumento del 25 por ciento en la intensidad luminosa y las lámparas de halogenuros metálicos, las cuales poseen el rendimiento luminoso más elevado de todas las fuentes de radiación, su temperatura es de 5400 a 6000 grados Kelvin favoreciendo al color azul respecto al rojo (cabe decir que este tipo de lámparas es utilizado para iluminar espacios exteriores muy grandes tales como los estadios deportivos).

Los flashes son fuentes luminosas que están adecuadas para reproducir la temperatura de color de la luz diurna. El flash puede utilizarse para iluminar zonas sombrías aún con la luz del sol. Debe hacerse uso de él de preferencia para iluminar completamente espacios muy pequeños o bien, grandes áreas cuando tienen un fondo colorido y luminoso. La luz procedente del flash es tan fuerte que si el fondo se encuentra muy lejos del objeto, aparecerá sumamente oscuro.

Cuando se trabaja con iluminación artificial se recomienda utilizar una luz principal o clave, una luz secundaria o de relleno, una luz de contra o contraluz y luces de fondo. La luz principal se sitúa de

forma que ilumine a la persona u objeto lateralmente para darle cierto relieve y es importante que provenga de un solo foco para que no se origine más de una sombra real; la luz de relleno (que es difusa) es colocada usualmente en el lado opuesto a la luz clave y su objetivo es el de difuminar las acentuadas sombras originadas por la luz principal; la luz de contra se usa para resaltar el efecto de tridimensionalidad, es colocada detrás del objeto o sujeto y actúa como un elemento rebordeador y separador con respecto al fondo; finalmente, las luces de fondo son utilizadas para lograr el efecto de separación entre el sujeto y el fondo, originan una sensación de profundidad.

Se puede decir que la luz artificial permite trabajar bajo condiciones de iluminación mucho más controladas que cuando se trabaja con luz natural; "permite un control más exacto de los parámetros que intervienen en la iluminación de un objeto: potencia lumínica, suavidad o dureza de la luz, control de luces y sombras, direccionalidad del foco luminoso, temperatura de color, filtraje, etc."<sup>23</sup>

Como se puede apreciar, trabajar con luz artificial es muy diferente a trabajar con luz natural; sin embargo, aunque pareciera que la primera ofrece muchas más ventajas que la segunda, sería muy aventurado definir cuál de las dos es mejor, pues como bien señala Jorge Eneas en su escrito titulado "Montajes Audiovisuales": "tampoco aconsejamos seguir sumisamente las pautas de ningún técnico, ya que cada tema y cada situación exigen distintas formas para manifestarse. También en este aspecto, que es de gran importancia, es el realizador quien debe resolver el efecto de la iluminación de acuerdo con el ambiente que quiere sugerir"<sup>24</sup>.

Lo que sí es posible afirmar es que la iluminación es un recurso indispensable durante la toma de imagen que afecta poderosamente la apariencia de los objetos y la manera en la que son percibidos; si se emplea y se aprovecha en forma adecuada, es posible plasmar imágenes muy artísticas y de gran belleza.

## c) COMPOSICIÓN

La composición es un factor que pesa mucho en la parte visual de cualquier proyecto; se refiere a la manera en la que se arreglan los encuadres o se disponen los elementos dentro de un encuadre con el objeto de proporcionar un efecto atractivo y de armonía, así como para atraer la mirada del espectador hacia ciertas cosas o eventos.

Componer, señala Eneas Cromberg, "es, en última instancia, seleccionar"<sup>25</sup>, de tal forma que cada fotógrafo puede hacer distintos encuadres de una misma escena y por lo tanto, crear composiciones diferentes.

El cuidadoso arreglo de los elementos dentro de una imagen, independientemente de que se trate de una imagen fija o en movimiento, puede contribuir a reforzar la eficacia de los materiales visuales; debido a que las imágenes en pantalla duran muy pocos segundos, es preciso que los elementos

23 *Ibid.* 115p

24 Eneas Cromberg, Jorge, *et. al. Montajes Audiovisuales*. México; Diana, 1979, 116p

25 *Ibid.* 128 p

visuales sean dispuestos de forma que sean captados con rapidez.

Cuando hay varios elementos, se establece una relación entre ellos que, desde el punto de vista de la composición, se encuentran en "lucha" en la que unos tratan de predominar sobre los otros. El que uno u otro sobresalga depende de factores como su tamaño, su color, su textura, etcétera.

El campo o área dentro de la que se encuadran los objetos, tiene dos dimensiones reales: alto y ancho, y una tercera sugerida: la profundidad. Con respecto a las dos primeras se determinan dos ejes: el horizontal y el vertical, que asumen las direcciones principales y que ejercen atracción sobre todo el contenido dentro del marco. También se consideran otros dos ejes: los diagonales, cuya atracción actúa en segundo término que los primeros. Cualquier elemento colocado en el punto donde se interceptan todos estos ejes, el centro, pierde sus posibilidades dinámicas, es por ello que para que un elemento capte con mayor rapidez la atención del espectador o se perciba dinámico dentro de la composición, es recomendable que se coloque en un punto distinto al centro de la pantalla.

La profundidad tiene que ver con la perspectiva, ésta establece no sólo valores relativos entre las dimensiones de los objetos, sino que sugiere la existencia de un ámbito espacial. Además se puede utilizar la perspectiva para dirigir la mirada del observador en un sentido determinado y destacar inmediatamente el tema principal en una composición.

Aunque la composición depende mucho de las preferencias del realizador audiovisual, existen principios que ayudan a crear composiciones muy efectivas y muy agradables para el ojo humano. Algunos de ellos son:

- tener un solo objeto o centro de interés en cada encuadre, la imagen no debe saturarse ni debe estar constituida por figuras complicadas.
- el centro de interés no debe ser colocado justo en el centro de la imagen, esto con el fin de lograr un acomodo más dinámico e interesante.
- no es conveniente mostrar en una misma imagen dos objetos de igual tamaño o valor que ocasionen confusión acerca de cuál es el más importante.
- Es recomendable procurar fondos simples que no recarguen la imagen y escondan el objeto de interés. En este sentido puede destacarse un plano en foco sobre otros borrosos y usar en forma contrastante el color; cuando el objeto es de colores puros y brillantes, sobre todo los tonos cálidos, se sugiere que el fondo sea de colores fríos o en su defecto, de la misma temperatura pero liso y con menor saturación.
- Debido a que los observadores no tendrán idea del tamaño de un objeto desconocido, conviene incluir un objeto conocido para establecer la comparación.
- Ya que la mayoría de los materiales visuales tienen generalmente un formato horizontal, es conveniente ajustar la composición a ese formato y evitar la mezcla de tomas horizontales y verticales que puedan ocasionar cambios bruscos y desagradables al observador.

Tostado Verónica señala en su libro titulado "Manual de producción de video: un enfoque integral"<sup>26</sup> varias composiciones que resultan eficientes para realizar tomas atractivas:

Composición triangular: Es una de las más simples en la que la figura humana equivale a un triángulo, con su base ocupando el espacio inferior de la pantalla. El mismo principio se puede aplicar a tres figuras, cuando sus posiciones ocupan el espacio triangularmente.

Composición en L: Es posible obtener una serie de composiciones que siguen pautas geométricas, en las que los elementos se aglutinan de forma tal que corresponden a la geometría de esa letra. Sin embargo, los elementos que constituyen la parte alta de la "L" pueden ocasionar un desbalance de masas, por lo que se recomienda agregar algún elemento de equilibrio en el lado contiguo.

Composición diagonal: Responde al principio de que toda acción es proyectada de manera más efectiva cuando se produce diagonalmente en relación a la pantalla. Al capturar una acción en un medio bidimensional como el cine, la foto y el video, las composiciones diagonales producen una ilusión de profundidad o tercera dimensión (perspectiva). Con la composición diagonal existe un mayor control del campo focal y es posible captar partes de la escena que en una toma desplegada horizontalmente, sería difícil captar.

Composición en S o línea de la belleza: Esta composición, que denomina geoméricamente la forma "S", es considerada la más perfecta, pues, afirman los expertos, "no puede ser superada en cuanto al impacto de su belleza"<sup>27</sup>. Su aplicación en un medio de acción constante es un tanto difícil, sin embargo, se puede emplear el principio de agrupar una serie de curvas y rectas que transmitan una sensación de perfección estética. Esta composición es factible cuando se captan conjuntos de baile con una coreografía determinada o si se trata de objetos inanimados de los que se puede controlar su posición.

Composición áurea: Se basa en el principio de la sección áurea que alude a la división armónica de una recta en dos segmentos desiguales, en la que el segmento menor, es al segmento mayor, como éste es a la totalidad de la recta. En este tipo de composición se toma como referencia el eje horizontal de la pantalla y el objeto de interés se sitúa justo en el punto donde se une el segmento menor con el mayor.

No así los principios anteriores, es necesario que el encargado de la parte visual use su sentido común en la composición. Debemos preguntarnos a nosotros mismos qué es lo que pretendemos mostrar y entonces buscar el mejor ángulo y la distancia más adecuada, así como los colores y las texturas más convenientes.

Crear y utilizar composiciones que ayuden a entender el sentido de cada imagen, contribuye a que el mensaje sea comprendido fácilmente y se cumpla en gran medida el objetivo de la producción.

26 Tostado Span, Verónica. *Manual de producción de video: un enfoque integral*. México; Alambr Mexicana, 1999, 179 – 109 pp

27 *Ibid.* 181 p

## 2.3.2 GRÁFICOS

Cuando se habla de "gráficos" se hace alusión a la elaboración de la parte gráfica o artística dentro de una producción audiovisual. Los gráficos son imágenes o formas creadas que, junto con el material obtenido durante la captura de imagen, constituyen la parte visual de cualquier proyecto.

La parte gráfica de un proyecto puede estar compuesta por gráficas estadísticas o tablas, dibujos, esquemas, caricaturas, tipografía, etcétera, todos ellos elementos visuales que se elaboran especialmente según los requerimientos de cada producción. Rafael Ráfols apunta: "Un dibujo, una letra, etc. son formas gráficas, son una representación visual de una voluntad comunicativa"<sup>28</sup>.

Cabe decir que si bien la participación del Diseñador Gráfico puede ser aprovechada durante cualquier punto que involucra a la imagen, es durante la creación de los gráficos que adquiere bastante importancia; el Diseñador Gráfico es una mente creativa dispuesta a utilizar las formas, los colores, las texturas, la tipografía, etcétera, para crear mensajes visuales que aparte de atractivos y novedosos, cumplan la función para la que han sido requeridos. En este sentido los gráficos son elementos que tienen un por qué y un para qué y deben ser creados con base en ello; durante su creación se debe reflexionar acerca de lo que es más conveniente y a la par atender al sentido de la estética, pues finalmente "el trabajo creativo necesita rigor, reflexión y criterios."<sup>29</sup> Los gráficos son elementos que se crean acorde a las necesidades y al concepto del producto audiovisual que se elabora. Por ejemplo, la tipografía es un elemento gráfico que dice mucho de la producción; en muchas ocasiones sabemos si el programa es formal o juvenil al ver el tipo de letra que se maneja y eso es una decisión que queda en manos del experto en imagen.

Hacer un listado de los gráficos que se pueden crear resulta una tarea imposible, ya que las posibilidades son infinitas y dependen de la naturaleza de cada proyecto. Aún así, hay que tener presente que deben ser elaborados para que cumplan con el objetivo perseguido; es preciso que sean captados y entendidos sin mayor dificultad e igualmente llamen la atención y parezcan estéticos frente al espectador. Si entre los gráficos de algún proyecto audiovisual se encuentra alguna gráfica de estadística (ya sea de curvas, de barra, de pastel u organigramas) es recomendable que atienda a ese principio de sencillez.

La tipografía, como se menciona anteriormente, es también considerada un elemento gráfico dentro de la producción audiovisual; si nos damos cuenta, finalmente las letras son signos gráficos. La tipografía por su gran riqueza formal puede incluso convertirse en protagonista; puede ser despojada de su significado semántico original y utilizada exclusivamente como forma. Por ejemplo, se puede utilizar una letra tan grande que se salga fuera de campo, de modo que aunque no sea leída como letra, nazcan asociaciones entre sus formas y otras imágenes. La tipografía, nos dice Ráfols, "permite un trabajo de una riqueza enorme y es una fuente inagotable de recursos creativos a la que continuamente se le encuentran nuevos usos y aplicaciones. Pocos elementos hay en el diseño

28 Ráfols, Rafael, *et. al. El diseño audiovisual*. Barcelona, España; Gustavo-Gili, 2003, 43p

29 *Ibid* 57p

audiovisual que sean tan útiles y tan dúctiles como la tipografía."<sup>30</sup>

Ahora bien, cuando la tipografía no es utilizada como forma, ya que el objetivo es que las palabras sean leídas y conserven intacto su significado, es básico que sean legibles. En la producción audiovisual es recomendable que las letras no sean muy pequeñas; no deben ser trazadas a partir de líneas muy finas; se debe mantener el número de palabras en un mínimo y no se debe mostrar grandes cantidades de textos; se debe tener presente que el color rojo para la tipografía en el diseño audiovisual entorpece la lectura y no se deben utilizar tipografías muy "gariboleadas".

Por otro lado, los gráficos para una producción audiovisual pueden ser elaborados de distintas maneras según el medio elegido; cuando se utilizan diapositivas es posible crear los gráficos manualmente y luego ser capturados con la cámara para ser plasmados en la película especial. Estas formas de hacer gráficos son muy clásicas, sin embargo, como la tecnología avanza a pasos agigantados, día con día pone a nuestro alcance nuevos medios que enriquecen y facilitan la producción audiovisual; es por ello, que a continuación se hablará de la Infografía que en la actualidad se constituye como un elemento imprescindible dentro del universo de la imagen y el sonido.

## a) INFOGRAFÍA

"La infografía es la aplicación de la informática a la creación y el tratamiento de la imagen"<sup>31</sup>. Brinda herramientas tan poderosas que la han convertido en un instrumento muy importante dentro de la producción audiovisual y casi imprescindible dentro del Diseño Gráfico.

La infografía o el uso de la computadora para crear gráficos, ha ocasionado que el proceso creativo se haya tecnificado mucho, pero también ha hecho que la imagen alcance un desarrollo muy grande como lenguaje.

En años pasados (en 1980 aproximadamente), la graficación por computadora era una circunstancia bastante difícil; los equipos disponibles en aquella época eran demasiado costosos y sólo eran capaces de servir a un mercado muy reducido. Pero posteriormente la graficación por computadora fue desarrollándose aceleradamente, de tal forma que en la actualidad el panorama es totalmente distinto, cualquier persona involucrada en el mundo del Diseño Gráfico y Audiovisual, ve en la infografía un instrumento básico de trabajo.

Robert S. Simpson en su libro "Manual Práctico para producción Audiovisual"<sup>32</sup> expone un sistema típico de graficación en computadora. Este sistema consta de seis elementos básicos: una pantalla que es un monitor en color; una memoria que almacena valores instantáneos de cada píxel (componente mínimo o unidad de la imagen digital) en la imagen que se representa; un generador de imágenes que transforma la información almacenada en la memoria en señales separadas de rojo, verde y

30 *Ibid* 45p

31 *Ibid* 63p

32 Simpson, Robert S. *Manual práctico para producción audiovisual*. Barcelona, España; Gedisa, 1999, 44p

azul que son necesarias para la visualización; un procesador central que controla todo el sistema y, especialmente, hace posible que el usuario cambie con facilidad lo que está en la memoria; un teclado para ingresar texto e instrucciones; finalmente, una memoria a largo plazo que permita el almacenamiento de imágenes ya terminadas. Por su parte Ráfols<sup>33</sup> plantea una estación gráfica para la creación de gráficos; esta estación es la configuración de ordenador con una unidad central (CPU), los periféricos necesarios y los programas infográficos adecuados para el trabajo del diseño audiovisual. Estos equipos son necesarios para generar imágenes por computadora. En realidad, actualmente ya casi todas las computadoras están capacitadas (y si no, es posible adaptarlas) para soportar los programas necesarios para la elaboración de gráficos y poder ser utilizadas con ese fin.

Los programas infográficos sirven para crear y retocar imágenes y pueden ser utilizados tanto por personas que trabajan con imágenes fijas como por personas que trabajan con imágenes en movimiento; también son programas básicos para los programas de otras categorías (de animación, editoriales, para crear páginas web, etcétera) ya que cuentan con las herramientas fundamentales para crear, manipular y retocar la imagen y todo ello puede resultar necesario en cualquier momento durante la producción con los otros programas. Ponen al servicio del usuario una serie de herramientas que le hacen posible llevar a cabo su trabajo y para su uso deben manejarse con cierta soltura una gran cantidad de instrucciones que aunque en un principio parecen complejas, con la práctica se van haciendo familiares.

Hay programas que son exclusivos para la creación de la imagen, otros para el retoque (es decir, que sirven para perfeccionar o modificar las imágenes captadas por cámaras, por ejemplo) y otros tantos para el tratamiento y manipulación de la tipografía. Los programas infográficos hacen posible la elección de tipos de letra y tamaños de caracteres así como su ubicación en cualquier lugar de la composición; posibilitan la selección de cualquier color requerido; con ellos se pueden crear contornos y rellenarlos del color deseado, así como almacenar y manipular formas, imágenes y patrones, entre muchas otras funciones. Existen tantas posibilidades que si son aprovechadas al máximo se pueden crear gráficos e imágenes que casi rayan en lo perfecto.

Cabe decir que la informática y la computadora son herramientas que han tenido un profundo impacto dentro del mundo audiovisual; son utilizadas no solo para crear gráficos, sino también para animar imágenes, editar videos y sonido e incluso para llevar a cabo la presentación de productos audiovisuales, por mencionar algo. Robert S. Simpson señala al respecto: "En la actualidad es prácticamente cierto decir que los ordenadores, en particular los ordenadores personales, son un componente esencial u opcional de cualquier aspecto de la presentación y la producción de audiovisuales. Podría ocurrir muy pronto que en el uso comercial de los audiovisuales los ordenadores sean la plataforma de presentación de programas de AV más utilizada."<sup>34</sup>

Existen diferentes tipos de computadoras o plataformas con los que se pueden elaborar gráficos. Actualmente las más conocidas son las PC y las MAC (*Macintosh*). Para fines del presente proyecto,

33 Ráfols, Rafael, *et. al. El diseño audiovisual*. Barcelona, España; Gustavo-Gili, 2003, 64p

34 Simpson, Robert S. *Manual práctico para producción audiovisual*. Barcelona, España; Gedisa, 1999, 398p

es necesario conocer sus aspectos fundamentales.

**PC:** Las PC son computadoras que representan el estándar actual para el usuario promedio; son conocidas y utilizadas por la mayoría de las personas; en las empresas, en las escuelas, en los centros de Internet e incluso para uso individual, la llamada plataforma PC es la más común y de hecho, la más comercial.

Las siglas PC significan "*Personal Computer*". Es hacia el año de 1981 cuando la empresa IBM crea la primera computadora personal, pensada para uso particular. Fue tal su éxito que más tarde otras empresas desarrollaron y pusieron al mercado ordenadores que eran parecidos al de IBM o bien, eran compatibles, es decir, todo lo que se podía realizar con el original de IBM se podía realizar también con ellos.

Compatibles con IBM son todas aquellas computadoras en las que los aparatos complementarios y los programas adquiridos funcionan de igual manera que en la PC original de IBM y las que le sucedieron. Compatible quiere decir que una computadora determinada "se lleva bien" con el correspondiente de IBM. Para el usuario la compatibilidad resulta un aspecto importante, pues con base en ello puede elegir, de entre la extensa gama de periféricos y programas, los adecuados para su máquina y para su trabajo.

Cualquier PC requiere para trabajar un Sistema Operativo, que es un conjunto de programas de computadora destinado a permitir una administración eficaz de sus recursos. Comienza a trabajar cuando se enciende la computadora y gestiona el hardware (parte física de la máquina conformada por el monitor, el teclado, el ratón y el CPU el cual se constituye como la parte que interpreta las instrucciones y procesa los datos contenidos en los programas de computadora) desde los niveles más básicos permitiendo la interacción con el usuario. Suministra la interfaz, es decir, proporciona la parte que permite al usuario establecer comunicación con su equipo de tal forma que pueda cargar programas, acceder a archivos entre muchas otras tareas. También proporciona los programas de administración de archivos que controlan la creación, borrado y acceso de archivos de datos y de programas. El sistema operativo es, en resumen, el que hace posible que una computadora se ponga en funcionamiento<sup>35</sup>.

Cuando la casa IBM sacó al mercado su computadora personal, necesitó de un sistema operativo y se decidió por la oferta de Microsoft: el MS-DOS. MS abreviación de Microsoft y DOS alusivo al propio sistema operativo: *Disk Operating System*. Así, las PC comenzaron a trabajar con MS-DOS el cual ha ido evolucionando con el transcurso de los años. Debe señalarse que existen sistemas operativos DOS no sólo de Microsoft, sino también de otras firmas cuyo rendimiento es, en general, similar al de las versiones de Microsoft.

En un principio ningún usuario de PC podía ignorar el sistema operativo MS-DOS, sin embargo, con el tiempo los usuarios pudieron prescindir de la relación directa con el DOS tras la llegada de Windows en 1985, que se constituye como una familia de sistemas operativos desarrollados y

35 H. Tornsdorf, etal. *PC para principiantes*. 2da. ed. México; Computec editores, 1994, 144 - 145 pp

comercializados también por Microsoft. Con el Windows el usuario entra directamente, cuando arranca la computadora, en un mundo de imágenes, en el que se encuentran pequeños cuadros en la pantalla (íconos) que pueden ser activados con el ratón y con ello se inicia un programa. Con este sistema se da paso a la llamada "Tecnología de ventanas" con la que el usuario puede realizar múltiples tareas en ventanas distintas sin la necesidad de suspender alguna. Las versiones de Windows también han ido evolucionando, actualmente está en el mercado el Windows Vista que resulta muy atractivo, vanguardista y dinámico a la vez que proporciona todas las facilidades para trabajar con la computadora.

El término PC actualmente, señala Tornsdorf, "no significa tanto un aparato especial o una marca en concreto, sino que es más bien una especie de nombre genérico. Esto es, tenga el aspecto que tenga, esté fabricado por una pequeña empresa de Granada o por una gran fábrica japonesa, siempre es una PC"<sup>36</sup> si es que trabaja bajo los lineamientos anteriormente mencionados.

Con una PC es posible escribir, editar e imprimir textos; elaborar registros de datos y archivos; elaboración de tablas e informaciones numéricas con su correspondiente representación gráfica (hojas de cálculo); elaborar gráficos e imágenes para presentaciones; digitalización de fotos e imágenes con su correspondiente edición, redimensionamiento e impresión o la creación de efectos para videos (programas de edición de imágenes, dibujo y animación); digitalización de efectos musicales, interpretaciones musicales, control de sintetizadores y manipulación de sonidos, entre muchas otras cosas.

**MAC (Macintosh):** Mac es el nombre con el que actualmente hacemos referencia a cualquier computadora personal diseñada, desarrollada, construida y comercializada por *Apple Inc.*

El *Macintosh* 128K fue lanzado al mercado el 24 de enero de 1984. Fue uno de los ordenadores que más que compatibles, eran parecidos al original de IBM. Fue la primer computadora personal comercializada exitosamente que usaba una interfaz gráfica de usuario (GUI) y un *mouse* en vez del estándar de esa época: la interfaz por línea de comandos. Cuando Microsoft saca al mercado Windows, entorno gráfico para ordenadores PC IBM compatibles, con un parecido asombroso al sistema operativo Mac OS, *Apple* interpuso una demanda de varios millones de dólares contra Microsoft, por violación de copyright.

El sistema Windows se popularizó y esto restó mercado a *Apple*. Sin embargo, aunque se ha favorecido más a la plataforma PC, las MAC se recuperaron a finales de 1990 lanzando nuevos productos y actualmente tienen un espacio significativo dentro del mercado. En algunos casos el equipo y los programas se cotizan a un precio más elevado que el de las PC, pero poco a poco han entrado en el estándar.

Las MAC tienen como objetivo principal de mercado el hogar, la educación y la creatividad profesional. Sus puntos fuertes son "manejo sencillo y una gran calidad en la elaboración de textos y sobre todo de gráficos"<sup>37</sup>. Es por estas razones y debido a su alta capacidad que es más utilizada en

36 *Ibid.* 17-18 pp

37 *Ibid.* 19 p

el campo del Diseño Gráfico y de la creación visual que en otras áreas, sin embargo, brinda todas las facilidades que una PC podría proporcionar.

La línea de producción de MACs en la actualidad varía desde el básico Mac mini de escritorio, hasta las iMac distintas generaciones y las ibook que son computadoras portátiles.

*Apple* proporciona a las MAC todos los aspectos de su hardware y crea su propio sistema operativo que viene preinstalado en todos los ordenadores de esta plataforma, a diferencia de las PC con Microsoft Windows, donde el vendedor proporciona el sistema operativo.

Mac OS X es el actual sistema operativo de la familia de ordenadores de Macintosh. Todos los modelos de Mac actuales vienen preinstalados con una versión nativa de la última versión de Mac OS X, que actualmente está en su versión Mac OS X v10. 5. 1y es usualmente conocida por su nombre código "Leopard".

El sistema operativo de las PC y de las MAC es distinto, esa incompatibilidad hace que los datos y los programas de la *Apple Macintosh* no puedan ser trabajados por una PC. Sin embargo, muchos programas, si no es que la mayoría, se desarrollan hoy en día en dos versiones, una para cada tipo de computadora. Los datos pueden ser intercambiados, dado que las versiones nuevas de *Macintosh* pueden leer archivos escritos con una PC. Con esto es posible crear archivos de cualquier tipo (texto, gráficos, sonoros, etc.) en una PC y continuar su edición en las MAC y viceversa.

Existe una amplia variedad de programas destinados a la creación gráfica y audiovisual. A continuación mencionaremos algunos de ellos los cuales, cabe decir, se encuentran a la venta en sus dos versiones: PC y MAC.

### **Adobe Creative Suite**

La suite creativa de Adobe esta conformada por una serie de programas desarrollados por la firma Adobe especialmente para el tratamiento de la imagen y la creación visual.

- ***Photoshop CS2***: Este programa es utilizado para el tratamiento y retoque de la imagen. Si bien, no es el más adecuado para elaborar gráficos, sí es el más utilizado para manipular las imágenes elaboradas con otro programa o fotografiadas. Pone al alcance del creativo un sin fin de herramientas para borrar, recortar, deformar, modificar el color, la saturación, el brillo y el contraste de las imágenes. Con *Photoshop* es posible crear sombras en distintas direcciones y elaborar degradados, cambiar el tamaño del documento, agregar diversos efectos visuales y más aún, realizar fotomontajes, entre muchas otras funciones. Para dar tratamiento a las fotografías que irán ya sea en una revista, en un empaque, en una cortinilla de televisión, etc, el *photoshop* es el programa ideal.

- ***Illustrator CS2***: Es un programa pensado para crear gráficos. Con él se pueden elaborar desde las ilustraciones más sencillas hasta las más complejas. Cuenta con paletas de color, tiene herramientas de relleno, goteros, plumillas de trazo, distintos tipos de trazo con grosores variados, librería de símbolos, herramientas de sombreado, efectos de aerógrafo, texto, entre otros. Los gráficos en este programa se realizan con vectores por lo que se puede modificar el tamaño de la

imagen sin poner en riesgo su calidad.

- **In Design CS2**: destinado especialmente para Diseño Gráfico Editorial. *In Design CS2* es un programa con el que se pueden diseñar revistas, libros, periódicos, folletos, trípticos, tarjetas y cualquier documento de este tipo. Proporciona las facilidades para crear cajas de texto y retículas que sirven de guía para distribuir el contenido. Ofrece distintos formatos de página o bien, se pueden crear formatos a la medida. Con *In Design* se elaboran páginas maestras con su respectivo diseño que sirven como plantillas con el objeto de ahorrar tiempo y lograr uniformidad en el contenido visual. Brinda distintas tipografías. Se pueden insertar imágenes y colocar el texto encima, alrededor o en la parte que se desee. Con este programa el Diseño Editorial es bastante artístico.

No pertenece al corporativo Adobe pero se utiliza para la graficación por computadora:

- **CorelDRAW**: Es un programa desarrollado por *Corel Corporation* utilizado en el ámbito de las artes gráficas. Tiene funciones múltiples, principalmente de maquetación que consiste en organizar en un espacio determinado de la página los contenidos escritos y visuales. Se considera versátil por la forma en que permite manipular gráficos vectoriales y mapas de bits, e incluso diseño de páginas web. Una ventaja de *CorelDRAW* sobre programas similares es su habilidad de editar mapas de bits: un gran arsenal de herramientas de edición permiten ajustar contraste, balance de color, curva tonal, cambiar espacio de color, dar efectos especiales y dar bordes especiales a los mismos.

Otros programas que se utilizan dentro del medio audiovisual son:

- **Premiere Pro**: Es un programa de Adobe dedicado a la edición de video en computadora. Con solo conectar una cámara de video al ordenador, es posible arrastrar el material grabado al programa y realizar la película que se haya planeado. *Premiere Pro* cuenta con diferentes herramientas que permiten eliminar e insertar cuadros, cambiar la velocidad de la película, aplicar filtros, incluir barras de color, conteo inicial y créditos, emplear diferentes transiciones, insertar fondos así como editar el sonido, entre otros, todo ello, para lograr un material profesional. Dentro de los programas de edición de video también se encuentra el *Final Cut*, similar a *Premiere Pro*.

- **After Effects**: Desarrollado por la firma Adobe para la animación de gráficos y la aplicación de diversos efectos visuales. Las imágenes creadas en otro programa o fotografiadas, pueden adquirir movimiento por medio de *After Effects*. También es posible trabajar con grabaciones de video y modificarlas aplicando distintos efectos. Tiene herramientas para trabajar con sonido y para cambiar el tamaño, la opacidad, la rotación y la posición de los elementos en pantalla, incluso en tres dimensiones. Con este programa se crean presentaciones audiovisuales muy dinámicas.

- **Pro Tools**: Es una estación de trabajo de audio digital. Actualmente por sus altas prestaciones, es el estándar de grabación en estudios profesionales, usado mundialmente. Es uno de los mejores programas de edición de audio, de producción musical y postproducción audiovisual. Su calidad y su capacidad son reconocidos ampliamente.

- **Flash**: Es un programa desarrollado por *Macromedia* cuyo uso más frecuente es el de crear

animaciones y páginas web. Trabaja principalmente con gráficos vectoriales, lo cual resulta una ventaja porque las animaciones tienen poco peso y pueden ser llevadas a la web sin problema alguno. Ofrece efectos visuales con los que se logran presentaciones atractivas y profesionales. Incorpora opciones de legibilidad para fuentes pequeñas, haciendo la lectura de los textos más fácil. También permite insertar videos y sonido.

- **Particles Illusion**: es un software independiente para añadir efectos especiales de partículas a una imagen, animación o video. Su principal utilidad consiste en crear diferentes efectos tales como bolas de fuego, explosiones, chispas, juegos pirotécnicos, lluvia de plumas u hojas, luces, sombras, rayos, etcétera, los cuales hacen de las producciones audiovisuales algo aún más atractivo.

La paquetería en cuanto a graficación por computadora y producción audiovisual es extensa. Sin embargo, los programas señalados anteriormente son de los más utilizados en la actualidad a nivel profesional.

Existen dos tipos de gráficos: los vectoriales y las imágenes en mapa de bits<sup>38</sup>.

**Gráficos vectoriales**: en este tipo de gráficos las formas se definen por sus contornos a través de líneas o vectores que contienen los parámetros que definen cada píxel a través de cálculos matemáticos. La variación de las formas comporta la actualización de los cálculos por lo que una ampliación de la imagen no afecta su calidad.

La definición del color que contiene una imagen vectorial sólo puede ser una tinta plana o varios colores relacionados entre ellos a través de degradados. Un ejemplo de imagen vectorial es la tipografía que se trabaja en computadora, en la que cada letra se define como una imagen vectorial de modo que puede ser manipulada de cualquier manera sin perder su definición. *Illustrator CS2* es un programa que trabaja bajo sistema vectorial.

Antes de analizar lo que son las imágenes en mapa de bits es conveniente saber que es un píxel y en qué consiste la resolución. El *píxel* es el componente mínimo, la unidad de la imagen digital. Las imágenes digitales, ya sean fotografías, un fotograma de video o un gráfico, están compuestas por píxeles cuyo número depende de la resolución. Al situarnos a cierta distancia de la pantalla, la visión de los píxeles se pierde en beneficio de la visión unitaria o de conjunto. Cada píxel se define por la cantidad de bits que utiliza, cuantos más bits, mayor será el número de colores que pueden ser creados y por consecuencia, la representación de la imagen digital será más fiel al original. Por ejemplo, si tiene 8 bits pueden obtenerse 256 colores distintos en cada píxel y si tiene 24 bits pueden obtenerse 16.777.216 variantes.

La *resolución* se mide en puntos por pulgada (dpi) o en píxeles por pulgada (ppp). Al multiplicar el número de puntos horizontales por el de puntos verticales se obtiene el número total de puntos de la imagen, es decir, su resolución. Cuanto más alta sea la resolución, habrá mayor definición visual y por ende, una percepción más perfecta de la imagen.

Se consideran tres tipos de resolución: la de pantalla, la de la imagen y la de salida.

La *resolución de pantalla* alude a la nitidez, informa sobre el máximo número de puntos por unidad de superficie que puede llegar a mostrar una pantalla determinada y puede aumentarse o disminuirse a voluntad dentro de ciertos parámetros.

La *resolución de la imagen* depende del número de píxeles que la compongan, cuanto mayor es la resolución, más suave resulta la transición entre los colores y más matices admite la imagen, con lo que gana en detalle. Si la resolución de una imagen es menor a la resolución de pantalla, puede quedar "pixelada", es decir, se verán los píxeles de la imagen disminuyendo su calidad y su nitidez.

La *resolución de salida* alude a la resolución final. Una imagen para ser impresa, requiere una resolución superior a la que requiere para ser emitida por una pantalla. Para una web de Internet o para televisión es posible trabajar con una resolución de 72 ppp; de hecho, la televisión convencional trabaja con una resolución de 720 x 576 píxeles. Sin embargo, para una imagen sujeta a impresión es necesario trabajar con una resolución de 150 ppp en adelante, según el tamaño de la impresión.

Imágenes en mapa de bits: Se asemejan a una especie de cuadrícula en la cual cada uno de los píxeles muestra un color determinado. La información de estos gráficos es guardada individualmente para cada píxel y es definida por las coordenadas y color de dicho píxel. Las imágenes en mapa de bits contienen todos los matices necesarios para su definición y son dependientes de la variación del tamaño y resolución, pudiendo perder calidad al modificar sucesivamente sus dimensiones. El video y la fotografía digitales son un ejemplo de imágenes en mapa de bits y *Photoshop CS2* es un programa que trabaja bajo este sistema.

## 2.3.3 SONIDO

El sonido como fenómeno físico se define como "la sensación causada en el oído humano por el movimiento vibratorio de los cuerpos transmitido a través de medios elásticos (normalmente aire) que lo propagan"<sup>39</sup>. Es la sensación, en el órgano del oído, producida por el movimiento vibratorio de un cuerpo sonoro. Un ejemplo de ello es la guitarra; al pulsar sus cuerdas, se desplazan de un lado a otro, esta vibración es la que origina el sonido.

El sonido se desplaza en el aire a través de las ondas sonoras, las cuales son esféricas debido a que se propagan en todas las direcciones según los radios de una esfera en cuyo centro se encuentra la fuente que vibra.

Las ondas sonoras tienen los mismos elementos y unidades de medida que cualquier otra onda:

- Longitud de onda: Corresponde a la distancia que hay entre dos crestas consecutivas de una misma onda e indica el tamaño de la misma.
- Frecuencia: Es el número de ciclos (ondas completas) que se producen o que se reciben por

39 Martínez Abadía, José. *Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, video, radio*. 2da. ed. Barcelona, España; Paidós Ibérica, 1991, 172p

unidad de tiempo. En el caso del sonido la unidad de tiempo es el segundo y la frecuencia se mide en Hertz (ciclos por segundo).

- Período: Es el tiempo que tarda cada ciclo en repetirse.
- Amplitud: Indica la cantidad de energía que contiene una señal sonora.
- Fase: La fase de una onda expresa su posición relativa con respecto a otra onda.
- Potencia: Es la cantidad de energía radiada en forma de ondas por unidad de tiempo por una fuente determinada. Depende de la amplitud.

El sonido tiene cuatro cualidades principales: La intensidad, el tono, el timbre y la duración<sup>40</sup>.

La *intensidad* denota la cantidad de energía acústica que contiene un sonido. Las vibraciones de amplitud mayor originan mayores presiones y depresiones sobre la membrana timpánica del oído, de ahí que la sensación sonora sea de mayor intensidad. Esta cualidad equivale al volumen, el cual determina que un sonido sea fuerte o débil.

El *tono* es la propiedad de los sonidos que hace posible distinguirlos entre agudos y graves. Está determinado por la frecuencia.

El *timbre* es la cualidad que nos permite distinguir los diferentes instrumentos y voces, aún cuando se encuentren emitiendo sonidos con la misma altura, duración e intensidad. Está determinado por el número e intensidad de los armónicos que acompañan a un sonido determinado y es característico para cada fuente sonora. Los armónicos (ondas que acompañan a una frecuencia fundamental) son los que confieren características diferentes a los sonidos emitidos por las distintas fuentes sonoras, las cuales pueden ser desde la voz humana, hasta un instrumento musical o el golpeteo sobre un objeto.

La *duración* alude al tiempo de vibración de un objeto. Se pueden escuchar sonidos cortos, largos, muy largos, etcétera.

Desde tiempos remotos el sonido ha estado presente en la vida cotidiana del hombre y al paso del tiempo éste lo ha sabido aprovechar, ordenar y conjugar al grado incluso, de construir todo un lenguaje musical, pues el sonido, en combinación con el silencio, es en definitiva la materia prima de la música.

Ahora bien, dentro del medio audiovisual, el sonido se refiere a la parte sonora de toda producción audiovisual, la cual se compone de la palabra, la música y los efectos sonoros (sonidos de truenos, lluvia, pasos, galope de caballos, etcétera). Ráfols en su escrito que lleva por título "Diseño Audiovisual" apunta que el silencio puede ser considerado como un elemento más dentro de la parte sonora "porque también puede tener valor expresivo, aunque en el diseño audiovisual hay que hablar más de pausa que de *silencio*, ya que éste no se produce si dura menos de tres segundos, y eso es mucho tiempo en las piezas de corta duración. El silencio puede ser una pausa en un ritmo frenético o ser la preparación de un cambio de ritmo. Puede servir para crear misterio o ser la antesala de una

sorpresa."<sup>41</sup>

El sonido es el elemento que complementa la parte visual del proyecto, va a la par con ella y ambas se corresponden. Si bien, para que un audiovisual sea efectivo, no debe darse mayor importancia a lo visual que a lo sonoro y viceversa (ya que ambos conforman una unidad), también hay que precisar que la pista sonora pesa muchísimo en cualquier producción, pues tiene la capacidad de rescatar una secuencia de malas imágenes o bien, hundir por completo el producto audiovisual aunque las imágenes que le conformen sean realmente buenas.

La importancia del sonido radica en que crea atmósferas, ambienta, "acentúa la carga emotiva de la comunicación, reforzando el valor expresivo de la imagen, dándole relieve al dotarla de una dimensión envolvente para que el espectador se sienta dentro."<sup>42</sup> ¿Cuántas veces, sin reparar, hemos sido hipnotizados y adentrados a una trama gracias al fluir de los compases musicales?, ¿Cuántas veces una imagen ha cobrado fuerza ante nosotros debido a su acompañamiento musical?; en definitiva una banda sonora tiene la facultad de enganchar al espectador y de tocar sus fibras más internas al punto de conmoverlo.

Las diferentes partes de la banda sonora pueden relacionarse con ciertas imágenes confiriéndoles mayor protagonismo de tal forma que destaquen del resto. Al variar la intensidad de los sonidos y efectuar su cambio con respecto al fluir de las imágenes, se genera una atmósfera que refuerza y enriquece la parte visual. Cuando se sincroniza alguna parte de la pista sonora con alguna imagen, es posible conducir la atención del espectador hacia esa parte concreta del conjunto, pues la correspondencia entre la imagen y el sonido es más precisa y el elemento visual se acopla mejor al ritmo musical.

De este modo, la presencia del sonido influye de manera contundente en cómo son percibidas las imágenes por el espectador; el sonido modifica y refuerza el ritmo visual; aumenta la sensación de continuidad y hace que las imágenes aparenten formar parte de una cadena o de una sucesión con sentido. La estructura sonora se incorpora a la estructura visual concediéndole fuerza y mayor expresividad.

Técnicamente hablando, crear una banda sonora resulta una tarea no tan sencilla. Para grabar una banda de sonido se debe considerar el equipo con el que se cuenta, el ambiente adecuado para efectuar la grabación e incluso la participación de expertos que saben de la labor. Existen salas de grabación que cuentan con las condiciones y el equipo necesarios para crear bandas sonoras muy elaboradas; en ocasiones hay proyectos en los que la producción de sonido, debido a su nivel de complejidad, requiere de la participación de uno o más profesionales; existen equipos muy sofisticados como consolas y micrófonos (que generalmente se encuentran en estudios de grabación), así como equipos más sencillos como grabadoras personales; en fin, el utilizar uno u otro recurso depende de qué tan disponible sea, así como del capital con el que se cuente e incluso de la envergadura del proyecto. Cabe hacer mención de que hoy en día ya se cuenta con grabadoras digitales y programas computacionales para la edición de sonido, los cuales facilitan en mucho la

41 Ráfols, Rafael, *et. al. El diseño audiovisual*. Barcelona, España; Gustavo-Gili, 2003, 34p

42 *Ibidem*

producción sonora ya que se encuentran al alcance del público en general (aunque obviamente son más utilizados por la gente involucrada en el medio) e incluso se hace uso de ellos en empresas enfocadas a la producción audiovisual.

Existen tres clases de sonido: el monoaural o monofónico, el estéreo o estereofónico y el cuadrafónico:

- Sonido monoaural o monofónico: es el sonido que sólo está definido por un solo canal de amplificación (disposición 1.0). Este sonido corresponde a una grabación captada con un solo micrófono o bien a una mezcla final y es semejante al sonido escuchado con un solo oído. Este sonido carece de la sensación espacial que proporciona la audición estereofónica.
- Sonido estéreo o estereofónico: Se le llama sonido estereofónico o estéreo (stereo en inglés) al grabado y reproducido en dos canales (disposición 2.0). Hoy en día los CD de audio, las estaciones de radio FM (en su mayoría) y en general dentro de la industria audiovisual, se transmiten señales de audio estéreo. El propósito de grabar en sonido estereofónico es el de recrear una experiencia al escuchar más natural, en donde – al menos en parte- se reproduzca el lugar de donde proviene cada fuente de sonido grabada. Con este sonido se puede conseguir una sensación de relieve acústico. Aunque el sonido estéreo pueda tener dos canales monaurales independientes, usualmente la señal en un canal está relacionada con la señal del otro canal. Por ejemplo, si se grabara exactamente la misma señal en ambos canales, entonces va a escucharse como un sonido central "fantasma" cuando sea reproducido en bocinas. Es decir, el sonido parece provenir del punto medio entre las dos bocinas.
- Sonido cuadrafónico: es el sonido que se registra o se reproduce a través de cuatro canales discretos de información de audio. El sistema de audio cuadrafónico es el precursor de los sistemas de teatro en casa 5.1 entre otros.

Como se puede apreciar, el mundo del sonido es bastante tecnificado, pero más allá de eso debemos saber que una buena pista musical, que tenga calidad en la locución y contenga la música adecuada, solidificará, sin duda alguna, cualquier proyecto audiovisual.

Cuando se crea una banda sonora comúnmente sus elementos (la narración, la música y los efectos sonoros) son grabados en forma independiente para luego unificarse constituyendo así una pista final.

## a) LOCUCIÓN

La locución se refiere al texto hablado que se emite en el medio audiovisual. En la locución, la persona que habla no sale a cuadro y la palabra pasa a formar parte del sonido de una producción. La palabra es un elemento esencial como recurso auditivo; el texto oral debido a su enorme capacidad de transmitir información y por la fuerza de la modulación de la voz, se convierte en protagonista siempre que esté presente.

El texto oral generalmente tiene una función informativa y se usa cuando se busca mayor precisión en la comunicación. El texto oral, nos dice Ráfols, "como narración (no en el contexto musical) tiene una gran fuerza, es capaz de estructurar tanto la visión como la audición y sus contenidos determinan



la decodificación del receptor."<sup>43</sup> La información que llega al receptor a través de la narración es mucho más precisa, menos ambigua y evita en gran medida cualquier confusión que pueda darse.

Debido a que el texto oral proporciona al espectador el contenido temático en forma precisa, es muy importante que sea entendible. Es por ello que cuando se registra una narración se debe elegir el lugar en donde se llevará a cabo la grabación, un sitio vacío siempre es poco recomendable ya que se produce un efecto de eco o resonancia que hace ininteligibles las palabras. Por otro lado se debe atender a la distancia que guarda el locutor con respecto al micrófono ya que si es demasiado corta se producirá un sonido de interferencia bastante desagradable para el oyente, 20 o 30 centímetros es la distancia sugerida. Se debe trabajar en un lugar aislado o al menos en donde no se filtren con facilidad los sonidos del exterior, una sala profesional cuenta con todas las condiciones para hacer un registro de voz excelente, sin embargo, el acceso a ella no siempre es fácil.

La elección de la voz o de las voces es una cuestión de suma importancia. Sabemos que cada persona cuenta con un timbre particular de voz y no todos son capaces de proyectarla en forma adecuada. Se debe escoger una voz que vaya de acuerdo al concepto que maneja el audiovisual, es decir, hay que deliberar si es mejor una voz femenina o una masculina, incluso una infantil; verificar si la voz del locutor filtra bien en el micrófono y también si tiene buena dicción (pronunciamiento adecuado). Se recomienda que el locutor ensaye la lectura del texto antes de la grabación, esto para reducir las posibilidades de repetición. Se sugiere que el texto sea impreso en páginas sueltas y numeradas para que el locutor pueda manipularlas sin mayor dificultad y pueda colocarlas en un sitio lejos del micrófono con el fin de que no se grabe el ruido de las hojas. Lo más importante es lograr una narración clara y que resulte grata al oído de la audiencia.

Existen varios tipos de voces, que se distinguen por el tono y por la inflexión<sup>44</sup>; el tono determina la edad del personaje y la inflexión, su carácter.

Por el tono tenemos voces agudas, centrales y graves. Para los hombres, el tenor ligero generalmente representa a un joven de 16 a 20 años; el tenor dramático a un hombre de 20 a 40 años; el barítono representa a uno de 40 a 60 años y el bajo corresponde a un anciano.

Para la mujer, la soprano ligera es propia de una adolescente; la soprano dramática representa a una mujer de 17 a 35 años; la mezzo soprano corresponde a una de 35 a 50 años y el contralto denota a una anciana.

Por su inflexión, las voces más comunes son:

- Voz estentórea o de trueno: Corresponde a una voz recia, fuerte. En el hombre corresponde al prototipo del dominador, severo y duro y en mujeres corresponde a las de carácter muy recio.
- Voz de campana: Es una voz severa y enérgica. En el hombre denota a una persona viril,

43 *Ibidem*

44 De Anda y Ramos, Francisco. La radio. El despertar del gigante. México; Editorial Trillas, 1997, 278 - 281 pp

- firme y decidida. Esta voz en una mujer pone al descubierto su carácter enérgico pero equilibrado.
- Voz de plata (argentina o juvenil): Es clara y sonora. Para los hombres corresponde al joven alegre, afable, al galán, al bueno y se trabaja sobre la voz de tenor. En la mujer, es propia de la joven, soñadora y sensible.
  - Voz cálida: Es melodiosa, agradable y sensual, corresponde a la mujer frívola, melosa y carnal.
  - Voz metálica: Es el punto medio entre la de campana y la de plata, sin embargo, es más nasal. Es sonora y enérgica. Puede utilizarse para un narrador poco serio.
  - Voz cascada: Es una voz opaca, empañada, carente de fuerza y sonoridad, monótona que corresponde al viejo. También se utiliza para denotar a personas traidoras, intrigantes y ruines. En la mujer es propia de la amargada, de la bruja o de la alcahueta.
  - Voz aguardentosa: No es armoniosa y sí muy bronca. Normalmente se utiliza en el hombre para representar al presidiario, degenerado, borracho y perverso.
  - Voz dulce: Corresponde a una voz sumisa, baja y suave, que implora y suplica. Tanto en el hombre como en la mujer, caracteriza a personajes bondadosos y tiernos.
  - Voz atiplada: Es una voz chillona y afeminada.
  - Voz de grillo: Similar a la atiplada, pero con un toque de amargura y gruñón. Se aplica a la solterona hostil o a la suegra rezongona.
  - Voz blanca: Corresponde a una voz infantil o femenina, aguda y clara. Es característica de los niños.

Las voces también se clasifican con respecto a su intención dentro del discurso narrativo, de tal manera que existen las voces informativa, narrativa, dramática y testimonial.

La voz *informativa*, como lo indica su nombre, es propia de aquellas personas cuyo objetivo principal es proporcionar una información determinada al auditorio; como ejemplo tenemos la voz del conductor de un noticiero o de un reportero, cuya intención es informar al auditorio acerca de distintos acontecimientos.

La voz *narrativa* es aquella en la que su emisor va relatando melódicamente una historia y es llamado comúnmente narrador. Por lo general el narrador no aparece a cuadro y va contando los eventos que involucran a los personajes en pantalla, puede hablar en pasado o en presente. También puede hablar en primera persona, cuando el narrador comparte al auditorio una historia que le sucedió. Esta voz tiene la capacidad de envolver al espectador y llevarlo de la mano durante el desarrollo de la presentación.

La voz *dramática* es aquella que acentúa la carga emotiva del personaje, implica actuación. Un ejemplo de ella lo tenemos en el doblaje, en el que no sólo la traducción sino la proyección de las emociones, juega un papel importante.

La voz *testimonial*, como su nombre lo indica, corresponde a las personas que dan testimonio de algún evento. La voz de una persona que es entrevistada para dar su versión de los hechos, es el ejemplo de una voz testimonial.

## b) MÚSICA

La música es el “Arte de combinar los sonidos de la voz humana o de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, de suerte que produzcan deleite, conmoviendo la sensibilidad, ya sea alegre, ya tristemente.”<sup>45</sup> Este arte de organizar sensible y lógicamente la combinación de sonidos y silencios se lleva a cabo atendiendo los principios fundamentales de la melodía, la armonía y el ritmo los cuales, se constituyen como los parámetros fundamentales de la música, junto con las cualidades del sonido en general (intensidad, tono, timbre y duración).

La *melodía* es un conjunto de sonidos, concebidos dentro de un ámbito sonoro particular, que suenan sucesivamente uno después de otro (concepción horizontal), y que se percibe con identidad y sentido propio. También los silencios se consideran como parte de la estructura de la melodía, ya que ponen pausas al “discurso melódico”. Esto da como resultado una frase bien construida semántica y gramaticalmente. Cuando existe dos o más melodías simultáneamente se denomina contrapunto.

La *armonía*, cuya unidad básica es el acorde, regula la concordancia entre sonidos que suenan simultáneamente y su enlace con sonidos vecinos. El acorde es un grupo vertical de tres o más notas de diferente altura, tocadas simultáneamente. La armonía, trata de las relaciones entre sonidos y acordes en la música tonal; enseña a combinar los sonidos de acuerdo a ciertas reglas con el objeto de construir acordes y sugiere la manera de conjugarlos en la forma más equilibrada para conseguir distintas sensaciones: ya sea de sosiego o de tensión, armonía consonante o disonante respectivamente. La armonía alude a las sonoridades simultáneas, es decir, se refiere al conjunto formado por distintas voces o sonidos en un instante determinado. A diferencia de la melodía que es lineal, el desarrollo de la armonía es vertical.

El *ritmo* se refiere a la pauta de repetición a intervalos regulares, y en ciertas ocasiones irregulares, de sonidos fuertes y débiles o largos y breves, en una composición. El ritmo es un flujo de “movimiento” sonoro controlado o medido, que se produce por la ordenación de los distintos sonidos. En las composiciones audiovisuales el ritmo es una pauta indispensable, ya que cuando las imágenes se desarrollan al compás de la música, la comunión audiovisual es llevada a su máxima expresión.

La música tiene una gran fuerza para evocar sensaciones determinadas, tiene una gran capacidad para crear ambientes que envuelven al espectador y lo predisponen emocionalmente; con respecto a esto Francisco de Anda y Ramos en su libro “La radio. El despertar del gigante” señala: “Con la música, el guionista puede situar al público en un lugar o tiempo, ambientarle la acción para mayor realismo, describirle el estado de ánimo de los personajes, intensificar su emoción en determinados pasajes, indicarle con toda claridad los cambios de escena o remate de hechos narrados.”<sup>46</sup> La música puede ser triste, alegre, misteriosa, etcétera y de esa variedad, debe elegirse la que más convenga según las sensaciones que se quieren despertar en el espectador.

45 Música. Consultado en: Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=m%FAfica](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=m%FAfica) 21 - 02 - 2008

46 De Anda y Ramos, Francisco. La radio. El despertar del gigante. México; Editorial Trillas, 1997, 281 p

La música puede clasificarse según al género al que pertenezca y según su aplicación dentro de la producción audiovisual.

Entre los diversos géneros musicales se encuentran:

- *Música clásica*: conocida también como música culta o académica, un tanto alejada de la música popular y destinada a un auditorio selecto. También se usa este término para referirse a la música orquestal en general. J.S Bach, Haydn, Mozart y Beethoven son los principales exponentes de este género musical.
- *Gospel*: es un género musical originado en Estados Unidos, de predominancia vocal, basado en un importante uso armónico de la interpretación coral. Las letras son de naturaleza religiosa, particularmente cristiana e incluye subgéneros como gospel contemporáneo, y gospel urbano contemporáneo.
- *Jazz*: forma principalmente instrumental que surgió a partir de un mezcla entre el *Folk blues* el *ragtime* y la música europea, especialmente la música de banda. Se lo considera la primera forma de arte nativo desarrollada en los Estados Unidos.
- *Blues*: es un género vocal e instrumental surgido en la comunidad afro americana de Estados Unidos. Evoluciona a partir de la música de África occidental (*spirituals*) y ha influido fuertemente a muchos géneros musicales norteamericanos, y -a través de ellos- a la música pop.
- *Funk*: género con fuertes influencias del jazz y del rock, caracterizado por sus ritmos sincopados; desarrollado por músicos como Robert Brown y Melvin Parker.
- *Rock*: En sentido amplio puede referir a toda la música popular grabada desde principios de la década de 1950. Su principal característica es el énfasis rítmico y el uso de instrumentos eléctricos como la guitarra.
- *Ritmos latinos*: dentro de esta categoría se encuadra una gran cantidad de subgéneros denominados en el mundo anglosajón "*Latin music*". Contiene una rica variedad de música ligada a la herencia cultural de los países latinoamericanos. Ejemplos de esta música son la salsa, cumbia, merengue, vallenato, etc, con centro especial en el Caribe, incluyendo norte de Sudamérica, Centroamérica y México.

La diversidad musical es tan extensa que su análisis rebasaría los límites del presente proyecto; sin embargo, es importante mencionar que toda esa riqueza musical se constituye como un mundo de posibilidades con las que el realizador audiovisual puede fortalecer el sentido de sus producciones.

Según su aplicación, la música se clasifica en:

- *Música de situación*: Contribuye a ubicar al espectador en una región determinada, en un lugar geográfico. Se utiliza música folklórica generalmente. Por ejemplo, para Jalisco está el Mariachi; para España está el flamenco y así respectivamente.
- *Música ambiental*: Alude a los llamados fondos musicales. Además de respaldar la acción, puede situar y en tal caso, se le denomina música funcional o descriptiva. La música ambiental debe tener un volumen que permita escuchar el diálogo en primer plano.

- Música descriptiva del estado de ánimo: Esta música auxilia en el arte de expresar las emociones. Si la escena es de miedo, se utiliza un pasaje misterioso o tenebroso; si es de optimismo se utiliza una pieza alegre; si se habla de un idilio amoroso, el fondo es dulce y romántico.
- Música emocional: Por su empleo es similar a la anterior, sin embargo, con la música que describe el estado de ánimo, se representa el estado psicológico de los personajes y con la emocional, se busca que el espectador viva la acción con los personajes. Debe avisar al auditorio que algo importante sucederá y tiene que ser muy expresiva, por sí sola ha de producir una tensión en quien la escucha. Un ejemplo puede ser un ritmo acelerado en una escena de persecución.

La música al unirse a las imágenes, cobra mucha más precisión, su significado es mucho más claro y sus intenciones más concretas. Cuando se escucha una melodía el oyente tiene toda la libertad de interpretarla y experimentar sensaciones que dependen de su experiencia personal; sin embargo, dentro del contexto audiovisual, en el momento en el que la música se une a la parte visual deja de ser ambigua o vaga, adquiere un solo sentido, un solo significado, una sola intención y junto con las imágenes forma parte de una nueva realidad.

Para hacer el registro de la música, primero se debe hacer una selección de las piezas musicales que serán utilizadas; éstas pueden ser tomadas de discos, *cassettes*, CD's, etcétera o bien, cuando el proyecto precise de música original, las piezas pueden ser creadas ya sea por una orquesta o utilizando instrumentos musicales electrónicos. Cuando se crea un acompañamiento original es más fácil que la música vaya de acuerdo con el carácter del proyecto, ya que es creada especialmente para ello y se evita la búsqueda de canciones adecuadas; sin embargo, producir música original es una labor bastante complicada que necesita de la participación de músicos que cuenten con el equipo y el conocimiento necesarios.

De las piezas musicales deben elegirse los fragmentos correspondientes, a partir de ellos se crea la sintonía musical en la cual los diferentes segmentos musicales se van mezclando a través de los *fade in*, *fade out* y cortes. *Fade in*, *Fade out* y el corte son términos que deben tenerse bien presentes incluso desde la elaboración del guión técnico (en donde se proporcionan indicaciones técnicas tanto de imagen como de sonido). *Fade in* es una indicación técnica que implica la entrada de la música de un tono suave a un tono fuerte; *Fade out* significa la salida de la música desde arriba hacia abajo, es decir, de un tono fuerte a uno suave; finalmente Corte indica el cambio, sin mayor miramiento, de un fragmento o pieza musical a otro.

Si bien, la construcción de una sintonía musical puede realizarse en un estudio especial que cuenta con las consolas de sonido y los amplificadores correspondientes, ya las computadoras ponen a nuestro alcance programas de edición de sonido en los que se puede llevar a cabo la mezcla de canciones, se puede modificar el volumen del sonido, es posible hacer cortes y disolvencias, se pueden incluir los diferentes efectos sonoros, entre muchas otras cosas.

### c) EFECTOS DE SONIDO

Los efectos de sonido corresponden a todos aquellos sonidos que junto con la narración, los diálogos y la música conforman la parte sonora de la producción audiovisual. Por lo general, son pregrabados y se insertan en determinados momentos de la pista, según se haya planeado, a la hora de hacer el registro final.

Los sonidos pueden ser breves o persistentes. Ayudan a crear atmósferas, en tal caso se les designa sonidos emocionales<sup>47</sup>; si a una escena nocturna, que no necesariamente debe ser lúgubre, se le agrega el sonido de unos grillos, acompañado de el aullar de un lobo y el grito de una persona, automáticamente se transforma en tétrica. También pueden denotar el paso del tiempo, como el tic tac de un reloj o dar indicio de eventos que sucederán, como el sonido de un trueno, que indica al espectador que una tormenta se aproxima.

Los sonidos contribuyen a enriquecer la escena, de tal forma que se convierten en verdaderos adornos de una narración, sin ser fundamentales para el desarrollo de la acción; éstos son los llamados sonidos ilustrativos<sup>48</sup>. Por ejemplo, una acción que se desarrolla en una calle cualquiera, si se le guarnece con el sonido del tránsito, el barullo de la gente y el sonar de un claxon, adquiere otras dimensiones y refuerza en el espectador la idea de que el lugar es concurrido y más aún, ciudadano. Los sonidos están siempre presentes en la vida del hombre, es por ello que juegan un papel importante dentro de la producción audiovisual, cuya concepción se da, en la mayoría de los casos, dentro de los lineamientos de la realidad.

Los efectos de sonido son muy variados, atendiendo a que el mundo en sí, está plagado de sonidos. En el medio audiovisual, se recurre al sonido de pasos, al rechinar de una puerta, a la sirena de una ambulancia, al sonido de teléfonos, de timbres, de campanas, al galopar de un caballo, al sonido del agua, del viento, del mar, al sonido de una licuadora, de una lavadora, al de los aplausos, al del latir de un corazón y un largo etcétera, dependiendo de las necesidades de cada producción.

En cuanto a efectos de sonido, se abre una gama muy amplia de posibilidades creativas para el uso de sistemas electrónicos aplicados a los sintetizadores de sonidos y para la creación de nuevos sonidos con nuestros propios recursos.

### d) REGISTRO FINAL DE SONIDO

Cuando hay una narración de por medio, la grabación del texto oral se hace por lo general de forma independiente a la de la pista musical, esto se conoce como la grabación de la voz *in off* o voz en frío. El término voz *in off* o voz en frío se refiere a la técnica de producción donde se retransmite una voz no representada visualmente delante de la cámara, es decir, solamente se graba y se escucha la voz y la persona que la emite no aparece a cuadro. La voz *in off* puede ser de los personajes que aparecen en pantalla, siempre y cuando en el momento que se transmita no se vea al personaje emitiéndola o

47 *Ibid.* 286 p

48 *Ibid* 287 p

bien, puede ser interpretada por un locutor especialista.

Las aplicaciones de la voz *in off* son variadas. Puede utilizarse para dar voz y personalidad a personajes de dibujos animados; los noticieros la utilizan cuando presentan clips de video en donde se escucha la voz *in off* de los periodistas describiendo el significado de las imágenes transmitidas; las crónicas deportivas recurren generalmente a voces *in off* que narran y opinan acerca del evento deportivo; los programas documentales, educativos, culturales, entre otros, utilizan frecuentemente la voz *in off*, ya sea de críticos, historiadores o de un locutor determinado, para que vaya relatando, describiendo y explicando los aspectos más sobresalientes del tema exhibido. Como se analiza, la voz *in off* es un recurso de gran utilidad e importancia en el universo de la imagen y el sonido.

Ya que se tienen listos la grabación de texto y el audio musical se procede a unirlos para que juntos den como resultado la pista sonora definitiva del programa audiovisual. Esta unión se puede llevar a cabo en distintas formas; una de ellas es mezclar la grabación del texto con la grabación musical, este procedimiento se lleva a cabo con el mezclador electrónico, que tiene entradas para distintas fuentes y controles de salida de cada canal y se encuentra en salas de grabación especiales.

Otra forma de crear la banda sonora definitiva (que incluya la narración y la música) se lleva a cabo de la siguiente manera: se lee el texto a narrar y se toma el tiempo; luego se graba la cantidad de música correspondiente a ese tiempo y finalmente se reproduce ese fragmento musical a la par que se lee el texto mientras ambos son grabados por una tercera grabadora. Ésta es una forma muy sencilla de obtener una pista musical, sin embargo, un inconveniente sería que no se pueden manipular tan fácilmente los cambios de música o de volumen y si hay fallas en la locución, se tiene que comenzar la narración desde un principio. La pista obtenida por este medio es de tipo monoaural.

Por otro lado, la informática pone a nuestro alcance nuevos recursos que se pueden aprovechar en diferentes puntos de la creación audiovisual. Hablando de sonido, en la computadora se puede crear una pista sonora definitiva, se pueden editar las piezas musicales elegidas y a ello se puede incorporar también la grabación del texto; es posible cortar fragmentos musicales y ensamblarlos con otros, en fin, hoy en día se abre un inmenso abanico de posibilidades. Con respecto a ello Robert S. Simpson en su "Manual práctico para producción audiovisual" apunta: "Existe una verdadera confluencia de los medios audiovisuales, con una amplia variedad de métodos para lograr el resultado final."<sup>49</sup>

Antes de pasar a la fase de post producción hay que mencionar los llamados *efectos especiales*, designados dentro del medio con las siglas SFX (*Special Effects*).

Los SFX son utilizados en la industria audiovisual para conseguir escenas o ambientes que no existen en la realidad o que resultan difíciles de lograr a través de medios convencionales, por ejemplo, la explosión de un coche, un incendio, un viaje al espacio, etcétera.

Existen principalmente tres tipos de efectos especiales: visuales, mecánicos y sonoros.

49 Simpson, Robert S. *Manual práctico para producción audiovisual*. Barcelona, España; Gedisa, 1999, 75p

Los efectos visuales consisten en la manipulación de la imagen generalmente a través de medios digitales. En este tipo de efectos, se integran al material rodado o fotografiado imágenes generadas por ordenador para lograr ambientes o escenarios que parecen reales, pero que serían demasiado peligrosos, costosos o simplemente imposibles de captar. Actualmente este tipo de efectos son más fáciles de lograr debido a que existe una gran variedad de programas de animación y composición de imágenes destinados para tal fin. Como ejemplos de efectos visuales tenemos la pantalla azul o *croma key* en el que un elemento o personaje es captado con un fondo azul o verde el cual posteriormente se sustituye por una imagen; la creación de elementos o personajes en el ordenador y también la animación digital con la que es posible modelar, iluminar, texturizar y animar personajes, fondos, imágenes, escenarios, etcétera generados por computadora. Este tipo de efectos usualmente se llevan a cabo dentro de la etapa de post producción.

Los efectos mecánicos son aquellos que se realizan durante el rodaje mismo del proyecto. Incluyen muñecos mecánicos, escenografía, maquillaje y pirotecnia (juegos pirotécnicos, explosivos, balas de salva, etcétera). También se denominan efectos prácticos o físicos.

Mencionados anteriormente, los efectos de sonido aluden a los sonidos creados, de manera sintética o no, para representar objetos o la consecuencia sonora de la acción de dichos objetos. Como ejemplo de éstos tenemos el sonido de una ambulancia, de un trueno, de pasos, etcétera; la radio ha sido desde siempre un gran promotor de este tipo de efectos. Los efectos de sonido incluyen también los sonidos diseñados para representar determinados objetos o acciones de carácter espectacular, fantástico o irreal. En muchos casos llegan a ser tan reales que son aceptados como tal, a pesar de su origen sintético o artificial. El sonido que producen los dinosaurios en la película "Parque Jurásico" o el que corresponde al desplazamiento de las espadas láser utilizadas en la película "La Guerra de las Galaxias" son ejemplos de efectos sonoros.

Siempre y cuando se requieran, los efectos especiales contribuyen al logro de producciones muy completas, de gran riqueza tanto sonora como visual.

## 2. 4 POST PRODUCCIÓN

Como se puede apreciar, durante la etapa de producción se crea todo el material visual y sonoro del proyecto; dicho material es la "materia prima" con la cual se habrá de constituir el producto final.

La etapa de post producción comienza precisamente en este punto y consiste en construir, a partir de las imágenes y el sonido, esa nueva realidad que ha sido planeada desde la fase de preproducción.

La etapa de post producción muy bien podría asemejarse a jugar con los bloques de LEGO, en este juego se pueden construir muchas figuras a partir de bloques de plástico que son interconectables; efectivamente, durante la post producción se arma con las imágenes y el sonido una nueva estructura audiovisual. Si bien, el sustento visual y sonoro ya existen, antes de esta fase se encuentran separados, aún no conforman un todo; es durante la post producción que se conjugan para edificar el programa final.

Esta fase implica ordenar la imagen, editar o programar e incluso, abarca hasta la presentación del proyecto. A continuación se hablará de los puntos que la constituyen.

## 2.4.1 ARMADO

El armado es un punto que se ocupa específicamente del soporte visual. Esta fase es mucho más común cuando se trabaja con diapositivas e implica el ordenamiento de las mismas, así como su preparación y su colocación en los proyectores (que como su nombre lo indica son aparatos proyectan las imágenes sobre una pantalla).

Jorge Eneas en su libro titulado "Montajes Audiovisuales"<sup>50</sup> apunta que durante el armado se lleva a cabo el corte de las diapositivas, cuando forman parte de una tira de película, para luego ser colocadas en sus marcos respectivos. Recomienda emplear tijeras cuando la cantidad de imágenes no es grande, pero para una gran producción es conveniente utilizar guillotinas especiales las cuales hacen un corte exacto entre cada imagen. Cuando se efectúan los cortes debe hacerse en forma muy precisa, de lo contrario a la hora de colocar el fragmento de película en el marco puede sobrar un espacio que permita filtrar la luz durante la proyección, cuestión que es muy molesta. Esta situación se puede resolver bloqueando el espacio con cartulina negra o cinta para aislar. Las "Monturas West" son marcos de buena calidad, ya que son resistentes y no se dañan fácilmente, pero a veces pueden atorarse por ser gruesas. Se recomienda utilizar molduras delgadas y de plástico porque no se deterioran y difícilmente se atorán. Ahora bien, hoy en día, la mayoría de los estudios de revelado entregan las diapositivas ya montadas en sus marcos y nos ahorran el tiempo de corte y colocación.

Durante el armado también se numeran las diapositivas con respecto a su aparición en el guión técnico, de tal forma que se sabrá cual es la primera en aparecer, la segunda y así sucesivamente. Por otro lado, como las diapositivas deben ser colocadas de forma que por transparencia se vean tal como se verán proyectadas, se recomienda poner una pequeña etiqueta que identifique la posición. Cuando las diapositivas son montadas en el proyector, esta etiqueta deberá estar en el extremo superior derecho y la diapositiva boca abajo, esto se debe a que el objetivo del proyector invierte la imagen, de manera que en el carrusel están colocadas al revés de cómo se verán al ser proyectadas. La etiqueta indicará que han sido colocadas correctamente.

Cuando se trabaja con un proyector colocar las diapositivas en el carrusel no resulta complicado, pero ¿qué sucede cuando se trabaja con más proyectores?; primero hay que marcar los carruseles de forma que sepamos cual es el proyector superior derecho, el proyector inferior derecho, el proyector superior central, etcétera y dependiendo del número de proyectores que se utilizarán. Ya que se tienen los carruseles numerados hay que montar; primero se montan los del lado izquierdo, posteriormente los centrales y finalmente los derechos.

Como se observa la etapa de armado se refiere a la preparación del sustento visual. Este punto por lo general es referido a proyectos en los que se trabaja con diapositivas, sin embargo, cualquiera que sea el medio, es preciso que el material esté ordenado y clasificado para proceder a editar o

50 Eneas Cromberg, Jorge, *et. al. Montajes Audiovisuales*. México; Diana, 1979, 132 - 135pp

programar sin mayores contratiempos.

## 2.4.2 PROGRAMACIÓN Y/O EDICIÓN

La programación es un proceso que se realiza más que nada cuando el medio elegido ha sido la diapositiva y se ha de trabajar con proyectores. Robert S. Simpson apunta: "La programación de una secuencia de diapositivas/sonido puede meramente involucrar cargar las diapositivas en el orden requerido, escuchar la cinta y presionar un botón en el momento en el que se requiera un cambio de diapositiva."<sup>51</sup> Con la programación se logra sincronizar las imágenes con el sonido, de tal forma que las imágenes irán cambiando automáticamente en determinado momento y durante el desarrollo de la secuencia musical, según se haya planeado. Es con este proceso que se monta finalmente el programa audiovisual.

Por otro lado, la programación también puede referirse a "una serie de funciones para una unidad típica de disolvencias"<sup>52</sup>. Los equipos de disolvencia permiten muchísimas funciones: pueden operar desde una disolvencia simple de uno a otro proyector hasta doce funciones que pueden controlar tres proyectores en forma aleatoria e incluso manejar distintas velocidades de disolvencia. Estos aparatos pueden tener "n" cantidad de funciones dependiendo del tipo de unidad con el que se cuente. A continuación se proporcionan las funciones de una unidad de disolvencia de 6 unidades, así como sus definiciones y sus signos:

Corte o Cut (≠): se refiere al cambio inmediato de una imagen a otra.

Disolvencia (≠): implica el cambio suave de una imagen a otra en donde parece que las dos imágenes se mezclan debido a que la que está presente va desapareciendo mientras que la otra va apareciendo. Las disolvencias serán más o menos notorias dependiendo su tiempo de duración:

- Disolvencia de 2 segundos: Es una disolvencia rápida pero notoria
- Disolvencia de 4 a 6 segundos: Las imágenes cambian más lento que en la de dos segundos. Es conocida también como "disolvencia media".
- Disolvencia de 8 segundos o Lap: Esta disolvencia es muy lenta, se puede lograr un efecto visual muy bello, sin embargo, hay que saber cuando es conveniente utilizarla ya que por su misma lentitud puede tornar floja la secuencia.

ICE (congelar) (⏏): Como su nombre lo indica esta función sirve para congelar o mantener una imagen durante un tiempo determinado.

Ya que se tienen las diapositivas montadas en el proyector y la cinta de sonido está en la grabadora especial para meter los pulsos, se procede a programar siempre con base en el guión técnico; primero

51 Simpson, Robert S. *Manual práctico para producción audiovisual*. Barcelona, España; Gedisa, 1999, 73p

52 Rodríguez Pérez, Martha Olga. *¿Cómo se realiza un programa audiovisual?.* México; FES Acatlán División de Diseño y Edificación Programa Diseño Gráfico, 1993, 26p

se deja un poco de aire y se va pulsando cada "cue" con base en el programa; es preciso dejar el llamado "tiempo de cue a cue"<sup>53</sup> que es de aproximadamente 1 segundo luego de que finaliza ya sea el corte o la disolvencia y sirve para que los proyectores completen su ciclo. Ya que se termina la programación hay que efectuar varias pruebas para verificar que todo haya quedado bien.

Como se puede observar, la programación es el proceso con el que se arma el producto final, si antes el sonido y las imágenes eran elementos separados, la programación hace posible su unión dando como resultado un audiovisual en toda la extensión de la palabra.

La programación es una fase propia de la producción audiovisual con diapositiva; sin embargo, existe otro proceso que le equivale en caso de que se trabaje con otros medios (generalmente video): la edición. Después de ella el trabajo está prácticamente terminado.

Editar, nos dice José Martínez Abadía, es "ordenar y organizar, en una cinta de vídeo, los planos o fragmentos registrados con anterioridad. Es, en definitiva, la ordenación y estructuración final de la narración mediante el uso del lenguaje audiovisual."<sup>54</sup> La edición es un proceso mediante el cual se elabora un trabajo audiovisual a partir de las imágenes obtenidas de una cinta de video grabada previamente. Para ello se necesita reproducir la cinta y revisarla; una vez hecha la revisión se seleccionan los fragmentos de video y audio que formarán parte del montaje.

Durante la fase de edición el realizador ordena los planos para estructurar una nueva realidad, cabe decir que la posición en el programa de cada uno de los planos puede llevar a interpretaciones distintas del producto acabado, en la edición el orden de los factores sí que altera el producto. Respecto a esto es importante tener presente que "el valor de cada toma está determinado por los planos que le anteceden y por los que le suceden."<sup>55</sup> Cabe decir que si bien el editor debe armar la secuencia con base en el *story board*, durante esta etapa cuenta con todas las armas para modificar -ya sea para bien o para mal- el producto.

Para llevar a cabo una buena edición se debe seleccionar, entre los planos grabados, aquellos que realmente se adaptan a las necesidades expresivas y se debe suprimir todo lo que resulte innecesario para transmitir lo que se quiere.

Existen dos tipos de edición: *la lineal* y *la no lineal*. La edición *lineal* es aquella que se lleva a cabo entre magnetoscopios, un *player* y un *recorder*. Consiste en grabar en el *recorder* la señal reproducida en el *player*. La característica que diferencia los dos magnetoscopios es el botón rojo de *rec* tan sólo presente en el *recorder*. En el magnetoscopio reproductor se inserta la cinta de brutos (que contiene las imágenes grabadas desde la cámara) y en el magnetoscopio grabador se introduce la cinta *master* (primera cinta de montaje). De este modo se pueden hacer sucesivas copias que recibirán el nombre de segunda, tercera, cuarta etcétera generación, perdiendo con cada nueva copia calidad de imagen y sonido. Cabe decir que es posible acceder al material solamente avanzando

53 *Ibidem*

54 Martínez Abadía, José. *Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, video, radio*. 2da. ed. Barcelona, España; Paidós Ibérica, 1991, 110p

55 *Ibidem*

o retrocediendo la cinta, a diferencia de la edición no lineal en la que podemos manejar el material de forma aleatoria. El realizador puede optar, para pasar de un plano a otro entre las siguientes posibilidades:

- Por corte directo: es una forma simple y la más utilizada de transición que sirve para asociar rápidamente dos planos distintos.
- Por fundido, con variaciones: el fundido de entrada implica un comienzo en blanco que va dando paso a la imagen del plano que finalmente se mantiene; en el fundido de salida la imagen del plano se oscurece paulatinamente hasta que la pantalla queda en negro. El fundido más utilizado es el encadenado en el que una primera imagen se superpone gradualmente a una segunda.
- Por superimpresión o superposición: Es la inserción de una imagen sobre otra que se está viendo. Un ejemplo es la inserción de rótulos o títulos sobre una imagen.

Por otra parte está la edición no lineal. Este tipo de edición ha ido ganando terreno debido a que ofrece grandes ventajas en cuanto a la manipulación de las imágenes y los sonidos y también en cuanto a los costos (El uso de un equipo de edición lineal puede costar varios miles de pesos la hora).

En la edición no lineal el material (tanto visual como sonoro) es transferido a la memoria de un ordenador y la edición del programa se hace entonces completamente en el dominio digital. A través de un programa informático se montan las imágenes y los sonidos manipulándose como archivos. Este tipo de edición permite manejar el material en forma aleatoria; se puede ir de un cuadro a otro sin necesidad de esperar a que se recorra una cinta.

El corte, el fundido y la superposición también son opciones con las que cuenta el editor para unir las imágenes en este tipo de edición, sin embargo, los programas proporcionan amplios repertorios de transiciones que sirven para que la unión de dos imágenes sea más novedosa; no obstante, se debe tener cuidado al usar dichas transiciones, ya que sirven para casos muy concretos. Si se utilizan en forma arbitraria pueden ocasionar que la edición, en vez de pasar desapercibida, sea la protagonista y la naturalidad que requiere todo montaje se destruya.

Los programas de edición no lineal sirven para editar imagen y sonido con la misma calidad. Tanto la imagen como el sonido provienen de diversas fuentes y lo que se hace con un programa de edición es ensamblar imágenes con imágenes, sonidos con sonidos, e imágenes con sonidos; es posible cortar fragmentos y empalmarlos con otros de tal manera que todo se convierta en un flujo de imagen y sonido que constituya una unidad de sentido.

Por otro lado, la edición no lineal es un sistema de edición que hace posible que todo proceso sea reversible. Se pueden insertar imágenes y eliminarlas sin mayor dificultad; se puede borrar un cuadro y recuperarlo sin modificar el presupuesto o desperdiciar el material; en fin, la edición no lineal ha revolucionado por completo la forma en que se edita y ha causado un gran impacto dentro del mundo audiovisual.

Ahora bien, tanto la edición como la programación son las fases con las que se concluye la elaboración de todo proyecto audiovisual; después de ellas se puede decir que nuestro trabajo está

listo. Sin embargo, ese trabajo desde su arranque ha sido destinado a ser visto por determinadas personas en determinado lugar, es por ello que debe considerarse la presentación.

## 2.4.3 PRESENTACIÓN

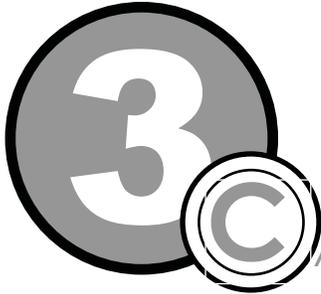
Cuando se ha finalizado el producto audiovisual todo apunta a que se ha llegado a la conclusión del proyecto, sin embargo, es importante considerar los aspectos que atañen a la presentación, pues cualquier imprevisto puede interferir en el éxito del programa. Con respecto a esto Robert S. Simpson apunta: "El éxito de una producción audiovisual puede depender tanto de las circunstancias en las que se presenta, como de su calidad intrínseca."<sup>56</sup>

Se debe checar que las circunstancias permitan una presentación adecuada del producto terminado. Cuando éste va destinado a una presentación especial la cual se llevará a cabo en ciertas instalaciones es prudente revisar la distribución de los lugares en los que se sentará el público; revisar que los aparatos a utilizar (bocinas, proyectores, pantalla, etcétera) estén en perfectas condiciones y en el lugar correcto; en pocas palabras, que todos estén bajo control. Para ello se recomienda que quien o quienes estén a cargo de la presentación, lleguen con cierta anticipación.

Ahora bien, no en todos los casos el producto es realizado para presentarse en un lugar específico y ello implica que varios aspectos de la presentación no estén en nuestras manos. Existen productos audiovisuales de los que se sacan varias, incluso cientos, de copias, las películas en DVD son un ejemplo de ello. En estos casos la presentación generalmente se hace en la intimidad de las casas, en donde la calidad del equipo, el confort del ambiente, la iluminación, etcétera son variables que difícilmente se pueden controlar. No obstante, esa intimidad característica de un lugar conocido, probablemente proporcione la suficiente comodidad para que el espectador se preste a captar sin mayor dificultad lo que se le transmite.

Como se anota, la presentación es un punto que influye en el éxito de toda producción. No así, el productor o productores deben hacer lo mejor posible su labor, en la medida que lo hagan, las posibilidades de cumplir con sus objetivos serán mayores.

56 Simpson, Robert S. *Manual práctico para producción audiovisual*. Barcelona, España; Gedisa, 1999, 78p



## CAPÍTULO

### EL DULCE DE CAMOTE DE PUEBLA

La dulcería típica mexicana, debido a su gran variedad y riqueza, constituye una parte esencial dentro de la cocina del país; esta dulcería es muy diversa y varía dependiendo del estado de la República al que pertenece.

Existe una que particularmente llama la atención debido a su originalidad: la dulcería del estado de Puebla; a su vez, dentro de ésta, se encuentra un dulce típico, exquisito en sabor y peculiar en forma, que incluso se puede decir confiere identidad a la región: el dulce de camote. Si bien tanto nativos como individuos provenientes de otros puntos del país e incluso extranjeros lo han degustado o al menos han oído hablar de él, casi ninguno va más allá de verlo como un mero gusto al paladar, reduciendo así su importancia como elemento cultural.

A lo largo del presente capítulo se expondrán los aspectos fundamentales del dulce de camote, no sin antes proporcionar un panorama general de Puebla al igual que de la dulcería como parte de su cultura.

“El dulce de camote de Santa Clara, es el boleto, el pasaporte, la constancia, de que se ha estado en este joyel [Puebla] de maravillas del arte colonial”.

Domingo Couoh Vázquez



### 3.1 PUEBLA DE LOS ÁNGELES, MÉXICO

Ya que el dulce de camote es una golosina tradicional y representativa del Estado de Puebla es preciso ubicar dicho lugar; comenzaré hablando acerca de sus antecedentes históricos para luego desembocar en la Puebla de nuestros días. Al llevar a cabo este recorrido se estará estableciendo el escenario en el cual halla su origen y prevalece el dulce que atañe al presente capítulo.

Puebla de los Ángeles fue la segunda ciudad de la Nueva España y del Nuevo Mundo, considerada la más importante después de México – Tenochtitlán. Como ya es bien sabido cuando los españoles llegaron al Continente Americano poco a poco fueron apoderándose de las tierras recién descubiertas; con un afán de conquista, fueron sometiendo a los nativos e inculcáronles sus formas con el objetivo de que adoptaran y se adecuaran a la cultura del Viejo Continente. Para lograr tal fin utilizaron la llamada Encomienda, la cual consistía en un tributo y servicio personal por parte de los indios al encomendero (español, por supuesto) a quien, legalmente se le confiaban los indios para su instrucción religiosa. Este sistema resultó bastante efectivo, sin embargo, presentaba dos grandes inconvenientes: por un lado, los españoles dependían en cierta forma del tributo y del trabajo de los indios; por el otro, durante la Primera Audiencia (Tribunal de justicia que se hacía cargo del gobierno en ausencia del Virrey y que fuera integrada por Alonso de Parada, Francisco Maldonado, Juan Ortiz de Matienzo y Diego Delgadillo, presidida por Nuño Beltrán de Guzmán<sup>1</sup>) llegaron aventureros y vagabundos españoles quienes atraídos por las riquezas del territorio en conquista y guiados por la codicia, cometían excesos y crueldades, lo cual provocaba que los indios, cansados de malos tratos y encomiendas, así como verse despojados de sus tierras, se revelaran y volvieran las armas contra los españoles, quienes con su evidente desorden dificultaban en sobremanera la propagación del Evangelio.

En consecuencia se tomó la decisión de sustituir la Primera Audiencia por la Segunda, la cual se conformó por Francisco Ceynos, Juan de Salmerón, Don Vasco de Quiroga y Alonso de Maldonado, bajo la presidencia del obispo Sebastián Ramírez de Fuenleal y la cual se mantuvo de 1531 a 1535. Para este entonces, durante la tercera década del siglo XVI, la corona española alentó la fundación de ciudades de españoles en las tierras recién conquistadas precisamente con el fin de combatir el sistema de encomiendas y dar cierta libertad a los indios. Estas ciudades deberían subsistir sin ayuda del indígena, mediante su propio esfuerzo y trabajo. La creación de ciudades de españoles tendría grandes beneficios: por una parte se daría solución al problema de los vagabundos a quienes se les otorgarían tierras en las cuales arraigarse y a las cuales cultivar propiciando así una estabilidad poblacional como ejemplo para el resto de los españoles de que, aún sin encomiendas ni repartimientos, se podía laborar; por la otra, con las urbes de españoles se favorecería la difusión de las técnicas agrícolas y artesanales europeas entre los indígenas, lo cual garantizaba la pervivencia de las colonias. Bajo este contexto es que surge Puebla de los Ángeles que en palabras de García Cantú, citado por Pedro A. Palou en su escrito titulado "Puebla, su fundación y su evolución histórica", "no sólo era un intento correccional; era un intento civilizador: era contra quienes vivían apasionados de la codicia: era la búsqueda de reducir los tributos de los indios cercanos a Puebla, a cambio

1 Clavijero, Francisco Javier. "Descripción de la ciudad de Puebla de los Ángeles o Angeópolis" en *Lecturas de Puebla, Historia*. México; Gobierno del Estado de Puebla/FCE, 1994, 57 - 58pp

de construir la ciudad, así como difundir entre ellos los sistemas económicos, políticos y religiosos europeos."<sup>2</sup>

Puebla es entonces el resultado de un proyecto de gran envergadura y de alcances elevados, no es producto del azar, es quizá la única de las ciudades novohispanas del siglo XVI que se fundó de acuerdo a un cuidadoso plan elaborado por los miembros de la Segunda Real Audiencia de la Nueva España, considerado entonces como "un ensayo de República Política".

Es Hernando de Saavedra, primo de Hernán Cortés y nombrado corregidor de Tlaxcala quien, por encargo de la Segunda Audiencia, busca las tierras de una "puebla" de españoles sin encomiendas y hace la traza ideal de la ciudad. Según fuentes históricas de los siglos XVI y XVII al lugar que ocupó la ciudad se le designaba como Cueltaxcoapan que quiere decir "Río de culebras de pellejo" o "agua de culebras de pellejo" o Cuiltaxcolapan que quiere decir "junto al agua de las tripas". A principios del siglo XIX, se recogió la tradición de que el lugar había sido llamado como Acaxetl "escudilla o cajete para agua".<sup>3</sup>

La nueva población arrancó con la construcción de una iglesia y cincuenta casas para los pobladores. Para tal misión se recibió la ayuda de los guardianes de los conventos franciscanos de Cholula y Huejotzingo. De hecho, una de las teorías apunta que recibió el nombre de Puebla de los Ángeles probablemente como reconocimiento a la intervención de aquellos, sin embargo existen otras posibilidades: A. Palou<sup>4</sup>, cronista de la ciudad, señala que Juan de Salmerón la bautiza como Puebla de los Ángeles debido a la iglesia donde se inició en Italia la orden franciscana dedicada a Nuestra Señora de los Ángeles, en agradecimiento a la participación de los franciscanos en la construcción de la ciudad; a la provincia religiosa de los franciscanos en Extremadura: San Gabriel Arcángel; a Fray Juan de la Puebla, superior español que ordenó el traslado a México de los 12 apóstoles o a Puebla de los Infantes, en Extremadura, vinculada también a los franciscanos y semejante hasta en su escudo de armas al de Puebla. Por otro lado la palabra puebla –que sería el hecho mismo de poblar– fue eliminada por la reina Isabel de Portugal en su cédula consagratória, llamándole Ciudad de los Ángeles, denominación que debía ser utilizada o de lo contrario las autoridades municipales cobrarían una multa a quienes no aplicaran tal nombre. Es hasta 1640 que el obispo Juan de Palafox y Mendoza, en sus documentos de la diócesis, la vuelve a llamar Puebla de los Ángeles, nombre que se conoce hasta nuestros días.

Cualquiera que haya sido el motivo de su nombre, lo importante es que el nuevo asentamiento contaba con las condiciones necesarias para permitir las actividades agrícolas y era un sitio estratégico ubicado al centro de la zona ocupada por los señoríos indígenas con mayor población y cruce de las comunicaciones imprescindibles entre México-Tenochtitlán con Veracruz y Oaxaca. Fray Toribio de Motolinía registró la fecha de 16 de abril de 1531, día de Santo Toribio, como el día que se trazó la

2        García Cantú –citado por A. Palou Pedro en "Puebla, su fundación y su evolución histórica". *La Ciudad de Puebla*. 4ta. ed. España; Ediciones Nueva Guía, 2002, 17p

3        Castro Morales, Efraín. "La fundación de Puebla" en *Lecturas de Puebla, Historia*. México; Gobierno del Estado de Puebla/FCE, 1994, 35 - 36pp

4        A. Palou Pedro. "Puebla, su fundación y su evolución histórica" en *La Ciudad de Puebla*. 4ta. ed. España; Ediciones Nueva Guía, 2002, 15 - 16pp

ciudad y se celebró la primera misa, considerada tradicionalmente como la de la fundación.

A escasos meses de su fundación todo parecía ir a la perfección, sin embargo, el lugar en donde se había asentado la ciudad resultó bajo y húmedo (quizá al Sur de lo que hoy es Puebla); comenzó a dibujarse un ambiente de penurias, crisis política, insalubridad y rigores climatológicos lo cual provocó que algunos pobladores desertaran del proyecto. Es así que los pocos vecinos que quedaban, y bajo la tutela de Juan de Salmerón, deciden cambiar la ciudad a un lugar de mejores condiciones, que es el que se conoce actualmente. Salmerón obtuvo mejoras en la vivienda y aprovechó la mano de los indígenas, quienes se establecieron en barrios propios alrededor de la ciudad española tales como San Francisco el Alto, de los traxcaltecas; San Sebastián, de los huejotzincas; San Pablo, de los mexicanos, entre otros. Se introdujeron frutales y cereales europeos, instrumental de hierro y tracción animal. En poco tiempo la ciudad de Puebla alcanzó un notable desarrollo como resultado de condiciones económicas favorables producto de las actividades agropecuarias y del desarrollo artesanal y comercial. Las condiciones favorecieron el cultivo de trigo de tal forma que el harina producida en la ciudad se volvió famosa. La región también proporcionó condiciones inmejorables para la cría del ganado lanar con lo cual Puebla se consideró como el primer centro lanero de la Nueva España.

La característica más notable de Puebla fue su precoz industrialización; entre los vecinos que se establecieron en la ciudad se encontraban algunos dedicados a la industria textil de la seda y la lana. Por otra parte la fabricación del vidrio y la cerámica vidriada influyó de manera favorable en la economía de la ciudad. Mayor prestigio adquirió la industria de la cerámica mayólica introducida por alfareros originarios de Talavera de la Reina, de ahí el nombre de la famosa Talavera que se conoce hasta nuestros días, caracterizada por sus elegantes diseños de color azul sobre fondo blanco y elementos de carácter flamenco y oriental. Se comenzó a producir jabón, se hizo curtido de pieles y se fabricaron objetos de hierro bronce y madera.

Puebla de los Ángeles era una utopía convertida en realidad con la que también se inició un mestizaje tanto biológico como cultural; la población española fue creciendo paulatinamente y los primeros colonizadores ya establecidos se vieron obligados a modificar sus patrones culturales, lo mismo sucedió con el grupo dominado. No así, cada español decide conservar hábitos y costumbres tales como "sus preferencias alimenticias, sus supersticiones, su medicina popular, su folklore, sus creencias, esperanzas y aspiraciones".<sup>5</sup> Hombres y mujeres trajeron consigo tradiciones y costumbres del viejo continente que, conjugados con las de la población nativa, dan origen a una nueva cultura: la poblana y es con base en estos antecedentes que se puede entender la Puebla de los Ángeles de nuestros días.

Con respecto a lo dicho anteriormente, se puede decir que Puebla hoy es el resultado del encuentro entre dos culturas así como del constante desarrollo producto del paso de los años. Sus calles a la vez que reflejan la modernidad, como consecuencia de las exigencias del mundo actual, aún guardan el esplendor y la tradición de viejos tiempos.

5 M. Foster George –citado por Guerrero Ferrer, Adriana en *La dulcería en Puebla*. CONA-CULTA; México, 2004, 89p

Se constituye como la capital de uno de los treinta y un estados pertenecientes a la República Mexicana denominado con el mismo nombre el cual se ubica a 129 kilómetros de la Ciudad de México y tiene una extensión territorial de 36.000 km aproximadamente, abarcando así el 1.7% de la superficie del país. Su clima se considera cálido templado y el área en la cual se sitúa la ciudad está delimitada en tres de sus cuatro extremos por diferentes eminencias topográficas: Al Norte por el Acueyametepec (actualmente Loreto y Guadalupe); al Este por el cerro de Amalucan (o Tepoxuchitl) y al Oeste por el cerro de Centepec (hoy San Juan). Hacia la parte sur del territorio poblano se abre el valle de Atlixco y Valsequillo.<sup>6</sup>

Puebla, referida por los editores de la revista "Puebla. Guía México desconocido" como "una de las más tradicionales"<sup>7</sup>, guarda en toda su extensión territorial atractivos que la colocan como una de las regiones con mayor riqueza cultural de la República Mexicana; sus monumentos históricos contruidos a base de cantera, argamasa, ladrillo y azulejos de Talavera son prueba de ello y se constituyen como joyas arquitectónicas que distinguen e identifican a la ciudad en todo el país. Entre los más destacados se encuentran las iglesias, las catedrales y los conjuntos conventuales tales como el Templo de San Francisco, el Templo de Guadalupe, el ex convento de Santa Rosa (que cabe decir, aloja la más bella cocina del México colonial), entre muchos más. Aparte de su arquitectura, Puebla cuenta con un impresionante legado en cuanto a escultura, pintura o producción bibliográfica, como ejemplo está la biblioteca Palafoxiana, en cuyos estantes se guarda una amplia colección de libros de valor incalculable.

Puebla es una de las entidades más ricas en cuanto a cultura y tradiciones gracias a que, a través de los años y desde mucho tiempo atrás, sus pobladores las han sabido preservar, transformar y enriquecer día con día. Encierra una gran cantidad de costumbres, atractivos, creencias, etcétera que como bien apunta Quetzalina Sánchez Muñoz en su artículo "Un viaje tierra adentro", "vale la pena dar a conocer, porque en la medida en que se vayan descubriendo, valoraremos la riqueza que las diversas culturas nos han legado."<sup>8</sup>

Como ya se examinó, la ciudad de Puebla surge como un proyecto de españoles para españoles; fue creada para que la habitaran aquéllos y sus descendientes criollos, es por ello que muchas de las artes populares del estado son de origen netamente español. Ahora bien, el encuentro de dos pueblos (el español con los indígenas que se establecieron en los alrededores) dio lugar a un conjunto de nuevas manifestaciones culturales, tal es el caso de la mayólica o Talavera, que al cabo del tiempo fue adoptada por los grupos criollos que le dieron un carácter mexicano y que cabe decir, forma parte de la actividad económica del estado, junto con la industria textil, la agricultura, la ganadería, la minería, entre otros, los cuales influyen en mayor o menor medida en la economía de la entidad.

Otro ejemplo evidente de aquel mestizaje lo encontramos en la cocina poblana; el mole, uno de los

6 García Moll, Roberto. "La antigüedad de Puebla" en *Lecturas de Puebla, Historia*. México; Gobierno del Estado de Puebla/FCE, 1994, 11p

7 Bali, Jaime, et. al. *Presentación*. 5p. *Puebla. Guía México desconocido*, Agosto - Septiembre, 2003

8 Sánchez Muñoz, Quetzalina. *Un viaje por tierra adentro*. 53p. *Puebla. Guía México desconocido*, Agosto - Septiembre, 2003

platillos más famosos del estado, es una mezcla de sabores en la que se funden ingredientes tanto de origen prehispánico como europeo; chiles, cacahuates, tortilla, cacao junto con almendras, azúcar, pan de trigo y ajonjolí dan forma a este guisado ceremonial, el cual se presenta en las mesas ya no solo poblanas sino mexicanas en general tanto en días comunes como en días de fiesta. Mención especial amerita la dulcería poblana, la cual trasciende en la vida popular constituyéndose como toda una tradición. Existe una amplia variedad de dulces de los que inclusive algunos conservan los nombres legados por los árabes a los españoles; tal es el caso de los alfajores, los alfeñiques y la miel de almíbar. También están aquellos que dan cuenta del trabajo e inventiva de las monjas, quienes jugaron un papel importante dentro de la dulcería poblana ya que durante el periodo virreinal, “establecieron en sus diferentes conventos verdaderos laboratorios en los que se elaboraron auténticos bocados de ángel.”<sup>9</sup> Y existen otros que adquieren forma a partir de diversas frutas y semillas tanto nativas como venidas de tierras lejanas. Todo ese conjunto, más allá de satisfacer el gusto de propios y extraños, encierra la tradición y la riqueza de la cultura poblana.

En cuanto a economía se refiere, la Angelópolis (nombre con el que también se le conoce y que resulta de la contracción de las palabras ciudad y Ángeles) reúne una serie de ventajas para el desarrollo económico. Por una parte, debido a que el suelo de la región es sólido y firme, favorece a todo tipo de industrias, específicamente la pesada; por la otra, debido a su ubicación, dos vías han acelerado su transformación tanto industrial como mercantil: existe la autopista que une a la entidad con el Distrito Federal o Metrópoli, que es el centro de consumo de toda la nación y está la carretera Veracruz – México que conecta a Puebla con el primer puerto del país. Como se puede observar, si bien Puebla de los Ángeles es una ciudad que atesora su pasado, también se pone a la vanguardia ante las exigencias de la vida moderna.

Puebla, que según expresó Fray Juan de Villa Sánchez desde tiempo atrás “es verdaderamente el cuello y garganta del vastísimo cuerpo de esta América Septentrional”<sup>10</sup> y que fue declarada por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad en diciembre de 1987, se constituye como uno de los sitios más bellos del México actual. En palabras de Pedro A. Palou, cronista de la ciudad, “Hermosa es la ciudad, como hermosos sus altares y retablos, su barroca literatura, su palafoxiana librería, su música catedralicia, sus versos y panegíricos, sus monjas coronadas y hasta su misma gastronomía y repostería, formas de refinada cultura y todo ello parte de la identidad poblana.”<sup>11</sup>

9 Cháirez Alfaro, Arturo. Puebla endulza el paladar. 88p. *Puebla. Guía México desconocido*, Agosto – Septiembre, 2003

10 Fray Juan de Villa Sánchez –citado por A. Palou Pedro en “Puebla, su fundación y su evolución histórica”. *La Ciudad de Puebla*. 4ta. ed. España; Ediciones Nueva Guía, 2002, 15 - 16pp

11 A. Palou Pedro. “Puebla, su fundación y su evolución histórica” en *La Ciudad de Puebla*. 4ta. ed. España; Ediciones Nueva Guía, 2002, 18p

## 3. 2 LA DULCERÍA COMO PARTE DE LA CULTURA POBLANA

La dulcería de Puebla como actividad y como producto tiene gran arraigo en la entidad; se constituye como un factor de identidad para aquellos que la elaboran e incluso para la ciudad misma. Desafortunadamente, como apunta Adriana Guerrero, "Por lo regular los estudios que se han hecho sobre el tema están enfocados únicamente a describir los productos, a enlistarlos o a nombrar y enumerar a los dulces, simplificando con todo esto la importancia social de su fabricación"<sup>12</sup>. Sin embargo, la dulcería en Puebla no es simplemente una actividad remuneradora, los vínculos que los artesanos poblanos mantienen con ella rebasan los intereses meramente económicos; el poblano tiene cariño por esta práctica culinaria con la cual se identifica y de la cual se enorgullece. Cada golosina encierra en sí misma el valor de una tradición que se ha venido tejiendo a través de los años y la cual se mantiene viva aún en la actualidad, conformándose así como un elemento de gran importancia dentro de la cultura poblana.

Para comprender mejor la conformación, la permanencia y la continuidad de dicha tradición, es preciso hablar acerca de su gestación y de su presencia en diferentes momentos de la vida ordinaria y festiva de la ciudad; tocar algo de su historia nos llevará a entenderla como parte importante de la tradición cultural y como elemento de pertenencia y de identidad para la ciudad.

La dulcería ha tenido lugar en Puebla prácticamente desde que se conformó la ciudad; si bien ésta fue un proyecto pensado por españoles para españoles recordemos que, como parte del proceso de conquista, dio lugar a un mestizaje en todos los aspectos entre ellos, el culinario y por consecuencia la dulcería, es por ello que su historia nace junto con la ciudad.

El dulce mestizo, apunta Carlos Zolla, "se manifiesta hacia los últimos años del siglo XVI y principios del XVII, cuando el cultivo de la caña de azúcar experimenta en México un incremento sustancial. Este hecho presupone a su vez la accesibilidad del azúcar por parte de las clases acomodadas, la aceptación en los hábitos de consumo de la misma por parte de los diferentes sectores populares, la introducción de recetas de la dulcería española para satisfacción de los españoles y la propagación, aunque sea restringida, de las técnicas de preparación culinaria en las que interviene el azúcar"<sup>13</sup>. En Puebla este nuevo dulce mestizo nace a mediados del siglo XVI y se desarrolla en espacios muy bien definidos: en los talleres, con los maestros artesanos; en los conventos, con las monjas; en los puestos ambulantes que tenían como lugar de venta las plazuelas, las ferias y los mercados; y en la producción doméstica, con las amas de casa.

Hablando de los talleres, los gremios fueron unidades de gran importancia en cuanto a manufactura de productos (entre ellos el dulce por supuesto) se refiere. Desde su nacimiento estas células eran reconocidas oficialmente con carácter de organizaciones obligatorias, las cuales sólo podían ejercer

12 Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 16p

13 Zolla, Carlos. *Elogio del dulce. Ensayo sobre la dulcería mexicana*. 2da. ed. México; Fondo de Cultura Económica, 1995, 129p

una determinada profesión, arte u oficio bajo la supervisión de la autoridad pública; se originan a partir de la necesidad de protección económica ante la competencia de similares tanto nacionales como extranjeros. Entre los gremios existentes en la ciudad de Puebla se encontraban los molineros, confiteros, hiladores, loceros, cacahuateros, cereros, plateros, doradores, panaderos y aguadores, los cuales se asentaban en zonas bien determinadas según su especialidad, con el fin de que hubiera cercanía entre similares para poder enriquecer y perfeccionar las técnicas. No así, se ha encontrado que para la ciudad de Puebla el oficio de dulceros no estaba concentrado por barrios o calles. Para 1830 tanto viviendas de dulceros como establecimientos se encontraban diseminados. Fue a partir de la segunda mitad del siglo XIX que el barrio de dulceros comenzó poco a poco a tomar forma hasta quedar completamente definido en las primeras dos décadas del siglo XX, de ahí que en la actualidad exista la famosa "Calle de los dulces" (ubicada en 6 Oriente) en la cual se sitúan la mayoría de establecimientos dedicados a la venta de dulces poblanos.

Los gremios con sus artes y oficios eran los encargados de engalanar a la localidad, embelleciéndola sobre todo en los días de fiesta u ocasiones especiales. Es importante destacar la participación activa del gremio de dulceros en estos actos, ya que en ellos el dulce no podía faltar y las autoridades no escatimaban recurso alguno para que se elaboraran grandes cantidades de diferentes confituras; en estas celebraciones entraba en juego el honor de la ciudad y la presencia del dulce contribuía en este sentido. De hecho hoy en día no hay festividad alguna, ya sea cívica o religiosa, en la que estén ausentes tan deliciosos manjares, ya no tanto porque esté en juego el prestigio de la ciudad sino porque simplemente los dulces regionales forman parte esencial del espíritu poblano. Cabe decir que muchos de estos talleres eran familiares, el gremio reproducía fielmente las jerarquías de la familia, en donde el padre fungía como maestro, el joven como oficial y el menor como aprendiz. La dulcería poblana se distinguió durante mucho tiempo por ser una actividad que aglutinaba a numerosas familias, las cuales se mantenían de este oficio, "la unidad doméstica familiar fue una célula importante para el desarrollo artesanal."<sup>14</sup>

Ahora bien, la participación de las religiosas fue vital para la producción de dulces en la entidad. La primer orden de mujeres religiosas en la Nueva España fue la de las monjas concepcionistas en el siglo XVI, de ahí salieron a fundar otros lugares de recogimiento; a mediados del siglo XVII la capital del Virreinato contaba con quince fundaciones religiosas en las que vivían alrededor de mil mujeres enclaustradas, cifra importante ya que eran casi exclusivamente españolas y criollas.

Las monjas se dedicaron con ahínco al arte culinario, tuvieron a su alcance todos los elementos necesarios para la creación de una cocina peculiar y de "una dulcería con un marcado tinte elitista, sólo para las clases sociales que tenían un gusto educado y que poseían un paladar ansioso de probar alimentos diferentes, así como las posibilidades económicas para adquirirlos."<sup>15</sup> Pero, ¿cómo es posible que siendo las monjas promotoras de la humildad, de la benevolencia y de la austeridad consideraran solo a las clases acomodadas?, Miguel Anzures nos dice al respecto: "Su motivo primordial era agasajar a sus bienhechores, alcanzar favores, obsequiar a los dignatarios eclesiásticos y recibir a los virreyes, por lo que la cocina y la dulcería fueron un modo de allegarse recursos económicos de importancia. En muchos casos resultó el único medio de subsistencia de la comunidad y su principal

14 Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 117p

15 *Ibid* 121p

quehacer, además del religioso."<sup>16</sup> Ya que la cocina monjil nace principalmente para halagar a las grandes personalidades que llegaban a la ciudad de Puebla, ya sea en forma definitiva o a visitarla, era hecha con gran esmero; las monjas llegaron a crear magníficas obras de arte, barrocas tanto en los colores como en las formas, en los nombres rebuscados y en las combinaciones de ingredientes.

Las cocinas de las monjas estaban abarrotadas de utensilios, aparatos, mesas de trabajo y fogones de todo tipo, todo ello destinado a la creación de exuberantes platillos y sobre todo a la confección de dulces. No existe referencia de que los frailes elaboraran golosinas, sin embargo, contribuían enriqueciendo la cocina al sembrar y proteger una inmensa variedad de frutos y especies tales como uvas, higos, granadas, duraznos, melocotones, nueces, naranjas, limones, etcétera.

Los dulces convirtieron a los conventos en los principales surtidores de golosinas que tuvo la corte virreinal pero específicamente la cocina de las monjas alcanzó su máximo esplendor en la ciudad de Puebla, "en la cocina conventual poblana de los siglos XVII, XVIII y XIX el dulce fue llevado a extremos celestiales"<sup>17</sup>; conventos como Santa Clara, Santa Mónica y Santa Rosa dieron origen a un catálogo por demás extenso de dulces tales como las tortitas de Santa Clara, los camotes, los alfeñiques, los ates, polvorones, galletas, suspiros, mechitas de ángel, entre muchos otros.

Por otro lado, el trabajo femenino invertido en la cocina fuera de los claustros fue decisivo en la estructuración de la dulcería poblana. El factor tiempo y las posibilidades económicas contribuyeron en gran medida a la creación de la cocina mestiza y en particular de una dulcería variada que se fue perpetuando a través de generaciones de mujeres que supieron conservar en su memoria y en recetas una moda en el comer, en el tipo de dulces que se hacían y en el gusto de una época. Si bien el dulce en la mesa de los indios hacía su aparición sólo en festividades, en las casas de españoles se comía carne, pan de trigo, dulces y pasteles en forma cotidiana. Las mujeres novohispanas desde su infancia eran instruidas en cuanto al arte culinario; se les entrenaba desde pequeñas para dominar aquel complejo mundo de la cocina: una buena ama de casa tenía que ser una excelente cocinera. El arte de guisar requería sensibilidad y detalle en la presentación de los alimentos, ya que a través de ordenar el entorno se incitaba el apetito; el tejido y el bordado fueron entonces complemento del arte culinario, lo mismo que la loza y la cristalería.

Las mujeres de familias acomodadas traían la educación de los conventos, ya que se les mandaba con las monjas para que éstas les instruyeran en los quehaceres propios de la mujer; la reciprocidad entre educación doméstica y educación conventual fue tan estrecha que se hacía un circuito perfecto. Muchas mujeres contaban con las recetas que habían aprendido en los centros de retiro, pero también el tiempo y el no tener otras actividades más que las hogareñas, les permitieron crear excelentes platillos y golosinas dedicadas a satisfacer el paladar ya sea del esposo o del hijo.

Como se observa la construcción de la dulcería mestiza poblana, se fue conformando con el tiempo. La cocina poblana supo conjugar la culinaria española con los recursos y posibilidades que el nuevo entorno proveía; "Ambas herencias y tradiciones refinaron la cocina y crearon una dulcería que se apoyó en la agricultura, la cual abasteció de materia prima a las casas poblanas, a los conventos y a

16 Anzures, Miguel, *et. al.* *Los espacios de la cocina mexicana*. 33p. *Artes de México*, Vol 36, 1997

17 *Ibid* 36p

los talleres artesanales, mismos que dieron origen a la tradición del dulce en Puebla."<sup>18</sup>

Ahora bien, años más tarde hubo un evento que dio un giro radical a la dulcería: la nacionalización de los bienes eclesiásticos bajo la iniciativa del presidente Benito Juárez en 1859; debido a este decreto las religiosas se vieron obligadas a salir de sus conventos de tal manera que suspendieron actividades, entre ellas la elaboración de dulces. En busca de una solución, las monjas tuvieron que recurrir a familias poblanas que pudieran vender sus golosinas e inclusive que aprendieran a hacerlas, es entonces que la dulcería poblana adquiere otros matices: se mezcló la dulcería conventual con la doméstica y ambas a su vez se integraron al escenario urbano con la dulcería popular, la de los vendedores ambulantes.

La producción de dulces deja a un lado las esferas exclusivas a las que agradaba (españoles acomodados, virreyes y jefes eclesiásticos), ahora se extiende a un mundo mucho más amplio: el de las dulcerías, en donde se encuentra lo mismo un muégano que una tortita de Santa Clara, un camote o una trompada. Estos establecimientos vienen a ser los puntos sintetizadores y aglutinadores de las tradiciones de la ciudad. En estos centros "se fundió la identidad de un grupo que encontró en los dulces no nada más una actividad económica, sino también un satisfactor interno que tiene que ver con la psicología de los individuos, con el gusto, con su sentido estético y con su cultura y que concentró en las dulcerías algunos de los aspectos tradicionales más queridos que les fueron heredados en tiempos pasados: la Talavera, los bordados, las artesanías."<sup>19</sup>

Efectivamente, en la actualidad estas dulcerías poblanas son las que dan vestigio de una tradición viva; abren sus puertas tanto a propios como a extraños para dar muestra de un pasado que forma parte esencial del presente y son, según Harry Möller "virtuales monumentos, reductos de una antigua tradición, y una especie de museos en su género".<sup>20</sup>

Como podemos ver la dulcería poblana es indiscutiblemente un producto histórico y social que involucró, desde su origen y durante su desarrollo y afianzamiento, a diferentes grupos con diversos intereses; sobre todo los referidos a los gustos que van ligados invariablemente a las costumbres y tradiciones gastronómicas, a las posibilidades económicas y a la accesibilidad de las materias primas (frutas, azúcar, etcétera) en los diferentes espacios en donde tuvo lugar.

La dulcería poblana, como una práctica social, se instala en lugares precisos: en los talleres, en los conventos y en el ámbito doméstico, los cuales a lo largo de la historia crean vínculos entre sí y conforman tradiciones particulares que los diferencian. En cada uno de estos espacios la dulcería fue creada con base en su herencia pasada árabe-española y de la nueva circunstancia de colonización, como resultado de esta fusión surge el dulce poblano, el cual lleva como elemento basal el mestizaje cultural; esta dulcería nace más de las mezclas, de las fusiones y de las transformaciones que de las invenciones o de la conservación sin alteración de recetas antiguas; surge dentro de un escenario en el cual las formas del Viejo Mundo se entrelazan con las indígenas para dar lugar a una nueva

18 Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 144p

19 *Ibid* 184p

20 Harry Möller-citado por Guerrero Ferrer, Adriana en *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 205p

cultura viva y rica sobre la cual se gesta la identidad de todo un pueblo. Con relación a esto Guerrero Ferrer nos dice: “el dulce poblano se reconoce porque encierra una parte de la historia cultural y tradicional de los individuos, a la que nunca renunciaron porque en él quedaban sintetizadas sus particulares visiones del mundo. Pero a la vez, la dulcería dejó un legado para que las generaciones futuras experimentaran sin que se perdiera su esencia y a través de ella pudieran reconocerse e identificarse.”<sup>21</sup>

A lo largo de su historia, la dulcería poblana ha estado sometida a modificaciones muy particulares que muchas veces tienen que ver con los gustos los cuales, en materia culinaria, suelen ser muy variados y heterogéneos; el gusto es una elección particular que incluso tiene que ver con estratos sociales y de clase. Sin embargo, el dulce poblano ha transgredido estas barreras y se ha integrado a la población en general, conformándose así como un elemento en común entre clases. Referente a esto Janet Long señala: “La suma de los rasgos culturales comunes entre clases sociales es la que forma la base de la nacionalidad de un país”<sup>22</sup>; efectivamente, el poblano ya sea rico o pobre, adulto o joven, letrado o no, reconoce en el dulce una parte de su cultura. La dulcería tradicional es para el poblano un elemento que lo identifica.

### 3.3 EL DULCE DE CAMOTE DE PUEBLA

Como se ha analizado, el dulce es un componente substancial dentro de la cultura de Puebla; el poblano atesora sus dulces y se reconoce en ellos, pues cada filigrana de azúcar habla de su pasado y entraña el valor de una tradición de siglos.

Existe en Puebla, ciudad que aún no pierde del todo su estampa colonial, un rincón en donde se hace patente la gran tradición dulcera que resume siglos de trabajo artesanal, creatividad doméstica e imaginación conventual: “La calle de los dulces”. Esta arteria se encuentra en 6 Oriente, entre 5 de Mayo y 4 Norte, y en ella se ubican decenas de establecimientos dedicados a la venta de dulces típicos. A través de las vitrinas y de los grandes escaparates se logra ver una extensa variedad de dulces, todos ellos acomodados en curiosas canastas o en abundantes pilas que sin duda alguna incitan al paladar; sin embargo, entre toda esa gama resalta uno en especial: el camote poblano. Si bien todos los demás son apreciados, los camotes poblanos lo son al grado de llegar a convertirse, como lo dice Guerrero Ferrer en “un símbolo regional que identifica a los poblanos”<sup>23</sup>.

Como es de esperarse son dulces hechos a base de camote; tienen forma de puro, se les adereza con diferentes esencias para que adquieran distintos sabores (piña, fresa, limón, coco) y se les envuelve en papel encerado color blanco.

21 Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 152p

22 Janet Long–citada por Guerrero Ferrer, Adriana en *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 201p

23 *Ibid* 195p



José Moreno Villa (citado por Guerrero Ferrer en su libro "La dulcería en Puebla") hace una magnífica descripción de estas golosinas:

"Eran los famosos camotes; unos rulitos, de pulpa de batata, más gruesos que mi dedo del corazón y tan largos como dos veces mi dedo meñique, esto es, doce centímetros. La pulpa azucarada la matizan en Puebla con ligeros sabores de piña, naranja, guayaba, limón. Cada rulito viene envuelto en papel translúcido y, al agarrarlo, puede uno comprobar si su fabricación es reciente apretándole un poco con los dedos."<sup>24</sup>



**Camotes poblanos decorados**

También los hay cristalizados, que al igual que los otros son alargados, pero están recubiertos de azúcar; son generalmente de color beige o rosa "mexicano" y suelen adornarse con finos trazos (de azúcar también) que en muchos casos llegan a formar la leyenda: "Recuerdo de Puebla". En cualquiera de sus versiones estos dulces son acomodados en cajitas de cartón y se ponen a la venta diariamente y sin excepción en las dulcerías de la ciudad o a través de vendedores ambulantes en las calles y carreteras que cruzan la capital del estado. Casi siempre que se llega a territorio poblano, los camotes son los primeros que

se hacen presentes pues, ya desde las casetas, los vendedores se acercan al visitante ofreciendo su estimado producto que, cabe decir, no es una mercancía cualquiera; estos dulces son los dignos representantes del espíritu poblano que dan la bienvenida al forastero y le indican que se encuentra ya en la Angelópolis.

El dulce de camote ha dado fama y renombre a la entidad, "más allá de las fronteras del estado, los poblanos son conocidos en el interior de la República como *los camoteros*"<sup>25</sup>. Incluso dentro de una expresión tan popular como lo es el fútbol, el equipo de la ciudad se hace llamar "Los camoteros de Puebla" ya que encuentra en estos dulces un elemento con el cual distinguirse ante los demás. Y hasta en la literatura los camotes han tenido lugar; como muestra de ello basta leer un fragmento de la oda del poeta José Receek Saade en donde se refiere a Puebla como "la de los camotes y almendrado mazapán que amasara con sus manos Catarina de San Juan."<sup>26</sup>

Nombrados también camotes de Santa Clara (posteriormente se aclarará el por qué de esta asignatura), la importancia de estos dulces trasciende su sabor; por supuesto que son una expresión culinaria, pero son también una importante manifestación cultural; el poblano ve en ellos una parte de sí mismo y de sus costumbres más queridas; un objeto que lo distingue y que lo identifica. Es por

24 José Moreno Villa—citado por Guerrero Ferrer, Adriana en *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 158p

25 *Ibid* 156p

26 José Receek Saade —citado por Guerrero Ferrer, Adriana en *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 156p

estas razones que debe darse a estos dulces su justo valor. Si bien se ha apuntado que la dulcería en general es un elemento de pertenencia y de identidad para la región, el camote poblano o de Santa Clara es, en este sentido, el máximo representante.

Existe un artículo escrito para la revista "Bohemia Poblana" por el Dr. Domingo Couoh Vázquez hacia el año de 1950 titulado "Los camotes de Puebla" en el que se expresa de manera muy clara lo que representan los dulces de camote para la localidad. Couoh Vázquez señala:

"alineados como soldados, uniformes y callados en sus blancas cajitas de cartón, esperan impávidos al comprador sibarita, al turista, al fuereño, que han de llevarlos en sus alforjas de viaje, para justificar su estancia y su regodeo en esta ciudad de azulejos y campanas. Porque venir a Puebla y no comprar para llevarse camotes de Santa Clara, es sencillamente no haber estado en la ciudad. El dulce camote de Santa Clara, es el boleto, el pasaporte, la constancia, de que se ha estado en este joyel de maravillas del arte colonial. Lo mismo sucede o acontece con el viajero, con el que sale de Puebla y se va de paseo o de vacaciones: si no lleva en sus equipajes e impedimenta, para obsequio y regalo de sus amistades y pariente, cuando menos una cajita de los clásicos y lugareños camotes de Santa Clara, es o un ingrato o un olvidadizo o sencillamente no ha sabido vivir en Puebla, a la que ni comprende ni ama."<sup>27</sup>

Pese a que este artículo fue escrito a poco más de cinco décadas, aún hoy es vigente. Couoh Vázquez expresa tan fielmente lo que son los camotes de Santa Clara tanto para el visitante como para el poblano, que no hay mucho que agregar al respecto porque, efectivamente, quien llega a Puebla y no prueba sus camotes es casi como no haberla conocido y aquel que vive en la ciudad y no los atesora, simplemente no puede proclamarse como poblano. Así de importante es el lugar que ocupan estos dulces dentro de la cultura del lugar.

### 3.3.1 ORIGEN E HISTORIA DE LOS CAMOTES POBLANOS

La Conquista fue un movimiento que dio lugar a un mestizaje de extraordinarias proporciones. La gastronomía fue uno de los espacios en donde esta mezcla de culturas se hizo por demás evidente, dando como resultado una cocina sin precedentes basada en la fusión hispano-indígena.

Cuando los españoles llegaron a tierras americanas se encontraron con una extensa variedad de frutos y legumbres que si bien antes eran desconocidos para ellos, ahora se encontraban al alcance de la mano. Era tal la abundancia y la variedad de los frutos mesoamericanos que causaba asombro en los conquistadores, quienes desde sus primeros escritos daban testimonio de la naturaleza americana.

<sup>27</sup> Couoh Vázquez, Domingo. *Los camotes de Puebla*. 8-9 pp. *Bohemia Poblana*, Puebla, Pue., Vol 82, Febrero, 1950

Carlos Zolla<sup>28</sup> proporciona en su libro "Elogio del dulce. Ensayo sobre la dulcería mexicana" una lista hecha por González Quintero de los vegetales que fueron sujetos a domesticación en territorio mesoamericano antes de la Conquista entre los que se encuentran: el amaranto, la chíá grande, el cacahuatle, la jícama, la calabaza, las anonas, la chirimoya, la guanábana, el tejocote, la ciruela amarilla, el jocote o jobo, la guayaba, los zapotes amarillo, verde, negro y blanco, la papaya, la piña, los nopales, la vainilla, el cacao, el maguey y por supuesto el *camote*.

Para fines del presente proyecto y por obvias razones nos centraremos en el camote, no sin antes decir que los vegetales, los tubérculos y las frutas en general, ya sea por su atractiva apariencia, sus sabores o su dulzor natural, fueron elementos indispensables para el desarrollo de la dulcería mexicana.

El camote (también denominado *batata doce* en portugués, *Patate douce* en francés, *patata dolce* en italiano, *batate* en alemán y *sweet potato* en inglés) es una especie de la familia de las convolvuláceas, cuyo nombre científico es *Ipomea batatas*.

Si bien en un momento dado existió la teoría de que su origen era probablemente africano, en la actualidad se sabe que el origen de esta hortaliza es totalmente americano; autores como Salvador Novo<sup>29</sup> y Ramón Cruces Carvajal<sup>30</sup> incluyen al camote dentro de la lista de productos que América aportó al mundo. De hecho, también Sahagún en su Historia General de las cosas de la Nueva España hace mención de este producto al referirse al comercio entre los nativos: "vende también unos erizos de fruta, unas frutas como nabos que llaman jícamas, *unas raíces de plantas que son como batatas*"<sup>31</sup>, con lo cual nos damos cuenta de que este bulbo era ya del gusto de los indígenas.

El camote es el tubérculo (porción engrosada de alguna parte de la planta, especialmente de un tallo subterráneo) que se obtiene de la planta del mismo nombre. Pesa entre .5 y 3 kg aproximadamente y presenta por lo general una forma alargada. Existen varios tipos que se distinguen por el color de la piel y de la carne, aunque los más comunes son los de piel púrpura, roja o café y pulpa blanca. Crece mejor en climas calientes y húmedos, pero puede adaptarse a climas secos. En nuestro país se cultiva principalmente en los estados de Jalisco, Puebla, Michoacán, Veracruz, Tabasco y Colima.

El camotli (voz náhuatl) tiene una composición muy similar a la de la papa, de carne firme que al ser cocida adquiere una consistencia pastosa y fina; sin embargo, la diferencia radica en que, por su elevado contenido en azúcares, presenta un sabor dulce muy agradable. Si bien la dulcería en general se vale de sus cualidades, es en Puebla donde el camote se constituye como la sustancia vital que da origen a su dulce más estimado: el dulce de camote. Con respecto a esto Couch Vázquez apunta:

28 Zolla, Carlos. *Elogio del dulce. Ensayo sobre la dulcería mexicana*. 2da. ed. México; Fondo de Cultura Económica, 1995, 47 - 48pp

29 Novo, Salvador. *Cocina Mexicana. Historia Gastronómica de la Ciudad de México*. 9ª. ed. México; Porrúa, 2007, 43p

30 Cruces Carvajal, Ramón. *Lo que México aportó al mundo*. México; Quarzo, 2006, 189p

31 Sahagún –citado por Zolla, Carlos. *Elogio del dulce. Ensayo sobre la dulcería mexicana*. 2da. ed. México; Fondo de Cultura Económica, 1995, 42p

“el camote, “camotli” en mexicano, bulbo dulzón y farináceo ofreció a la orfebrería dulcísima de las azucarerías conventuales sus carnes sabrosas, para la confección de platillos y filigranas de su industria.

De él nace el camote poblano, rico, exquisito, único, que es y ha sido siempre, no sólo regalo digno de Obispo, sino un verdadero bocado de Cardenal. Un fruto dulcísimo y sabroso de esta Puebla de los Ángeles”<sup>32</sup>

Por su parte Salvador Novo señala:

“el camote, descortezado, molido y endulzado, es la dúctil materia prima que admite, absorbe los perfumes delicados de la fresa, la piña, la guayaba, para envolverse desnudo en rollos cristalizados, o para invitar al ejercicio de las inclinaciones barrocas de las monjas de Santa Clara que lo decoran con filigranas de cobertura, grafías de finas duyas, rositas rococó, palomitas, lazos y moños de colores pálidos.”<sup>33</sup>

Existen historias y leyendas que se confunden para explicar el origen de estos dulces tan preciados. Una de ellas es la que nos proporciona Eva Guimbarda en su escrito titulado “Historia del Camote Poblano”<sup>34</sup> en donde cuenta que el 10 de enero de 1854 una mujercita llamada María Guadalupe llegó a las puertas del Convento de las clarisas de Puebla para tomar los hábitos bajo el nombre de Sor Clara de Jesús; esta joven venía de Oaxtepec en donde había dejado solo a su padre. Invasión por la nostalgia de no verlo, un día decidió elaborar un delicioso dulce para él. Se dirigió a la huerta del monasterio en donde se cultivaba, entre otras cosas, gran cantidad de camotes; escarbó la tierra y sacó unos cuantos, los llevó a la cocina en donde los puso a cocer, los tamizó y luego les agregó azúcar y raspadura de limón para después ponerlos a hervir. Cuando los sacó de la lumbre, llena de gusto, tomó una porción de la pasta de camote y al darse cuenta de que ya había tomado la consistencia necesaria, hizo una especie de puros de dos centímetros de diámetro por quince de largo los cuales, ya secos, envolvió en papel, los guardó en una cajita de tejamanil y los envió a la casita de Oaxtepec, en donde su padre, al acogerlos “pudo saborear deliciosamente los primeros camotes, hechos por Sor Clara de Jesús”<sup>35</sup>.

Otra historia es la que señala el cronista e historiador poblano Enrique Cordero y Torres<sup>36</sup>. Según esta versión el dulce de camote tuvo su origen en el convento de Santa Clara en Puebla hacia el siglo XVII cuando en 1676 una novicia de apenas trece años de edad llamada Angelina fue enviada del convento de Santa Inés al de Santa Clara como castigo a su mal comportamiento; allí se le encomendaron las tareas más pesadas de la cocina como lavar trastes, fregar el piso, etcétera.

32 Couoh Vázquez, Domingo. *Los camotes de Puebla*. 8-9 pp. *Bohemia Poblana*, Puebla, Pue., Vol 82, Febrero, 1950

33 Novo, Salvador. *Cocina Mexicana. Historia Gastronómica de la Ciudad de México*. 9ª. ed. México; Porrúa, 2007, 43p

34 Carrasco Puente, Rafael. *Puebla. Azulejo mexicano*. Puebla, Pue; Honorable Ayuntamiento de Puebla, 1971, 91-92pp

35 *Ibid* 92p

36 Enrique Cordero y Torres –citado por Guerrero Ferrer, Adriana en *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 153p

Debido a que cumplió perfectamente con sus quehaceres, la madre cocinera la recomendó con la superiora para que la situase al frente de la despensa. Ésta estaba bastante surtida ya que, tanto las casas particulares como los comercios, les donaban gran variedad de productos; sin embargo, entre todos ellos resaltaba el camote que, con frecuencia y en grandes cantidades, les traían de distintos pueblos de la Mixteca, de tal modo que "toda la comunidad consumía este tubérculo en el desayuno y en las comidas, ya asado, ya hervido, como alimento completo; pero a todas las tenía el camote 'hasta el copete'"<sup>37</sup>. Resulta que un día el obispo don Manuel Fernández de Santa Cruz y Sahagún quedó en visitar el convento y la madre superiora se comprometió a preparar un dulce exquisito, jamás imaginado por el prelado; esto fue motivo para que la preocupación acosara a las hermanas en la cocina e incluso en el dormitorio, porque una tarea de semejante naturaleza les llegó a quitar hasta el sueño. En esas estaban cuando de pronto Angelina propuso que se le diera al obispo camote; esto provocó asombro en la comunidad y hasta la madre cocinera la reprendió, sin embargo, la joven insistió: "sí, sí, camote al Señor Obispo, ¡camote y hasta se chupará los dedos al saborearlo, porque será 'bocato di cardinale'!"<sup>38</sup>. El optimismo de la jovencita contagió a la comunidad pues en el fondo la idea no resultaba tan mala, así es que se le proporcionaron los ingredientes y materiales necesarios para la misión. Puso a hervir los camotes, los peló, les agregó piña y la cantidad necesaria de azúcar, puso a fuego lento la mezcla; cuando la pasta estaba lista, la dejó enfriar para luego hacer una especie de bollos los cuales decoró con pinturas vegetales. La encomienda resultó todo un éxito, el obispo quedó tan fascinado con los deliciosos dulces de camote que incluso pidió algunos para llevar. Tiempo después Angelina se dio cuenta de que en realidad no tenía vocación para ser monja, así que colgó los hábitos, se casó, tuvo hijos y estableció junto al convento de Santa Clara un pequeño obrador de dulces en donde la especialidad era por supuesto, el dulce de camote.

Por otro lado Couoh Vázquez en su artículo "Los camotes de Puebla"<sup>39</sup> anota otra historia: cerca de Puebla había un convento de monjas en cuyos terrenos aledaños se cultivaba mucho el camote. Un día una colegiala traviesa agarró un camote, lo metió en una olla, le echó azúcar y lo batió para que las monjas se fastidiaran al lavar el traste. Una monja olvidadiza al probar la mezcla en vez de molestarse, se deleitó. Poco tiempo después la monjita y la colegiala fueron trasladadas al convento de Santa Clara, en donde lucían sus habilidades y la golosina de su descubrimiento, sobre todo cuando llegaban las visitas importantes y cuando de hacer obsequio al paladar del señor Obispo se trataba.

En el artículo titulado "Los camotes de Santa Clara"<sup>40</sup> escrito hacia el año de 1934 por Artemio del Valle Arizpe, se muestra una cuarta versión acerca del nacimiento de los camotes poblanos. Este autor apunta que un matrimonio de apellido Pareja, por asuntos comerciales abandonó Puebla estableciéndose en Apaseo (del actual estado de Guanajuato) en donde hizo regular fortuna. El matrimonio tuvo una hermosa hija llamada Josefa, quien se trasladó a Puebla para tomar los hábitos en el convento de Santa Clara, bajo el nombre de Josefa de San Agustín. Esta religiosa no olvidaba Apaseo, en donde

37 *Ibidem*

38 *Ibidem*

39 Couoh Vázquez, Domingo. *Los camotes de Puebla*. 8-9 pp. *Bohemia Poblana*, Puebla, Pue., Vol 82, Febrero, 1950

40 Del Valle Arizpe, Artemio. *Los camotes de Santa Clara*. 3 y 7p. *El Universal*, en *El Magazine para Todos*, México, abril, 1934

había transcurrido su adolescencia y parte de su juventud y recordaba la abundancia del tubérculo blanco y solicitó a sus padres que le llevaran una buena cantidad al convento. Sor Josefa preparó una pasta de camotes hervidos con azúcar e hizo una serie de pequeños rodillos los cuales colocó en cajitas de madera para luego convidarlos con las demás hermanas, quienes quedaron encantadas al probarlos. Así nacieron, según del Valle Aríspe, los célebres camotes de Santa Clara.

Como podemos observar son diversas las historias o leyendas que giran en torno al nacimiento de los camotes poblanos; éstas se han ido transmitiendo de forma oral y escrita a través del tiempo y son, como apunta Guerrero Ferrer, “un material histórico inigualable que nos muestra la riqueza de un pasado sobre el que se sustenta la esencia de un pueblo: su identidad.”<sup>41</sup>

De las cuatro versiones la de Enrique Cordero y Torres quizá sea la más probable ya que para el siglo XVII ya se habían instalado diferentes órdenes religiosas en Puebla y hacia el siglo XVIII comienza a solidificarse la nascente producción regional del dulce mexicano; de hecho ésta es la más conocida entre los pobladores junto con la versión dada por Couch Vázquez. En ambas el espíritu travieso y alegre de una jovencita propició, dentro de un contexto beatífico, el nacimiento del dulce de camote y quizá sea ese matiz, por un lado de ternura y picardía y por el otro de religiosidad, lo que lleve a los poblanos a situarlas por encima de las otras. No obstante, pese a sus diferencias, todas coinciden en que fueron las monjas poblanas, específicamente las clarisas, quienes inventaron este dulce que con el tiempo trascendió los muros conventuales y cuya fama se propagó por todo el territorio poblano.

### 3.3.2 MODO DE ELABORACIÓN Y PRINCIPALES PUNTOS DE PRODUCCIÓN

Las religiosas, como se refirió anteriormente, tuvieron que suspender actividades (entre ellas la confección de dulces) y encontrar la manera de subsistir; recibieron auxilio de las familias poblanas las cuales les ayudaron a vender sus productos y más aún, aprendieron a hacerlos. Es en este punto donde el dulce de camote sale de los conventos y llega a manos de los que más tarde se convertirían en los portadores y transmisores de este legado.

Los herederos de la receta del camote comenzaron a inaugurar pequeños establecimientos, casi todos en la Portería de Santa Clara (para el primer cuarto del XX el barrio dulcero prácticamente ya estaba bien conformado), los cuales en un principio eran surtidos por las monjas, pero que más tarde se volvieron en talleres donde los maestros hacían su propio dulce. La designación *camotería* era popular entre la población pues en estos expendios se vendía, fundamentalmente, el dulce de camote. De hecho en la actualidad aún existen, en casi todas las dulcerías, letreros que tienen inscrita tal denominación.

Existen diversas fuentes que proporcionan la receta con la que se hace el dulce de camote; doña

41 Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 152p

Josefina Velásquez de León en El Universal sección Revista de la Semana del 22 de junio de 1952<sup>42</sup> da el siguiente procedimiento: los camotes se lavan, se ponen a cocer con cáscara. Ya cocidos se pelan y se ponen en agua de limón durante veinte minutos; pasado ese tiempo se escurren y se deshacen con una cuchara de madera hasta que adquieran una textura suave. Se pone al fuego un litro y medio de agua con azúcar a la cual se le agrega el camote cuando esté a punto de bola; esta mezcla se menea continuamente hasta que se vea el fondo del cazo y al tomar un poco de pasta con la cuchara y voltear ésta, la pasta se quede detenida. Cuando se enfría completamente, se van tomando pequeñas porciones con las cuales se hacen puros de aproximadamente 12 cm. de largo por 2 de grosor; estos se colocan sobre una base de madera y se ponen al sol; al otro día se voltean con cuidado y se vuelven a asolear un poco para luego barnizarlos con miel. Ya que se secan se envuelven en cuadritos de papel encerado. La miel se hace poniendo al fuego azúcar con un tercio de litro de agua y ya que esté a punto de bola se pueden barnizar los camotes.

Esta receta nos permite observar que aunque pasara a otras manos, la forma de elaboración de este dulce siguió y, aún en nuestros días, sigue siendo la misma. Es verdad que los camotes poblanos han ido evolucionando, han surgido otras versiones, tal es el caso de los que tienen forma de corazón, que junto con los otros satisfacen las necesidades, los gustos y la creatividad de los dulceros y de los consumidores; "sin embargo y a pesar de esta necesidad de experimentación hay sabores que se mantienen y se resisten al cambio, ya que son un rasgo básico que identifica a una cultura."<sup>43</sup> En este sentido, el dulce de camote ha conservado ese resabio de antaño y se ha enriquecido de acuerdo con las condiciones y características del grupo que lo produce y del momento histórico que vive, pero lo cierto es que conserva su antigua forma de elaboración y por ende su sabor.

En general, la dulcería se mantiene en Puebla como una práctica afianzadora de tradiciones y de identidad; ante un mundo en constante desarrollo, industrializado, en donde las máquinas han sustituido en muchos ámbitos (entre ellos la dulcería) a la mano del hombre, surge la necesidad de preservar, cuidar e incluso atesorar aquellos elementos que lo distinguen de la "masa". El dulce de camote ha sobrevivido en definitiva a esta industrialización; en su elaboración la mecanización es prácticamente nula, de ahí su carácter tradicional que dista mucho de la producción en serie, pues como ya se ha examinado, es un dulce que se crea a partir de las fórmulas heredadas de tiempo atrás y es por ello que su forma de fabricación se prestigia incluso ante su rival más fuerte: el dulce industrializado. El dulce de camote, apunta la señora Sara Martínez, "es un dulce que no es troquelado, ni tiene conservador; es el dulce manual, el dulce tradicional, el que nos enseñaron a hacer nuestras abuelas, nuestras tías"<sup>44</sup>, "no es lo mismo comerse un dulce de fábrica a comerse un dulce hecho a mano, un dulce bien hecho"<sup>45</sup>. Alberto Martínez, dulcero, da su testimonio: "Yo vi cómo hacían los dulces de camote con la señora Ortiz; los ponían a asolear y después de que estaban debidamente secos, ya les ponían su recubrimiento de azúcar y los iban clasificando según el sabor de la fruta, de

42 Carrasco Puente, Rafael. *Puebla. Azulejo mexicano*. Puebla, Pue; Honorable Ayuntamiento de Puebla, 1971, 92-93pp

43 George Armelagos –citado por Guerrero Ferrer, Adriana en *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 194p

44 Sara Martínez –citada por Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 183p

45 *Ibid.* 195 - 196 pp

naranja, de limón o de piña. Yo veía llegar a la casa de la señora Ortiz los bultos de camote, lo mismo a la dulcería de los Casián. Inclusive, me acuerdo que en los patios estaban los tendidos de dulces de camote secándose al sol y luego se envolvían a mano."<sup>46</sup> Como se aprecia los camotes poblanos son dulces labrados, moldeados, dulces que acumulan una tradición de siglos.

El dulce de camote es un objeto en donde se hace patente la mano del hombre, su creatividad, su gusto por lo artesanal, basta con ver las finas grafías de colores suaves que lo adornan en la actualidad. Por otro lado es un dulce que encierra en sí mismo y durante su proceso de creación la riqueza de un pasado, la valía del presente y una particular visión de la realidad.

Después de haber analizado la manera en que se elaboran los camotes poblanos, es el turno de hablar acerca de sus principales puntos de producción. Éstos se sitúan prácticamente en la capital del estado. Debemos señalar que en un principio, cuando se conformó el barrio o calle de los dulces, las mismas camoterías fungían como talleres en donde se preparaban estos dulces; para trabajar se ocupaba la parte baja de la casa, es decir, el patio y era ahí donde se elaboraban. Sin embargo, actualmente son contados los negocios que hacen los dulces, pues casi la totalidad de ellos los compra; al respecto Alberto Martínez señala que para los años veinte o treinta, las dulcerías elaboraban su propio dulce y añade: "Desafortunadamente ahora todos son expendios, excepto El Lirio y La Rosa, de ahí en fuera nadie fabrica un solo dulce."<sup>47</sup> Esto se debió a las crisis económicas que han sacudido al país, la elaboración de dulces fue entonces una alternativa para muchas familias que al ver reducidos sus ingresos encuentran una salida en la producción de dulce. Se autoemplean y sin inversiones económicas considerables, sin los trámites obligatorios de distintas secretarías como las de Salubridad o Hacienda, montan de manera rústica talleres en sus casas en donde la elaboración del camote se empalma con las actividades domésticas cotidianas. Estos talleres se ubican en casas situadas en la periferia de la ciudad y son los que surten, cada semana por lo regular, a las dulcerías poblanas.

Cabe decir que estos dulceros, en cierta forma de reciente ingreso en el oficio, se hicieron sobre la marcha o por el contacto que tuvieron con los antiguos maestros de quienes fueron empleados o a quienes vieron elaborar el dulce. En fin, ya sea que hayan heredado el oficio o improvisadamente lo hayan ejercido por necesidad, todos perpetúan la tradición de tal manera que la producción de camotes sigue siendo en su totalidad manual.

Es importante mencionar que el acceso a estos obradores resulta un tanto difícil, esto sucede por dos razones principalmente: la primera corresponde a que algunos artesanos temen que el visitante resulte ser un inspector de salubridad encomendado a encontrar irregularidades y la segunda –tal vez la principal– porque los dulceros resguardan celosamente sus formas de elaboración, sus milenarios "secretos de cocina", por lo que no permiten que cualquier persona tenga acceso a ellos.

46 Alberto Martínez –citado por Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 193p

47 *Ibid.* 192 – 193 pp



El Gobierno del Estado de Puebla<sup>48</sup> proporciona en su página la siguiente lista en donde se muestran los dulces y platillos típicos que se pueden encontrar en diferentes regiones del estado:

#### Centro

Sopa de Chile Poblano (San Martín Texmelucan)  
 Chileatole de San Pedro (San Martín Texmelucan)  
 Caldo de Habas (Huejotzingo)  
 Huazontles al Vapor (Cholula)  
 Sopa de Aguacate (Atlixco)  
 Truchas al Epazote (Atlixco)  
 Pollo Atlixquense  
 Pescado a la Tinga (Tepeaca)  
 Dulce de Pitahaya (Tepeaca)  
 Chalupas (Puebla)  
 Molotes (Puebla)  
 Cemitas (Puebla)  
 Rajas en Leche (Puebla)  
 Huevos en Rabo de Mestiza (Puebla)  
 Crepas Poblanas  
 Sopa a la Reina (Puebla)  
 Mole Poblano  
 Tinga Poblana  
 Chiles en Nogada  
**Camotes de Santa Clara (Puebla)**  
 Memelas (Cholula)  
 Rompope (Puebla)

Los camotes poblanos o de Santa Clara son ubicados específicamente en la ciudad; en efecto, aunque los talleres en donde se hacen se sitúan hacia la periferia, siguen encontrándose dentro de los límites de la capital, al igual que las dulcerías en donde se venden. Si bien han traspasado el territorio poblano e incluso en ocasiones se encuentran a la venta en tiendas de prestigio, como Liverpool y Palacio de Hierro –gran mérito por cierto- o en puestos ambulantes como parte de la amplia gama de dulces mexicanos, los camotes son innegablemente oriundos de Puebla, son dulces regionales, “sólo es aquí, en esta región donde se hacen”<sup>49</sup>.

### 3.3.3 IMPLICACIONES SOCIO-CULTURALES

Parece increíble que el dulce de camote, a simple vista tan sencillo, pueda tener implicaciones socio-culturales. Por lo regular sucede que cuando degustamos una golosina típica atendemos más a su sabor y pasamos por alto otros aspectos que se extienden al terreno de lo social y de lo cultural; esto es natural, tomando en cuenta de que si comemos un dulce lo hacemos más que otra cosa por el mero gusto de saborear algo agradable, sin embargo, qué mejor que conocer los alcances de lo que estamos ingiriendo de tal manera que podamos conferirle su justo valor.

48 Regiones de Puebla y su comida típica. Consultado en: Puebla. Gobierno del Estado, <http://www.puebla.gob.mx/puebla/turismoDoc.jsp?id=16405> 29 - 12 - 2007

49 Sara Martínez –citada por Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 196p

Si atendemos a los ingredientes del dulce de camote, ya desde ahí podemos percatarnos de un aspecto interesante: éstos dan muestra del elemento base sobre el cual se ha ido formando la identidad de todo un pueblo: el mestizaje. El camote, raíz mesoamericana y el azúcar, sazón español, se funden para dar origen a un producto vivo que encapsula la riqueza de esa nueva cultura emergida siglos atrás y la cual es propia de una sociedad que, aún con sus diferencias de clase y su evolución a través del tiempo, forma parte de un todo.

El dulce de camote es el producto de una práctica social –la dulcería– en la que existe “una red de relaciones y vínculos, fundamentalmente afectivos y económicos, tanto a nivel individual como colectivo que se establecen entre los diferentes sectores de la población y que se manifiestan culturalmente a través de los diversos momentos históricos.”<sup>50</sup> Como ya se analizó, en un principio este dulce fue elaborado por las monjas para halagar a los jefes eclesiásticos y virreyes. Este hecho condiciona su fabricación a la satisfacción de los miembros de una clase social específica. En aquel entonces los camotes de Santa Clara significaban por un lado, una posibilidad económica para las religiosas y por el otro, un lujo exclusivo de la gente acaudalada. Sin embargo, al salir de los conventos, el dulce de camote pasa a las clases subalternas como un objeto “resemantizado”, es decir, el nuevo grupo le dio un significado distinto al que tenía originalmente pues vio en él no solo un satisfactor económico, sino un objeto en el cual verter su creatividad y su sensibilidad, fue el recipiente de las fantasías, del ingenio e incluso del afecto de aquellos que lo fabricaban y de los que aún lo siguen fabricando. Los camotes poblanos son, en cierta forma, pequeñas artesanías, objetos dulces y bellos que encierran la concepción que sus creadores y sus consumidores tienen del mundo; por otro lado, contienen mensajes asociados al gusto, al deleite y al placer, reconocibles para todas las personas independientemente de su condición social, lo cual hace posible que estas golosinas se manifiesten en la vida cotidiana de los individuos disminuyendo incluso las fronteras de clase; este dulce se encuentra al alcance de la gente humilde y de igual manera, es estimado por gente que mantiene un estatus social elevado. Si bien el pueblo los designa como “camotes de Santa Clara” en alusión a su origen monjil, estos dulces tuvieron tal arraigo que se transformaron en dulces no sólo de Santa Clara, sino también de toda Puebla, a la cual le han dado renombre y de la que son motivo de atracción. Los camotes poblanos son objetos que existen y adquieren sentido necesariamente dentro de un entorno social.

Por otra parte, la producción de este dulce queda a cargo de distintos grupos principalmente familiares; las familias se constituyen como instituciones de índole social básicas en las que interactúan toda una serie de valores que rigen y coordinan el comportamiento de los individuos en sociedad.

Ahora bien, la familia, nos dice Malinowski, “es el lugar donde se sirve a la continuidad cultural mediante la educación”<sup>51</sup>; educar implica entrenar en la utilización de instrumentos y bienes, en el conocimiento y comprensión de la tradición y en el manejo de las responsabilidades sociales. Los padres al educar, también están heredando a sus descendientes todo este acervo de nociones, por lo que se puede afirmar que la familia se constituye como un sistema de herencia, de filiación y de continuación. “Son estas células sociales las que preservan, junto con la sociedad, la tradición y la costumbre de hacer y

50 Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 25 p

51 Kahn, J.S. (comp.). *El concepto de cultura: textos fundamentales*. Barcelona, España; Anagrama, 1975, 98p

consumir dulces."<sup>52</sup> Los dulces de camote son producto de las tradiciones y costumbres de los diversos grupos que los elaboran; son confeccionados a partir de distintos conocimientos que se transmiten de padres a hijos los cuales mantienen vínculos a través del tiempo por medio de las fórmulas, los procedimientos, las creencias e incluso los valores adquiridos que giran en torno a este dulce. Por otro lado, el dulce de camote también representa beneficios económicos para estas familias, las que encuentran en su producción una manera de allegarse recursos que les ayuden a subsistir; la economía es un sustrato material importante para toda sociedad.

La tradición, apunta Guerrero Ferrer, "se expresa dentro de la sociedad y da cuenta de la diversidad étnica y cultural de cada grupo humano, es por lo mismo, la forma aceptada de hacer las cosas, cuyas prácticas con el tiempo se van volviendo una costumbre."<sup>53</sup> Se puede afirmar que la tradición consiste en la conservación de los valores de una cultura. En este sentido, todo ese cúmulo de ideas que giran en torno al dulce de camote se han sintetizado en la mente de los individuos quienes son los portadores y transmisores de un saber consuetudinario que ha asegurado la permanencia del grupo por medio de mutuos reconocimientos e identidades. El dulce de camote es un elemento cultural que ha dado a los individuos un sentido de pertenencia; al reconocerlo se saben parte de una sociedad que tiene por patrimonio una cultura propia, exclusiva, una cultura que hace de su pueblo algo particular, único y diferente. Puede ser considerado por sus consumidores como una golosina de sabor agradable; por sus creadores como una artesanía en la cual hacer palpable su sentido estético o quizá como un recurso por medio del cual obtener ganancias, pero independientemente de estas divergencias, absolutamente todos los poblanos lo asumen como un elemento distintivo de su cultura.

Han transcurrido desde su origen hasta nuestros días casi cinco siglos y a pesar de ello los dulces de camote siguen estando presentes en la sociedad pobлана ocupando una posición importante y privilegiada. Es curioso que estos dulces hayan sobrevivido al paso del tiempo, hayan pasado invictos a los constantes cambios sociales, hayan estado exentos de los vaivenes de la moda e incluso se hayan constituido como un símbolo regional que identifica a los poblanos. En respuesta a este fenómeno Sara Martínez señala:

"Porque los camotes poblanos son una tradición. El pueblo no quiere que se acaben sus costumbres. El pueblo las mantiene, las tradiciones las mantenemos nosotros de manera individual, después un grupo de personas las practica y luego toda la sociedad. Primero es una práctica individual, después ésta va penetrando en la sociedad hasta que se vuelve una costumbre, posteriormente se hace tradición y luego se convierte en ley. Porque la tradición se vuelve ley al pasar el tiempo y es así como se conserva la cultura. Nosotros somos historia y somos los que debemos mantener estas costumbres que son muy nuestras, muy mexicanas."<sup>54</sup>

Las líneas anteriores exponen claramente las profundas implicaciones socioculturales que el dulce de

52 Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 196 p

53 *Ibid* 23 p

54 Sara Martínez –citada por Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004, 195p

camote tiene en una ciudad como Puebla, tan bella y rica en costumbres. Independientemente de nuestro lugar de origen, debemos valorar las riquezas que las distintas culturas nos han legado pues hablan no solo de la diversidad, sino de la grandeza de nuestros pueblos y de la humanidad misma.

Para finalizar es adecuado mencionar lo señalado por Adriana Guerrero acerca de la dulcería típica, que más que una frase parece una exhortación la cual, considero, se debe tomar en cuenta: "Ya que la dulcería mestiza poblana sólo seguirá existiendo si la sociedad en su conjunto coadyuva al fortalecimiento del gusto por los dulces y por lo tanto el fortalecimiento del sentido de pertenencia. De ahí que sea necesario redimensionar el valor de la dulcería tradicional porque de otro modo estaremos condenados a comer dulces que ya no tengan nada que ver son nuestro pasado histórico."<sup>55</sup>





## CAPÍTULO

REALIZACIÓN DE LA PROPUESTA AUDIOVISUAL ACERCA  
DEL DULCE DE CAMOTE DE PUEBLA

El objetivo principal del presente trabajo es realizar un audiovisual que pueda ser utilizado como herramienta para difundir un elemento de la cultura mexicana: el camote poblano.

Varias son las herramientas por medio de las cuales se puede llevar a cabo la difusión cultural; entre ellas tenemos los folletos, los trípticos, los carteles, los libros, etcétera, en las que, cabe decir, la participación del diseñador gráfico es de vital importancia. Sin embargo, existe un medio que en la actualidad se constituye como uno de los más utilizados y eficaces: el audiovisual. Por supuesto, no se pone en duda la eficacia de los otros medios, sin embargo, el audiovisual por su gran riqueza y dinamismo, resulta ser algo muy efectivo para captar la atención del público.

El Diseñador Gráfico, en definitiva, forma parte del circuito de la comunicación; crea mensajes específicos para un público determinado a partir de las formas y de la imagen, y por ello debe estar al tanto de todo lo que afecte, enriquezca y tenga que ver con aquéllas. En este sentido, el audiovisual al conjugar la imagen con otros elementos como el sonido, la palabra oral y escrita, es un medio del que el Diseñador Gráfico no puede estar exento, por el contrario, ha de saber organizar la coherencia de las imágenes con los otros componentes para elaborar mensajes funcionales dentro del sistema de la comunicación.

A lo largo del presente capítulo se expondrá el proceso de realización de un audiovisual con base en el diagrama de flujo de Robert Ertel y que servirá como herramienta para la difusión del dulce de camote de Puebla.

“Lo que con mucho trabajo se adquiere, más se ama”

Aristóteles



## 4.1 PREPRODUCCIÓN

La preproducción... indudablemente la fase en donde el realizador debe aclarar muy bien lo que desea transmitir a su espectador. Requiere de convicción, de decisión y sobre todo de objetividad; ¿esto por qué?, simplemente porque no se pueden fijar metas imposibles de alcanzar. Cuando realizamos un audiovisual debemos tener al menos la noción de lo que se quiere hacer y también el conocimiento de los recursos con los que se cuenta en realidad. Eso es la preproducción, un camino de consideraciones a través del cual se va construyendo la base de todo proyecto. Éxito, no es sinónimo de ostentoso, en el medio audiovisual éxito, es sinónimo de una preproducción a conciencia, de planteamientos factibles y de saber aprovechar inteligentemente las herramientas y los conocimientos que se tienen.

En este caso, para realizar el audiovisual que contribuya a la difusión de la cultura, se tiene que elegir qué de la cultura se va a difundir, por qué, a qué audiencia, con que medios, en que formato, etcétera. Para hacer todo esto se debe llevar una coherencia y es por ello que se ha elegido el diagrama de flujo de Robert Ertel, que es una metodología diseñada especialmente para la realización audiovisual.

### 4.1.1 PLANEACIÓN

Atendiendo al diagrama de flujo de Ertel, lo primero que se lleva a cabo dentro de la preproducción es la **planeación** y dentro de ésta el primer aspecto que se debe concretar es el **tema**.

¿Por qué el camote poblano?, generalmente cuando se habla de dulcería típica mexicana, su importancia se reduce al terreno de lo gastronómico, sin atender que la misma culinaria es una pieza substancial dentro de la cultura de cualquier país, es así que descubrí la necesidad de revalorar nuestra dulcería mexicana.

En un principio, consideré realizar un audiovisual que tuviera como tema "La dulcería típica mexicana"; sin embargo, el tema resultaba muy vago y sobre todo muy extenso, pues hay dulces típicos a lo largo y ancho de toda la república mexicana y la tarea, aunque muy loable, resultaba por de más compleja. Había entonces que depurar aún más el tema; dentro de la creación audiovisual, el tema debe ser algo delimitado porque incluso contribuye a prever la duración que tendrá el proyecto (Supra Cap. II). Me di a la tarea de buscar, entre todas, una de las dulcerías más importantes y trascendentales del país, así fue como llegué a la dulcería poblana.

La dulcería típica poblana tiene un peso considerable; su trasfondo histórico y sus implicaciones socioculturales son aspectos que contribuyen al objetivo del presente proyecto, pues más que desear exponerla como un enlistado de ricos dulces, la idea es mostrarla como un eslabón dentro de nuestra amplia cadena cultural.

El tema tenía que delimitarse aún más, porque la gama de dulces típicos poblanos es muy grande; tortitas de Santa Clara, picones, muéganos, alfajores, alfeñiques, mazapanes, mostachones, piñonates, polvorones, jaleas, son solo una pequeñísima parte de todos los dulces que la conforman.

Sin embargo, entre todos ellos hay uno que se puede decir, es el máximo representante de la dulcería de Puebla: el camote. Es entonces que se elige éste como tema central del audiovisual.

Ya que se ha elegido el tema, se debe investigar acerca de éste, pues como ya se apuntó, toda elaboración temática implica una labor de investigación (Supra Cap. II), "más aún si la intención es realizar un montaje de carácter educativo o documental"<sup>1</sup>. Para poder realizar un audiovisual acerca de los camotes poblanos, se buscó en distintas fuentes tales como libros, revistas y periódicos, la información referente a su origen, historia, elaboración, etcétera (Supra Cap. III). Documentarse bien es importante, porque a partir de la información encontrada se arma el contenido de la presentación audiovisual.

Cubiertos los puntos anteriores, se procede a fijar los **objetivos**, es decir, qué es lo que se pretende alcanzar con el audiovisual. En este caso el audiovisual tendrá que ser de un corte documental, tocará aspectos reales del dulce de camote; pero más que hacer énfasis en su sabor, lo que se busca es proporcionar a la audiencia los elementos necesarios para despertar la conciencia de que no es solamente una expresión culinaria sino un elemento cultural que debe ser valorado como tal.

Por otro lado, el diseñador gráfico al elaborar sus mensajes, aparte de la funcionalidad, también vela por la estética del producto; en este caso, se busca que la narración audiovisual sea agradable al espectador, que la comunión entre imagen y locución tenga el impacto pero a la vez el matiz artístico suficientes para interesar a la audiencia. Con base en estas acotaciones se elegirá la información que contendrá el audiovisual y su tratamiento.

Es momento de especificar la **duración** de la presentación audiovisual. Se decide realizar un audiovisual con una duración de 10 minutos aproximadamente, consideramos que este período es idóneo para mantener la atención del espectador y es suficiente para expresar lo que se desea. Attendamos a que estamos exponiendo un dulce, uno, y si las imágenes o el texto resultaran repetitivos, se correría el riesgo de caer en la monotonía y en el medio audiovisual, eso se evita a toda costa. Más que cantidad se pretende calidad en el producto y hablamos de que durante los 10 minutos de desarrollo, el espectador irá conociendo los aspectos fundamentales del dulce de camote, pero sobre todo encontrará los elementos suficientes para saber que se constituye como un factor cultural importante para el poblano.

El tiempo en el que se llevará a cabo su producción es de aproximadamente un mes y medio. Pareciera que un mes es un periodo exagerado para una producción de 10 minutos, sin embargo, se debe considerar que toda producción audiovisual se lleva tiempo, implica traslados, *scouting*, toma de imagen, elección musical, edición, etcétera. Además, siempre es bueno tener un tiempo de respaldo en consideración a cualquier percance, la prevención es un factor con el que se evitan dificultades.

Se procede a delinear el **perfil del receptor**. El material será utilizado para dar a conocer el dulce de camote, pero ¿a quienes?. Sería muy aventurado realizar un audiovisual para la población en general, ya que ésta es muy heterogénea, sus intereses son variados al igual que sus gustos. El tratamiento de la

---

1 Eneas Cromberg, Jorge, etal. *Montajes Audiovisuales*. México; Diana, 1979, 50p

producción e incluso el lenguaje a utilizar dependen mucho del perfil de la audiencia, conociéndolo, podemos saber cómo dirigirnos al receptor y entonces lograr una mejor comunicación.

El sector al que nos interesa llegar en este caso, es aquel que no conoce las implicaciones del dulce de camote; son todas aquellas personas que no pasan de verlo como una golosina más, de atractivas formas y de agradable sabor. En cierta manera, la gran mayoría de los poblanos está conciente del valor de su dulcería, así que nuestro punto de interés se ubica en los que no son poblanos: los turistas, aquellos que no conocen la ciudad y llegan a ella dispuestos y deseosos de hacerlo. Partiendo de esto se investigó cuál es el perfil del turista promedio que visita la ciudad de Puebla de los Ángeles.

En la página del gobierno municipal se encontró un estudio acerca de la demanda turística elaborado por la Dirección de Turismo UDLA<sup>2</sup>. Este estudio tiene un grado de confiabilidad del 98% y se efectuó durante los periodos vacacionales del 2007 a una población de 804 turistas de los cuales 223 son extranjeros, 527 son nacionales y 54 de otras zonas del estado. Los datos que arroja son los siguientes:

- Del 100% el 57.7% quisieran aumentar conocimientos acerca de la ciudad.
- Del 100% el 63.9% coinciden en que la ciudad es agradable.
- Del 100% el 77.4% consideran que en la ciudad hay muchas cosas interesantes que ver.
- El 54.0% es turismo cultural, es decir, visita a la ciudad con la finalidad de conocer atractivos culturales.

El perfil socioeconómico del turista que visita la ciudad, según este estudio, es el siguiente:

- Procede principalmente del interior de la República mexicana. El estado que predomina es Oaxaca y el que menos Tlaxcala.
- El rango de edad que predomina es de los 20 a 29 años.
- La categoría de Empleado es el grupo social que mayor presencia tuvo (45.0%), seguido de Estudiante (29.6%). Tras éstos se sitúan los Autónomos/Independientes (12.2%) y finalmente los Retirados (6.9%).
- La principal ocupación es Profesionista (43.9%) y Profesionales de ventas (16.3%); tras éstos están los Profesionistas técnicos (12.8%), Director o Gerente (12.8%) y Oficina/Administración (11.7%).
- Los niveles de formación predominantes son Licenciatura y Maestría (53.7% y 17.9% respectivamente).
- En relación al nivel de ingresos, el 42.6% de los visitantes perciben mensualmente 6 mil pesos o menos; el 24.7% de 6 mil a doce mil pesos mensuales y el 13.9% de doce mil a 24 mil pesos mensuales.

Con base en esta información estableceremos el perfil de nuestro receptor. Nos damos cuenta de que la mayoría de los turistas que visitan la ciudad son nacionales, por ello, el idioma a utilizar será el *español*; considero que para que la cultura mexicana pueda ser valorada más allá de nuestras

2 Estudio de la demanda turística. Consultado en: [http://www.puebladezaragoza.gob.mx/joomla/imagenes/turismo/obs\\_turistico.pdf](http://www.puebladezaragoza.gob.mx/joomla/imagenes/turismo/obs_turistico.pdf) 22 - 01 - 2008

fronteras, la labor debe comenzar aquí, en nuestro país. El audiovisual será dirigido a: **gente adulta-joven (trabajadores o estudiantes) que oscile entre los 20 y 30 años de edad con una formación académica media-superior.**

Definido el perfil del receptor, se decide el **medio** a emplear. Este producto será utilizado para difusión, por lo que debe prestar las facilidades que contribuyan a tal fin. Hay que elegir los medios adecuados para elaborar un material de fácil acceso y que sea práctico en su uso. Respecto a esto Eneas Cromberg señala: "también las formas se encuentran relacionadas con los objetivos ya que la disponibilidad de aparatos de proyección y reproducción obligará a la adopción de uno u otro medio."<sup>3</sup> En ocasiones el audiovisual se liga mucho a las diapositivas y los proyectores, sin embargo, no es posible reducir el universo audiovisual a estos medios, pues existen muchos otros a partir de los que se pueden realizar presentaciones audiovisuales (Supra Cap. I).

También deben considerarse los recursos con los que se dispone, pues si los medios seleccionados no están al alcance, la producción del material corre el riesgo inclusive de no cristalizarse.

Los medios con los que se cuenta y que se consideran para el presente proyecto son: la cámara digital, para la captura de imagen; una computadora Macintosh (Supra Cap II) para la postproducción y el DVD como soporte, de este último se hablará con más precisión en la parte de la presentación.

La fotografía digital consiste en la grabación de imágenes mediante una cámara, de forma análoga a la fotografía clásica. Sin embargo, así como en esta última las imágenes quedan grabadas sobre una película y se revelan posteriormente mediante un proceso químico, en la fotografía digital las imágenes son capturadas por un sensor electrónico que dispone de diversas unidades fotosensibles y desde allí se archivan en otro elemento electrónico que compone la memoria (Supra Cap. II).

Una ventaja de este sistema respecto a la fotografía clásica es que permite disponer de las imágenes capturadas al instante, sin necesidad de llevar la película al laboratorio y esperar un cierto tiempo hasta que éste entregue las fotos reveladas, lo que en este caso, agiliza el tiempo de producción. La fotografía digital es totalmente compatible con el entorno operativo, las fotos pueden llevarse a un ordenador y conservar su nitidez, su brillo, sus colores, su proporción, entre otros; desde ahí se les puede retocar (ampliar, reducir, rectificar color y brillo) con ayuda de distintos programas infográficos y utilizar para crear una presentación audiovisual con los programas de edición respectivos. El costo, en comparación con el sistema análogo por fotografía impresa es menor, considerando que se pueden realizar múltiples tomas y elegir la que más convenga.

La postproducción se realizará en un ordenador iMac G5 y los programas infográficos contemplados son:

- *Photoshop* versión CS2: es un programa del corporativo Adobe, diseñado especialmente para el tratamiento de la imagen. Proporciona múltiples herramientas para retocar, modificar, cambiar proporciones, aplicar filtros, borrar, deformar, hacer montajes, etcétera.

---

3 Eneas Cromberg, Jorge, etal. *Montajes Audiovisuales*. México; Diana, 1979, 28p

- *Illustrator* versión CS2: también de Adobe, es un programa destinado a la elaboración de gráficos. Aquí no se modifica la imagen, se crea. Brinda paletas de color, así como herramientas y controles de dibujo para hacer todo tipo de ilustraciones. Como trabaja con vectores, es posible aumentar el tamaño de las imágenes creadas sin que pierdan su calidad.
- *After Effects* versión 6.0: al igual que los anteriores, este programa pertenece a Adobe. Con él también se pueden hacer gráficos vectoriales, sin embargo, usualmente es utilizado para dar movimiento a la imagen (fotografías y gráficos), para crear composiciones muy artísticas y para lograr distintos efectos visuales.
- *Premiere* versión 6.5: es un programa de Adobe destinado principalmente a la edición de video. El medio elegido es imagen fija (fotografía), sin embargo, Premier por ser un programa dedicado a la producción audiovisual, brinda las herramientas necesarias para crear la banda sonora.
- *iTunes*: programa de la plataforma Macintosh que funge como reproductor de música con el cual se puede convertir el audio a un formato MP3, el cual se describirá en la parte del sonido.
- *iDVD*: es un software propio de Macintosh con el que se puede crear un DVD compatible con cualquier reproductor de DVD, ya sea de un ordenador o independiente.

La cámara digital fotográfica considerada para realizar la toma de imagen es la Cyber-shot modelo DSC-W50 marca SONY que cuenta con una memoria interna capaz de almacenar 196 fotografías en formato VGA (640 x 480 píxeles de anchura y altura respectivamente). Si se cuenta con una memoria externa de 1 GB de capacidad, como es el caso del presente proyecto, es posible capturar 988 fotografías con una dimensión de 2048 x 1536 píxeles de anchura y altura respectivamente, la cual es óptima para que las imágenes conserven su nitidez en pantalla de televisión, la cual maneja un formato de 720 x 480 píxeles. Si se utilizan fotografías con un "pixelaje" menor, es posible que pierdan claridad pues la presencia de los píxeles se hace obvia.

Establecidos los medios, es momento de fijar el **presupuesto** de la producción. Dentro del presupuesto se deben incluir los materiales, el pago de personal (en caso de requerir su participación), viáticos, etcétera (Supra Cap. II). El presupuesto aproximado para esta producción es el siguiente:

### Materiales

- iMac G5: cotizada actualmente en \$ 21, 000. 00 aprox. (Veintiún mil pesos moneda nacional, precio redondeado).
- Cámara digital fotográfica Cyber-shot modelo DSC-W50 marca SONY: \$5,000.00 (Cinco mil pesos moneda nacional, precio redondeado).
- Tripié modelo VCT-R640 marca SONY: \$539.00 (Quinientos treinta y nueve pesos moneda nacional).
- Memoria externa para fotografías digitales marca SanDisk con 1.0 GB de capacidad: \$400.00 (Cuatrocientos pesos moneda nacional, precio redondeado).
- Un paquete de 25 DVD-R marca Sony con capacidad de 4.7 GB: \$200.00 (Doscientos pesos moneda nacional, precio redondeado).

### Viáticos

- 3 viajes contemplados a la ciudad de Puebla (Uno destinado al *scouting* y los otros dos para la toma de imagen); costo del pasaje por persona en la línea Estrella Roja de la central camionera TAPO: \$ 90.00 Total: \$ 540.00 (Quinientos cuarenta pesos moneda nacional).
- Gastos de alimentación y colectivos: \$ 1,500.00 (Mil quinientos pesos moneda nacional, considerando cualquier imprevisto).

**Presupuesto total:** \$ 29, 179.00 (Veintinueve mil ciento setenta y nueve pesos moneda nacional).

Cabe decir que el ordenador iMac G5, la cámara digital fotográfica y el tripié son materiales con los que ya se contaba antes de la realización del presente proyecto, sin embargo, deben incluirse dentro del presupuesto.

Las **instalaciones** aluden al lugar en donde se llevará a cabo la presentación. Este audiovisual está destinado a presentarse en un DVD para que pueda ser distribuido (recordemos que estamos hablando de difusión), por lo que las instalaciones dependen de reproductor de DVD, del televisor u ordenador y del lugar donde cada persona lo reproduzca. Aunque el DVD será creado desde una plataforma Macintosh, guardará compatibilidad con la plataforma PC.

Cuando se han definido los puntos anteriores, se procede a realizar el texto.

## 4.1.2 TEXTO

En la fase de planeación se establecieron los parámetros sobre los que se ha de trabajar. El texto debe elaborarse con base en las acotaciones hechas durante esa etapa.

Ya que el texto es prácticamente el contenido del audiovisual, para elaborarlo, lo primero que se debe hacer es atender a los objetivos, éstos son una guía para saber qué información se va a incluir. En el presente trabajo, más que desear promover el dulce por su sabor, se pretende despertar la consciencia de que representa una tradición y es un elemento cultural; para ello debemos crear un texto que destaque estos aspectos y que contenga por supuesto, la información más importante de este dulce.

El texto debe ser redondo, es decir, debe contener un principio, un desarrollo y un fin. En este caso el texto comenzará exponiendo un escenario general de la ciudad de Puebla, con el objeto de ubicar al espectador, para luego llegar a su dulcería y de ahí tomar el dulce de camote. De éste ha de hacerse una descripción general, de tal forma que el espectador lo conozca, para luego proporcionar datos acerca de su origen, lugares de producción, su elaboración, todo ello encaminado a resaltar su carácter tradicional. Al final se hará total énfasis en que este dulce forma parte de la cultura poblana. Esta narración se desarrollará dentro del tiempo fijado, que corresponde a 10 minutos aproximadamente.

El tratamiento del texto está íntimamente ligado al perfil de nuestro receptor. Sabemos que esta producción está destinada a un público adulto-joven de entre veinte y treinta años de edad, con

una formación académica media-superior. Podemos afirmar que, quienes cubren este perfil, en la mayoría de los casos son gente crítica, propositiva, interesada en las problemáticas culturales y abierta al conocimiento. Aunque es gente joven, podemos dirigirnos a ellos seriamente, con cierta sobriedad, aunque sin perder de vista el dinamismo.

La claridad y la simplicidad son aspectos que favorecen en mucho todo acto comunicativo, en este sentido, en el texto del presente audiovisual se evitarán los vocablos complejos porque, aunque nuestros receptores tienen el nivel para entenderlos, consideramos que el dirigirnos a ellos de forma sencilla, contribuirá a que asimilen mejor el mensaje, además de que también se deja abierta la posibilidad para que esta presentación pueda captarse por aquellos que no cumplan del todo con el perfil establecido.

También se decide el título del audiovisual. En este caso se busca un título que conjugue tanto el factor culinario como la implicación cultural de este dulce. El título que se elige es: "Los camotes poblanos... un bocado de tradición".

Ya que se han determinado los parámetros bajo los cuales se debe trabajar, se elabora un texto general, una sinopsis del contenido de la obra, el cual es la materia prima con la que se construye el primer guión literario, también llamado *Shooting Script* (Supra Cap II).

El locutor juega un papel primordial en el desarrollo de cualquier narración; su voz y la forma en que la proyecte, contribuyen a reforzar el carácter de la producción y se constituyen como uno de los vehículos principales del mensaje. Si la voz del locutor va de acuerdo con lo que se transmite y resulta agradable para el espectador, es más factible que éste asimile mejor el mensaje.

Para el audiovisual del camote poblano se establece la participación de un solo locutor, cuya elección se hace tomando en cuenta que el proyecto trata de un dulce, algo cándido, agradable, relacionado con las sensaciones placenteras. Sin embargo, este dulce también se constituye como un elemento cultural importante, tiene que ver con las tradiciones, con los pueblos, con las costumbres, con el respeto. Por dichas razones, se pretende que la narración sea ligera, pero no informal; sobria, pero no tediosa; melódica y que a la vez tenga el impacto suficiente para captar y mantener la atención del espectador. Si bien la dulcería en gran medida por su naturaleza alegre y cotidiana, muchas veces es tomada a la ligera, se busca que este conjunto audiovisual le confiera la seriedad con la que pocas veces es considerada.



## DESCRIPCIÓN DEL LOCUTOR PARA EL PROGRAMA AUDIOVISUAL “LOS CAMOTES POBLANOS... UN BOCADO DE TRADICIÓN”

### LOCUTOR 1:

- Sexo femenino. La voz femenina es capaz de proporcionar el matiz delicado y gentil, pero a la vez seguro y determinado que requiere esta producción.
- Tono de voz *Soprano Dramática* que pertenece a una mujer de 17 a 35 años aproximadamente. No corresponde a una adolescente ni tampoco a una mujer mayor, sino a una mujer adulta joven.
- La inflexión de voz estará en el punto medio entre la voz de campana y la voz de plata, es decir, que denote un carácter serio, pero no severo y a la par, amable y cordial. Esta voz debe reflejar a una persona de convicciones propias, independiente, crítica, capaz de compartir sus opiniones; comprometida, formal, no radical, ni imperativa, sino cortés y segura. Con esta voz se busca el equilibrio entre frescura y madurez, entre gentileza y decisión.
- La voz es narrativa. Determinado y seguro, ameno y confiable, el locutor se encargará de relatar el texto. Su narración será fluida y efectuará los matices necesarios para que el espectador atienda a su relato y lo perciba convencido del mensaje que transmite. La narración reflejará el tinte cultural de la producción y tendrá la facultad de expresar y compartir el profundo valor del camote poblano como elemento cultural.

A continuación se proporciona el *Shooting Script* del audiovisual materia del presente proyecto.



GUIÓN LITERARIO DEL PROGRAMA AUDIOVISUAL  
"LOS CAMOTES POBLANOS... UN BOCADO DE TRADICIÓN"

LOCUTOR	TEXTO	TIEMPO
Locutor 1	<i>Fade in Track 1: "El Carretero" del CD México Mágico Instrumental</i>	
	HAY UN ESPACIO EN LA GEOGRAFÍA MEXICANA DONDE LAS HUELLAS DEL PASADO Y EL ORGULLO DE UN PUEBLO POR SUS TRADICIONES Y COSTUMBRES, A CADA MOMENTO SE HACEN PRESENTES: PUEBLA.	18"
	<i>Cut</i> <i>Track 15: "El Zopilote Mojado" del CD México Mágico Instrumental</i>	
	ESTA ENTIDAD SE UBICA A 129 KMS DE LA CIUDAD DE MÉXICO.	5"
	ES UNA DE LAS REGIONES CON MÁS RIQUEZA CULTURAL DEL PAÍS;	5"
	SUS CONSTRUCCIONES HISTÓRICAS, SUS CATEDRALES E IGLESIAS, SUS FIESTAS, SU GASTRONOMÍA Y SU TALAVERA, ENTRE OTROS,	13"
	SON VESTIGIO DE QUE AQUÍ, AÚN SE CONSERVA EL ESPLENDOR DE LOS VIEJOS TIEMPOS.	7"
	<i>Fade out</i> <i>Track 15: "El Zopilote Mojado" del CD México Mágico Instrumental</i> <i>Fade in</i> <i>Track 4: "El bodeguero" del CD Clásicos Son</i>	
	EN PUEBLA DE LOS ÁNGELES, SU CAPITAL, SE DA UNA DE LAS MANIFESTACIONES CULTURALES MÁS DESTACADAS: LA DULCERÍA.	10"



LOCUTOR	TEXTO	TIEMPO
Locutor 1	<p>"LA CALLE DE LOS DULCES", UBICADA EN LA ARTERIA 6 ORIENTE DEL CENTRO HISTÓRICO,</p>	7"
	<p>ES UN RINCÓN DONDE SE HACE PATENTE LA GRAN TRADICIÓN DULCERA QUE RESUME SIGLOS DE TRABAJO ARTESANAL, DE CREATIVIDAD DOMÉSTICA Y DE IMAGINACIÓN CONVENTUAL.</p>	15"
	<p>A TRAVÉS DE LOS ESCAPARATES DE LOS ESTABLECIMIENTOS QUE EN ELLA SE UBICAN SE OBSERVA UNA EXTENSA VARIEDAD DE DULCES TÍPICOS, TODOS ELLOS LLAMATIVOS, SIN EMBARGO, RESALTAN UNOS EN PARTICULAR:</p>	17"
	<p><i>Cut</i> <i>Track 2: "El Manisero" del CD Clásicos Son</i></p>	
	<p>LOS CAMOTES POBLANOS... UN BOCADO DE TRADICIÓN.</p>	5"
	<p><i>Track 2: "El Manisero" del CD Clásicos Son</i></p>	
<p>LOS CAMOTES POBLANOS SON DULCES TÍPICOS, LOS MÁS REPRESENTATIVOS DE PUEBLA DE LOS ÁNGELES, SE PONEN A LA VENTA DIARIAMENTE EN TODAS LAS DULCERÍAS Y PUESTOS AMBULANTES DE LA CIUDAD Y SUS ALREDEDORES;</p>	17"	
<p>SON ELABORADOS A BASE DE CAMOTE, TIENEN FORMA DE PURO Y SE LES ADEREZA CON DISTINTAS ESENCIAS PARA QUE OBTENGAN UN SABOR A FRESA, PIÑA Y LIMÓN, ENTRE OTROS.</p>	15"	



LOCUTOR	TEXTO	TIEMPO
Locutor 1	ENVUELTOS EN PAPEL ENCERADO COLOR BLANCO, SE ACOMODAN GENERALMENTE EN CAJITAS DE CARTÓN.	8"
	TAMBIÉN LOS HAY DECORADOS, QUE PUEDEN SER ALARGADOS O EN FORMA DE CORAZÓN, TIENEN UN RECUBRIMIENTO DE AZÚCAR Y SE LES ADORNA CON FINAS GRAFÍAS QUE EN MUCHOS CASOS, LLEGAN A FORMAR LA LEYENDA: "RECUERDO DE PUEBLA".	18"
	CADA QUE SE ARRIBA A LA ENTIDAD, LOS CAMOTES SON LOS PRIMEROS QUE SE HACEN PRESENTES PUES, YA DESDE LAS CARRETERAS ADYACENTES, EN MANOS DE LOS VENEDORES, ESTOS DULCES DAN LA BIENVENIDA AL VISITANTE Y LE INDICAN QUE SE ENCUENTRA YA EN LA ANGÉLICA CIUDAD.	20"
	<i>Fade out</i> <i>Track 2: "El Manisero" del CD Clásicos Son</i> <i>Fade in</i> <i>Track 10: "Capullito de Aleli" del CD Clásicos Son</i>	
	LA IMPORTANCIA DE ESTOS DULCES TRASCENDE SU SABOR, AL GRADO DE CONSTITUIRSE COMO UN SÍMBOLO REGIONAL QUE IDENTIFICA A LOS POBLANOS.	12"
	SEA RICO O POBRE, ADULTO O JOVEN, LETRADO O NO, EL POBLANO ENCUENTRA EN ELLOS UN ELEMENTO DISTINTIVO DE SU CULTURA.	12"



LOCUTOR	TEXTO	TIEMPO
Locutor 1	<p>EXISTEN HISTORIAS Y LEYENDAS QUE SE CONFUNDEN PARA EXPLICAR EL ORIGEN DE ESTOS DULCES TAN PRECIADOS.</p>	8"
	<p><i>Fade out</i> Track 10: "Capullito de Aleli" del CD Clásicos Son <i>Fade in</i> Track 1: minnet in e/ adama falckbogen del CD La Guitarra Barroca</p> <p>UNA DE LAS MÁS POPULARES CUENTA QUE HACIA EL SIGLO XVI, EN EL CONVENTO DE SANTA CLARA, UNA COLEGIALA TRAVIESA QUISO DIVERTIRSE A COSTA DE UNA MONJA; PUSO EN UNA OLLA UN CAMOTE, LE AÑADIÓ AZÚCAR Y LO BATIO PARA LOGRAR UNA PASTA QUE FASTIDIARA A LA MONJA AL LAVAR EL TRASTE. LA RELIGIOSA AL PROBAR LA PASTA, EN VEZ DE ENOJARSE, SE DELEITÓ Y AQUEL PRODUCTO SE CONVIRTIÓ EN UNA GOLOSINA DIGNA DE CARDENALES Y VIRREYES...</p>	38"
	<p>ASÍ FUE COMO NACIÓ EL FAMOSO CAMOTE POBLANO, DULCE ATRACCIÓN DE LA CIUDAD DE LOS ÁNGELES.</p>	8"
	<p><i>Fade out</i> Track 1: minnet in e/ adama falckbogen del CD La Guitarra Barroca <i>Fade in</i> Track Popurri de danzones del CD Danzones</p> <p>SI BIEN EL PUEBLO LOS LLAMA TAMBIÉN "CAMOTES DE SANTA CLARA" EN ALUSIÓN A SU ORIGEN MONJIL, FUE TAL SU TRASCENDENCIA AL SALIR DEL CONVENTO, QUE SE TRANSFORMARON EN DULCES NO SOLO DE SANTA CLARA, SINO DE TODA PUEBLA, A LA QUE LE HAN DADO FAMA Y RENOMBRE.</p>	20"



LOCUTOR	TEXTO	TIEMPO
Locutor 1	<p>EN LA ACTUALIDAD CASI EN TODAS LAS DULCERÍAS DEL LUGAR SE OBSERVAN LETREROS QUE TIENEN INSCRITA LA PALABRA "CAMOTES". ELLO MUESTRA, DE QUE ÉSTOS HAN SIDO Y SON, LAS GOLOSINAS MÁS ESTIMADAS DE ESTA ZONA DEL PAÍS.</p>	18"
	<p>EN UN PRINCIPIO SE ELABORABAN EN LAS MISMAS DULCERÍAS, SIN EMBARGO, CON EXCEPCIÓN DE "EL LIRIO" QUE ES LA ÚNICA DULCERÍA DONDE FABRICAN SU PROPIO DULCE,</p>	11"
	<p><i>Cut</i> <i>Track 4: "La Feria de las Flores" del CD México Mágico Instrumental</i></p>	
	<p>HOY LA PRODUCCIÓN SE LLEVA A CABO EN TALLERES SENCILLOS DE CASAS UBICADAS EN LA PERIFERIA DE LA CIUDAD, DONDE LOS ARTESANOS DULCEROS RESGUARDAN Y MANTIENEN DÍA CON DÍA ESTA TRADICIÓN.</p>	14"
	<p>LOS CAMOTES POBLANOS O DE SANTA CLARA SON ELABORADOS A PARTIR DE LA RECETA HEREDADA SIGLOS ATRÁS, LA QUE HA PASADO DE UNA GENERACIÓN A OTRA COMO UN LEGADO INVALUABLE.</p>	15"
<p>SON DULCES LABRADOS, EN LOS QUE SE HACE PATENTE LA MANO DEL HOMBRE, SU CREATIVIDAD Y SU GUSTO POR LO ARTESANAL.</p>	10"	



LOCUTOR	TEXTO	TIEMPO
Locutor 1	<p>BASTA CON OBSERVAR SU SENCILLA MOLDURA O SU COBERTURA AZUCARADA DECORADA CON SUAVES TRAZOS, PARA DARSE CUENTA DE QUE SON DULCES CUIDADOSAMENTE MANUFACTURADOS QUE SE HAN SABIDO CONJUGAR EN LOS ESTABLECIMIENTOS CON OTROS ELEMENTOS TRADICIONALES MUY QUERIDOS PARA EL POBLANO COMO LA TALAVERA Y LAS ARTESANÍAS.</p>	26"
	<p>LOS VÍNCULOS QUE EL DULCERO Y LA SOCIEDAD POBLANA EN GENERAL MANTIENEN CON ESTE DULCE REBASA LOS INTERESES MERAMENTE ECONÓMICOS;</p>	12"
	<p>EL POBLANO TIENE CARIÑO POR ESTE EXQUISITO MANJAR CON EL CUAL SE IDENTIFICA Y DEL QUE SE ENORGULLECE.</p>	10"
	<p><i>Fade out</i> Track 4: "La Feria de las Flores" del CD México Mágico Instrumental <i>Fade in</i> Track 10: "Farolito" del CD México 100</p>	12"
	<p>LOS CAMOTES SON PECULIARES. APARTE DE SER UN GUSTO AL PALADAR ENCIERRAN EL VALOR DE UNA TRADICIÓN QUE SE MANTIENE VIGENTE.</p> <p>EL CAMOTE, RAÍZ AMERICANA Y EL AZÚCAR, SAZÓN ESPAÑOL, SE FUNDIERON PARA DAR ORIGEN A ESTE PRODUCTO SOBRE EL CUAL SE HA IDO CONFORMANDO PARTE DE LA IDENTIDAD DEL POBLANO, DUEÑO DE UNA CULTURA PROPIA, ÚNICA Y EXCLUSIVA.</p>	20"

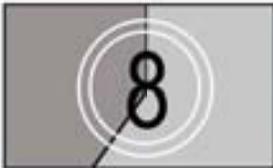


LOCUTOR	TEXTO	TIEMPO
Locutor 1	EL CAMOTE DE SANTA CLARA ES UN PATRIMONIO CULTURAL, LEGADO POR LA SOCIEDAD POBLANA, LOS ARTESANOS Y LOS MAESTROS DULCEROS QUIENES HAN CRISTALIZADO EN ESTA GOLOSINA LA ESENCIA DE SUS MEJORES TIEMPOS.	17"
	DISFRUTARLO ES IR AL ENCUENTRO DE UN PASADO MILENARIO, DE UNA HUELLA QUE INTACTA SE CONSERVA HASTA NUESTROS DÍAS;	10"
	LOS CAMOTES POBLANOS SON LA EVIDENCIA DE LA GRANDEZA DE UN PUEBLO, DONDE SIGUE PRESENTE LA FUERZA DE LA TRADICIÓN	10"
	<i>Fade out</i> <i>Track 10: "Fariolito" del CD México 100</i> <i>Fade in</i> <i>Track 1: "Qué chula es Puebla" del CD Puebla</i>	
	Y ESTÁN AHÍ... DONDE SIEMPRE... EN PUEBLA, LA CIUDAD DE LOS ÁNGELES, DONDE LATE A CADA INSTANTE UNA PARTE DEL CORAZÓN DE ESTE PAÍS... NUESTRO MÉXICO.	16"
	<i>Track 1: "Qué còula es Puebla" del CD Puebla durante 1 minuto</i> <i>Fade out</i>	



### 4.1.3 GUIÓN TÉCNICO O STORY BOARD

Cuando se tiene el guión literario, es posible elaborar el guión técnico o *story board*. Éste es la visualización de nuestro audiovisual, con base en él se realiza el trabajo de producción y de postproducción (Supra Cap. II). Es una guía que nos indica las tomas que han de realizarse y proporciona todas las indicaciones técnicas sobre las que se construye el producto durante la etapa de postproducción.

Story Board del Programa Audiovisual "Los camotes poblanos... un bocado de tradición"	
ESPECIFICACIONES TÉCNICAS	LENGUAJE LITERARIO
Conteo Universal	 <p>TIEMPO 8 "</p>
≙ 4 " Fade in Panorámica Imagen del campo	 <p> <i>Fade in Track 1: "El carretero" de CD México Mágico Instrumental</i>            Hay un espacio en la geografía mexicana            TIEMPO 4 " / 12"         </p>
≠ Contrapicada Torres de la catedral de Cuetzalan, Puebla	 <p>donde las huellas del pasado            TIEMPO 3 " / 15"</p>
≠ Group Shot Gente en ceremonia religiosa	 <p>y el orgullo de un pueblo por sus tradiciones y costumbres,            TIEMPO 3 " / 18"</p>
≠ Contrapicada Voladores de Cuetzalan	 <p>a cada momento se hacen presentes:            TIEMPO 3 " / 21"</p>

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

LENGUAJE LITERARIO

≠ 2"

Primer plano  
Mapa del Estado de Puebla



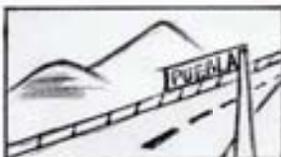
TIEMPO 4 "/ 25"

*Cut Track 15: "El Zopilote Mojado" del  
CD México Mágico Instrumental*

Puebla.

≠ 2"

Long Shot  
Tramo de la carretera que  
conduce hacia Puebla



TIEMPO 5 "/ 30"

Esta entidad se ubica a 129 kms de la  
ciudad de México.

≠

Panorámica  
Vista de un poblado del  
Estado

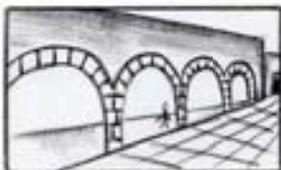


TIEMPO 5 "/ 35"

Es una de las regiones con más ríque-  
za cultural del país;

≠

Long Shot  
Edificio Histórico de Puebla  
de los Ángeles, capital del  
Estado



TIEMPO 2 "/ 37"

sus construcciones históricas.

≠

Long Shot  
Iglesia de Cholula, Puebla



TIEMPO 2 "/ 39"

sus catedrales e iglesias.

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## LENGUAJE LITERARIO

≠

Group Shot  
Gente presenciando el baile tradicional de Moros y Cristianos



sus fiestas,

TIEMPO 2 "/41"

≠

Product Shoot  
Plato con mole poblano



su gastronomía y su Talavera,

TIEMPO 2 "/ 43"

≠

Product Shoot  
Talavera poblana



entre otros,

TIEMPO 2 //45"

≠ 2"

Long Shoot  
Arcos del edificio contiguo al Teatro de Puebla de los Ángeles



son vestigio de que aquí, aún se conserva el esplendor de los viejos tiempos,

TIEMPO 4 ""// 49"

≠ 2"

Primer Plano  
Vista de una parte de Ciudad Serdán, Puebla en donde la cúpula de la catedral aparece en primer plano



///...///

TIEMPO 4 ""/// 53"

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

≠

Long Shoot  
Zócalo de Puebla de los Ángeles, capital del Estado



TIEMPO  
4 "/ 57"

≠

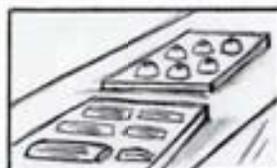
Product Shoot  
Dulces típicos



TIEMPO 2 "/ 59"

≠

Product Shoot  
Dulces típicos



TIEMPO 2 "/ 61"

≠ 2"

Product Shoot  
Platón de Talavera con dulces típicos



TIEMPO 3 "/ 64"

≠

Long Shoot  
"Calle de los Dulces" de la ciudad de Puebla de los Ángeles



TIEMPO 3 "/ 67"

LENGUAJE LITERARIO

En Puebla de los Ángeles, su capital,

*Fade out Track 15: "El Zopilote Mojado" del CD México Mágico Instrumental*

*Fade in Track 4: "El bodeguero" del CD Clásicos Son*

se da una de las manifestaciones

culturales más destacadas:

La dulcería.

"La calle de los dulces" ubicada en la arteria

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## LENGUAJE LITERARIO

≠

\* Primer Plano  
Letrero de la Avenida 6 Oriente o "Calle de los dulces"



TIEMPO 2 "/ 69"

6 Oriente en el centro histórico.

≠ 2"

Long Shoot  
Varias dulcerías de la calle

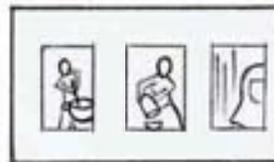


TIEMPO 4 "/ 73"

es un rincón donde se hace patente la gran tradición dulcera que resume

≠

Medium Long Shot  
de un artesano haciendo dulce y de una mujer cocinando. Medium Close up de una manija. Las tres imágenes aparecen simultáneamente en la pantalla



TIEMPO 4 "/ 77"

siglos de trabajo artesanal, de creatividad doméstica y de imaginación conventual.

≠

Long Shoot  
Vitrina de una tienda con dulces típicos

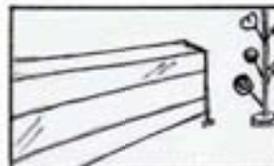


TIEMPO 3 "/ 80"

A través de los escaparates de los establecimientos

≠

Long Shoot  
Vitrina de otra tienda con dulces típicos



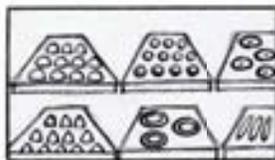
TIEMPO 3 "/ 83"

que en ella se ubican,

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

≠

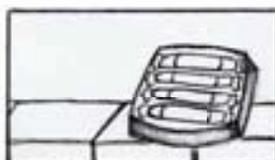
Product Shoot  
Charolas con dulces típicos



TIEMPO 5 "/ 88"

≠ 2"

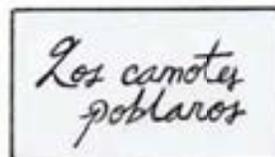
Product Shoot  
Caja con camotes poblanos



TIEMPO 3 "/ 91"

≠

\* Primer Plano  
Letrero "Los camotes poblanos"



TIEMPO 3 "/ 94"

≠

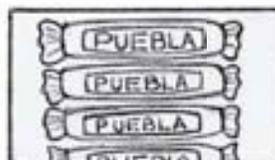
Product Shoot  
Caja con camotes poblanos



TIEMPO 4 "/ 98"

≠

Thing Shoot  
camotes poblanos



TIEMPO 4 "/ 102"

## LENGUAJE LITERARIO

se observa una extensa variedad de dulces típicos, todos ellos llamativos;

sin embargo, resaltan unos en particular;

*Cut Track 2: "El manisero" del CD Clásicos Son*

¡los camotes poblanos... un bocado de tradición!

Los camotes poblanos son dulces típicos,

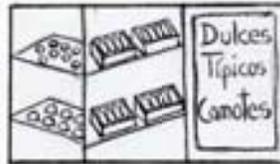
s más representativos de Puebla de los Ángeles,

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## LENGUAJE LITERARIO

≠

Long Shoot  
Vitrina donde se aprecian los  
camotes a la venta

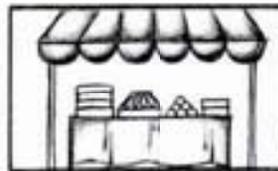


se ponen a la venta en todas las  
dulcerías

TIEMPO 4 "/ 106"

≠

Long Shoot  
Puesto ambulante donde se  
venden camotes



y puestos ambulantes de la ciudad  
y sus alrededores;

TIEMPO 4 "/ 110"

≠

Product Shoot  
Plato con camotes poblanos y  
un camote en fruta

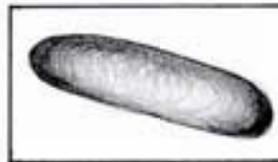


se elaboran a base de camote,

TIEMPO 3 "/ 113"

≠ 2"

Thing Shoot  
Un camote poblano sin envoltu-  
ra

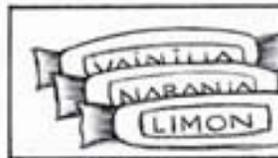


tienen forma de puro y se les ade-  
reza con distintas esencias para  
que obtengan un sabor

TIEMPO 4 "/ 117"

≠

Thing Shoot  
Tres camotes poblanos con en-  
voltura que indica el sabor de  
cada uno



a fresa, piña y limón, entre otros.

TIEMPO 4 "/ 121"

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

≠

Medium Shoot  
Vendedora empacando camotes



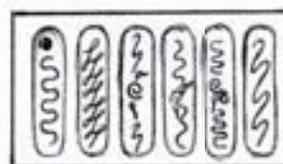
≠ 2"

Plano detalle  
Manos de la vendedora acomodando los camotes en una caja



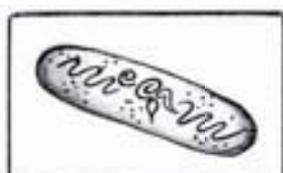
≠ 2"

Product Shoot  
Camotes decorados



≠ 2"

Thing Shoot  
Camotes decorados



≠ 2"

Product Shoot  
Camote decorado en forma de corazón



LENGUAJE LITERARIO

Envueltos en papel encerado color blanco,

TIEMPO 4 "/ 125"

se acomodan generalmente en cajitas de cartón.

TIEMPO 4 "/ 129"

También los hay decorados,

TIEMPO 3 "/ 132"

que pueden ser alargados

TIEMPO 3 "/ 135"

o en forma de corazón,

TIEMPO 3 "/ 138"

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## LENGUAJE LITERARIO

≠ 2"

Thing Shoot  
Grafías de azúcar de un camote decorado

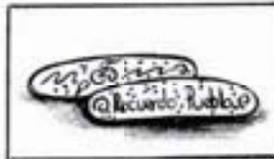


TIEMPO 5 "/ 143"

tienen un recubrimiento de azúcar y se les adorna con finas grafías que, en muchos casos,

≠ 2"

Product Shoot  
Camotes decorados con las palabras "Recuerdo de Puebla"

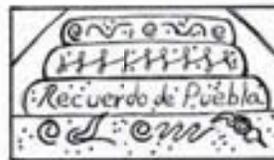


TIEMPO 4 "/ 147"

llegan a formar la leyenda: "Recuerdo de Puebla".

≠ 2"

Product Shoot  
Camotes decorados con las palabras "Recuerdo de Puebla"



TIEMPO 4 "/ 151"

≠ 2"

Long Shot  
Tramo de la carretera donde se encuentra el letrero "Bienvenidos a Puebla"



TIEMPO 5 "/ 156"

Cada que se arriba a la entidad, los camotes son los primeros que se hacen presentes,

≠

Full Shot  
Vendedor de camotes en la carretera



TIEMPO 3 "/ 159"

pues ya desde las carreteras adyacentes, en manos de los vendedores,

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

LENGUAJE LITERARIO

≠ 2"

Full Shoot  
Vendedor de camotes en la  
carretera



estos dulces dan la bienvenida al vi-  
sitante

TIEMPO 3 "/ 162"

≠ 2"

Full Shoot  
Vendedor de camotes en la  
carretera



y le indican que se encuentra ya en  
la angélica ciudad.

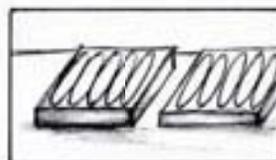
TIEMPO 3 "/ 165"

*Fade out Track 2: "El manisero" del CD  
Clásicos Son*

*Fade in Track 10: "Capullito de Aleli"  
mismo CD*

≠ 2"

Product Shoot  
Cajas con camotes poblanos



La importancia de estos dulces, tras-  
ciende su sabor

TIEMPO 5 "/ 170"

≠ 2"

Panorámica  
Ciudad de Puebla de los Ánge-  
les



al grado de constituirse en un símbo-  
lo regional que identifica a los po-  
blanos.

TIEMPO 5 "/ 175"

≠

Medium Shoot  
Pobiano en la calle



Sea rico o pobre,

TIEMPO 2 "/ 177"

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## LENGUAJE LITERARIO

≠

Medium Long Shoot  
Mujer caminando por la calle  
con sus hijos.

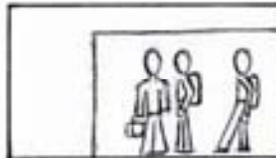


adulto o joven.

TIEMPO 2 "/ 179"

≠

Full Shoot  
Jóvenes estudiantes



letrado o no, el poblano encuen-  
tra

TIEMPO 2 "/ 181"

≠ 2"

Product Shoot  
Camoles decorados



en ellos un elemento distintivo de  
su cultura.

TIEMPO 5 "/ 186"

≠ 2"

Thing Shoot  
Libros



Existen historias y leyendas que se  
confunden para explicar el origen  
de estos dulces.

TIEMPO 4 "/ 190"

≠ 2"

Thing Shoot  
Hojas con escritos acerca del  
camote



*Fade out Track 10: "Capullito de Aleli"*  
*CD Clásicos Son*

*Fade in Track 1: minuet in e/ adama falck-  
bogen CD La Guitarra Barroca*

Una de las más populares cuenta  
que hacia el siglo XVI,

TIEMPO 3 "/ 193"

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

≠ 2"

Long Shoot  
Convento de Santa Clara en  
Puebla de los Ángeles



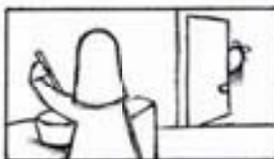
LENGUAJE LITERARIO

en el convento de Santa Clara,

TIEMPO 2 "/ 195"

≠ 2"

Two Shoot  
Monja cocinando y niña espíán-  
dola desde la puerta



una colegiala traviesa quiso diver-  
tirse a costa de una monja:

TIEMPO 5 "/ 200"

≠

Medium Shoot  
Niña poniendo un camote en  
una olla



puso en una olla un camote, le año-  
dió azúcar

TIEMPO 4 "/ 204"

≠

Plano detalle  
Manos de la niña batiendo una  
pasta con la cuchara



y lo batió hasta lograr una pasta que  
fastidiara a la monja al lavar el traste.

TIEMPO 5 "/ 209"

≠ 2"

Medium Shoot  
Monja asombrada



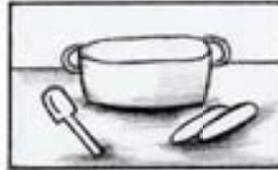
La religiosa al probar la pasta en vez  
de enojarse, se deleitó

TIEMPO 4 "/ 213"

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

≋ 2"

Product Shoot  
Una olla acompañada por los  
camotes y una cuchara



TIEMPO 4 "/ 217"

≠

Medium Shoot  
La imagen de un cardenal y de  
un virrey



TIEMPO 4 "/ 221"

≋ 3"

Product Shoot  
Camotes poblanos acomoda-  
dos en forma circular



TIEMPO 5 "/ 226"

≋ 2"

Long Shoot  
Interior de una dulcería donde  
se aprecia un letrero de "Los  
camotes de Santa Clara"



TIEMPO 4 "/ 230"

≋ 2"

\* Primer Plano  
Letrero que apunta "Camotes  
de Santa Clara"



TIEMPO 3 "/ 233"

## LENGUAJE LITERARIO

y aquel producto se convirtió en  
una golosina digna

de cardenales y virreyes...

así fue como nació el famoso ca-  
mote poblano, dulce atracción de  
la ciudad de los Ángeles.

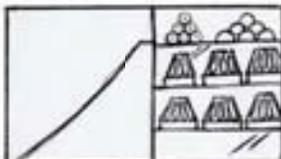
Si bien el pueblo los llama también  
"camotes de Santa Clara"

en alusión a su origen monjil,

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

≠ 2"

Long Shoot  
Vitrina con camotes a la venta



≠ 2"

Long Shoot  
Vitrina con camotes a la venta



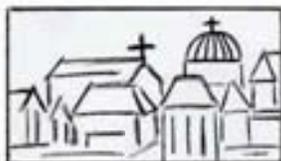
≠

Long Shoot  
Convento de Santa Clara en  
Puebla de los Ángeles



≠

Panorámica  
Ciudad de Puebla de los Ánge-  
les



≠

Long Shoot  
Dulcería con letrero de camotes



LENGUAJE LITERARIO

*Fade out Track 1: minuet in e/ adama falck-  
bagen CD La Guitarra Barroca*  
*Fade in Popurri de danzones CD Danzones*

fue tal su trascendencia al salir del  
convento,

TIEMPO 4" / 237"

que se transformaron en dulces no  
sólo

TIEMPO 3" / 240"

de Santa Clara,

TIEMPO 2" / 242"

sino de toda Puebla, a la que le han  
dado fama y renombre.

TIEMPO 5" / 247"

En la actualidad casi en todas las  
dulcerías del lugar

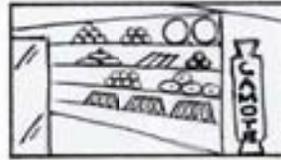
TIEMPO 3" / 250"

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## LENGUAJE LITERARIO

≠

Long Shoot  
Dulcería con letrero de camotes

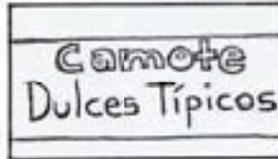


se observan letreros que tienen inscrita la palabra

TIEMPO 3"/ 253"

≠

Thing Shoot  
Letrero de "Camotes. Dulces Típicos"



"camotes". Ello muestra de que éstos han sido y son,

TIEMPO 3"/ 256"

≠

Long Shoot  
Entrada de una dulcería con un letrero de "Camotes"



las golosinas más estimadas de esta zona del país.

TIEMPO 3"/ 259"

≠

\* Long Shoot  
Letrero de "Camotes. Dulces Típicos"

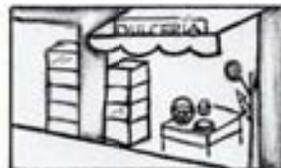


///...///

TIEMPO 3"/ 262"

≠ 2"

Long Shoot  
Exterior de una dulcería



En un principio se elaboraban en las mismas dulcerías, sin embargo,

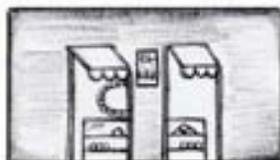
TIEMPO 4"/ 266"



## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

≠

Long Shoot  
Exterior de la dulcería "El Lirio"



TIEMPO 2 "/ 268"

≠

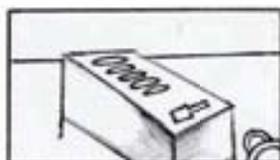
Product Shoot  
Dulces típicos de la dulcería  
"El Lirio"



TIEMPO 4 "/ 272"

≠ 2"

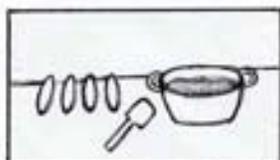
Long Shoot  
Mesa de un taller sencillo donde  
se elaboran los camotes pobla-  
nos



TIEMPO 4 "/ 276"

≠ 2"

Product Shoot  
Utensilios e ingredientes con los  
que se fabrica el dulce de camo-  
te



TIEMPO 4 "/ 280"

≠ 2"

Medium Long Shoot  
Artesano batiendo la pasta con  
la que se elabora el dulce



TIEMPO 4 "/ 284"

## LENGUAJE LITERARIO

con excepción de "El Lirio"

que es la única dulcería donde fa-  
brican su propio dulce,

*Cut Track 4 "La feria de las Flores" CD  
México Mágico Instrumental*

hoy la producción se lleva a cabo  
en talleres sencillos

de casas ubicadas en la periferia  
de la ciudad,

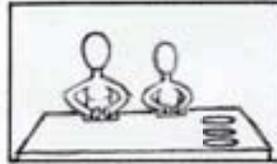
donde los artesanos dulceros res-  
guardan y mantienen día con día  
esta dulce tradición,

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## LENGUAJE LITERARIO

≋ 2"

Two Shoot  
Artesanos moldeando los camotes poblanos



TIEMPO 5"/ 289"

Los camotes poblanos o de Santa Clara son elaborados a partir de la receta heredada siglos atrás,

≋ 2"

Medium Close up  
Artesana que elabora camotes poblanos

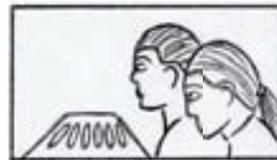


TIEMPO 3"/ 292"

La que ha pasado de una generación

≋ 2"

Two Shoot  
Una artesana madura y otra joven haciendo camotes



TIEMPO 3"/ 295"

a otra como un legado invaluable.

≋ 2"

Medium Shoot  
Artesana moldeando el dulce de camote



TIEMPO 5"/ 300"

Son dulces labrados, en los que se hace patente la mano del hombre.

≋ 2"

Plano detalle  
Brazos y manos de la artesana moldeando un camote poblano



TIEMPO 2"/ 302"

su creatividad

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

LENGUAJE LITERARIO

≠ 2"

Piano detalle  
Manos de la artesana moldeando un camote pobiano



y su gusto por lo artesanal.

TIEMPO 2" / 304"

≠

Product Shoot  
Camotes poblanos



Basta con observar su sencilla mol-  
dura

TIEMPO 3" / 307"

≠

Thing Shoot  
Grafías de azúcar de un camote  
decorado

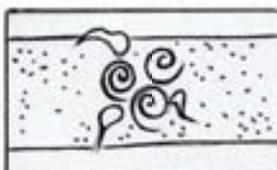


o su cobertura azucarada

TIEMPO 2" / 309"

≠

Thing Shoot  
Grafías de azúcar de un camote  
decorado



decorada con suaves trazos.

TIEMPO 2" / 311"

≠

Medium Shoot  
Artesano acomodando los ca-  
motes en una charola



para darnos cuenta de que son  
dulces cuidadosamente manu-  
facturados

TIEMPO 4" / 315"

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

LENGUAJE LITERARIO

≠

Product Shoot  
Canasto de dulces típicos, entre  
ellos el camote

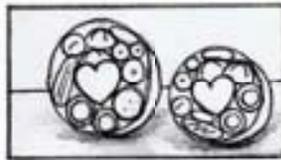


que se han sabido conjugar en los  
establecimientos

TIEMPO 3"/ 318"

≠

Product Shoot  
Canastos de dulces típicos, entre  
ellos el camote



con otros elementos tradicionales  
muy queridos para el poblano

TIEMPO 4"/ 322"

≠

Product Shoot  
Talavera poblana

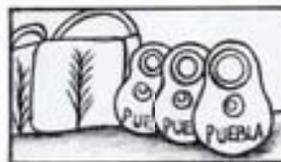


como la Talavera y las artesanías,

TIEMPO 3"/ 325"

≠

Product Shoot  
Bolsas artesanales de Puebla



///...///

TIEMPO 3"/ 328"

≠

Product Shoot  
Canastos artesanales



///...///

TIEMPO 3"/ 331"



ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

LENGUAJE LITERARIO

≠

Medium Shoot  
Dulcero haciendo un arreglo de dulces en su vitrina



Los vínculos que el dulcero

TIEMPO 2" / 333"

≠

Two Shoot  
Personas saliendo de una dulcería



y la sociedad poblana en general mantienen con este dulce

TIEMPO 4" / 337"

≠

Two Shoot  
Persona pagando la compra de unos camotes poblanos



rebasan los intereses meramente económicos;

TIEMPO 4" / 341"

≠ 2"

Medium Shoot  
Dulcera tras una mesa repleta de camotes poblanos

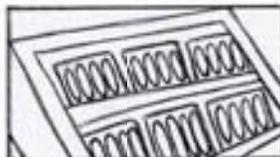


el poblano tiene cariño por este exquisito manjar, con el cual se identifica y del que se enorgullece.

TIEMPO 6" / 347"

≠ 4"

Product Shoot  
Camotes poblanos



Los camotes son peculiares.

TIEMPO 4" / 351"

*Fade out Track 4 "La feria de las Flores"*

*CD Méxicio Mágico Instrumental*

*Fade in Track 10 "Farolito" CD Méxicio 106*

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## LENGUAJE LITERARIO

≠

Close up  
Persona degustando un camote  
pobiano



TIEMPO 3"/ 354"

Aparte de ser un gusto al paladar

≠

Product Shoot  
Caja con camotes pobianos

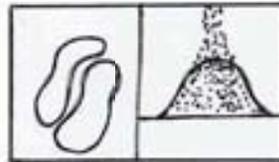


TIEMPO 4"/ 358"

encierran el valor de una tradición  
que se mantiene vigente.

≠

Product Shoot  
camote en fruta y una montaña  
de azúcar

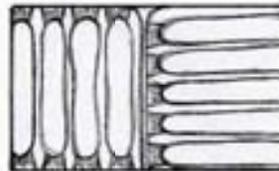


TIEMPO 5"/ 363"

El camote, raíz americana y el azú-  
car, sazón español, se fundieron  
para dar origen

≠ 2"

Thing Shoot  
Camotes pobianos en sus cajas



TIEMPO 5"/ 368"

a este producto sobre el cual se ha  
ido conformando parte de la iden-  
tidad del pobiano.

≠ 2"

Group Shoot  
Gente caminando por las calles  
de Puebla



TIEMPO 4"/ 372"

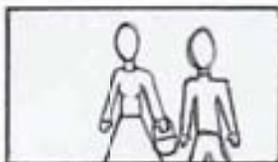
dueño de una cultura propia, única  
y exclusiva.

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

LENGUAJE LITERARIO

≠ 2"

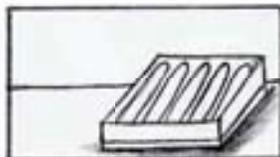
Two Shoot  
Poblanos caminando por las calles de la ciudad



TIEMPO 4"/ 376"

≠

Product Shoot  
Camotes poblanos



TIEMPO 4"/ 380"

El camote de Santa Clara es un patrimonio cultural

≠

Group Shoot  
Gente transitando por las calles de la ciudad

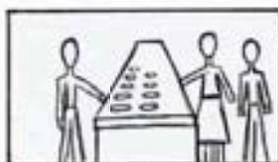


TIEMPO 2"/ 382"

legado por la sociedad poblana,

≠

Group Shoot  
Artesanos en su taller haciendo dulces de camote

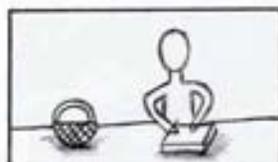


TIEMPO 2"/ 384"

por los artesanos

≠

Medium Shoot  
Dulcero empacando camotes poblanos



TIEMPO 2"/ 386"

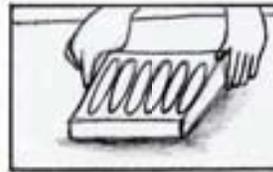
y por los maestros dulceros quienes han cristalizado

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## LENGUAJE LITERARIO

≋ 2"

Plano detalle  
Manos de un vendedor sosteniendo una caja con camotes



TIEMPO 5" / 391"

en esta golosina la esencia de sus mejores tiempos.

≠

Medium Shoot  
Persona degustando un camote poblano

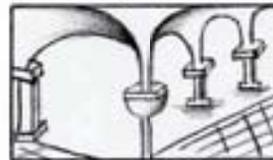


TIEMPO 2" / 393"

Disfrutarlo, es ir al encuentro

≋ 2"

Long Shot  
Patio del Convento de Santa Rosa en Puebla de los Ángeles

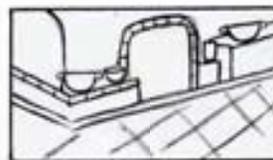


TIEMPO 3" / 396"

de un pasado milenario.

≋ 2"

Long Shot  
Interior de la cocina del convento de Santa Rosa

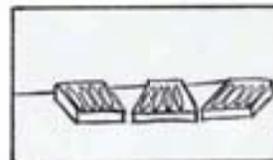


TIEMPO 3" / 399"

de una huella que intacta se conserva hasta nuestros días;

≠

Product Shoot  
Cajas de camotes poblanos



TIEMPO 4" / 403"

Los camotes poblanos son la evidencia de la grandeza de un pueblo

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

LENGUAJE LITERARIO

≠ 2"

Group Shoot  
Poblanos cosechando flores



donde sigue presente la fuerza de la tradición.

TIEMPO 3"/ 406"

≠ 2"

Group Shoot  
Músicos tocando en un festejo tradicional de la entidad



///...///

TIEMPO 3"/ 409"

≠ 2"

Group Shoot  
Artesanos dulceros en su taller



///...///

TIEMPO 3"/ 412"

≠

Long Shoot  
Calle de los dulces

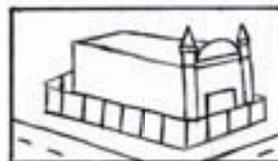


y están ahí...

TIEMPO 2"/ 414"

≠

Long Shoot  
Catedral de la ciudad de Puebla de los Ángeles



donde siempre...

TIEMPO 2"/ 416"

ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

LENGUAJE LITERARIO

≠

Long Shoot  
Costado de la catedral de Puebla de los Ángeles



*Fade out Track 10 "Farolito" CD México 100*  
*Fade in Track 1 "Qué chula es Puebla" CD Puebla*

en Puebla.

TIEMPO 2"/ 418"

≠

Contrapicada  
Parte superior de una torre de la catedral junto con uno de los ángeles de herrería del enrejado

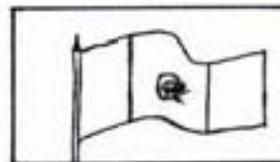


la ciudad de los Ángeles, donde late a cada instante una parte del corazón de este país...

TIEMPO 6"/ 424"

≠ 4"

Contrapicada  
Bandera de México

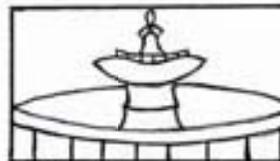


¡Nuestro México!

TIEMPO 5"/ 429"

≠ 2"

Long Shoot  
Fuente de la China Poblana

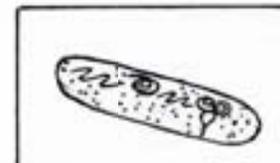


///...///

TIEMPO 3"/ 432"

≠ 2"

Product Shoot  
Camote poblano



///...///

TIEMPO 3"/ 435"

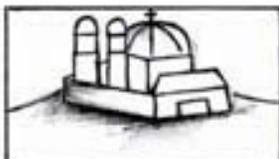


ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

LENGUAJE LITERARIO

≋ 2"

Long Shoot  
Catedral en la cima de un cerro



///...///

TIEMPO 3"/ 438"

≋ 2"

Product Shoot  
Camotes poblanos



///...///

TIEMPO 3"/ 441"

≋ 2"

Panorámica  
Cholula vista desde su catedral

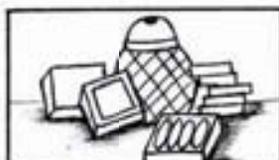


///...///

TIEMPO 3"/ 444"

≋ 2"

Product Shoot  
Cajas de camotes poblanos con  
un jarrón de Talavera

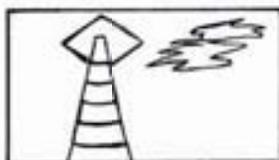


///...///

TIEMPO 3"/ 447"

≋ 2"

Contrapicada  
Palo de los voladores de Cuet-  
zalan



///...///

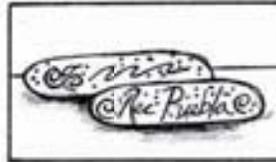
TIEMPO 3"/ 450"

## ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

## LENGUAJE LITERARIO

≋ 2"

Product Shoot  
Camotes poblanos decorados



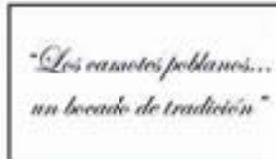
TIEMPO 3"/ 453"

///...///

Fade out Track 1 "Qué chula es Puebla"  
CD Puebla

≋ 2"

Título del audiovisual  
"Los camotes poblanos...  
un bocado de tradición"



TIEMPO 3"/ 456"

≋ 2"

Escudo de la Universidad  
Nacional Autónoma de  
México



TIEMPO 3"/ 459"

≋ 2"

Escudo de la Facultad de  
Estudios Superiores Acatlán



TIEMPO 3"/ 462"

≋ 2"

Nombre de la Carrera y  
de la pre-especialidad den-  
tro de las que se desarrolló  
el presente trabajo.



TIEMPO 3"/ 465"

## 4. 2 PRODUCCIÓN

Listo el guión técnico o *story board* llegó el momento de comenzar a materializar el producto o como se diría coloquialmente, de ponerse "manos a la obra".

Atendiendo al diagrama de flujo de Ertel la primer cuestión que debió concretarse fue la captura de imagen y para ello fue indispensable hacer primero un sondeo en los lugares contemplados para tal fin con el objeto de saber su accesibilidad, tal ejercicio conocido en el medio con el nombre de **scouting** (Supra Cap. II).

Aunque tiempo atrás ya había probado el dulce de camote y gracias a la investigación efectuada durante el presente trabajo conocía ya muchos aspectos importantes acerca de él, pocas veces había visitado Puebla de los Ángeles, pues cuando lo hice fueron visitas cortas en los alrededores y no en el centro donde precisamente se encuentra la "Calle de los dulces" sitio hasta ese entonces desconocido para mí, no obstante, clave para el levantamiento de imagen. Es así que en el primer viaje la misión fue explorar la calle 6 Oriente.

Ya para ese entonces había solicitado una carta en la Coordinación de Diseño Gráfico, la cual serviría para avalar mi proyecto ante los dulceros y los artesanos del lugar y explicar que cualquier imagen tomada tendría fines netamente escolares, no lucrativos. Este escrito resultaba de suma importancia pues en cierta forma, facilitaría el acceso a los diferentes lugares en donde se llevaría a cabo la toma de fotografía. Como se analiza, es preciso solicitar este tipo de documentos, pues respaldan y avalan el trabajo a realizar; no es extraño que las personas ajenas al proyecto tengan en ocasiones desconfianza de abrir su espacio, pues temen que se haga mal uso del material obtenido (fotografías, video, etcétera) ya sea para lucrar o denunciar, más aún cuando se trata de negocios o instituciones gubernamentales. Ya desde el *scouting* el realizador o realizadores deben respaldarse con la carta correspondiente que les ayude a justificar su trabajo y así obtener los permisos para el levantamiento de imagen.

Por otra parte, el *scouting* equivale a explorar y esto implica, en la mayoría de los casos, llegar a un lugar desconocido, por ello, también es recomendable llevar un mapa o una guía en la que aparezca la ubicación de los sitios a examinar. En este caso, la revista "Puebla. Cómo y dónde"<sup>4</sup> resultó la más adecuada, ya que en ella se especifican muchos lugares de Puebla de los Ángeles tanto de tipo cultural como turístico, así como su ubicación.

Al hablar de dulces y más aún, de dulces típicos mexicanos generalmente viene a nuestra mente un escenario lleno de formas y de texturas, de vida y de color, pues en sí, el dulce es una materia evocadora del placer, de la infancia, del goce (Supra Cap. I). Camino a la 6 Oriente esas eran las expectativas, una calle llena de alegría y movimiento, sin embargo, el panorama encontrado fue algo distinto; la Calle de los Dulces se presentó sobria, conformada por decenas de dulcerías en donde quienes atienden son vendedores un tanto distantes y serios, dedicados y respetuosos a su labor y a su tradición.

4 *Puebla. Cómo y dónde. Guía México desconocido*, Agosto – Septiembre, 2003.

Considerando las imágenes requeridas en el *Story Board* fueron dos los puntos a investigar: ¿en qué dulcerías nos permitirían tomar las fotos? y ¿qué taller nos podría abrir sus puertas para captar algunas tomas durante el proceso de elaboración de los camotes poblanos?. Con respecto a la primer cuestión, algunos dulceros accedieron sin mayor dificultad (tal fue el caso de la dulcería "La Catedral", "Santa Mónica" y "El Lirio" esta última la más tradicional y la única que funge como fábrica), otros aludían a que no eran dueños de la dulcería, pero que si se llevaba a cabo la toma de forma rápida y ordenada, no habría mayor problema y otros tantos muy a "regañadientes" dieron el sí, aún con la carta expedida por la escuela.

La primera interrogante ya estaba cubierta, quedaba la segunda, la referente al taller y aquí nos topamos con la primer dificultad. El *story board* marca algunas imágenes de artesanos dulceros elaborando los camotes poblanos en sus talleres, sin embargo, absolutamente de todos los vendedores la respuesta fue la misma: un rotundo no al acceso del taller. Algunos nos decían que sólo eran expendios y nos daban la dirección de algún taller; otros contaban con su taller fuera de la 6 Oriente, pero decían que estaba en remodelación y que no era posible y aún la señora Sara Martínez, dueña de la dulcería "El Lirio" que cuenta con su taller, se negó a tal petición y nos dijo el por qué: la elaboración de dulces es algo tradicional, muy arraigado, no a cualquier persona se le admite. Entonces ¿cómo se resolvería esta situación?, se comenzaron a considerar opciones; una de ellas era modificar el *story board* exponiendo esta circunstancia y otra era la de planear una visita exclusiva para encontrar un taller que abriera las puertas. Las ideas tendían más a la segunda porque aunque el audiovisual es de un corte documental, donde ha de exponerse una parte de la realidad, resulta más atractivo observar a los artesanos elaborando el dulce y concebirllos como partícipes de una tradición. La señora Refugio Castillo, dueña de la dulcería "Santa Mónica" nos proporcionó el teléfono de un artesano que probablemente nos daría acceso, así que lo del taller aún quedaba pendiente, pues debíamos agotar las posibilidades.

Durante el *scouting* también se exploró el zócalo de Puebla de los Ángeles, porque se requerían imágenes de algunos de sus edificios, de su catedral, de la gente misma transitando por sus calles, etcétera. Se examinó un centro artesanal conformado de puestos ambulantes, donde uno de los principales productos a la venta es el dulce de camote, imágenes necesarias para cubrir otra parte del proyecto.

Se visitó el convento de "Santa Rosa", pues tendría que hacerse una toma de su cocina. Al dirigirnos al encargado del museo, éste indicó que el permiso debía expedirse por el Director de Museos, el Lic. Oscar Alejo García, en la Secretaría de Cultura del Estado, sin embargo, el trámite demoraría un mes aproximadamente. Considerando tal demora, se le expuso que tan sólo sería una toma y se le pidió ayuda para agilizar el trámite. Solicitó una copia de la carta y quedó en tener una respuesta en 15 días. En este punto se toma la decisión de comenzar a levantar imagen de la Calle de los Dulces para tal fecha con el fin de "matar dos pájaros de un tiro", por un lado obtendríamos las fotografías en 6 Oriente, y por el otro, la de Santa Rosa, si era posible; todo ello encaminado a respetar ese aspecto de gran peso en producción audiovisual: el presupuesto.

Dentro del *scouting*, se realizó una segunda visita destinada específicamente a buscar un taller de dulces. Después de casi un día completo de búsqueda, el escenario fue el mismo, fuimos de un lugar a otro y en ninguno permitieron el paso. La alternativa de modificar el *story board* estaba latente, pero a la par de ella quedaba una tercera opción: recrear la escena. Fue ésta la que se eligió

pero ¿por qué?; como realizador se tiene la libertad de incluir en el proyecto cualquier contenido, siempre y cuando éste responda al mensaje que se quiere transmitir, en este caso, se podría exponer la problemática en cuanto al acceso en los talleres, sin embargo, también se trata de hacer el producto más atractivo y como ya se ha señalado, creo que la escena de los artesanos en su taller confiere mayor fuerza al audiovisual ya que brinda una imagen más concreta de la elaboración del dulce como parte de una tradición.

Como se analiza, el *scouting* es una labor ardua, pesada, implica tiempo, paciencia y sobre todo tener tacto para negociar, en este sentido se deben encontrar las palabras y la forma adecuadas para entablar diálogo con gente desconocida, que tiene distintos intereses y carácter, se debe ir dispuesto a realizar cierta labor de convencimiento para que la gente abra sus espacios. Sin embargo, estos lineamientos no siempre garantizan una respuesta favorable y por ello siempre se deben tener presentes varias opciones que contribuyan a la solución de cualquier problema. Ahora bien, aparte de indagar en qué sitios es factible levantar imagen, el *scouting* nos abre el panorama real del lugar, podemos tener una idea aún más clara de cómo serán las imágenes obtenidas pues ahora ya conocemos los colores, las formas, las dimensiones, la distribución de los objetos en el espacio, etcétera. El *scouting* es definitivamente una fase necesaria, nos ayuda a prevenir contratiempos, prever tomas, descartar o incluir sitios (siempre y cuando no se afecte la esencia del *story board*), en pocas palabras, hace posible que el trabajo se realice de una forma más segura.

Para determinar el tipo de iluminación, se consideraron los medios disponibles y las condiciones del lugar en donde se llevó a cabo la captura de imagen. Se estableció iluminación natural para las tomas en la Angelópolis y la opción de utilizar alguna fuente artificial para las fotografías tomadas en casa. Todas las tomas se realizaron en formato horizontal con una dimensión de 2M ó 1,632 x 1,224 píxeles de anchura y altura respectivamente con el fin de conservar su nitidez en pantalla de televisión.

En la actualidad, los equipos digitales tienen cualidades que facilitan la obtención de imágenes bastante buenas las cuales considero deben aprovecharse. En este caso se utilizó el "Modo Ajuste Automático"<sup>5</sup> del equipo (cámara digital Cyber-shot modelo DSC-W50 marca SONY) para realizar las fotografías. Con este modo, la cámara ajusta el enfoque, la exposición y el color automáticamente, evitando así la carencia de nitidez, la obtención de imágenes sobre o subexpuestas y las tonalidades inclinadas a determinado color (rojizas, amarillentas, azules o verdosas). Con este modo el flash también se activa automáticamente no así, luego de algunas pruebas en espacios cerrados, nos percatamos de que el flash iluminaba solamente el punto principal del encuadre y dejaba oscuro su alrededor, lo cual no se ve bien en pantalla. Para dar solución a este problema, se utilizó el flash en modo "Sincronización lenta"; en lugares cerrados (como es el caso de las dulcerías) u oscuros, este modo permite tomar claramente el fondo que queda fuera del alcance de la luz del flash, pues la velocidad de obturación es lenta. La velocidad de obturación afecta la exposición, es el principal dispositivo, junto con la apertura del diafragma, para controlar la cantidad de luz que llega al elemento fotosensible. A velocidades lentas, el obturador (dispositivo que controla el tiempo durante el que llega la luz a la película o sensor) permanece abierto más tiempo, dejando pasar más luz y

5 Cyber-shot Digital Still Camera DSC-W50 Sony. Guía del usuario/Solución de Problemas. China; Sony Corporation, 2006, 25 – 52 pp

viceversa.<sup>6</sup> Se consideran velocidades rápidas aquellas superiores a 1/60 segundos y velocidades lentas a las inferiores a ese valor.

Cuando se trabaja con iluminación natural, es preciso considerar la hora del día y los cambios climáticos (Supra Cap II), por ello, las tomas durante las dos visitas a Puebla de los Ángeles se efectuaron durante los mismos períodos del día: de 9:00 am a 2:00 pm considerando una hora más de respaldo, es decir, hasta las 3:00 pm. Se eligió un horario de medio día porque la intensidad del sol es más o menos constante, en la tarde la llegada del ocaso hace más obvias las variaciones de luz.

La toma en exteriores no implicó muchas variaciones en cuanto a la iluminación, sin embargo, dentro de las dulcerías el alumbrado es diferente en cada una, por ello se le pidió a los dulceros apagar la luz y cuando no fue posible, se verificó que la iluminación entre una imagen y otra no variara considerablemente.

En cuanto a **composición** se procuraron perspectivas de la carretera, de las calles y de los edificios. Se realizaron varias tomas donde los elementos principales estuvieran lejos del centro del encuadre, para captar atención y lograr dinamismo, tal es el caso de los vendedores ofreciendo su producto en las casetas; esta tarea fue de lo más compleja ya que aquellos huían de la cámara y no se dejaban fotografiar, sin embargo, finalmente se logró. Cuando se fotografiaron las vitrinas de las dulcerías se colocó la cámara a un costado, para lograr cierta perspectiva y evitar que se reflejara en el vidrio. Se realizaron varios *product shoot* de los camotes y de algunos dulces típicos; cuando los camotes estaban rodeados de otras golosinas, se trató de que los primeros fueran el punto clave del encuadre. Las tomas de la gente caminando por las calles de la ciudad se hizo muy natural, pues se quiso captar el momento, en forma cotidiana, nada forzado y en su mayoría son *group shoots*. Predominan las imágenes sencillas, aún en el caso de los dulces típicos porque aunque generalmente son muchos, de gran colorido y se encuentran apilados, fueron captados en establecimientos donde estuvieran ordenados evitando así la saturación dentro del encuadre; se realizaron varias composiciones diagonales así como composiciones áureas. Aunque la captura de imagen se encaminó a seguir varios principios de la composición, lo más importante siempre fue capturar los elementos que dieran a la fotografía el sentido y la expresividad requeridos.

Cabe decir que el trabajo en la ciudad se hizo bajo presión, pues aunque la gente accedió en un principio, cuando los clientes entraban a la dulcería y observaban el tripié con la cámara, generalmente salían del lugar y esto provocaba cierto disgusto en los dulceros quienes comenzaban a preguntar si ya estaba listo el trabajo.

En una parte del audiovisual se requerían imágenes de algún baile tradicional, éstas ya se habían conseguido en el Internet, como lo analizamos, es posible utilizar fotografías ya existentes (Supra Cap. II) no obstante, para nuestra fortuna, el día que se hizo la toma de la cocina del convento de Santa Rosa, en la entrada principal se llevó a cabo una muestra del baile de "Los moros y cristianos" típico del lugar, así que se lograron varias fotografías. Para estas danzas o coreografías en general, es recomendable obtener composiciones en "S" (Supra Cap. II), sin embargo, por lo abarrotado del lugar

---

6 Hedgecoe, John. *El libro de la fotografía: Cómo ver y tomar mejores fotografías*. Nueva York; A. A. Knopf, 1984

y lo súbito de su acción, se optó por tomar secuencias de imágenes fijas que sugieren movimiento.

Captadas las imágenes de Puebla, quedaron tres grupos por cubrir: algunos *product shoot* de camotes, una recreación de la escena donde se cuenta su origen y la recreación de la escena donde se observa a los artesanos elaborando el dulce.

Aparte de los que fueron comprados por gusto (pues quien va a Puebla y no prueba sus camotes es como no haber ido a la ciudad), se adquirieron algunos camotes poblanos para hacer otras tomas; éstas serían *product shoots* y *thing shoots*. Con el fin de hacerlas atractivas se trabajó con papel china de colores (naranjas, azules, rojos, verdes), a la vez que éstos por ser lisos responden al principio que dicta utilizar fondos simples, no recargados. Este papel es muy delicado, se arruga fácilmente, así que fue necesario retocar las imágenes durante el proceso de post-producción que se describirá más adelante.

En el caso de los *product shoot*, se utilizó iluminación artificial. La toma se hizo en un cuarto cerrado, en el que entra luz natural y se empleó, para iluminar directamente los objetos, una lámpara con foco ahorrador de luz; la iluminación que da este tipo de foco tiende a ser blanca fría y por ello se obtuvieron fotografías con pocas variantes de temperatura de color con respecto al original. También se aplicó el modo flash sincronización lenta. La luz natural en este caso fungió como una luz principal, ya que iluminaba sin problema alguno el objeto a fotografiar (cabe decir que se sacaron todos los muebles del cuarto para evitar sombras y obstrucción de luz); la luz de la lámpara fue colocada en forma cenital (desde arriba) a un metro de distancia aproximadamente con respecto al objeto, la luz cenital evitó que se produjeran sombras laterales y el flash en sincronización lenta terminó de iluminar el producto. Se jugó con la posición de los elementos dentro del encuadre, los camotes fueron colocados en hileras, de manera circular, en conjunto, algunos solos, etcétera.

La escena en donde se describe el origen del camote poblano requirió la presencia de una monja, una niña y una cocina de convento. Se acondicionó un espacio a modo de que pareciera una pequeña cocina, se utilizaron ollas de barro, cucharas de madera, algunas frutas y por supuesto un camote. Conseguimos que el papel de monja lo hiciera una mujer de treinta años aproximadamente y su hija personificara a la colegiala traviesa de la leyenda. Quedaba por resolver la cuestión del vestuario; indagamos en varias tiendas de disfraces pero el costo por renta o compra resultaba muy elevado: un traje de monja estaba a la venta en \$ 600.00 y rentado en \$ 400.00 más otro tanto de depósito. Finalmente en el mercado de Sonora se encontró un traje a la venta en \$ 200.00. La niña utilizó un vestido largo, a la usanza de la vestimenta de aquella época, del siglo XVI. La iluminación fue similar a la utilizada para los *product shoots* de camote. La variante en este caso se produjo en cuanto al color de las fotografías; para dar la sensación de antigüo, de una escena que transcurre en tiempos lejanos, las tomas se realizaron en color sepia.

Finalmente quedaban las fotografías en el taller de dulces. A partir de la investigación sabemos que los talleres son sencillos y se encuentran en casas donde la labor dulcera se conjuga con la doméstica, así, se eligió el patio de una casa para montar un pequeño "taller". Se alquiló una mesa alargada sobre la cual se colocaron varios utensilios como ollas, palas, charolas, azúcar y algunos camotes. Para esta labor mi familia me auxilió y ellos fungieron como artesanos. Debido a su horario disponible, la toma se realizó en la tarde y se aprovechó la luz del día, es decir, la luz natural fue la que predominó en este caso, sin embargo, también se recurrió al flash sincronización lenta para que la

iluminación fuera pareja en todo el espacio y no quedaran rincones oscuros. Predominan los planos detalle y los *medium close up*.

Como se aprecia, la captura de imagen es una tarea ardua y compleja, más aún cuando la empresa está a cargo de un solo realizador o cuando se recrean imágenes y se requiere la participación de varias personas o actores, como fue en este caso.

Para el presente proyecto se tomó un aproximado de 700 fotografías, pues se hicieron variaciones en los encuadres, repeticiones en los casos en donde la imagen aparecía movida, aparte de utilizar el flash sincronización lenta, también se hicieron pruebas con el flash automático, etcétera. Siempre es recomendable hacer varias tomas de una misma escena (Supra Cap. II) para luego tener material de donde elegir las mejores.

Es importante que el realizador verifique si el presupuesto calculado en la etapa de preproducción concuerda con los gastos reales generados durante la producción; en este caso el viaje donde se realizó la búsqueda del taller de dulces y la recreación de las escenas descritas anteriormente implicó un gasto mayor de aproximadamente \$ 1, 000 por encima de lo establecido.

Dentro de la parte visual se consideran los gráficos que aparecerán durante el audiovisual (Supra Cap. II), pero en este caso ya que los gráficos fueron creados en la computadora hasta el momento de armar el producto, se describirán en la parte de post-producción.

Comienza entonces la creación de la parte sonora. Como lo analizamos, el sonido es la otra parte de la alianza audiovisual, sin éste el audiovisual simplemente no podría tener lugar. El sonido complementa a la imagen y conforma con ella una nueva realidad (Supra Cap I).

Así como lo visual y lo sonoro se funden para dar origen a una sola unidad de sentido, en el caso del sonido, la narración y la música deben conjuntarse para originar una secuencia cuyo desarrollo sea melódico y armónico, sin provocar cortes abruptos o cambios inexplicables para el espectador.

Lo primero que se hizo fue grabar la voz *in off*, es decir, la narración que acompaña a la imagen. En este caso yo fui el narrador. Tal labor se llevó a cabo en un espacio cerrado y de noche, para evitar la intromisión de sonidos externos. Se utilizó una pequeña grabadora marca Olympus la cual fue colocada a unos 20 centímetros de distancia con respecto a mi faz, para que la grabación tuviera la intensidad óptima y fuera clara.

La proyección de voz se hizo con base en las acotaciones establecidas en el *shooting script*. El corte de la producción requirió un tono serio, pues finalmente es lo que se busca dar al dulce de camote, sin embargo el desarrollo también debió ser amable y fluido. El guión literario se imprimió en hojas sueltas las cuales después de ser leídas fueron colocadas sobre una superficie acojinada para que no se produjera ruido alguno. Durante la lectura del guión, se respetaron los signos de puntuación, es decir, las comas, los puntos, los signos de admiración y se dejó espacio entre un párrafo y otro para evitar cortar la voz durante el proceso de edición.

Se realizaron varias narraciones de las cuales se eligió la más adecuada, ésta se subió a la computadora gracias al cable con el que cuenta el equipo utilizado. En la computadora aparece como un clip o

fragmento de audio el cual se transformó por medio del iTunes (software exclusivo de Macintosh que funge como reproductor de música) a un formato de audio MP3 para poder manipularlo con mayor facilidad en el programa establecido para la construcción de la banda sonora (Premiere 6.5). No se tiene la intención de profundizar en lo que es el MP3, pues al hacerlo se rebasarían los límites del presente trabajo, sin embargo, es preciso dar una breve explicación de su significado: el MP3 es un formato comprimido de audio de alta calidad. Cuando el archivo de sonido se transforma en MP3, puede llegar a pesar 12 o hasta 15 veces menos que un archivo de audio sin comprimir y conserva su fidelidad<sup>7</sup>. El formato MP3 es uno de los más utilizados en la actualidad, más aún si se trabaja en computadora, pues como es ligero se puede manipular en el ordenador sin mayor problema y la mayoría de los programas de producción audiovisual están capacitados para identificarlo.

Grabada la voz *in off* se realizó la selección musical. Ya en el *story board* se establecen las piezas musicales que ha de llevar el audiovisual, pero ¿cómo se hizo tal selección?. Considerar el corte de la producción es importante para elegir los fragmentos musicales que han de conformar la banda sonora. En este caso, sabemos que la producción es de un corte documental y que a pesar de ir dirigida a un público adulto joven, se pretende lograr cierta seriedad, sería absurdo utilizar un rap, una cumbia o un hip – hop, pero entonces ¿cuáles serían los más adecuados?.

Después de analizar, a partir del *story board*, el desarrollo que tendría el audiovisual, se encontró que existen 10 momentos en los que se tratan aspectos distintos del tema:

- 1) La presentación: en la cual se sugiere al espectador que existe un lugar en México lleno de tradiciones y costumbres.
- 2) Puebla: momento en el que se indica al espectador que ese lugar es Puebla y se da una breve descripción encaminada a exponer su riqueza cultural.
- 3) La dulcería: punto en el que se dice al espectador que una de los aspectos culturales más importantes es la dulcería y se da en Puebla de los Ángeles, la capital del Estado (Calle de los dulces).
- 4) Los camotes poblanos: se llega a los camotes poblanos, pues es este dulce el máximo representante de la dulcería.
- 5) La importancia de los camotes: se dice al público que los camote, más que simples golosinas, son un símbolo regional que identifica a los poblanos.
- 6) Leyenda del origen del camote: se narra cómo nacieron los camotes poblanos.
- 7) Los camotes no sólo son del convento en donde tuvieron su origen sino de toda Puebla y como muestra de la estima que se les tiene, en todas las dulcerías hay letreros con la palabra "camotes".

8) Se elaboran en talleres donde los artesanos continúan la tradición, se han conjugado en los establecimientos con la Talavera y las artesanías y los vínculos que se tienen con ellos rebasan los intereses meramente económicos.

9) Parte en la que se refuerza la idea de que los camotes poblanos representan toda una tradición y están ahí, en ese lugar donde late una parte del corazón mexicano: Puebla.

10) Desenlace.

Determinados esos diez momentos, se decide que cada cual vaya acompañado de un fragmento musical que refuerce el mensaje que transmite:

1) En el momento 1 arranca el audiovisual, hay cierta expectativa, la audiencia sabe que existe un lugar lleno de costumbres en México, pero aún no sabe cuál. Se busca una melodía que ambiente el momento con base en esos aspectos. Se eligen los primeros acordes de la pieza "El Carretero" del CD México Mágico Instrumental; es mexicana y su comienzo da la sensación de que algo está comenzando.

2) Para el momento 2 ya se sitúa al espectador, debe ser una música de situación. Se buscó entre varias canciones poblanas alguna que fuera apropiada, sin embargo, casi todas tenían letra y con ello se corría el riesgo de que el canto y la voz *in off* se confundieran. Se elige el "Zopilote Mojado" del mismo CD que la anterior, es instrumental y al ser una canción folklórica mexicana, comunica al espectador que se está hablando de una región propia de nuestro país.

3) En el momento 3 se habla de la dulcería poblana, que aunque mexicana, alegre y colorida, resulta a la par sobria y refinada por su misma influencia árabe – española. Se busca una pieza acorde a esta situación y queda seleccionada la canción de "El bodeguero" en instrumental de el CD Clásicos Son la cual es ejecutada por un cuarteto; en esta pieza se conjuga lo refinado de los violines con lo mexicano de la canción misma.

4) Se llega a los camotes poblanos, un segundo arranque. Los camotes forman parte de la dulcería poblana, por ello se busca una pieza que tenga el mismo sentido que la anterior, pero un poco más poderosa. Se elige "El manisero", canción mexicana ejecutada por el mismo cuarteto del CD anterior. Su función también será ambiental.

5) Ya en este punto, el espectador sabe qué son los camotes poblanos, de qué están hechos, su forma, en donde se pueden encontrar, pero no su importancia real y está por saberla, por ello se busca una pieza que ambiente el momento de acuerdo a esa importancia. Se elige "Capullito de Alelí" instrumental del CD Clásicos Son.

6) Se cuenta la leyenda. Aquí hay un viaje en el tiempo, la historia transcurre hacia el siglo XVI en un convento, por ello, debemos elegir una pieza que vaya acorde a estos aspectos. Se busca música clásica de corte barroco y queda seleccionada la pieza: "Minuet in e / adama falckbagen".

7) En este momento el ambiente cambia, regresamos a la actualidad y más aún, salimos del

ambiente conventual y se llega a uno más popular, los camotes han salido del convento y se han vuelto parte de todo los poblanos. Se necesita una pieza que refuerce este cambio. Queda seleccionado un popurri de danzones del CD danzones.

8) En este momento nos introducimos al espacio de los artesanos, uno lleno de tradición, íntimo, en donde se lleva a cabo una labor tan bella como es el hacer dulces. Esta labor transcurre en un tiempo en el que la dedicación, el respeto y el gusto por el oficio son piezas clave. Se elige "La Feria de las Flores" del CD México Mágico Instrumental, que es una canción del folklore mexicano, cuyos acordes unidos a las imágenes correspondientes a este momento, dan la sensación de que los artesanos son partícipes de algo querido, arraigado y tradicional.

9) Se llega a la antesala del final, donde se refuerza en el espectador la idea de que el camote es un elemento importante para el poblano, le da identidad, habla de su pasado, habla de su presente y más aún, habla de la grandeza no sólo de Puebla, sino de nuestro país. Se busca un ambiente tranquilo, pero también de alegría, con sabor a mexicano. Se elige la pieza "Farolito" del CD México 100.

10) Hemos llegado al final, el punto clímax de la narración audiovisual. En este punto ya no hay narración, sólo la imagen y la música. Se requiere una pieza que exprese lo mexicano, lo poblano. Se selecciona "Qué chula es Puebla" del CD Puebla.

En la mayoría de los casos, las canciones cumplen con una función ambiental y por ello se cuidó que fueran *ad hoc* al contenido del mensaje.

Elegidas las piezas musicales y lista la voz *in off* se procedió al registro final de sonido, es decir, a unir la narración con los fragmentos de música para dar origen a la banda sonora definitiva del proyecto.

Al igual que la narración, las canciones elegidas se transformaron a un formato MP3, con el objeto de manipularlas fácilmente en el Premiere 6.5.

Desde el programa se importaron las piezas musicales y el audio correspondiente a la voz *in off*. El Premiere cuenta con una línea de tiempo que muestra ya sea en horas, minutos o segundos (cuadros también en el caso de edición de video) la duración que habrá de tener el proyecto. En el caso de esta producción se requirió que la línea de tiempo marcara once minutos (el onceavo de "colchón") con base en los que se fue construyendo la banda sonora.

La línea de tiempo consta de varios canales de audio sobre los cuales se colocaron los fragmentos de narración y musicales de acuerdo a lo establecido en el *shooting script* y siempre tomando en cuenta que la duración final de la banda sonora no debía exceder los 10 minutos.

Se utilizaron tres canales de audio; en el canal de en medio se situó el audio correspondiente a la narración, y desde los dos restantes, el uno y el tres, se manejaron las piezas musicales. Se manejaron diversas herramientas con las que fue posible cortar las canciones y darles la duración necesaria dentro de la banda sonora, de tal forma que la duración de "x" fragmento musical fuera acorde al segmento de narración correspondiente. En algunos casos el audio de la narración también debió cortarse para dar lugar a los puentes musicales.

Se partió de los principios del *fade in* y *fade out* para unir los segmentos musicales, es decir, mientras que el volumen de una pieza iba de medio hasta el silencio, se procuró que la siguiente canción entrara desde el silencio hasta el volumen medio, con ello se evitaron los cambios musicales abruptos. En algunos casos se requirió unir las piezas por corte directo, sin que hubiera un *fade in* y un *fade out* de por medio.

El volumen de la narración está por encima del volumen de los segmentos musicales que le acompañan, esto con el fin de que la voz *in off* sea apreciada en primer plano, a excepción de los puentes musicales en los que no hay voz de por medio y es posible subir el volumen de la música. Sabemos que la narración debe estar siempre por encima de la música (Supra Cap. II).

Cuando se tuvo lista la construcción del audio en la línea de tiempo, ésta fue exportada desde el programa hacia una carpeta determinada como un clip de audio final. En este proceso el programa unió todos los elementos, voz y segmentos musicales, con sus respectivos cambios y volúmenes, dando como resultado una banda sonora definitiva de diez y medio minutos de duración y sonido estéreo (Supra Cap. II).

Listas la parte visual y sonora del proyecto, llegó la hora de pasar a la fase de post producción en la que se construyó el audiovisual materia del presente trabajo.

## 4. 3 POST PRODUCCIÓN

En este momento ya se contaba con el soporte visual y sonoro del proyecto, sin embargo, en cuanto al primero las imágenes aún no estaban ordenadas con respecto a su aparición en el *story board*, ni retocadas en caso de que lo necesitaran, etcétera, así que fue esto lo primero que se realizó durante la etapa de post producción.

Aunque el armado es un término que se utiliza más comúnmente cuando se trabaja con diapositivas, por referirse a la selección, el orden, el retoque y la preparación del sustento visual (Supra Cap. II), puede y debe ser aplicado durante la post producción de cualquier proyecto, independientemente del medio que se haya elegido; siempre es mejor organizar nuestras imágenes porque esto evita tener que buscarlas entre un cúmulo de material y con ello desperdiciar tiempo y esfuerzo.

Se crearon en la computadora varias carpetas, cada una de las cuales sirvió para contener una parte de las casi 700 fotografías capturadas; dos carpetas sirvieron para contener las fotografías tomadas durante el primer y segundo viaje a Puebla de los Ángeles (Calle de los dulces, dulcerías, vendedores, la ciudad, la cocina de Santa Rosa, etcétera); en otra se guardaron todos los *product shoots* de los camotes poblanos; en una más se archivaron las fotografías de la recreación en el taller de dulces y la última contuvo las fotografías correspondientes a la recreación de la historia del origen del camote.

De cada carpeta se eligieron aquellas que fueron consideradas las mejores imágenes y se crearon otras cinco carpetas para contenerlas: Seleccionadas del viaje 1, seleccionadas del viaje 2, *product shoots* seleccionados, seleccionadas de la recreación del taller y seleccionadas de la recreación de la leyenda.



Con base en el *Story Board* se eligieron de las carpetas de selección las imágenes específicas para el audiovisual y se crearon otras dos carpetas para contenerlas: Carpeta con imágenes del audiovisual Parte I, que contuvo las imágenes correspondientes al principio del audiovisual hasta las que cubren la historia del origen del camote y la carpeta con imágenes del audiovisual Parte II, que contuvo las fotografías necesarias para la parte que habla de la trascendencia del dulce hasta las tomas correspondientes al final del audiovisual.

En principio todas las fotografías fueron capturadas con una dimensión de 1,632 x 1,224 píxeles de anchura y altura respectivamente; aunque estas medidas resultan muy buenas para la presentación de la imagen en pantalla, también se debe pensar en la edición, pues con el formato de 2M el archivo final resultaría muy pesado y se corría el riesgo de que el programa no contara con la memoria suficiente para lograrlo. Así pues se decidió cambiar la dimensión de todas las fotografías a una que contribuyera por un lado, a que la imagen se viera nítida en pantalla y por el otro, que resultara apta para manejarlas con el programa elegido para la construcción del proyecto: After Effects versión 6.0. Con ayuda del programa infográfico Photoshop CS2 se modificó la dimensión de las imágenes a una de 800 píxeles de ancho por 600 píxeles de alto; para ello, se abrió una por una cada imagen y se le confirió la dimensión establecida, a la par, se retocaron aquellas imágenes que necesitaban alguna corrección, por ejemplo, borrar alguna imperfección, completar un fondo, aumentar o disminuir el brillo, entre otros.

Luego de este proceso en el que se depuró y corrigió el material visual, se obtuvieron casi 200 fotografías específicas destinadas para la construcción del proyecto las cuales fueron archivadas en una sola carpeta bautizada con el nombre de "Fotos definitivas para el audiovisual".

Comienza entonces la etapa de programación y/o edición. Por un lado, sabemos que generalmente se habla de programación cuando el medio elegido es la diapositiva y el proyector y por otro, que la edición atañe a una producción audiovisual en la que se trabaja con video (Supra Cap. II). En este caso el medio elegido no es video, sino fotografía digital, sin embargo, el entorno seleccionado para la construcción del proyecto es informático (computadora). Aunque el soporte visual recogido durante la etapa de producción es imagen fija o fotografía, considero que es más adecuado hablar de edición y más aún, a edición no lineal ya que todo el material fue transferido a la memoria del ordenador y fue desde ahí, en un entorno digital, que se llevó a cabo la construcción del proyecto. Fue con el programa After Effects 6.0 que se montaron las imágenes y los sonidos y fueron manipulados como archivos para dar como resultado final el producto audiovisual que atañe al presente trabajo.

El After Effects 6.0 es un programa destinado a la producción audiovisual, permite trabajar con video, imagen fija, gráficos y sonido. En el caso de las imágenes, es posible animarlas, darles movimiento y crear diversos efectos visuales. Con el After Effects se puede trabajar con la opacidad de los elementos, factor que hace posible el efecto de disolvenca y también facilita el uso de mascarillas con el fin de que se aprecien los movimientos o los elementos solo en determinados sitios de la pantalla.

En este programa se trabaja por composiciones, es decir, se puede construir el proyecto por partes las cuales finalmente son unidas en una sola composición que corresponde a la cadena audiovisual completa. De hecho, fue esta la forma en la que se trabajó.

Se fueron creando una por una todas las composiciones y a todas se les dio el mismo formato: 720 x 486 píxeles de anchura y altura respectivamente que es el que se maneja para la pantalla de televisión. Cada composición consta de una línea de tiempo a lo largo de la cual se colocan y se trabajan los distintos elementos (imágenes y sonido) y también contiene una pequeña pantalla en la que se aprecia cómo va quedando el fragmento audiovisual. El tiempo de cada composición se determinó con base en la duración del fragmento de audio que le correspondía; el audio de la banda sonora definitiva se arrastraba a la línea de tiempo, luego se elegía el segmento necesario cuya duración determinaba la duración de la composición misma, de tal suerte que algunas composiciones requerían solo de 10 segundos mientras que otras abarcaban casi los dos minutos, etcétera. En todos los casos se dejaron 2 segundos al principio y al final de la composición para que al final fuera posible unirlos sin tener que eliminar alguna parte de la secuencia.

La primer composición, la cual corresponde al arranque del audiovisual, consta de cinco imágenes; éstas, al igual que en las demás composiciones, se unieron disminuyendo desde un 100% hasta un 0% la opacidad de la imagen que salía de cuadro a la vez que se aumentaba de un 0% hasta un 100% la opacidad de la imagen que entraba a cuadro, dando así, un efecto de disolvencia según lo que marca el *story board*. En otros casos las imágenes fueron unidas por corte y para ello simplemente se colocaban una después de la otra.

Cabe decir que aunque en la mayoría de los casos el *story board* marca disolvencias de 2 segundos de duración, hubo ocasiones en las que se disminuyó o se aumentó ese tiempo, pues si se conservaban los 2 segundos, la imagen se desfasaba un tanto del audio y si se cambiaba a un corte, el cambio resultaba muy abrupto. Con esto nos damos cuenta de que si bien el *story board* es una guía vital y existen los parámetros bajo los cuales se ha de trabajar, la edición es una etapa de creatividad y es totalmente válido realizar cambios que contribuyan a mejorar el trabajo. En este sentido, también se dio otra cuestión con respecto al soporte visual. Este proyecto se sustenta de la imagen fija ello porque finalmente eso es un audiovisual, una conjunción de imágenes y sonidos que dan origen a una nueva realidad, sin embargo, después de apreciar la primer construcción, ésta resultaba un poco estática por lo que se decidió dar a las imágenes un movimiento ligero, ya sea de manera horizontal, de adelante hacia atrás o viceversa. Incluso en algunos casos, como la parte en la que se habla de las construcciones históricas, las catedrales, las fiestas y la gastronomía de Puebla, se dio movimientos más notorios a las imágenes para conferir mayor dinamismo al audiovisual. También se crearon algunas mascarillas, como es el caso de la descripción de los camotes, la historia de su origen o la parte referente a los anuncios en las dulcerías, para que las imágenes aparecieran en determinada área de la pantalla.

Por otro lado, la creación de gráficos generalmente se sitúa en la etapa de producción, sin embargo, en el presente proyecto se decidió situarla en la fase de post producción pues aquéllos debían hacerse en la computadora, misma herramienta con la que se llevó a cabo la edición. Si bien se planeó que los gráficos aparecieran en pantalla como imágenes estáticas, durante la etapa de post producción se decidió animarlos en algunos casos, de tal suerte que en vez de verse como gráficos sin movimiento, se aprecian como breves cortinillas.

La elaboración de gráficos es una tarea en la que la participación del Diseñador Gráfico cobra mucha importancia; los gráficos (dibujos, letras, tablas, formas, etcétera) constituyen la parte artística de cualquier proyecto y por ello se debe tener especial cuidado en su desarrollo, su apariencia tiene

que ser coherente con el tema y el mensaje que se comunica.

Todos los gráficos de esta producción fueron elaborados en el programa Illustrator CS2, este software está destinado a la creación de gráficos vectoriales de los cuales es posible modificar su tamaño sin afectar su nitidez o apariencia (Supra Cap. II).



Para la cortinilla del mapa del estado de Puebla se elaboró un mapa de la República Mexicana y un mapa del estado de Puebla; el primero va en color verde ya que es uno de los colores propios de la bandera nacional y el segundo va en color azul, característico de la Talavera poblana que es una de las principales artesanías del lugar. Ambos se animaron sobre un fondo que contiene trazos similares a los que se hacen sobre la cerámica de Talavera y es de colores blanco y azul. La palabra "Puebla" aparece en color negro con tipografía *Edwardian Script ITC*, la cual es muy

estética y aunque manuscrita, es bastante legible en pantalla.

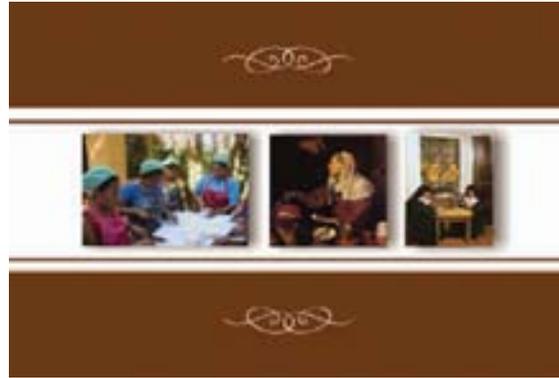
Los gráficos para la cortinilla del letrero "Los camotes poblanos... un bocado de tradición" se elaboraron con base en distintos factores relacionados a Puebla y su dulcería. El fondo está conformado por una pleca y un rectángulo; la pleca va del lado izquierdo y es de color azul (propio de la Talavera Poblana), es un color frío que contrasta con lo cálido del rosa "mexicano" correspondiente al rectángulo del lado derecho y que va de acuerdo al color característico de los camotes poblanos decorados. Como parte del fondo se crearon unos "bastos" o formas curvadas muy al estilo de las formas utilizadas durante el período Barroco que es un "Estilo de ornamentación caracterizado por la profusión de volutas, roleos y otros adornos en que predomina la línea curva, y que se desarrolló, principalmente, en los siglos XVII y XVIII"<sup>8</sup> época durante la que tuvo un gran desarrollo la dulcería típica poblana.

Las palabras "Los camotes poblanos" van de color blanco en *Edwardian Script ITC* sobre el fondo rosa y las palabras "...un bocado de tradición" se colocaron en la parte inferior derecha del letrero anterior en color naranja con tipografía *Century Gothic*, que es muy legible y de trazos finos y sencillos. En la parte inferior derecha de la segunda frase se colocaron tres pequeños círculos en color verde, propio de algunas de las grafías de azúcar con las que se decoran los camotes y brinda cierta vida a la composición, misma función que tiene la delgada línea amarilla que divide la pleca azul del rectángulo color rosa.



8 Barroco. Consultado en: Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=barroco](http://buscon.rae.es/draeI/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=barroco) 15 - 05 - 2008

Si bien en el *story board* se especifican solamente los gráficos mencionados anteriormente, durante el proceso de edición se decidió crear otros tantos que sirvieron para vestir ciertas partes del proyecto pues el Diseñador Gráfico debe velar no sólo por la funcionalidad sino también por la estética del producto; por ejemplo, las imágenes referentes a las construcciones, fiestas, gastronomía, etcétera de Puebla se colocaron sobre un fondo azul que lleva inscrita la palabra "Puebla" con tipografía *Edwardian Script ITC* en color blanco; cuando se habla de la dulcería típica del lugar, en dos fragmentos de la composición se colocaron las imágenes sobre un fondo marrón acompañado de sencillas formas curvas o roleos en color blanco que sirven para vestir el contenido visual. En la parte donde se muestra la historia del origen del camote poblano se decidió utilizar una mascarilla en color rojo quemado decorada con pequeños "bastos" que enmarcan las imágenes correspondientes a ese segmento del audiovisual.



También se utilizaron los gráficos propios del escudo de la Universidad Nacional Autónoma de México, el escudo de la Facultad de Estudios Superiores Acatlán y se creó la plantilla que lleva inscritas las palabras "Diseño Gráfico Pre – especialidad en Medios Audiovisuales" todas ellas instituciones que respaldan el presente proyecto. Se decidió poner estos gráficos en color blanco sobre un fondo negro para que tal contraste contribuya a su correcta apreciación en pantalla.

La elaboración de gráficos es una labor que no se da al azar; el Diseñador Gráfico debe aplicar durante este quehacer sus conocimientos en cuanto a composición, color, tipografía, etcétera y debe argumentar la presencia de los mismos dentro de la producción audiovisual, pues finalmente los gráficos son elementos muy importantes que constituyen y refuerzan la parte visual del producto.

En total se elaboraron 21 composiciones; algunas de ellas pueden funcionar como "sub composiciones" ya que están contenidas en otra composición determinada.

Listas las composiciones se creó una última que daría origen al proyecto final; a ésta se le dio el mismo formato que a las demás y una duración de 11 minutos. Sobre su línea de tiempo se colocó el audio de la banda sonora final el cual sirvió como guía para colocar cada composición en el tiempo indicado. Una con otra las composiciones se unieron a partir del principio de opacidad, de tal forma que mientras desaparecía la última imagen de una composición determinada, aparecía la primer imagen de la composición que le seguía.

Finalmente quedó una composición en cuya línea de tiempo se encontraba el audio final y las distintas composiciones creadas con anterioridad. Llegó el momento de unificar el contenido así que se ordenó al programa "renderear" el material. Se le llama "render" al proceso en el cual el programa une la parte visual con la sonora para dar origen al propio audiovisual. Antes del rendereo las imágenes son consideradas como elementos independientes, aún no existe una secuencia y tampoco el audio forma parte de ellas, después del render el resultado es un audiovisual que es identificado por la computadora y por los programas no como un conjunto de imágenes y sonidos independientes, sino

como un fragmento o clip de película. En este caso el proceso de renderizado se llevó a cabo en un tiempo de 1 hora y media aproximadamente, este tiempo depende de la capacidad de memoria con la que cada equipo cuenta y de la duración misma del audiovisual.

El resultado final es un audiovisual con una duración de 10 minutos y medio, cuyo formato es de 720 x 486 píxeles y sonido estéreo.

En este punto el producto estaba listo, sin embargo, durante la post producción también se debe considerar lo relacionado con la presentación del proyecto y más aún en este caso, a continuación veremos por qué.

El audiovisual "Los camotes poblanos... un bocado de tradición" es un material que ha de servir como herramienta para difundir la cultura, por ello se debió encontrar una manera de hacerlo accesible para el público al que está destinado, ¿qué otra más práctica que presentarlo en un DVD?

La difusión cultural puede llevarse a cabo en distintas formas, una de ellas es proporcionando el mensaje a varias personas en forma individual (Supra Cap. I). En este sentido el DVD es un soporte muy utilizado en la actualidad, más aún en el terreno de lo audiovisual. El DVD o *Digital Versatile Disc* es un formato de almacenamiento óptico que se utiliza para guardar datos, incluyendo películas con alta calidad de vídeo y audio. A través de él se ponen a la mano del público un sin fin de producciones audiovisuales que cubren los campos del entretenimiento, de la educación, de la política, de la cultura, etcétera. Vemos en los almacenes anaqueles repletos de DVD's que contienen películas, caricaturas, series de televisión, documentales, etcétera, que pueden apreciarse por el público en general con solo adquirirlos.

Físicamente el DVD se asemeja al CD o disco compacto, que es un pequeño disco con un diámetro de 12 centímetros aproximadamente, por tal motivo se constituye como un soporte bastante práctico que puede transportarse sin mayor problema de un lugar a otro y la información contenida se puede apreciar en el televisor tan solo con reproducirlo en un lector de DVD's, ambos equipos muy comunes en los hogares del mundo actual.

Para crear el DVD se utilizaron el programa i DVD, que es un software exclusivo de la plataforma Macintosh, y un DVD marca SONY con una capacidad de 4.7 GB; existen DVD's con capacidades mayores, entre ellas 8.5 GB, 9.4 GB, 13.3 GB ó 17.1 GB, sin embargo, el tamaño del audiovisual hace posible utilizar el DVD de menor capacidad, lo cual implica también menores costos, pues los otros son más caros.

Cuando se crea un DVD en el i DVD éste da automáticamente los parámetros necesarios, es decir, graba en un formato de televisión con sonido estéreo. También proporciona diferentes plantillas de entre las cuales se puede elegir alguna que dará la apariencia al menú. En este caso se eligió una que contiene un libro abierto, en una de sus páginas se colocó la imagen de unos camotes poblanos y en la otra se arrastró el clip de película (el audiovisual) que aparece en pantalla en forma de título "Los camotes poblanos... un bocado de tradición". Después de ello se indicó al programa crear el DVD y el resultado final es un DVD común que al ponerlo en el reproductor traslada la información a la pantalla del televisor. Lo primero que aparece es el menú y basta con que el usuario de un "enter" a su control para que inicie la reproducción del audiovisual.



Al tener el DVD en mano se podía decir que el producto estaba terminado, sin embargo, el Diseñador Gráfico siempre debe estar pendiente de la imagen, por ello se hizo el diseño de una portada y una etiqueta que hicieran del producto algo más llamativo. Para realizar la portada se tomaron como base los gráficos de la cortinilla de “Los camotes poblanos” que aparece en el audiovisual, por ello la justificación gráfica es la misma: los colores utilizados son el rosa, el azul, el amarillo y el verde (típicos de los camotes decorados y sus grafías de azúcar); se utilizaron roleos

para vestir el fondo y la tipografía que conforma el título es la *Edwardian Script ITC*. La contraportada lleva la misma línea, sin embargo, se colocó la imagen de unos camotes poblanos a fin de ilustrar el tema y se proporciona una pequeña sinopsis que habla del contenido de la producción, ésta va en color blanco con una tipografía *Century Gothic* que da legibilidad al texto.

La etiqueta del CD es de color rosa sobre la cual se colocaron algunas figuras diseñadas con base en las grafías de azúcar que usualmente llevan los camotes decorados.

El producto final es un DVD que contiene el audiovisual “Los camotes poblanos... un bocado de tradición”. Es un material de fácil acceso, práctico, atractivo en su diseño; brinda la posibilidad de poder ser distribuido en forma individual sin problema alguno por lo que resulta ser una herramienta útil para el proceso de difusión cultural, en este caso, de los camotes poblanos.



## CONCLUSIONES

La dulcería típica es una de las manifestaciones culturales más importantes que tiene México. Difundir alguno de los dulces que la conforman, en este caso, el camote poblano, es tan sólo un primer paso en el intrincado camino hacia la valoración de nuestra cultura, porque si bien los dulces típicos son alimentos de gusto y deleite, también se constituyen como elementos en los que el mexicano mantiene tradiciones y costumbres, una parte de sus raíces y su identidad local y, en consecuencia, nacional.

La mayoría de los mexicanos no está consciente de los alcances que tiene la dulcería típica y para enfrentar esta problemática es necesario fortalecer el proceso de difusión cultural, en el que la cultura y sus expresiones no sólo encuentran una posibilidad de expansión, sino también un camino hacia la valoración y la preservación.

Para que resulte exitoso, el proceso de difusión cultural debe apoyarse en distintos medios que despierten el interés del público. En este sentido, el audiovisual es un medio idóneo, pues es una forma de comunicación que al emplear la imagen aporta una ilustración sobre hechos y objetos, lo cual los hace aún más comprensibles que la mera descripción verbal o escrita, y al aplicar registros sonoros como la música y la narración hace que la exposición del tema sea dinámica y atractiva. En definitiva el proceso de difusión cultural puede servirse del audiovisual para obtener mejoras y beneficios en su haber.

Por otro lado, es indiscutible que vivimos en una era de grandes avances tecnológicos, los cuales tienen gran influencia, entre otros, dentro del ámbito de la comunicación y por consecuencia del audiovisual. Si bien, al hablar de producción audiovisual no podemos dejar de mencionar medios como el rotafolio o el diaporama, pues aunque en muchos casos ya no son los más usuales, siguen estando al menos como referencia, no hay duda que en la actualidad existen otros que incluso los han venido a sustituir. En tal sentido, la computadora y los programas de cómputo son medios importantes en cuanto a creación audiovisual, ya que brindan los elementos necesarios con los que es posible producir audiovisuales profesionales y de alta calidad.

Así, la evolución y el crecimiento del terreno audiovisual será posible en la medida en que exploremos y aprovechemos las nuevas tecnologías que se ponen a nuestro alcance día con día. Con relación a este punto, la participación del Diseñador Gráfico es fundamental, ya que al ser un agente de la comunicación que se vale de las formas y de la imagen para crear mensajes funcionales para un público determinado, debe estar al tanto de todos los factores que se relacionen con ellas, es por eso que ha de intervenir e incitar el desarrollo del campo audiovisual. En consecuencia, durante la realización del audiovisual que atañe al presente trabajo, se aprovecharon distintos medios: la fotografía digital, la computadora y el DVD, que son resultado de los adelantos tecnológicos y de los que es preciso apuntar su uso fomenta el progreso del terreno de la imagen y el sonido.

En la producción audiovisual la imagen es un elemento vertebral, por ello la participación del Diseñador Gráfico es fundamental. Éste considera no sólo la funcionalidad del producto, sino también su estética, hecho por de más importante tomando en cuenta que dentro de la narración audiovisual una imagen que es coherente con el mensaje que se transmite y agradable al ojo del espectador, contribuye a captar con mayor fuerza su atención, influyendo así en la eficacia misma

del proyecto. En cada una de las etapas, ya sea de preproducción, producción y post producción, es necesaria la aplicación de los conocimientos de Diseño Gráfico; ya sea en la creación del *story board*, durante la captura de imagen o en la construcción final del proyecto, los conocimientos en cuanto a composición, iluminación y fotografía, a la creación de gráficos, a la elección tipográfica, al manejo de las formas y el color, entre otros, son piezas clave en el sustento de la parte visual. En definitiva, este tipo de producciones no debe prescindir de la intervención del Diseñador Gráfico, sino por el contrario, promoverla en aras de mejorar resultados.

Cuando se trata de realizar una producción audiovisual, generalmente el trabajo se lleva a cabo en equipo; guionistas, iluminadores, fotógrafos, técnicos de sonido, asistentes, editores, entre otros, son tan solo algunos de los profesionales que intervienen en la creación de proyectos de esta índole. Si bien, en este caso el trabajo fue individual, es decir, estuvo a cargo de una sola persona, este hecho tan sólo comprueba que el Diseñador Gráfico es un profesional cuyos conocimientos le capacitan para integrarse al equipo de expertos en el área audiovisual y en donde su colaboración es, sin duda alguna, muy importante.

El producto es un DVD que contiene la presentación audiovisual "Los camotes poblanos... un bocado de tradición" que se realizó en apoyo a la difusión cultural de Puebla y que puede proporcionarse al turista a través de distintas instituciones, como la Secretaría de Cultura de la entidad, su Casa de Cultura, su Secretaría de Turismo o incluso proporcionarlo al visitante en las mismas dulcerías, estas últimas puntos clave en donde se manifiesta la gran tradición dulcera de la Angelópolis. Este DVD hace posible que se transmita el mensaje audiovisual a varias personas o en forma individual, lo que es innegablemente una forma de difusión.

Después de este trabajo concluyo que el uso del audiovisual es una buena opción para apoyar y beneficiar el proceso de difusión cultural, ya que es una forma de comunicación eficaz y completa que transmite el mensaje de manera clara a la vez que despierta el interés del público. Es necesario fortalecer el proceso de difusión cultural con este tipo de medios, para que los mexicanos nos intereseamos por nuestra vasta cultura, tengamos un mayor conocimiento de ella y en consecuencia, podamos apreciar el valor de cada uno de nuestras comunidades y de toda nuestra nación.



## BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES

### Bibliográficas:

- Palou Pedro. "Puebla, su fundación y su evolución histórica" en *La Ciudad de Puebla*. 4ta. ed. España; Ediciones Nueva Guía, 2002.
- *Audiovisual*. 228p. Diccionario Enciclopédico Larousse, Vol. I 1992.
- Carrasco Puente, Rafael. *Puebla. Azulejo mexicano*. Puebla, Pue; Honorable Ayuntamiento de Puebla, 1971.
- Cebrían Herreros, Mariano. *Información Audiovisual. Concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid; Editorial Síntesis, 1995.
- Cimet, Esther, et. al. *Cultura y sociedad en América Latina. Antología de Textos. Colección Artes Plásticas*. México; INBA, 1987.
- *Comunicación Audiovisual*. 537p. Diccionario Enciclopédico Asuri, Vol. II 1993.
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. *Programa Nacional de Cultura 1990 – 1994*. México; 1990.
- Cruces Carvajal, Ramón. *Lo que México aportó al mundo*. México; Quarzo, 2006.
- De Anda y Ramos, Francisco. *La radio. El despertar del gigante*. México; Editorial Trillas, 1997.
- Eneas Cromberg, Jorge, et. al. *Montajes Audiovisuales*. México; Diana, 1979.
- Escandell Vidal, Ma. Victoria. *La comunicación*. Madrid; Gredos, 2005.
- Farga, Armando. *Historia de la comida en México*. México, D.F.; Costa-Amic, 1968.
- Gobierno del Estado de Puebla (Comp.). *Lecturas de Puebla, Historia*. México; Gobierno del Estado de Puebla/FCE, 1994.
- González Alonso, Carlos. *Principios Básicos de Comunicación*. México, D.F.; Trillas, 1984.
- González Radío, Vicente. *Usos y efectos de la comunicación audiovisual*. España; Universidade da Coruña.
- Guerrero Ferrer, Adriana. *La dulcería en Puebla*. CONACULTA; México, 2004.
- Guiraud Pierre. *La semiología*. 26.ª. ed. México; siglo veintiuno editores, 2002.
- H. de la Mota, Ignacio. *Enciclopedia de la Comunicación: artes, ciencias y técnicas*. México, D.F.; Limusa, 1994.
- H. Torns Dorf, et. al. *PC para principiantes*. 2da. ed. México; Computec editores, 1994.
- Hedgecoe, John. *El libro de la fotografía: Cómo ver y tomar mejores fotografías*. Nueva York; A. A. Knopf, 1984.
- K. Berlo, David. *El proceso de la comunicación*. Buenos Aires; Editorial Ateneo, 1977.
- Kahn, J.S. (Comp.). *El concepto de cultura: textos fundamentales*. Barcelona, España; Anagrama, 1975.
- Kemp, Jerrold E. *Planificación y Producción de Materiales Audiovisuales*. 2da. ed. México; Representaciones y Servicios de Ingeniería, 1973.
- Linares, Marco J. *El guión. Elementos – Formatos – Estructuras*. 5ta. ed. México; Alhambra Mexicana, 1994.
- Martínez Abadía, José. *Introducción a la tecnología audiovisual. Televisión, video, radio*. 2da. ed. Barcelona, España; Paidós Ibérica, 1991.
- Moles, Abraham. *Diccionario de la comunicación*. México; Editorial Planeta, 1975.
- Montoya Vilar, Norminanda. *La comunicación audiovisual en la educación*. Madrid, España; Laberinto, 2005.
- Moreno, Roberto, etal. *Historia de la comunicación audiovisual*. México; Editorial Patria, 1962.

- Munari, Bruno. *Diseño y Comunicación visual. Contribución a una metodología didáctica*. Barcelona; Gustavo Gilli, 1985.
- Novo, Salvador. *Cocina Mexicana. Historia Gastronómica de la Ciudad de México*. 9ª. ed. México; Porrúa, 2007.
- Prieto Castillo, Daniel. *Diseño y Comunicación*. México, D.F.; Ediciones Coyoacán, 1994.
- Ráfols, Rafael, et. al. *El diseño audiovisual*. Barcelona, España; Gustavo-Gilli, 2003.
- Revilla Basurto, Mario A. *Introducción a la Teoría de la comunicación*. México, D.F.; S y G editores, 1997.
- Sáiz, Ángel. *El arte-ciencia de la comunicación. La retórica de Aristóteles*. México, D.F.; UNAM, 2003.
- Simpson, Robert S. *Manual práctico para producción audiovisual*. Barcelona, España; Gedisa, 1999.
- Tostado Span, Verónica. *Manual de producción de video: un enfoque integral*. México; Alambra Mexicana, 1999.
- Verderver, Rudolph. *¡Comunícate!*. 11ª.ed. México; Thompson Editores, 2005.
- Zolla, Carlos. *Elogio del dulce. Ensayo sobre la dulcería mexicana*. 2da. ed. México; Fondo de Cultura Económica, 1995.

## Hemerográficas:

### Revistas

- Anzures, Miguel, et. al. *Los espacios de la cocina mexicana*. 33p. *Artes de México*, Vol 36, 1997
- Bali, Jaime, et. al. *Presentación*. 5p. *Puebla. Guía México desconocido*, Agosto – Septiembre, 2003.
- Cháirez Alfaro, Arturo. *Puebla endulza el paladar*. 88p. *Puebla. Guía México desconocido*, Agosto – Septiembre, 2003.
- Couch Vázquez, Domingo. *Los camotes de Puebla*. 8-9 pp. *Bohemia Poblana*, Puebla, Pue., Vol 82, Febrero, 1950.
- Sánchez Muñoz, Quetzalina. *Un viaje por tierra adentro*. 53p. *Puebla. Guía México desconocido*, Agosto – Septiembre, 2003.

### Periódicos

- Del Valle Arizpe, Artemio. *Los camotes de Santa Clara*. 3 y 7p. *El Universal*, en *El Magazine para Todos*, México, abril, 1934.

### Otros

- Rodríguez Pérez, Martha Olga. *¿Cómo se realiza un programa audiovisual?*. México; FES Acatlán División de Diseño y Edificación Programa Diseño Gráfico, 1993.
- Cyber-shot Digital Still Camera DSC-W50 Sony. *Guía del usuario/Solución de Problemas*. China; Sony Corporation, 2006.

## Internet:

- Audiovisual. Consultado en: Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=audiovisual](http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=audiovisual). 21 - 09 - 2007.
- Barroco. Consultado en: Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=barroco](http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=barroco) 15 - 05 - 2008.
- Comunicación. Consultado en: Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=comunicaci%F3n](http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=comunicaci%F3n). 19 - 07 - 2007.
- Cultura y Diversidad. Consultado en: UNESCO México, <http://www.unescomexico.org/cultura/index.htm>. 1-10-2007.
- Difundir. Consultado en: Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=difusi%F3n](http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=difusi%F3n). 04 - 10 - 2007.
- El lenguaje visual. Consultado en: FortuneCity, <http://victorian.fortunecity.com/muses/116/cinedidactico2.html>. 11 - 09 - 2007.
- Estudio de la demanda turística. Consultado en: [http://www.puebladezaragoza.gob.mx/joomla/imágenes/turismo/obs\\_turistico.pdf](http://www.puebladezaragoza.gob.mx/joomla/imágenes/turismo/obs_turistico.pdf) 22 - 01 - 2008.
- Fotografía digital. Consultado en: Wikipedia. La Enciclopedia libre, [http://es.wikipedia.org/wiki/Fotografía\\_digital](http://es.wikipedia.org/wiki/Fotografía_digital) 11 - 09 - 2008
- Ley de Fomento a la Cultura del Estado de Puebla. Consultado en: Orden Jurídico, <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/PUEBLA/Leyes/PUELEY19.pdf>. 05 - octubre - 2007.
- MP3. Consultado en: Wikipedia. La Enciclopedia libre, <http://es.wikipedia.org/wiki/Mp3> 9 - 05 - 2008.
- Música. Consultado en: Real Academia Española, [http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO\\_BUS=3&LEMA=m%FAstica](http://buscon.rae.es/drael/SrvltConsulta?TIPO_BUS=3&LEMA=m%FAstica) 21 - 02 - 2008.
- Regiones de Puebla y su comida típica. Consultado en: Puebla. Gobierno del Estado, <http://www.puebla.gob.mx/puebla/turismoDoc.jsp?id=16405> 29 - 12 - 2007.
- Video. Consultado en: Wikipedia. La Enciclopedia libre, <http://es.wikipedia.org/wiki/Video> 11 - 09 - 2008
- Visión de la Secretaría de Cultura del Estado de Puebla. Consultado en: Secretaría de Cultura del Estado de Puebla, <http://www.sc.puebla.gob.mx/cultura/index.jsp> 05 - octubre -2007.

