



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

---

---

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS y SOCIALES**

**PROPUESTA DE VIDEO TUTORIAL SOBRE EL LENGUAJE  
AUDIOVISUAL PARA LA REALIZACIÓN DE  
PRODUCTOS MULTIMEDIA PARA ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD  
PEDAGÓGICA NACIONAL**

**TESIS**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**PRESENTAN**

**JOSÉ RAMÓN RODRÍGUEZ GARCÍA  
MARÍA DE LA CONCEPCIÓN ZAMUDIO CABRERA**

**ASESOR:**

**MTRA. MAGDA LILLALI RENDÓN GARCÍA**

**Ciudad Universitaria, México, D.F. 2012.**





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.

## Índice

Introducción.....	4
<b>Capítulo I</b>	
<b>Área de la comunicación en el ámbito educativo</b>	
1.1 Qué es la comunicación.....	8
1.2 Proceso de comunicación.....	11
1.3 Modelo de Roman Jakobson.....	12
1.4 Emisor y receptor.....	14
1.5 Niveles de comunicación.....	14
1.6 Medios de comunicación actuales.....	18
1.7 Procesos de producción y comunicación.....	19
1.8 Qué es la educación.....	21
1.9 ¿Por qué educar para transformar?.....	22
1.10 Para qué sirve el video dentro y fuera del aula.....	25
1.11 Las tecnologías de la información y comunicación en el ámbito educativo.....	25
<b>Capítulo II</b>	
<b>El video</b>	
2.1 Elementos del video.....	31
2.2 Composición de la imagen.....	32
2.3 Formatos de video.....	50

2.4 Formatos de audio.....	52
2.5 Géneros y modalidades.....	53
2.6 Medios educativos utilizados en el aula.....	58

**Capítulo III**  
**Etapas de la producción audiovisual**

3.1 Preproducción.....	62
3.2 Guión técnico y literario.....	69
3.3 Producción y realización del material audiovisual.....	72
3.4 Planos.....	72
3.5 Ángulos: horizontales, verticales y diagonales.....	76
3.6 Objetividad, subjetividad, plano imposible.....	83
3.7 Manejo y movimiento de cámara.....	84
3.8 Producción.....	87
3.9 Posproducción.....	88
3.10 Entrega del producto.....	89
Conclusiones.....	90
Anexos.....	94
Bibliografía.....	118

## INTRODUCCIÓN

Durante toda la vida la gente aprende y aprehende ciertas conductas, comportamientos y formas de expresión mediante la educación que recibe con el transcurso de los años, sea formal o informal; influye la escuela, los amigos, la familia, las interacciones que tienen con sus semejantes hacen que su conocimiento incremente. Las formas de contacto y aprendizaje se suman a la vez que se adquieren diversas formas de comunicación -a veces- sin percatarse de esto.

Los seres humanos tienen la necesidad de comunicarse, de tener contacto, de saber, de aprender; hoy por hoy, la forma de comunicarse va a la par con el uso de la tecnología; herramientas que facilitan al ser humano a mantener una comunicación global sin determinar que existan barreras para lograrlo.

El avance tecnológico que tenemos hoy día es tan rápido que la sociedad tiene que acoplarse a ellas para no quedarse atrás con la utilización de algunos de estos medios que contribuyen a la comunicación humana; con esas tecnologías el espacio - tiempo ha quedado mermado por el uso de estas herramientas. Recordemos que una comunidad o sociedad acepta y adapta la tecnología para diversos fines o ayuda en su entorno.

En tiempos anteriores el uso del *pony express*,<sup>1</sup> fue aceptado para comunicar mediante la carta, forma de comunicación escrita; el tiempo de hacer llegar y recibir mensajes era tardado; sin embargo, no fue sino hasta la introducción del telégrafo que se agilizó el envío de información, esta tecnología no desplazó a la anterior, sino que complementó su uso por la aceptación que le dio la sociedad: la de comunicarse.

Con el transcurso de los años aparece otro medio que complementa al telégrafo en cuanto su funcionalidad: el teléfono, éste no lo sustituye, lo complementa para seguir con el uso pertinente de comunicar.

---

<sup>1</sup> Bradley, Gleen D. La historia del *Pony Express*. P. 24. Este medio fue denominado *pony express* y era el correo que cruzaba los Estados Unidos en el año de 1860.

En la actualidad se encuentran los teléfonos celulares que reducen espacio y tiempo para la comunicación entre individuos, su uso es mundial y práctico; estos equipos tecnológicos concatenan medios escritos, visuales, sonoros, además del acceso a la Internet la cual permite investigar, expresarnos y tener otras formas de interactividad. La tecnología crece con rapidez y facilita las formas de enviar mensajes, todo de manera simultánea y sin dejar de sustituir lo verbal. Es decir, la comunicación no cambia, solo cambia el tiempo y la tecnología que complementa la manera de hacerlo.

Se desconoce qué herramientas tecnológicas surjan para complementar a sus anteriores; por ello, la propuesta e inquietud que surge en este trabajo, es el dar a conocer el lenguaje audiovisual que existe para la creación de productos multimedia, hoy día con la utilización de teléfonos celulares se graban videos, la gente los emplea para captar y mostrarlos en la *Web*, incluso los canales de noticias recurren a ellos para informar, el espacio y tiempo se reducen y la información es instantánea.

La creación de productos realizados con estas tecnologías portátiles son de entretenimiento, denuncia, educativas, publicitarios, todos mantienen el mismo objetivo, expresarse, informar y comunicar.

La tecnología avanza y también la forma de educar cambia con ella, ésta se debe acoplar a ese ámbito; para fines propios de este trabajo se determinó un objeto de estudio, el cual abarca la Universidad Pedagógica Nacional (UPN) que no tiene una especialidad en Ciencias de la Comunicación. Empero, sus especialidades se vinculan al ámbito educativo y por ende, su proceso de enseñanza recurre a la realización de productos audiovisuales; por lo que, se parte de que si los alumnos tienen la teoría básica para elaborar videos, éstos pueden contribuir en el proceso enseñanza-aprendizaje y dar a conocer con impacto investigaciones y videos educativos.

El estudio que se realizó al interior de la Institución<sup>2</sup> donde los resultados señalan que los usos y prácticas culturales entre estudiantes de la UPN, Unidad Ajusco, determinó que más del 50% de los estudiantes que llevan al menos un año estudiando, utilizan herramientas tecnológicas para el

---

<sup>2</sup> Estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en el 2010 dentro de las instalaciones de esa Universidad: Estudio de usos y prácticas culturales entre estudiantes de la UPN, Unidad Ajusco.

desarrollo de materiales audiovisuales en tareas relacionadas con su licenciatura. Con base en lo anterior se propone dar a conocer algunos fundamentos básicos en la elaboración de materiales audiovisuales para la comunidad universitaria de esa Institución.

En el desarrollo de este trabajo se observa la relación que existe entre educación y comunicación dentro y fuera del aula, así como la importancia de ambas para la sociedad. En el primer capítulo se menciona el vínculo que existe en el área de la Comunicación y el Ámbito Educativo, se ve la importancia del planteamiento inicial para mostrar el cómo se requieren una de la otra para que cumplan con su objetivo: mandar un mensaje; la información presentada muestra un ejemplo básico para conocer el esquema de comunicación propuesto por el lingüista y filólogo ruso Roman Jakobson en el que se visualizan las diferencias y semejanzas con aspectos para la educación.

En el segundo capítulo se ahonda sobre temas que abarcan el proceso de la producción audiovisual y vale la pena destacar que se mencionan algunos elementos que conforman el video y el contenido que se desea dar a conocer. Se abordan técnicas que deben emplearse si se pretende tener como producto final un mensaje eficaz y atractivo.

En un tercer capítulo, se amplía y detalla con ilustraciones cómo deben emplearse estas técnicas durante la grabación de un audiovisual, es decir, se muestra la propuesta del video tutorial para que los lectores visualicen cómo utilizar los aspectos básicos para la realización de productos multimedia; en esta tercer parte se presentan los formatos utilizados para grabaciones de televisión educativa en la Dirección de Difusión y Extensión Universitaria de la UPN, mismos que podrán servir de base a las personas interesadas en conseguir más datos que requieran para una grabación; estos formatos abarcan desde la conformación del equipo, la solicitud de un permiso para grabar y la entrega del producto audiovisual.

Para finalizar existe un apartado en el que se anexan los formatos utilizados durante el proceso de producción –los formatos varían de acuerdo a la casa productora o institución que los utilice, en este caso se toman como ejemplo los de la UPN, como institución educativa-, un esquema breve de los elementos básicos del lenguaje audiovisual basándose y aplicándolo en la propuesta

del guión técnico para el video tutorial de la enseñanza del lenguaje audiovisual para alumnos de la Universidad Pedagógica Nacional. Recordemos que la reiteración permite retener la información, por lo que, al final de cada apartado se resume lo expuesto en cada capítulo.

Vale la pena señalar que la información de este trabajo recepcional es el resultado de la experiencia personal y profesional de los autores, el trabajo diario en los medios los ha llevado a presentar de forma clara y sencilla la presente propuesta que pretende apoyar y difundir el lenguaje audiovisual.

Como miembros activos de una institución educativa como la UPN, es su compromiso coadyuvar con la formación académica; la compilación de la información e investigación se realizó de forma conjunta y pretende ponerse a disposición de alumnos, académicos y sociedad en general, con el fin de contribuir a la alfabetización audiovisual.

La recopilación que en este trabajo se encuentra es básica, aunque existen más definiciones y aspectos que intervienen durante el proceso de producción audiovisual, la información que aquí se detalla es esencial para el proceso de comunicación y educación que proponemos y así en ambos, se lleve a cabo la utilización del lenguaje audiovisual para la realización de un video. Comencemos a conocer estos elementos básicos, su influencia e importancia como apoyo en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

## Capítulo I

### Área de la comunicación en el ámbito educativo.

*“La función de los comunicadores, al igual que la de los educadores, no es la de transmitir su saber a los demás, sino más bien ayudar a que los demás puedan comunicarse entre ellos, buscando las soluciones a sus problemas comunes con la fe en sus propias posibilidades”.*

Francisco Gutiérrez.

#### 1.1 Que es la comunicación.

En estos tiempos la tecnología predomina en el acceso a la información, en el mundo de la Internet se puede navegar para la búsqueda de información general, allí, en la *Web* se encuentran páginas electrónicas que proporcionan significados a palabras utilizadas cotidianamente y que están abiertas al público en general, tal es el caso de *wikipedia*<sup>3</sup> que es una alternativa mundial de las enciclopedias y de diccionarios escritos, los datos que allí se encuentran se editan por uno o más usuarios, haciendo la definición más completa a través de *wikis*<sup>4</sup>, para este caso, la definición de comunicación que hay en línea es: Desde sus raíces etimológicas del latín, la palabra tiene un significado, “*communicare*” la cual es “compartir algo y poner en común” es un fenómeno inherente del ser humano, a través de la comunicación se puede obtener información y compartirla<sup>5</sup>.

La palabra comunicación proviene del latín *communis* que significa común. Tanto el latín como los idiomas romances conservan el especial significado de un término griego (el de *Koinoonia*) que significa a la vez comunicación y comunidad, en pocas palabras se “está en comunidad” porque se pone “algo en común” a través de la comunicación”.<sup>6</sup> Para Jorge Urrieta la comunicación asegura la transmisión de los conocimientos de la información y de la experiencia, permitiendo la perpetuación de la comunidad -en este caso se abordará el tema de la educación-

---

<sup>3</sup> Habrá quienes argumenten que este tipo de alternativas electrónicas no son viables para buscar el significado de las palabras, sin embargo, la postura que se defiende en este principio, es que es un portal general al que recurre la mayoría de las personas; un profesional, puede ir directamente a fuentes especializadas, pero los que no tienen conocimiento del área, suelen recurrir a estas definiciones ya que actualmente es el 6to. sitio más visitado en todo el ciberespacio.

<sup>4</sup> Suzie Boss, Jane Krausse “*Reinventando el aprendizaje por proyectos*”. p.15. Los *Wikis* son herramientas disponibles en un sitio *Web* para compartir información y cuyas páginas pueden ser editadas por uno o más participantes. La palabra proviene del *Wikiwiki* que significa rápido, veloz.

<sup>5</sup> *Wikipedia*, recuperado el 30 de abril de 2012 a partir de: <http://www.wikipedia.org>.

<sup>6</sup> Fernández Collado. *La comunicación en las organizaciones*. p. 35.

todos los sentidos están preparados para recibir información que se les suministre, aunque a cada uno le correspondan tipos de información distinta.<sup>7</sup>

Alejandro Gallardo, nos dice que “la comunicación humana, es de naturaleza procesal, está compuesta por una serie de acciones sociales difícilmente puede asignárseles un inicio y un término. En tal sentido se afirma que no tiene principio ni fin, se compone de ciclos auto regulados. La comunicación humana es una manifestación de la interacción social, que puede modificar conductas, es sociocultural, es mediada por la conciencia y la razón, el hombre puede inferir, deducir, relacionar y analizar lo que se quiere. Es intencional y volitiva, es decir, mantiene la voluntad propia del ser humano que puede inferir en que los sucesos ocurran o no, como el caso de la interacción. La comunicación emplea lenguajes o códigos estructurados consensuales con la sociedad”.<sup>8</sup>

Por otro lado, Herbert Mead nos señala que la comunicación tiene una combinación de señales donde se intercalan los gestos, sonidos, *proximidad*, *Kinésica*, íconos, símbolos, entonaciones, todo para transmitir un mensaje; el emisor mandará su mensaje, mientras que el receptor lo decodificará, posteriormente invierte<sup>9</sup> el proceso con base en su respuesta y así el emisor se convierte en receptor y el receptor en emisor, con ello se logra un *feedback* o retroalimentación y se comienza un proceso cíclico; más adelante se abordará este ejemplo.

Para el ser humano la comunicación es un acto de psique, el lenguaje y el desarrollo de la capacidad sociológica con la que el sujeto se desenvuelve. Estos intercambios dan mensajes sean verbales o no y por ende, puede existir una respuesta negativa o positiva a la interacción del sujeto.<sup>10</sup>

Por otro lado, Ricardo Homs dice que “para iniciar un proceso de comunicación es fundamental tener un perfil del receptor para que exista retroalimentación lo cual da sentido a la comunicación;

---

<sup>7</sup> Urrutia, Jorge. *Sistemas de comunicación*. p. 24.

<sup>8</sup> Gallardo Cano, Alejandro. *El cartel y su lenguaje*. México, UPN. 2005, p. 20.

<sup>9</sup> Esto se retoma a partir del análisis que George Herbert Mead hace del estudio de los gestos de los animales en los años 30's un conductismo social que menciona los comportamientos sociales y lingüísticos del hombre; todo tiene una significación. “*Espíritu, persona y sociedad*”, p 119.

<sup>10</sup> Este tipo de reacciones lo maneja Flora Davis como resultado de la herencia de sociedades y la interacción entre sujetos. “*La comunicación no verbal*”, p. 117.

sino, únicamente sería una información por parte del emisor y por tanto, la interacción no existiría”.<sup>11</sup>

Existen elementos en la comunicación como los códigos, éstos son aceptados por una comunidad para comunicarse; es decir, signos y reglas que con su combinación puedan expresar algo. Existe el medio físico al que se le denomina canal y por el cual el mensaje se da a conocer; el emisor, es el que manda el mensaje y por supuesto el receptor que es el que recibe el mensaje, a su vez si existe una respuesta entre éstos, se invierten los papeles y el proceso de la comunicación es envolvente. Para el sociólogo Pasquali esta distinción es una relación comunicacional que produce una interacción biunívoca del tipo de saber, solamente es posible cuando los polos de la estructura relacional (transmisor-receptor) funciona una ley de bivalencia: “todo transmisor puede ser receptor, todo receptor puede ser transmisor”.<sup>12</sup>

Los niveles propios de la comunicación son cinco: interpersonal, intrapersonal, intragrupal, intergrupala y colectiva<sup>13</sup>. Entonces, como se ha visto, la comunicación tiene elementos propios como el emisor, receptor, mensaje, canal, código, contexto, para que se de el *feedback* tal como se planteará más adelante con el modelo de Roman Jakobson.<sup>14</sup>

Por otro lado, Flora Davis menciona que como complemento para la comunicación, influyen ciertos componentes que refuerzan la intencionalidad; algunos de estos elementos en el ámbito verbal son: el lenguaje, la gramática, el sonido. En la comunicación no verbal se encuentran: la postura, la mirada, los gestos, la mímica, la sonrisa, la distancia o *proxemias*, los colores, las expresiones, etc. Los paraverbales incluyen aspectos como el tono, el volumen, la velocidad, el ritmo, la pausa, el silencio, los suspiros, las onomatopeyas, etc.<sup>15</sup>

---

<sup>11</sup> Homs, Ricardo. *La comunicación en las empresas*. p. 34.

<sup>12</sup> Pasquali, Antonio. *Sociología y comunicación*. p. 26.

<sup>13</sup> Gallardo Cano, Alejandro, retoma del modelo de comunicación social de Guillermo Tenorio estos cinco niveles, sin embargo, para la comunicación colectiva Alejandro Gallardo le llama societaria. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM 1986, *Curso de teorías de la comunicación*. p. 36.

<sup>14</sup> Este modelo lo realizó en 1958 Jakobson con seis factores sumando uno al modelo de 1948 de Claude Shannon y Weaver.

<sup>15</sup> Flora Davis, *op. cit.*, p. 213.

## 1.2 Proceso de comunicación

La definición para proceso se determina como un conjunto de actividades o eventos que puede o no estar coordinados y organizados, éstos pueden suscitarse de forma simultánea o de alternativa para cierta actividad<sup>16</sup>, sin embargo, en ellos imperan circunstancias con un fin determinado, cada etapa procesal, denota diversos significados para cada Institución, persona, especialidad, etc.

Luis Carlos Espino Castro, nos dice que “la comunicación es el proceso mediante el cual se transmite información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio de signos y que tienen reglas semióticas comunes. Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como "el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales". Todas las formas de comunicación requieren un emisor, un mensaje y un receptor. En el proceso comunicativo, la información es incluida por el emisor en un paquete y canalizada hacia el receptor a través del medio. Una vez recibido, el receptor decodifica el mensaje y proporciona una respuesta”.<sup>17</sup>

El proceso tiene un principio y un final, sin embargo, su fin no puede determinarse, porque un proceso llega a tener subprocesos, es cíclico e iniciador de otros y éstos de otros, así es el proceso de la comunicación. En la comunicación puede existir interferencia por la ortografía, el sonido, el código, el lenguaje, falta de respuestas, entre otros elementos.

Con lo anterior se observa que el proceso es un conjunto de eventos que suceden con un fin determinado, en el caso de la comunicación es cíclica como lo muestra el siguiente esquema:

---

<sup>16</sup> Wikipedia, recuperado el 1 de mayo de 2012 a partir de: <http://www.wikipedia.org>.

<sup>17</sup> Luis Carlos Espino Castro, recuperado a partir de: <http://www.comunicacion.org>.

### Proceso cíclico de la comunicación.

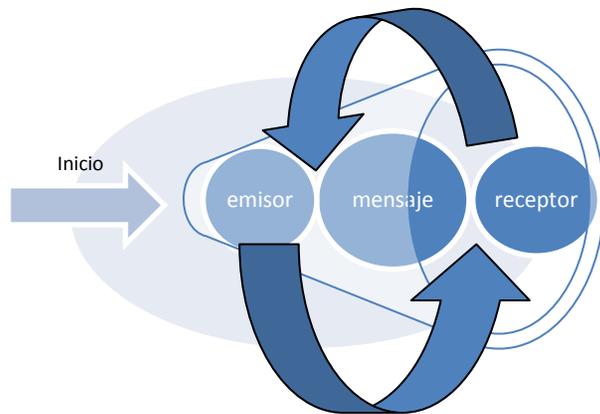


Figura 1. Esquema elaborado por los autores.

## 1.3 Modelo de Roman Jakobson

Roman Jakobson complementó un antiguo esquema del proceso comunicacional conforme una tríada que desarrolló, un tú que habla, un yo que escucha y el tú que responde el ello; Jakobson – más adelante veremos el modelo original del que se basó- amplió otros elementos, en este momento es el pertinente para este trabajo, veamos el siguiente modelo:

### Modelo de comunicación

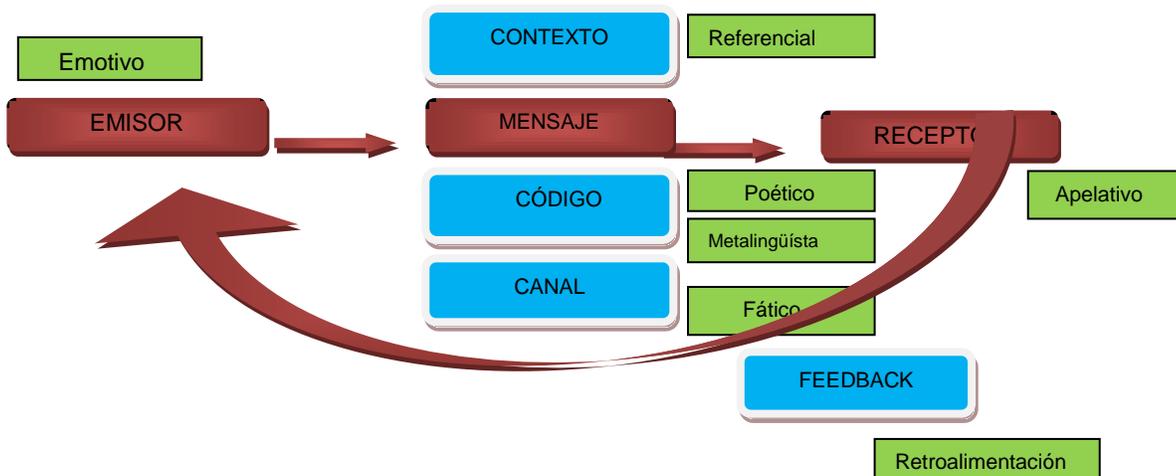


Figura 2. Modelo de Roman Jakobson, complementado por la Dra. En Sociología Virginia López Villegas, FCPyS. 2004.

El emisor para Jakobson es una forma expresiva. El mensaje es poético. El receptor apelativo. El contexto referencial. El medio o canal lo fático. Por último, el código es la función metalingüista.

**Emisor:** Emite un mensaje a cierto(s) destinatario(s) para dar una información, esperando que la respuesta sea respondida o no, le llama expresiva porque es lo que comunicamos.

**Mensaje:** Información objetiva para comunicarse; se espera respuesta del lado receptor, recordemos que también la comunicación es volitiva. El mensaje es parte fundamental para el intercambio de información y de interacción entre los sujetos. Jakobson le llama poética porque es un enunciado directo bajo la voz del propio emisor.

**Receptor:** Es quien recibe la información para decodificarla y apela para emitir una respuesta; puede convertirse en emisor, con esta interacción se invierten los papeles y por eso denominamos que el proceso de la comunicación es cíclica.

**Canal o medio:** Abarca el entendimiento al mensaje, lo fático viene en el aspecto de iniciar, prolongar o finalizar la comunicación; si el conocimiento es nulo, hay interferencia; si se conoce lo que se argumenta se prolonga la conversación. Facilita el contacto abierto con formas expresivas en gestos o palabras como la atención de los sujetos que los escuchan, observan y hablan, son respuestas positivas para entablar y alargar la plática.

**Código:** Se refiere al manejo del mismo lenguaje para mantener el mensaje claro; es metalingüista porque maneja aspectos socioculturales para el entendimiento entre sujetos en el momento de la interacción.

**Contexto:** Éste es referencial, siempre está presente en la relación entre el mensaje y receptor; prevalece el significado de las cosas en ese espacio y momento.<sup>18</sup>

**Retroalimentación o Feedback:** Es la respuesta que recibe la contraparte, puede ser negativa o positiva depende de la intención y la forma de enviar el mensaje.

---

<sup>18</sup> Jakobson, Roman. *“Ensayos de Lingüística General”*. Son las definiciones que maneja el autor con respecto al esquema p.45.

Como ya vimos Roman Jakobson menciona los elementos que influyen en el proceso de la comunicación, sin embargo, ahora describiremos los niveles que coexisten en las interacciones humanas.

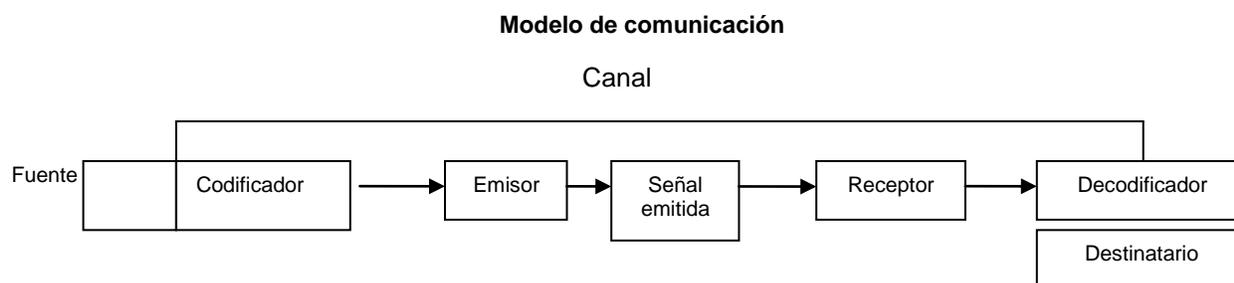
### 1.4 Emisor y receptor

El proceso llamado EmiRec (emisor-receptor) determina un escenario donde el emisor es el que manda el mensaje y el receptor lo decodifica y determina su respuesta. El mensaje es un orden secuencial que contiene signos comunicativos como la palabra o las señas; a este conjunto de signos se le conoce como alfabeto; con respecto a las señas se le llama *Kinésica* y ésta forma parte de la comunicación no verbal.<sup>19</sup>

Es así, que Flora Davis nos dice que un sujeto u objeto emite mensajes que pueden ser entendidos por el receptor, debido a que el primero manifiesta un “algo”, un signo, una seña, un sonido, etcétera. El receptor interpreta a través de un proceso llamado decodificación y comparte una respuesta a través de un código.<sup>20</sup>

### 1.5 Niveles de comunicación.

Alejandro Gallardo reitera que la comunicación es un fenómeno cotidiano que se muestra siempre a nuestro alrededor, diariamente somos tanto emisores como receptores mediante diversos mensajes, canales y procesos comunicativos<sup>21</sup>. A continuación presentamos el diagrama del sistema de comunicación de Shannon y Weaver del que se basó Jakobson y que nos menciona justamente de estos elementos que conforman al EMIREC.<sup>22</sup>



**Figura 3. Modelo de la teoría matemática o de la información de Shannon y Weaver.**

<sup>19</sup> Flora Davis, *op. cit.*, p. 214.

<sup>20</sup> *Ibid.*, p. 216.

<sup>21</sup> Alejandro Gallardo. *Curso de Teorías de la comunicación*. Ed. Cromocolor. México 1998. p. 39.

<sup>22</sup> *Ibid.*, p. 130. CIESPAL, *El proceso de la comunicación*, p 4,5. Escarpit, R. *Teoría de la Información y comunicación*. p. 32-35.



En el primer ejemplo, se observa un proceso unidireccional donde no hay respuesta, ahora ejemplifiquemos con dialogo:

*El emisor* dice: ¡Hola! ¿Cómo estás?

*El receptor* no menciona nada, por lo que, la comunicación es nula, pudo ser que no manejaban el mismo código, hay mucho ruido, no hizo señas, no le caía bien el sujeto u otras situaciones.

En el segundo ejemplo el emisor dice:

¡Hola! ¿Cómo estás?

*El receptor*, decodifica el mensaje y da una respuesta, convirtiéndolo en ese momento en emisor:

¡Hola! Muy bien, gracias y tú que tal ¿Cómo te encuentras?

Así, la conversación se completa e inicia un intercambio de información entre dos sujetos que interaccionan en ese instante, por lo que, el proceso es cíclico emite preguntas y respuestas y este proceso de comunicación puede concluir con la despedida de las personas.<sup>23</sup>

La comunicación tiene diversos niveles donde ocurren diferentes procesos durante el envío de mensajes, estos niveles no se despegan de los sujetos ya que están en su entorno, la siguiente pirámide detalla a manera los cinco niveles de comunicación y posteriormente ahondaremos en la explicación de cada uno. Estos niveles están inmersos en las sociedades no importa clase social, etnias, etc. La comunicación humana está presente en la vida cotidiana; se encuentra con sus herramientas como códigos, señas, lenguaje; y puede ser funcional o no.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> Los Esquemas pueden ser simplistas, sin embargo, vale la pena detallar el cómo se da la interacción para ilustrarlo en este trabajo.

<sup>24</sup> El modelo se retoma de la comunicación social de Guillermo Tenorio Herrera por Alejandro Gallardo, FCPyS, UNAM, 1986. Empero, la estructura del diagrama es una propuesta de los autores es el mismo el mensaje pero con distinta estructura. p. 124. *Curso teorías de la comunicación.*

## Niveles de comunicación



Figura 6. Esquema elaborado por los autores. Retomado del Maestro Alejandro Gallardo Cano.

**La comunicación intra-personal**, es interna en la psique del individuo, los pensamientos determinan y rigen al sujeto, experiencias y recuerdos son las que mantiene este tipo de información interna, esa transferencia de información previa a su entorno, los recuerdos son instancias que mandan datos a la mente y son comparadas con imágenes al interior.<sup>25</sup>

**La comunicación inter-personal** existe con la interacción de dos individuos o más, la transferencia de datos se brinda al exterior de los sujetos para un fin común, es recíproca se recibe en la misma forma como se da, esto contribuye al proceso cíclico de la comunicación.<sup>26</sup>

**La comunicación intra-grupal** ocurre al interior de un grupo de individuos, sea una organización, Institución, salón de clases, empresa, reunión. Contribuye al buen funcionamiento de la comunicación y alcanzar fines comunes, como tareas, normas, leyes, investigación,

<sup>25</sup> Alejandro Gallardo. *Curso de teorías de la comunicación*. p. 40. Aunque estos niveles de comunicación, están dados, es importante reiterar que la explicación aquí mostrada se da para las personas que desconocen este campo de estudio, pueden visualizar hacia dónde crece la comunicación y hacia dónde se dirige conforme a otros niveles.

<sup>26</sup> *Ibidem*, p. 55.

operaciones e instrucciones; todo bajo consenso para bien del equipo y su funcionalidad. Debe predominar la cooperación dentro del grupo.<sup>27</sup>

**La comunicación inter-grupal** se da hacia el exterior del grupo, sirve para promocionar su imagen y mostrar su buen funcionamiento, la comunicación organizacional estudia este proceso; este tipo de comunicación se da dentro de las empresas e instituciones y la externalizan para competir y saber de ellas, son relaciones colectivas.<sup>28</sup>

**La comunicación societaria** indica que está abierta ante toda la sociedad, en ella emergen las anteriores; se basa en estudios sociológicos, psicológicos, antropológicos. Observa el comportamiento y conductas grupales y colectivas.<sup>29</sup>

## 1.6 Medios de comunicación actuales

La Internet, los *blogs*, las redes sociales, el *chat*, son tecnologías digitales que llegan a cambiar la forma de comunicar de la sociedad. Omar Calabrese nos dice que esos efectos reales que produce cambios en la sociedad sólo el tiempo nos los permitirá determinar<sup>30</sup>. Marshall McLuhan menciona en su libro, *El Medio es el Mensaje*: “El medio existe por naturaleza, hay resistencia a aceptar cambios en la sociedad. Pero en todo caso, todo tiene un cambio”<sup>31</sup>.

Para efecto de este trabajo debemos tener en cuenta que vivir los cambios en la sociedad implica adecuarnos a sus transformaciones políticas, sociales, económicas y tecnológicas debido al crecimiento vertiginoso de éstas últimas. Es necesario cuestionarnos si esas tecnologías cambiarían el lenguaje audiovisual y qué oportunidades de cambio beneficiarían a productores y consumidores ya que los formatos digitales son fáciles y rápidos.

---

<sup>27</sup> *Ibidem*, p. 69.

<sup>28</sup> *Ibidem*, p. 80.

<sup>29</sup> *Ibidem*, p. 84. Aunque muchos la conocen como colectiva o masiva, Alejandro Gallardo la acuñó como societaria.

<sup>30</sup> Omar Calabrese, *El lenguaje del arte*. Barcelona, Paidós, 1987, p. 85.

<sup>31</sup> Marshall McLuhan, *El medio es el mensaje*. Editorial Paidós, 1997, p. 29.

En la actualidad surgen tecnologías y medios de comunicación que permiten a sus usuarios un fácil acceso y calidad con sus productos; efectos visuales y de sonido se generan con esa industria innovadora para su consumo y aceptabilidad. Los usuarios demuestran su creatividad y audacia para adaptarlos y expresarse con la muestra de sus productos; por ello, la inquietud en este trabajo surge en plantear una solución al desconocimiento del lenguaje audiovisual en estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional y con esto se realiza una propuesta de video tutorial para dar a conocer esos aspectos.

Los medios de comunicación imperantes adoptan y se adaptan bajo las leyes del mercado diversas tecnologías de acuerdo a lo que el mercado y el consumidor exigen, por lo mismo, nos compete como profesionales de la comunicación estar actualizados en este mundo globalizado. Este fenómeno se visualiza con el cambio que se está dando de lo análogo a lo digital, cambio que permite estructurar nuevos elementos de comunicación visual, no solo del proceso digital sino en sus formas de expresión.

Alvin Tofler en su libro *La Tercera Ola* nos menciona que una ola no hace desaparecer la anterior, sino que conviven y hasta se nutren, al menos por un tiempo<sup>32</sup>. Por ello la Internet es un medio de comunicación actual y un canal con varias herramientas que concatena lo escrito, visual, gráfico, sonoro, en un espacio digital. Para Tofler la comunicación impera de varios a varios, caso específico son las redes sociales.<sup>33</sup>

## **1.7 Proceso de producción y comunicación.**

En el siguiente esquema observamos el cómo se parte de un elemento para terminar con la difusión y entrega de un producto posterior a la realización del mismo, esto se abordará más adelante en el ámbito de la educación:

---

<sup>32</sup> Tofler, Alvin .*La tercera Ola*. Estados Unidos. p. 60.

<sup>33</sup> Estas redes permiten compartir al instante música, videos, imágenes entre otros aspectos a un sinnúmero de cibernautas.

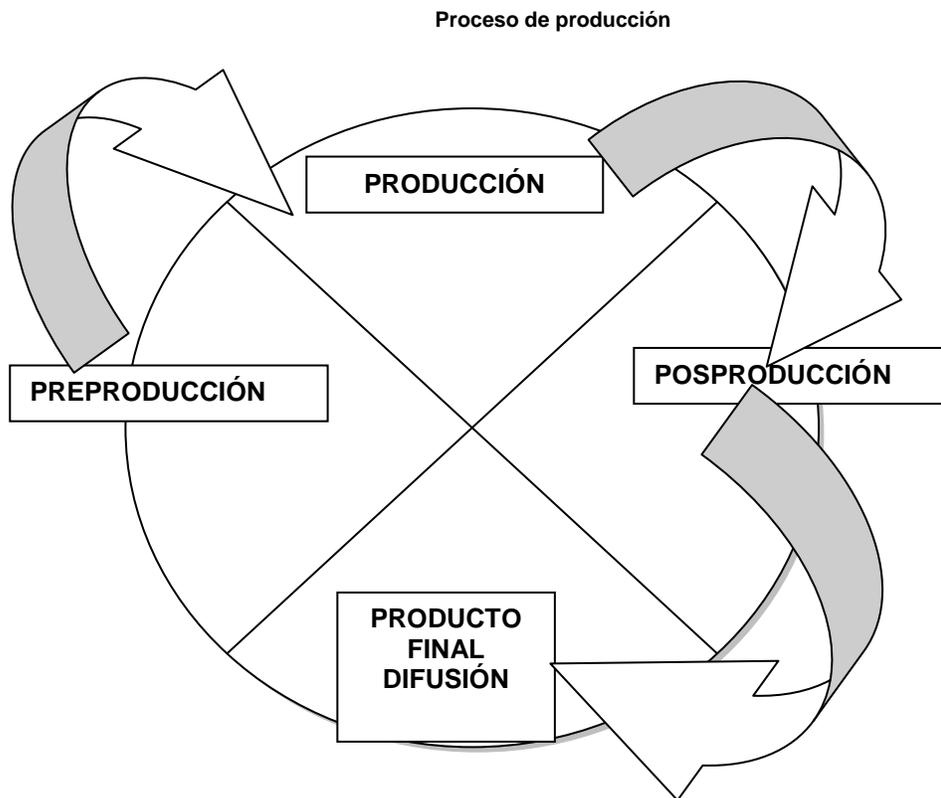


Figura 7. Esquema elaborado por los autores.

El diagrama anterior detalla las etapas de la producción hasta el producto final, es necesario tener en cuenta que desde la preproducción se debe destinar el público meta, qué canal o medio es el adecuado para hacer llegar el mensaje, recordemos el proceso EMIREC.

La **preproducción** es la parte principal para el desarrollo de una idea, es la organización y coordinación para llevar a cabo una grabación, la producción es la realización del mensaje, la posproducción es la estructura y el trabajo final la entrega del producto para darle la salida a su difusión; en su distribución puede existir respuesta por parte del público o destinatarios negativa o positivamente.

Con lo anterior se sigue la misma estructura de alguien que manda un mensaje y otro que lo recibe; en el caso de un video, se requiere de un canal para transmitirlo, una herramienta tecnológica que ayudará a difundir esa información y por supuesto el medio, televisión, cine o la Internet.

## 1.8 Qué es la educación.

*“La sociedad genera –y por lo tanto, exige la formación de profesionales en el mercado de trabajo- una nueva cultura tecnológica en la que las habilidades básicas de lecto-escritura y aritméticas ya no son suficientes”*

*Guillermo Kelley.*

La educación, igual que la comunicación, es un proceso que permite aprender diversos conocimientos de acuerdo con asignaturas que se imparten en la enseñanza, nivel y ciclos que el ser humano pasa a través de su vida. En la educación se rige el comportamiento y conducta ante la sociedad del individuo, en ella se entablan procesos de socialización para dentro y fuera del aula.

Desde pequeños se recibe la educación formal, la no formal y la informal; la primera compuesta por la escuela; la segunda por cursos, diplomados y la tercera por la familia, amigos y todo aquello con lo que se interactúa.<sup>34</sup> Los educadores no deben negar que el uso de la tecnología es una forma de adquirir experiencias de aprendizaje y sobretodo que los medios de comunicación forman parte de esa cultura informada que puede entretener pero a su vez comunicar, expresar y educar no hay porque ser tecno fóbico.

La educación es un conjunto de enseñanzas referentes a desarrollar en el individuo funciones cognoscitivas. En cada grado de enseñanza se aprehenden valores y métodos de aprendizaje para cada uno y para nuestros semejantes<sup>35</sup>, a continuación se muestra un esquema similar al proceso de la comunicación, pero ahora se enfoca a la educación, siempre existe un emisor, un mensaje y un destinatario, en este caso el mensaje –conocimiento- se da en el aula.<sup>36</sup>



Figura 8. esquema elaborado por los autores.

<sup>34</sup> Martínez Delgado, Manuel. *“Sujetos e Instituciones”* p. 22.

<sup>35</sup> González Mendoza, Luis Héctor. *“Entre laberintos de sociología y educación”*. p. 73.

<sup>36</sup> Este esquema es la comparativa con respecto al EMIREC, la cual se propone para la similitud entre educación y comunicación.

La traducción al latín de la educación es *educare* “guiar e instruir”.<sup>37</sup> Se dice que la educación es multidireccional se da dentro del grupo cada miembro de éste tiene una finalidad distinta fuera del aula, sin embargo, al interior el fin es el mismo, el de aprender.<sup>38</sup>

La transmisión de conocimientos no sólo se da dentro del aula; afuera de la misma se sigue aprendiendo, con este proceso los saberes, normas, comportamientos se amplían para adherirse a otros.

En la educación coexiste la socialización que alimenta a través de interacciones humanas a cada sujeto, esta forma de adquirir información incrementa con experiencias adquiridas a través de la interacción entre sujetos; recordemos que la comunicación es volitiva y por ende el proceso tiende a crecer con la enseñanza-aprendizaje.

## 1.9 ¿POR QUÉ EDUCAR, PARA TRANSFORMAR?

*“La cantidad progresiva de información llega como una avalancha, como una marea, no está organizada. Las imágenes deben ser recogidas, seleccionadas, organizadas, interpretadas y tal vez transmitidas y contestadas”.*

*Miguel Ángel Santos Guerra*

Si miramos el presente sin dejar de mirar hacia atrás, veremos que todo es relativamente similar. La forma de enseñar es la misma, sin embargo, los educadores y educandos se tienen que acoplar a utilizar herramientas tecnológicas para ampliar sus actividades para la enseñanza.

La enseñanza que se da en el aula con escritura y palabra debe apoyarse por otros medios, presentaciones en *power point*, cuadros sinópticos, puesta en escena, exposiciones y por otro lado, en forma virtual con elementos visuales concatenados páginas *web*, *blogs*, presentaciones, *chat*, foros, etcétera. Es menester, adentrarse en la educación actual para implementar una enseñanza hacia el futuro, es necesario dirigirse a los estudiantes que más adelante enseñarán a

---

<sup>37</sup> *Wikipedia*, recuperado el 29 de abril de 2012 a partir de: <http://www.wikipedia.org>.

<sup>38</sup> Charles, Mercedes. *Comunicación y procesos educativos*. Revista “Tecnología y Comunicación Educativa”. México, D.F. ILCE, No. Especial, octubre 1992. PP. 77-84.

pequeños tecnológicos<sup>39</sup>, y por ende no debemos dejar que los educadores sean rebasados, no hay que tener miedo a la tecnología hay que aceptarla y utilizarla para la aplicación dentro y fuera del aula y con ello para dar así una extensión del conocimiento.

Se debe tener en cuenta que enseñar para el mañana es tener claro las transformaciones del presente. La Universidad Pedagógica Nacional (UPN) como Institución especializada en el proceso de enseñanza-aprendizaje, debe ajustarse a enseñar para enseñar y tener la perspectiva de que los estudiantes dependen también de lo que requiere el exterior: el uso y manejo de las TIC's hacia estudiantes de todos los niveles educativos.

Lo anterior se demostró con un estudio que se realizó en el mes de agosto del 2010 al interior de la Universidad, donde los estudiantes mencionan que al inicio de cursos utilizan la tecnología para sus tareas, presentaciones, clases, etc.<sup>40</sup>

### **Para qué sirve un video dentro del aula**

Comencemos por entender que el video es una herramienta tecnológica con la posibilidad de captar, reproducir, almacenar y manipular una realidad dinámica y sonora mediante procedimientos electromagnéticos, esta es la definición que utiliza Joan Ferrés.<sup>41</sup>

Con lo anterior se toma al video como algo físico, tangible y denominado como analógico. El video en su forma digital ha tenido un avance tecnológico con la grabación de datos digitales como la fotografía y video, almacena la información en códigos binarios y con ello se simplifica el manejo y accesibilidad a estas cámaras que graban en formato digital en disco duro, tarjetas de video, etc.

---

<sup>39</sup> Esto se menciona por la generación de jóvenes que están inmersos en el ámbito tecnológico y cuya cultura es lo visual; la palabra a utilizar son tecnofílicos porque tienen cierta habilidad en el manejo en este tipo de herramientas.

<sup>40</sup> El estudio de usos y prácticas culturales entre estudiantes de la UPN, Unidad Ajusco, realizado por el INEGI en el 2010, menciona que más del 50% de los estudiantes ya están inmersos en la tecnología y por ende, la preocupación de nosotros como profesionales de la comunicación nos llamó la atención de este fenómeno para aplicar la enseñanza del lenguaje audiovisual a educadores que pueden hacer uso de este aprendizaje para la educación inclusive con sus teléfonos móviles.

<sup>41</sup> Joan Ferrés y Antonio Bartolomé, "El video, enseñar video, enseñar con el video", México. Gustavo Gili, 1991. P. 44.

Las ventajas del video digital son que graba e inmediatamente reproduce sin tener que rebobinar la cinta magnética, es decir, no hay un intermediario como una reproductora de video, inclusive el formato de grabación permite subirlo o transferirlo rápidamente a la *web*.

La reproducción inmediata permite observar el contenido de las imágenes en segundos, al subirlo a la computadora admite editar las tomas grabadas en diferentes espacios y tiempos, es decir, se aprovechan al máximo las tomas para la edición no lineal, el tiempo es segmentado así como la manipulación de la imagen es permitida con mayor facilidad.

En la actualidad los jóvenes tienen acceso a la Internet, un medio de comunicación heterogéneo que al ir navegando y encontrar su objetivo se vuelve homogéneo. Este medio permite la interactividad con otros usuarios, el espacio y tiempo se convierte en una pequeña membrana en el ciberespacio que permite revisar, analizar, introducir nuevos mensajes con ayuda de *blogs*, redes sociales, canales, grupos, *chat*, subgrupos, todo lo latente a la *web 3.0*.<sup>42</sup>

Los mensajes pueden descargarse y compartirse en el aula para su análisis; por ejemplo, en un aula que tenga los recursos tecnológicos; si se habla de educación se realiza una búsqueda de videos o de información que vaya con el tema; se puede pedir opinión a terceras personas mediante *blogs*, *chat*, canales, redes sociales que completen el texto o tema que se ve en esos momentos -aunque se denomine educación a distancia-.

Hoy día la tecnología es accesible para que en un celular, una *netbook*, *ipad*, etc., permita a sus usuarios compartir archivos en línea que permanezcan en el ciberespacio con un mismo mensaje pero distinta temporalidad; así, como ejemplo se encuentran que los sujetos en su búsqueda pueden tener el mismo video para compartir en el grupo o aula, sea un archivo, *podcast*, sin embargo, cada persona con distinta posición.

---

<sup>42</sup> Para el Mtro. Jorge Alberto Hidalgo Toledo del CICA, Centro de Investigación para la Comunicación Aplicada de la Universidad Anáhuac, la web 3.0 implica la comunicación de uno a uno, una remezcla del entramado social denominado multitasking.

### **1.10 Para qué sirve el video dentro y fuera del aula.**

El aprendizaje y la enseñanza quedan dentro del aula y se comparten por fuera de la misma extendiéndose mediante la interacción de sujetos. La importancia de la creación de videos para la difusión de éstos, en cuestiones tecnológicas, conlleva a una expansión del conocimiento y su forma de mantenerlos en línea para su descarga y consulta es una manera de compartirlos a través de *links*.

Con la tecnología se comparte o se pone en línea lo que se adquirió dentro del aula, es decir, el aula se abre al espacio y tiempo, un aula sin muros; el conocimiento se expande y está a la mano de los que puedan adquirir, los contenidos se pueden descargar y compartir con *bluetooth*, infrarrojo u otros sistemas digitales que contengan los dispositivos móviles y personales.

Los conocimientos se pueden grabar para compartir, para ello se debe conocer el lenguaje audiovisual, para que al momento de grabarlo y editarlo se mantenga un público cautivo y un impacto a través del audiovisual. La ventaja de la tecnología móvil y la forma de conectividad de la misma hacia la Internet, es que los archivos pueden subirse en formato pequeño para descargarlos en un aula y aprender de él.

La forma de distribuirlo permite acceder de forma rápida a la información, el video puede tener usos pedagógicos, de entretenimiento, etc. sea cual fuere el contenido debe hacer uso del lenguaje audiovisual para su entendimiento. Es necesario conocer este lenguaje y aplicarlo en todo tipo de videos, y más si es del ámbito educativo, recordemos que un país sin educación es un país que no avanza.

### **1.11 Las tecnologías de la información y comunicación (TIC's) en el ámbito educativo.**

Como su nombre lo indica, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC's) hacen referencia a los avances tecnológicos en cuestiones informáticas, telecomunicaciones y medios. Dichos canales avanzan rápidamente y complementan más medios tecnológicos en aras de la comunicación. La rapidez con la que avanza la tecnología, el fácil acceso, la disminución de sus costos, adicionando los volúmenes de producción, facilitan la introducción de estas herramientas

para toda actividad humana y toda aquella interacción social en torno a las sociedades que acoplan y aceptan estos elementos por su utilidad en cuestiones comunicativas.

Hablar de las Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC's) es referirse a los multimedia, la televisión por cable o satélite, el *CD-ROM*, los hipertextos donde la materia prima es la información. González Soto propone definir a las TIC's como las relativas "al conjunto de procesos y productos derivados de herramientas como el *hardware* y *software*, soportes de la información y canales de comunicación relacionados con el almacenamiento, procesamiento y transmisión digitales de la información".

Mientras que Francis Balle les llama así porque son tecnologías de difusión y comunicación que afectan simultáneamente a tres campos diferentes, el primero, la transmisión y orientación de información; el segundo la recepción, la visualización y su presentación; el tercero su almacenamiento y tratamiento de la información.<sup>43</sup>

Con el paso del tiempo las TIC's permiten realizar actividades desde el *ciber* espacio, como la enseñanza, el entretenimiento, la información, sin embargo, debe tenerse en cuenta que ese avance en las aulas presenciales donde se imparte el conocimiento necesita abarcar un espacio digital así como método para impartirla; hoy día el aprendizaje es tan amplio y con bastante información en la *web* que ya existen pizarras digitales que sirven como apoyo en el aula para el proceso de enseñanza-aprendizaje.

Las tecnologías nuevas o antiguas mejoran la vida de los sujetos ayudándolos a realizar sus tareas y ampliar la forma de hacerlas, es decir, logran sus objetivos. Las TIC's son aceptadas por la sociedad por la utilidad que brindan éstas a su entorno, posteriormente vienen otras que complementan y no sustituyen a las anteriores se suman y siguen con el mismo objetivo. La brecha digital envuelve a los sujetos y ayuda a desarrollar sus actividades para un bien común.

La tecnología, en el caso de los multimedia, tiene fácil acceso; permiten la interactividad, son rápidas, almacenan grandes datos y canales abiertos. Se dice que la homogenización registra la información digital sea textual, sonora, icónica, audiovisual y puede almacenarla y distribuirla a

---

<sup>43</sup> Recuperado el 15 de abril de 2012 a partir de: <http://investigación.ILCE.edu.mx>. "Aprendizaje con nuevas tecnologías, paradigma emergente".

pesar de que estén avanzados como los programas que escriben y traducen lo que se les dicta; por lo que, con ello se desarrolla mas la capacidad de pensar e interactuar.<sup>44</sup>

La educación es en sí un elemento tan esencial para la interacción humana, así que esa necesidad de incorporar tecnologías a sus actividades son necesarias, tiene que acoplarse a estos tiempos, ya que no sólo ha dejado de ser presencial, sino que ya existe una separación en el *ciberespacio*.

Entre los beneficios más claros que aportan las tecnologías en el ámbito educativo es ampliar el conocimiento, difundir las diversas formas de aprendizaje y mantener un equilibrio comunicativo entre la información que se proyecta y la asimilación por parte de los sujetos.

Las TIC's hacen tan necesario el aprendizaje de ellas así como también la enseñanza de éstas, por lo que, los alumnos deben saber dar a conocer con objetivos claros lo que se desea; recordemos que la educación virtual mediante redes institucionales van creciendo, van transformándose para alcanzar nuevos escenarios educativos basándose primordialmente con el uso de las TIC's y por supuesto, con la formación de educandos especializados en este tipo de tecnologías que conforman el espacio social del que se debe estar pendiente para no estancarse en el pasado.

Es necesario ser consciente que las TIC's influyen en todo proceso educativo y comunicativo, procesos que están en constante cambio y que deben mantener el mismo objetivo comunicar y educar -mediante videos- al público heterogéneo pero a la vez homogéneo porque su fin común es aprender a enseñar y enseñar para aprender.

La forma de enseñanza no solo debe ser presencial se tiene que ser consciente de que a través de textos, correos, videos, *blogs*, redes sociales se puede mantener una educación y comunicación errónea, sin embargo, debe usarse y manejarse esa tecnología para ampliar horizontes de comunicación, enseñanza, aprendizaje y sobre todo tener en cuenta que forma parte de una sociedad visual.

---

<sup>44</sup> Alejandro Gallardo. *El cartel y su lenguaje*. pp. 19 – 37.

En resumen, para fines y propósitos de este trabajo se han observado los procesos en cuanto a la educación y comunicación; cómo ambos van a la par, no se separan, tienen objetivos similares y características propias que ven por los que emiten mensajes y los que reciben; para la educación existe el siguiente esquema:



**Figura 9. Esquema elaborado por los autores**

Ahora veamos un esquema para la comunicación, en el anterior vimos que existe un emisor que manda mensajes para un fin común, el de enseñar y que aprendan, en el caso de la comunicación existe una similitud:



**Figura 10. Esquema elaborado por los autores**

Vemos que los procesos son similares aunque los objetivos los identifique como diferentes, la comunicación siempre será un proceso inherente a la interacción social, para el proceso de producción de un video se propone un esquema parecido:



**Figura 11. Esquema elaborado por los autores**

Como se observa los procesos son parecidos, todo indica y conlleva a comunicar, por lo que, durante este capítulo se desarrolló sin desvincular el proceso comunicativo enfocado a la educación y se completó con respecto a la enseñanza a partir de la creación de videos.

El conocimiento va a la par de querer enseñar, así como el de querer aprender. Por propósito de este trabajo se vinculan estos procesos para observar sus semejanzas y mantenerlas dentro de los parámetros de la interacción humana.

Por eso la intención de concebir la similitud de las tres áreas en las que profesionalmente nos desempeñamos, la comunicación como carrera cursada, la producción como especialidad profesional que realizamos y la educación que es el ámbito en el que nos desarrollamos.

La experiencia propia aunada a la teoría aprehendida durante clases en el trayecto como estudiantes de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales nos permitió adentrarnos a este fenómeno identificado del uso y apropiación de las TIC's para la realización de videos dentro de la Universidad Pedagógica Nacional y reafirmado con los resultados arrojados por el estudio de usos y prácticas culturales entre los estudiantes de esa Institución –el cual tomamos como base para este trabajo-, así como la preocupación de proponer una solución o alternativa para vincular el proceso audiovisual con lo educativo y seguir aprendiendo más de estos tres aspectos.

En los próximos capítulos se desarrollan aspectos formales de la producción audiovisual para la realización del video; las bases son teóricas pero debe llevarse a cabo con base en la práctica, son fundamentos básicos para conocer el lenguaje audiovisual y practicar con la realización de un video sea en aras de la educación o simplemente de manera personal.

## Capítulo II

### El video

*“Cuando el artista dice que ha trabajado sin pensar en las reglas del proceso, sólo quiere decir que al trabajar no era consciente de dichas reglas. Aunque sería incapaz de escribir la gramática de su lengua materna, el niño la habla a la perfección”.*

*Umberto Eco*

El video es una herramienta física que capta, reproduce, almacena y manipula lo que se grabó, en él se integran elementos auditivos (palabra, música, silencio, efectos, sonidos ambientales, incidentales, fallas técnicas, todo lo que se registre).

Los elementos visuales que lo integran son gráficos, objetos, figuras en movimiento, efectos, negros, fotografía, luz, naturaleza, todo lo visible y captado por el ojo humano; otra parte la conforma lo dinámico en pantalla (duración-tiempo-espacio-ritmo-distancia-atracción).

Se utiliza para motivar, comentar, resumir, introducir o cerrar un tema, informativo, como apoyo en exposiciones, muestras, pausa audiovisual. Hoy día se usa para expresarse, entretenerse; Elena Enríquez nos dice que “El mejor método para mantener la atención del público joven es entretenerlo. La forma cualquiera que funcione, lo importante es tener público cautivo”.<sup>45</sup>

#### 2.1 Elementos del video

El video se acompaña de diversos elementos fijos y sonoros que refuerzan lo que se dice y acompaña la idea principal, se compone de una mitad sonora y otra mitad visual.

En la vida cotidiana se está siempre en movimiento, caminamos, corremos, nos acercamos, nos alejamos. Esta cuestión física se anexa como un elemento más del video; la imagen fija o imagen en movimiento genera atracción y da ritmo al producto, sea con movimientos de cámara, emplazamientos o acciones en escena.

La imagen fija: fotografía o dibujo es un elemento básico para acompañar un video, permite ilustrar el contenido del audiovisual, además es un recurso esencial si no se cuenta con imágenes

---

<sup>45</sup> Enríquez, Elena, Linda Marcos. *Calidoscopio*. p. 26.

en movimiento. Hoy día las herramientas tecnológicas hacen de los teléfonos móviles una cámara de video o fotográfica que auxilia en las actividades diarias de los individuos.

La fotografía puede manipularse y acompañar el video, se trabaja con efectos, retoque, iluminación natural o artificial, color, blanco y negro; mientras que en la imagen en movimiento existen los planos, ángulos, movimientos de cámara, talento y todo objeto que aparezca en pantalla, su manipulación se da a través de la dirección en escena o por el propio camarógrafo, es un refuerzo útil para acompañar la información del producto audiovisual. Ambos elementos son propios del video y herramientas esenciales para el producto audiovisual su manejo depende de la intención del productor.

## **2.2 Composición de la imagen**

El lenguaje audiovisual tiene un complemento cuyos principios básicos buscan mostrar la armonía a cuadro, atraer, expresar, ser estético y no aburrido en las imágenes a mostrar, su expresión es información para el espectador, crea sensaciones para el punto de vista del receptor; la composición de imagen es una técnica que complementa el uso del lenguaje audiovisual como la denominada: **“Regla de los tercios”**.

Esta regla es utilizada en cine, fotografía y televisión, su objetivo primordial es dividir el cuadro de la pantalla en tres líneas verticales y tres líneas horizontales, que tengan la misma proporción simétrica y que muestre nueve cuadros similares entre sí, los cuatro nodos que se encuentran entre el cruce de cada línea son los puntos fuertes de atracción para la imagen a mostrar.<sup>46</sup>

Desde la antigüedad los griegos utilizaban esas proporciones divididas para engarzar la belleza estética de sus construcciones y se le conoce como proporción áurea. Estas líneas permiten al que graba a encuadrar la imagen para proyectar un balance entre las imágenes que se ven en pantalla.

---

<sup>46</sup> Esto depende del tipo de cámara de video o fotografía que se tenga en ese momento, esta regla es utilizada en todos los medios audiovisuales y formas de expresión artísticas, debido a la calidad estética que proporciona.

Cada cámara de video, cine o fotográfica actuales, tienen una función electrónica que aparece el recuadro de divisiones en su pantalla, así se visualiza la regla de los tercios para aplicarla en el momento a captar, asimismo, aparecen unos **márgenes de seguridad o framing** alrededor de la pantalla, esas líneas indican que lo que aparece allí no se visualizará cuando salga a cuadro, por ello, el personaje que capta la imagen debe enfocarse en lo que aparece dentro del recuadro de esos límites.

En la composición de la imagen el eje adecuado de la mirada es importante; en el momento de la grabación, la vista del personaje debe ubicarse directamente a lo que observe a un costado de la pantalla, esta técnica es importante ya que suele suceder que el eje de mirada puede dirigirse a la mitad de la parte derecha de la pantalla y posteriormente poner a alguien que vea hacia abajo; eso rompe con el objetivo y distrae al espectador, por ende, se debe mantener la continuidad y ubicar al personaje y el objeto que mira directamente.

En el video los **elementos de fondo** que aparecen en la pantalla causan un centro de interés; cuando se posiciona al personaje a cuadro se debe observar si a su alrededor predominan elementos como líneas dominantes –otro aspecto de la composición de la imagen- líneas que parezcan dividir a nuestro personaje, distractores, objetos que parezcan unirse con la persona, todo aquello que se perciba como un elemento contaminante para la imagen que aparecerá a cuadro.

La **perspectiva** es otro elemento de la composición, en ella se muestra la solidez del objeto a cuadro, sea persona, elemento natural, artificial, este recurso busca mostrar una diferente visión encaminada a un punto de fuga, ejemplo: unas vías de tren, las cuales se observan de cerca pero al recorrerlas, llevan a cierto punto en el que se pierden en el horizonte visual.

El **movimiento** es esencial en el video ya que forma parte de la vida cotidiana, al bajar, subir, brincar, caminar, correr, y por ello se puede generar en la grabación la sensación de movimiento para el espectador, puede adentrarlo de tal forma que puede sentirse inmiscuido con la acción que se muestra, aparte de que le quita lo monótono y aburrido a lo que aparece en pantalla.

Con lo anterior se observa que los patrones de composición se conforman por la regla de los tercios, el balance entre las partes que aparecen a cuadro, las líneas dominantes, sean horizontales, verticales o diagonales, cada una de ellas implica diversas sensaciones, la perspectiva, elementos del fondo del cuadro, movimiento y la zona de seguridad o *framing*. Cada uno de ellos son esenciales para la composición de la imagen.

Es así, que en la producción audiovisual no sólo es importante conocer el lenguaje audiovisual, sino tener el conocimiento básico de algunos elementos que compongan la imagen en pantalla, este saber hará que la combinación de todos los elementos proporcionen calidad estética en lo que se grabe y aparezca en pantalla.

Otro elemento del video es el **sonido**, aunque existen discrepancias técnicas y teóricas que lo diferencian del audio y del ruido. El audio es una señal analógica que se convierte en señal sonora cuando ocurre técnicamente una transformación en equipos de sonido, esta conversión es reconocida por dichos instrumentos y la invierten a rangos de frecuencias reconocibles por el ser humano; se constituye por picos, rangos, potencia, señal y claro, por su valor espectral ancho de banda y frecuencia.<sup>47</sup>

El ancho de banda es la longitud que se mide en *Hertz*, el rango de frecuencias de una señal, -su medición puede leerse con el uso de equipo electrónico como el osciloscopio- la frecuencia es la magnitud con la que se mide ese ancho, la repetición de señales determina el ancho de banda.<sup>48</sup>

La definición en física y electrónica para el sonido, es que éste es un fenómeno vibratorio de ondas que se transmite por una fuente u ondas sonoras mediante oscilaciones en la presión del aire;<sup>49</sup> el sonido es todo lo que genera en el entorno, fuentes naturales, técnicas, propias, artificiales –como los efectos (*fx*) de sonido- etcétera.<sup>50</sup>

---

<sup>47</sup> Herbert Zettl. *Manual de producción de televisión*. Apartado 9.

<sup>48</sup> Markus John. *Manual de electrónica*. p. 34.

<sup>49</sup> *Ibid.* p. 40.

<sup>50</sup> En cuestiones del video todo sonido que percibe el oído humano dentro de una grabación, influye al receptor. La intencionalidad para el audio tiene la misma importancia que para el video, se edita, se manipula, se produce y se acompaña con video, el sonido se acompaña de voz, silencio, efectos y música.

El ruido es toda aquella afectación que se entremezcla en la información que se transmite. El producto audiovisual necesita de sonido sea con diálogos, efectos, música, silencio; para el video son importantes estos elementos en una cantidad equilibrada, 50% sonido y 50% video lo que complementa el trabajo audiovisual; con la utilización de estos recursos se da ritmo e intención a la calidad y contenido del video.

Los elementos que conforman al audio son: música, voz, silencio y efectos; cada uno cumple con diversos usos dependiendo de la intención que requiere el producto audiovisual.

La música da ritmo elocuente a lo que se muestra, brinda equilibrio a lo que se ve en pantalla. - es necesario sensibilizar al oído para adecuar la música correcta- La voz rige la grabación, guía al espectador, se acompaña de diálogos, entonaciones y se apoya por actores, personajes entrevistados, conductores o participantes que aparecen en pantalla, la voz enfatiza la situación que se observa a cuadro y guía esa historia al público.

El silencio es toda ausencia de sonido provoca o ayuda al video y genera sensaciones de pausa, narrativa o intención de inicio o terminación de un algo. Los efectos son refuerzos que completan la intención de los elementos anteriores, funcionan para acompañar la voz, marcar un inicio o fin, marcan la pauta de otro momento visual, etc.

Si el audio se utiliza adecuadamente describe, narra, da ritmo a las situaciones en pantalla; la musicalización del producto audiovisual puede “evocar un sentimiento, al mismo tiempo que provee una atmosfera adecuada en términos de sonido con el tipo de música”<sup>51</sup>

Los sonidos ambientales o creados que acompañan el video son captados por micrófonos que difieren de acuerdo a sus características técnicas, por lo regular se utiliza el tradicional, denominado de “maraca” –que puede ser manipulado con la mano y puede ajustarse a la cámara- es unidireccional, es decir, que va en una sola dirección y es de utilidad para entrevistas en exteriores o puede ser omnidireccional que capta lo que rodea.

---

<sup>51</sup> Bravo, Raymond, *Producción y dirección de televisión*. P. 125

#### Micrófono de maraca



Figura 13. Micrófono unidireccional, su sensibilidad es en una sola dirección.

Los “*lavalier*” o micrófonos pectorales, son profesionales e individuales, captan el sonido más cercano a él, puede ser escondido en la solapa del entrevistado y entrevistador; para este tipo de micrófono existen unidireccionales y omnidireccionales. Sin embargo, recordemos que los recursos a veces son bajos y la tecnología puede ser de utilidad para grabar en celular, *mp3*, grabadora de *cassette* o digital. *-aunque la calidad no es tan buena, puede hacerse uso de estos recursos-*.

#### Micrófono lavalier



Figura 14. Micrófono lavalier inalámbrico omnidireccional, su sensibilidad es de 360°.

En la actualidad las necesidades tecnológicas en cuestiones audiovisuales compiten en el mercado con diversas marcas de cámaras de video, fotográficas y esto las obliga a generar para los consumidores accesorios que puedan utilizar con sus otros productos, es decir, para usar una cámara de su marca, es necesario utilizar su *software* de edición de la misma.

La luz es un elemento esencial del video; ésta incide diariamente en la vida cotidiana y determina la visión de objetos de acuerdo a su textura, color, tamaño e incidencia. La cantidad y calidad de luz que refleja un objeto presenta sus características para el ojo humano y la captación de ese elemento al cerebro. Aquí es importante señalar la cámara de video o fotografía no captan igual que el ojo, la percepción es distinta por ello se utilizan en los equipos de grabación recursos como lámparas, *flash*, ganancia o iris para captar e iluminar un objeto.<sup>52</sup>

El manejo de **la iluminación** depende de la creatividad del productor y de la intención del producto. Con base en eso se maneja la luz a conveniencia, inclusive con fines técnicos y artísticos en el momento de ambientar.<sup>53</sup> Es importante en toda representación visual, además del color y sus matices el manejo adecuado de la luz permite, generar sensaciones, profundidad, solidez y textura en sujetos, objetos y ambientes que constituyen la imagen.

La iluminación es fundamental para que la cámara detecte y trabaje imágenes de calidad, sin embargo, recordemos que lo que capta no es lo mismo que ve el ojo humano, depende de factores técnicos y estéticos: características físicas de la luz, fuentes, accesorios y técnicas.<sup>54</sup>

### **Características físicas de la luz.**

La luz es el elemento primordial que determina la percepción; sin ella se viviría en la oscuridad completa; las características de los objetos no llegarían a nosotros con sus peculiaridades. Los sistemas ópticos: ojo humano, cámara de video, cámara fotográfica cuentan con limitaciones ya que captan de distinta manera.

La intensidad de luz es la condición básica para la iluminación, sea para uso artístico o natural, influye en la cantidad, las unidades de medición y la medida de intensidad. La primera, cantidad: es la luz que llega al momento de grabar, es decir la que genera el ambiente, debe estar pareja al momento de grabar, influye la reflexión que dan los objetos, su naturaleza y la distancia que hay entre el personaje y la luz.

---

<sup>52</sup> Curso de fundamentos de iluminación básicos para locación, Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa, CETE.

<sup>53</sup> Estas destrezas se aprenden con la luminotecnia, que es la ciencia que estudia las distintas formas de luz así como su control y aplicación, el *staff* técnico de esta parte de la producción tiene los conocimientos para realizarla. Recuperado abril 28, 2012 en <http://www.aiu.edu/lighting.pdf>

<sup>54</sup> Mendoza, Carlos. *El ojo con memoria*. Apuntes para un método de cine documental. p. 97.

Las unidades de medición se basan en dos características la bujía y el *lumen*. La bujía es una unidad de medida de una fuente de luz que va en una sola dirección, mientras que el lumen se propaga.<sup>55</sup>

Las cámaras de video actuales tienen una alta sensibilidad de captar imágenes aun con la luz de una vela, sin embargo, la iluminación influye en la grabación para crear efectos, iluminar un escenario al interior o exterior y para ello se requiere de dispositivos profesionales de iluminación manipulados con *dimmer*.<sup>56</sup>

La luz natural como la de una lámpara eléctrica propagan su luz directamente, solo que las distingue su distancia; así se diferencia la luz natural con artificial. La primera la proporciona el sol o la luna y la segunda por lámparas, existen filtros, difusores y reflectores que permiten jugar con la iluminación y crear ambientes y atmosferas que influyan en el espectador.

Los filtros suavizan la luz directa y dura; la luz artificial se divide en luz fría que es suave y luz dura que varían de acuerdo a su potencia. Existen *tips* para el manejo de iluminación y su uso con bajo presupuesto, en lo profesional se cuenta con cortadoras que son laminillas de fierro que están en los costados de la lámpara y sirve para dirigir la luz, en lo *amateur* se hace con cartones y/o madera que permite jugar de igual forma.<sup>57</sup>

Cuando se estudia Producción Audiovisual y no se cuenta con recursos económicos para la realización de videos, se utiliza para “rebotar” la luz, una sábana blanca, papel aluminio que refracta luz al sujeto y cumple lo mismo que un espejo, paraguas o pantalla profesional al expandir y suavizar la luz.<sup>58</sup>

---

<sup>55</sup> Ingeniero Oscar Herrera Mora, Curso básico de iluminación. Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE).

<sup>56</sup> Reguladores para variar la intensidad de luz emitida por lámparas.

<sup>57</sup> Si bien, se mencionan estas partes que conforman la iluminación en cuestiones televisivas, su conocimiento es una información básica para implementar el uso casero o estudiantil, los fundamentos son básicos, depende de la creatividad y uso que quiera dar quien esté a cargo de la grabación.

<sup>58</sup> Se menciona esto porque de alguna forma nuestros estudios provienen de la FCPyS esos eran los recursos que solíamos llevar al no tener los insumos suficientes para un equipo profesional, con la experiencia laboral se modifican las técnicas, y equipo para grabar.

Para crear efectos de iluminación se recurre a *gobos* o una madera y/o cartón con figuras que ambienten; para hacer que la intensidad de luz emitida por el reflector sea suave y no haga sombras en los sujetos puede usarse papel albanene grueso. Para difuminar el efecto de sombra, hacerla suave y distribuir la luz, puede acompañarse de filtros de colores para simular ambientes psicológicos que influyan en el espectador.

### Ubicación básica de la luz

Existe una regla general en la iluminación para generar efectos psicológicos de acuerdo al ambiente, la variación es de acuerdo a los sujetos que aparezcan en pantalla; luz principal (*Key lighth*), luz secundaria (*Fill lighth*) y luz trasera (*Back lighth*) como lo muestra el siguiente cuadro:

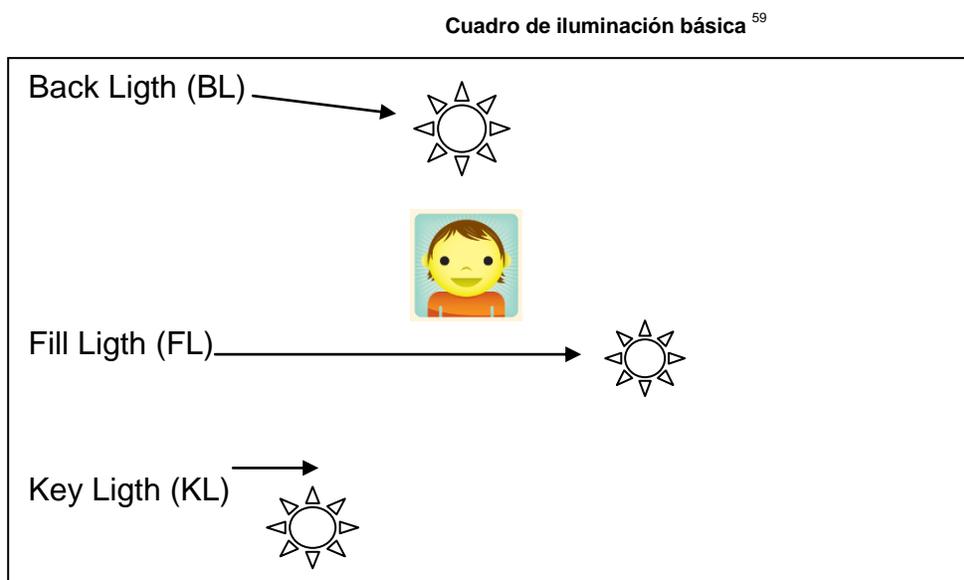


Figura 15 Esquema elaborado por los autores.

La luz principal (*key lighth*) se sitúa frente al personaje con una luz dura o directa con un difusor, establece las sombras principales, revela las formas, texturas o superficies a resaltar, no debe dirigirse directamente al rostro del personaje.

<sup>59</sup> El cuadro muestra la posición de básica de luces para una iluminación adecuada, es propuesta de los autores, sin embargo, el esquema es muy visto en clases de producción audiovisual.

La luz secundaria (*fill lighth*) se añade posteriormente, es suave y difusa, se sitúa para iluminar las áreas de sombra, reduce el tono y empareja. La luz trasera (*back lighth*) es dura y se coloca detrás del sujeto casi en picada para crear un aro de luz que ilumine la parte alta de la cabeza y el borde de los hombros, separa al sujeto del fondo, destaca contornos y da solidez.

Esta es la posición de iluminación básica para una persona, con la cámara enfrente del sujeto. Varía su uso y depende de las características del lugar; puede hacerse uso de la luz natural como *back* y diversas combinaciones en la iluminación que inclusive sería –y lo hay- una propuesta para un video tutorial de iluminación. Sin embargo, la tecnología permite grabar sin necesidad de estos recursos, ya que internamente compensan la luz.<sup>60</sup>

### Psicología del color

Cada cultura tiene un color que por convencionalismo tiene significados. Los estímulos visuales del color determinan reacciones sobre los individuos, asocian textura, volumen, luminosidad y distancia. A continuación se presenta una tabla que menciona el color y su significado; hay que mencionar que cada continente varía su uso y significado.<sup>61</sup>

Tabla de color y significado

COLOR	Valoración positiva y asociación simbólica	Valoración negativa y asociación simbólica
Violeta	Distinción, poder, espiritualidad, melancolía, eternidad, santidad, nostalgia, ligereza y sublimación.	Violencia, engaño, miseria, martirio, dolor,
Azul	Claridad, ligereza, eficacia, introspección, cielo, calma, sentimiento, inocencia y frescura	Oscuridad, desaliento, tormenta, frialdad, depresión, separación, apatía.
Verde	Humedad, frescura, esperanza, vegetación, juventud, fertilidad,	Putrefacción, veneno, avaricia, repugnancia,

<sup>60</sup> Los cursos en diversos centros de capacitación y la experiencia propia al desarrollarnos en este campo, hace que demos estas definiciones técnicas, porque así suele dirigirse al iluminar un *set* o estudio, locación.

<sup>61</sup> Gallardo Cano, Alejandro. *El cartel y su lenguaje*. Pág. 135.

	simpatía, vida, sabiduría, equilibrio, armonía, tradición, fluidez.	corrupción.
Amarillo	Sol, vida, poder, riqueza, estímulo, alegría, placer, luz, magnanimidad, sabiduría, iluminación, optimismo.	Egoísmo, celos, envidia. Odio, traición, cobardía, engaño.
Anaranjado	Fuego, flama, calor, fiesta, placer, euforia, aurora, apetito.	Orgullo, ambición, calor excesivo.
Rosa	Femineidad, belleza, delicadeza.	Ambigüedad, fragilidad.
Rojo	Fuego, pasión, sangre, vitalidad, alegría, erotismo, energía, movimiento, triunfo, valor, patriotismo, coraje, iniciativa.	Peligro, agresividad, guerra, revolución, sacrificio, crueldad, desorden, inmoralidad.
Negro	Poder, dignidad, elegancia, sofisticación, majestad, noche, solemnidad, humildad, seriedad, nobleza, misterio.	Rigidez, muerte, pesar, ansiedad, depresión, morbosidad, inexistencia, desesperanza, enfermedad, desaliento, severidad.
Gris	Neutralidad, invierno, frío, tersura.	Desconsuelo, aburrimiento, pasado, vejez, desánimo, depresión, indiferencia, desgracia, muerte, tristeza.
Café	Apetito, resistencia, vigor, cordialidad, nobleza, tierra.	Entierro, aridez.
Blanco	Día, inocencia, pureza, perfección, rectitud, verdad, paz.	Fantasmagoría, espectralidad, vacuidad, frío, distancia.

Plata	Pureza, castidad, verdad, dinero, fortuna.	Frialdad, distancia, armas.
Oro	Misticismo, sol, riqueza, majestad, elegancia, honor, divinidad, santidad.	Idolatría, ambición.

Figura 16. Gallardo Cano, Alejandro. El cartel y su lenguaje. Pág. 135.

Otros elementos de importancia para el video son los que se muestran en pantalla, entre los que se encuentra el **talento** de la producción, que interpreta papeles de acuerdo a la idea. Ejemplo, para hacer una capsula de vida familiar, se requiere dramatizar el momento de interacción grupal y los personajes son un padre joven con características solicitadas en el guión, trabajador, elegante. Una madre desobligada, hijos inquietos; para hacer creíble la escena se debe hacer un **casting** o selección de estos personajes cuyas características sean las indicadas para el video a realizar.

El guión determina la forma de actuar de los personajes. En el *casting* se califican los rasgos físicos, psicológicos y sociológicos del talento, así se elige al que reúne las características necesarias para el personaje; posteriormente con el equipo de producción se dialoga acerca del guión y la idea central de su papel, su rol y la participación que tiene de acuerdo al guión literario.

El talento es parte fundamental de un equipo de producción, sin un equipo de trabajo completo la grabación no se lleva a cabo escenógrafos, talento, guionistas, continuistas, directores de cámara, de escena, editores, iluminadores, locutores, conductores, camarógrafos, asistentes, todos tienen un papel importante en todo proyecto, deben asumir compromisos y responsabilidades para desempeñarse y no afectar la grabación.

Sin embargo, en ocasiones la realidad refleja productos con bajo presupuesto y es allí donde las personas del equipo de producción se vuelven multifuncionales, hacen el trabajo de otros para que la grabación no se detenga. Cuando se pretende hacer un video con pocos recursos, el equipo de producción debe hacer de todo, sea para entrevista, reportaje, documental, cápsula.

Trabajar con equipo no profesional pero conservar el objetivo del producto<sup>62</sup> -*aunque esto no es lo indicado llega a ocurrir*-.

**El plano** es la unidad básica del video determina lo que se muestra en pantalla de acuerdo a la intención del producto. Existen diez tipos de planos, se dividen de lo general a lo particular, los planos generales o lejanos, son de carácter informativo, describen espacios, ambientes y entorno en el que se desarrollan las acciones.

Los planos medios son indicados para los diálogos, sitúan el lugar donde se lleva la acción y permiten observar el desplazamiento del sujeto. Por otro lado, planos cerrados acentúan tonos expresivos de las personas mediante acciones o situaciones, éstos se caracterizan por el peso dramático o emocional del personaje, su valor psicológico lo lleva en el apego con el espectador; estos planos se utilizan para enfatizar expresiones o detalles del ambiente. Veamos sus características:<sup>63</sup>

**GRAN PLANO GENERAL o *extreme long shot*.** Este plano ubica el lugar pero no al personaje, muestra dónde se realiza la acción, se usa en exteriores y muestra características del ambiente. (plano abierto).

**PLANO GENERAL LARGO o *very long shot*.** Se visualizan las características descriptivas del ambiente, se usa en locación o estudio y su apertura es menor que la anterior, los personajes apenas se distinguen. (plano abierto).

**PLANO GENERAL o *long shot*.** En él se ve la figura humana completa, sin embargo, se ve más el entorno de la persona; se emplea para plantear la escena de modo que el espectador conozca a los personajes y el lugar de acción. (plano abierto).

---

<sup>62</sup> En el campo laboral suele ocurrir infinidad de casos que para acotar costos, los trabajadores desempeñan varias funciones durante el proceso de producción, debe asumirse este compromiso por profesionalismo y decisión de cada persona, teniendo en cuenta que el producto final no debe de retrasarse en su grabación.

<sup>63</sup> Cabe señalar que la recopilación para las definiciones de planos se dan de acuerdo a varios cursos de producción en distintas instituciones dedicadas a la capacitación de profesionales de la comunicación, CETE, ILCE, CAT Centro para el Arte y Tecnología, Educación Mac de APPLE, entre otros.

**PLANO GENERAL CORTO o *full shot*.** Aunque el ambiente aun está presente, el punto de referencia es el sujeto; el plano es descriptivo, el espectador se concentra más en la toma porque resalta el sujeto, este tipo de plano es personalizado y descriptivo presenta alguna actividad que se realice en el contexto. (plano abierto).

**PLANO AMERICANO O DE RODILLAS o *médium full shot*.** Este plano aproxima la figura del sujeto, abarca parte de las rodillas hasta un poco arriba de la cabeza, acerca al sujeto o la acción que realiza. (plano medio).

**PLANO MEDIO, PLANO DE CINTURA o *médium shot*.** Presenta al sujeto de la cintura hasta un poco arriba de la cabeza, es plano medio, describe la acción y ubica al actor en el espacio donde se desenvuelve, es ideal para los diálogos. (plano medio).

**PLANO CERCANO o *médium close up o bust shot*.** Se concentra en una parte esencial: el rostro del sujeto. Detalla características propias del personaje, tiene un valor expresivo; realza la figura humana y se puede observar a detalle. Es esencial para colocar un súper. (plano medio).

**PLANO DE HOMBROS o *close up*.** Se utiliza en las reacciones del personaje, detalla sus características físicas, expresivas o sentimentales. Los planos cercanos son de carácter “psicológico” adentra al espectador con emociones propias de la persona a cuadro. (plano cerrado).

**PRIMER PLANO o *big close up*.** Capta mejor las reacciones del personaje, los primeros planos son muy fuertes por su calidad expresiva; el espectador puede observar algo que no haya podido ver en otro plano y completa su visión hacia la persona en pantalla, la rapidez para presentar este plano depende de la duración que el realizador quiera darle. (plano cerrado).

**GRAN PRIMER PLANO o *extreme close up o plano detalle*.** Describe aspectos íntimos o adentrados de la acción o del sujeto, su valor es mucho más expresivo, es una referencia al espacio y su efecto es fuerte para el espectador. Detalla características propias del sujeto u objeto, puede utilizarse como refuerzo para ilustrarlos detalladamente. (plano cerrado).

**Los ángulos** buscan distinta perspectiva para la grabación, al igual que los planos tienen influencia psicológica hacia el espectador determinan la posición de la cámara y el eje del sujeto o acción a mostrar, su uso es apropiado para diversas intenciones en la grabación del video; se dividen en:<sup>64</sup>

**ÁNGULO DE FRENTE O NORMAL:** La cámara se ubica de frente al personaje. Este ángulo se asocia a una vista objetiva dado la cercanía que tenemos con el espectador como si estuviera interactuando con el personaje en pantalla, provoca tranquilidad o enojo según la intención.

**ÁNGULO DE TRES CUARTOS:** Se emplaza la cámara aproximadamente 45° con relación a la mirada del sujeto, permite visualizar una parte del rostro y fragmentos de la otra parte, el ángulo da una perspectiva de la imagen.

**ÁNGULO DE PERFIL:** La cámara se emplaza a 90° de la mirada del personaje, da la sensación de buscar lo que mira el actor hacia algo contiguo que está en pantalla.

**OVER SHOULDER:** La cámara se emplaza por atrás de los hombros del personaje, este ángulo permite tener la sensación de cercanía, vemos el punto de vista de la acción que desempeña el sujeto, por lo que, da un punto de vista casi subjetivo.

**ÁNGULO DE ESPALDAS O POSTERIOR:** Es opuesta a la frontal, detalla alguna acción que realiza el personaje en pantalla, este ángulo ayuda a descubrir el espacio donde se desarrolla la acción, moverse e inclusive ir descubriendo el lugar o la acción en ese espacio.

**CENITAL O “VISTA DE PÁJARO”:** La cámara debe posicionarse arriba de la cabeza del sujeto, describe el lugar donde se realiza la acción de acuerdo al espacio.

**ÁNGULO ALTO O PICADA:** La cámara se ubica por arriba del rostro del sujeto, este ángulo se asocia a la sensación de minimizar al personaje, propone un tono de inferioridad de acuerdo a la psicología generada con el ángulo y la naturaleza de la escena.

---

<sup>64</sup> Al igual que los planos, los ángulos y su significado fueron retomados de diferentes cursos.

**ÁNGULO NORMAL A LOS OJOS:** La cámara se posiciona al nivel de los ojos, este ángulo da la sensación del contacto directo entre él y su espectador, es descriptivo en cuanto a las emociones del personaje a cuadro por la cercanía visual que se tiene con él.

**ÁNGULO BAJO O CONTRAPICADA:** La cámara se emplaza por abajo del personaje en un ángulo de 60° hacia su mirada, este ángulo da la impresión de grandeza, da al personaje un rasgo de autoridad o algunas otras características como benevolencia; según la situación, intención y el entorno donde el realizador utilice el ángulo.

**NADIR:** Es la contraparte del cenital, este ángulo da la sensación de gigantismo, se utiliza en programas de baile por abajo de un cristal o acrílico se deja un espacio para el movimiento de la cámara muy por debajo del personaje.

**GUSANO O RAS DEL PISO:** En esta toma se deja la cámara al ras del piso fija y el movimiento captado dentro de la pantalla se genera por la acción de los personajes.

**HOLÁNDES O ABERRANTE:** En este ángulo se ladea el punto de vista de la cámara, rompe con la realidad y causa la sensación de desequilibrio a cuadro.<sup>65</sup>

La ligereza y movilidad de los equipos de grabación en estos tiempos y junto con las propuestas del camarógrafo, permiten cambiar los puntos de vista de los sujetos, objetos, paisajes; dan ritmo y sensaciones a los receptores y con ello se puede trasladar visualmente a lugares distintos y dinámicos en pantalla, para ello son de gran utilidad en una grabación **los movimientos de cámara**, los cuales se realizan sobre su propio eje y con el desplazamiento de ésta en un accesorio o *tripie*, o con mecanismos internos, veamos los movimientos de cámara:

---

<sup>65</sup> Algunos planos varían en el lenguaje que se utiliza en empresas o instituciones, ciertos ángulos no son recurrentes para la intención de productos, éstos existen, pero son desconocidos por algunos por la falta de uso, esto es un recuento de cursos y experiencia de campo y se plantean los que se conocen, sin embargo, su uso puede ser o no útil para la realización de videos y la combinación de todos y cada uno de ellos, de eso dependerá la intención y creatividad del que este a cargo de la grabación.

**ZOOM IN:** Esta herramienta se encuentra en los mecanismos internos de la cámara, se activa mediante el lente o el control de *zoom*, Se aprieta lentamente el botón hacia adelante y sirve para acercarse a un sujeto, objeto o acción a resaltar.

**ZOOM OUT:** Es la parte contraria del *zoom in*, se abre el lente de la cámara lentamente sin dejar de apretar el botón de *zoom* hacia atrás, el movimiento debe ser constante para evitar distraer al espectador, la función de éste es descubrir parte de algo a un todo de ese espacio.

**PAN LEFT:** El paneo a la izquierda consiste en llevar la cámara montada sobre el *tripie* en su eje horizontal a la derecha, acompaña el desplazamiento del personaje y ubica el lugar de la acción; aunque el espacio sea limitado genera en el espectador una sensación de tiempo y espacio, en este movimiento se ubica al personaje y contexto en el que se desenvuelve.

**PAN RIGHT:** En este movimiento la cámara gira sobre su propio eje a la derecha, su utilización es la misma que la anterior, describe el movimiento del personaje mediante la acción y contexto en el que se desenvuelve.

**TILT UP:** Es un movimiento en el que la cámara montada sobre un *tripie* en su eje vertical hacia arriba describe un objeto o acción, invita al espectador prever lo que verá y despierta su interés de lo que se le mostrará.

**TILT DOWN:** Movimiento a la inversa de la cámara en su eje vertical hacia abajo, en estos dos movimientos la velocidad debe ser regular y estable para terminar con una imagen fija, recordemos que ambos sirven para detallar y establecerse en un punto sin distraer al espectador.

**DOLLY IN:** Este movimiento requiere de un *tripie* profesional con llantas. Con este equipo el camarógrafo puede desplazarse hacia adelante del personaje sin utilizar el *zoom*, puede ir de un lado a otro, es un seguimiento del personaje.

**DOLLY BACK:** Este movimiento se realiza con el *dolly* con ruedas hacia atrás, el piso debe estar liso totalmente para tener buena estabilidad sin distracción alguna para el espectador, este movimiento es de seguimiento sin interrupciones porque la cámara guía al espectador hacia el centro del cuadro, por ende, se debe justificar la duración y el tipo de movimiento.

**BOOM UP O PEDESTAL UP:**<sup>66</sup> Para este movimiento se necesita de un *tripie* profesional hidráulico con aire que permita subir a la cámara sobre su propio eje a una toma fija, puede combinarse también con otros movimientos –*zoom*, pan- sirve para describir.

**BOOM DOWN O PEDESTAL DOWN:** La cámara baja sobre su propio eje, -sin hacer uso del *tilt*- sino de una herramienta que trae el *tripie* profesional, su uso es descriptivo pero tiene otras connotaciones con la combinación de diferentes planos, tiene estabilidad.

**TRAVEL IN Y BACK:** Son desplazamientos similares al *dolly*, permite acercarse y alejarse del sujeto sin interrupción y con uso de rieles. Mientras se realice este tipo de movimiento el espectador no debe tener distractores que aparezcan a cuadro.

**TRAVELLING CIRCULAR:** El camarógrafo rodea al personaje y se mueve a todas direcciones girando 180°. El movimiento debe ser estable para dar al espectador la sensación de continuidad y así pasar este movimiento desapercibido, es descriptivo y permite situar un ambiente de manera atractiva.

Un elemento no propio del video, pero si de su estructura es la posproducción, la cual es una etapa final del proceso de producción audiovisual allí existe la edición no lineal que permite manipular imágenes y sonidos de acuerdo a la intención del video es “un momento decisivo para que los elementos, imágenes y sonidos se organicen”.<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup> En el tercer apartado se podrá visualizar mejor esta explicación, ya que proponemos con base en imagen el cómo hacer uso de estos recursos y cómo se visualizarían en pantalla.

<sup>67</sup> Peñaflor, Neftalí. *Manual de producción de televisión*. p. 44.

El *software* de edición tiene herramientas que permiten editar y darle un ritmo al producto audiovisual, hay iconos con diversos usos predeterminados y con formas de editar personalizadas, estos recursos son denominados: **efectos (fx)**.<sup>68</sup>

El uso adecuado de estos efectos dan continuidad y tratamiento a la imagen, son importantes para causar atención en el espectador; se utilizan para cambiar de una toma a otra, disolver una imagen a otra, sobre imponer, comenzar o terminar una secuencia, darle duración a la toma, corrección de color, movimientos, transiciones de tiempo y lugar, efectos de títulos, ritmo a los textos, color, texturas, fondo, duración, manipulación de sonidos incidentales, música, etcétera.

“El proceso de edición tiene la tarea de yuxtaponer las escenas y dotarlas de coherencia o de significados; en este proceso se determina el ritmo del video, se da lugar a respiros y se combinan músicas y otros sonidos para dotar de distintas connotaciones a la imagen...ya que la combinación de escenas, su ordenamiento o combinación con distintos recursos auditivos, puede dotarlas de significados que no poseen por sí mismas. En pocas palabras es una herramienta para potenciar el significado de las imágenes y los sonidos a partir de su combinación.”<sup>69</sup>

**La duración** del video depende de su objetivo, es importante no rebasar los límites de tiempo, mientras más claro y conciso sea el mensaje éste tendrá la atención del espectador; es decir, una entrevista no debe durar mucho, puede editarse depurando la información obtenida y dejando un mensaje corto; ejemplo: las entrevistas por televisión duran de dos a cinco minutos, el entrevistador no debe dejar que alargue su tiempo asignado el entrevistado.

Si el video se acompaña de texto el editor debe prever el tiempo apropiado para ponerlo en pantalla debe permitir al espectador su lectura y retención. Un ejemplo de lo rápido y claro que tiene que ser el mensaje son los *spots* que en 20 segundos hablan de un producto, lo que ofrece y su incentivo a comprarlo a través de una historia –a veces- basándose de recursos retóricos en cuestiones del estudio de la comunicación y mercadotecnia.

---

<sup>68</sup> En la rama de producción audiovisual e ingeniería el *fx* se le conoce como: la indicación que señala la inclusión de un efecto especial de imagen o sonido en el guión. Ingeniero Jaime Morales, Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE).

<sup>69</sup> Mendoza, Carlos. *El ojo con memoria. Apuntes para un método de cine documental*. p. 97.

La duración que se refleja en pantalla no corresponde al tiempo real que se dedico para la producción del producto final, sin embargo, el resultado se da con base en la idea inicial. **Su intención** es la de comunicar. Existen formatos y géneros audiovisuales que facilitan el mensaje están desde un documental, una entrevista, un reportaje, cápsula, *spot*, revista, etc.

Cada uno contiene un discurso audiovisual diferente, sin embargo, el conocimiento del lenguaje audiovisual es esencial para todos. Un comercial dice qué debemos de comprar del producto; una entrevista brinda información del personaje o de los acontecimientos; un documental representa una realidad reflejada por su autor; una capsula ilustra o acompaña la información de un programa.

La intención depende de la idea principal y el objetivo que se tiene para la realización del video, así como del público específico. La experiencia adquirida a través de la práctica aplicando los conocimientos del lenguaje audiovisual para una grabación, son de gran utilidad ya que da un toque creativo y personal al producto por parte del encargado de la grabación.

### **2.3 Formatos de video.**

La alta gama de **formatos de video** registran, almacenan, reproducen o manipulan la imagen y forman un amplio mercado para distribuir y dividir sectores que alcanzan al consumidor y sus necesidades; nivel casero, empresas televisivas o instituciones. El consumo y la forma de expresión a nivel digital permiten compartir ante un público heterogéneo lo grabado en este tipo de formatos, mientras que los formatos analógicos se reducen por el poco acceso que se tiene; la tecnología permite adquirir equipos para grabar, editar y compartir la información captada a través de la Internet; los precios se reducen y los equipos incrementan.

Los equipos que se utilizan para la grabación de videos se dividen en dos; el analógico y el digital. Los **formatos de video analógicos** no permiten la interactividad. Por otro lado, en lo digital, los *blogs*, las redes sociales, los canales, los grupos, si pueden lograrla no importando tiempos y distancias; con este tipo de herramientas es posible poner en línea los videos para su visita y descarga. *-Los formatos de video analógico y digitales que existen en el mercado no suprimen al otro, lo complementan de acuerdo a su utilidad y aceptación de la sociedad-*.

El formato analógico permite conservar y mantener las imágenes a través de cintas magnéticas, éstas registran y reproducen señales eléctricas que se reproducen en *VTR (Video Tape Recorder* o grabadores de cintas de video) o bien, *VCR (Video Cassette Recorder* o grabador de *cassettes* de video).

En estas cintas se encuentran el *VHS (Video Home System*, o Sistema de video casero) almacena audio y video, al igual que el *Hi8 (High Band 8mm)* el mini *DV (Digital Video)*. Estos formatos graban analógicamente en cinta magnética; sus diferencias son tamaño, calidad, resolución y costo, sin embargo, algunos están desapareciendo físicamente pero no en su utilidad.

Hablar de **formatos digitales** es mencionar la conversión analógica a digital (A/D). Consiste en retomar las señales electromagnéticas para convertirlas en lenguaje binario. La utilización de estos formatos permite a los usuarios compartir y navegar con cierta rapidez por el peso digital del archivo, en estos formatos se encuentran *avi, 3gp, mpg, wmv, mp4, mov*, entre otros.

Estos formatos necesitan *codecs* (codificador, decodificador) que transforman ese tipo de archivos para que el flujo de datos (*stream*) sea más ligero para su reproducción o manipulación. Se emplean para comprimir los archivos un ejemplo es una canción *.wav (Windows Audio Vista*, que pesa en datos diez veces más que un *mp3*) para disminuir su peso se hace la conversión en archivo *mp3*, aunque pierde información disminuye su calidad y elimina datos para tener espacio en el disco.<sup>70</sup>

En video existen dos tipos de compresiones, la temporal que analiza cada cuadro y la especial que elimina datos de pixeles. Para su lectura es necesario tener en la computadora los reproductores de audio y video que codifiquen la conversión de datos. Los formatos de video más usados son el *DVD, avi, mpeg* y *3gp* que generan los teléfonos celulares. El *DVD (Digital Versatile Disc)* contiene archivos que hacen que la información se reproduzca en equipos a nivel casero.

---

<sup>70</sup> Explicación retomada del Licenciado Marco Antonio Rodríguez Gutiérrez, Dirección General de Servicios de Computo Académico (DGESCA) Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Bajo la Instrucción del diplomado de digitalización de medios.

En el formato *.avi* (*Audio Video Interleave*) los datos se dividen en dos archivos; por su peso y calidad. Ambos son independientes, no permite crear menús como los *dvds* caseros; para su lectura se intercalan los datos, es posible reproducirlo en plataforma *Mac* ya que lo soporta el formato más utilizado a nivel profesional: el *quicktime*.

El *mpeg* (*Moving Picture Experts Group*) es el más utilizado puede leerse a nivel doméstico y profesional. Su tamaño es menor que *.avi* y su calidad también; sin embargo, para cuestiones personales es uno de los más recurrentes por su peso de archivo y datos; el *mpeg4* permite su visualización en la Internet.

*Windows Media Vista .wmv* es plataforma para *Windows*, es casero, su *software* de edición casera *movie maker* permite guardarlo en este formato; la mayoría de los jóvenes estudiantes hacen sus presentaciones en este formato, inclusive permite subirlo a *you tube* y compartirlo.

Con los elementos señalados para el video y la utilización de ellos en la edición y grabación se busca capacitar, divulgar, difundir o expresar una idea, su duración variará de acuerdo al género y medios que se utilizarán.

## **2.4 Formatos de audio.**

Por otro lado, existen también los **formatos digitales del audio** cuya combinación en el video complementan el audiovisual apoyándolo en su soporte, edición, ritmo y contenido, a continuación se enlistan los más utilizados y conocidos.

El *mp3* es un formato de audio digital que tiene pérdida de calidad debido a su reducción de datos y tamaño, aunque su baja calidad no se percibe para el oído humano en la edición si puede afectar, es de fácil reproducción en computadoras o dispositivos portátiles como *ipod*, celulares, *mp3*. Es aceptado por la comunidad por la ventaja de reproducirse en cualquier espacio hasta en la Internet.

El formato *wav* o *wave* (*Waveform Audio Format*) es limpio sin compresión, se maneja en *CD*'s originales, no se utiliza para compartir vía red por su peso en datos, sin embargo, su utilización para la edición del video es importante por la calidad que en él se encuentra.

El *.aiff* (*Audio Interchange File Format*) es un formato sin compresión utilizado por compañías como *Apple*, es de nivel profesional y permite un rápido proceso de su señal digital con diferencia del *mp3*, empero, su limitante es la cantidad de espacio que ocupa en el disco duro.<sup>71</sup>

## **2.5 Géneros y modalidades**

Los productos audiovisuales se componen por imágenes, sonidos, y ambos se caracterizan por la intención, sea grabación o transmisión; requieren de un medio o dispositivo tecnológico para conocerlo, están en soportes o formatos físicos para su almacenamiento.

Con la enseñanza y conocimiento del lenguaje audiovisual se puede realizar cualquier producto multimedia sea para transmisión por determinado medio, televisión, cine o la Internet, los receptores son diversos públicos o audiencias cerradas y grupos focalizados a los que se les presentan contenidos mediante estos géneros o modalidades televisivas que ayudarán a definir el producto a grabar.

Existen géneros informativos y de ficción; programas de entretenimiento, ocio y diversión, todos proporcionan información, a continuación se presentan algunos de estos géneros:

### **Reportaje**

Es el formato periodístico más completo, trata a profundidad un tema y utiliza recursos como la nota, entrevista, crónica, comentario, reseña, crítica y hasta la dramatización, utiliza un lenguaje informal y la perspectiva del que lo realiza.

A diferencia de la crónica -cuyo énfasis está en el cómo y en la descripción de una atmósfera- el reportaje es una indagación: una investigación sustentada en datos provenientes de la realidad, de uno o varios declarantes (es decir, que proporcionan su nombre) o de documentos.

---

<sup>71</sup> Definiciones del Ingeniero de audio Jorge Estrada Benítez, Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE).

El material que recoge el periodista se procesa verificando las fuentes, cotejando cada dato, comprobando las declaraciones y sobre todo, revisando meticulosamente la precisión del informe.

El reportaje suele ser impersonal, objetivo en su redacción el reportero, no tiene presencia como en la crónica. Martín Vivaldi dice que “el reportaje se asemeja a la crónica cuando relata la historia de un acontecimiento y sigue para ello una relación secuencial; la diferencia principal sería que la crónica periodística se ocupa acontecimientos noticiosos, mientras que el reportaje profundiza en la información noticiosa, averigua sus causas y adelanta sus consecuencias”.<sup>72</sup>

Para Mario Rojas Avendaño, las cualidades de un reportaje son: duración, espacio, solidez. Su duración se refiere a conocer la noticia cuando se desee; es posible dejar y continuar leyendo las veces que uno quiera. El espacio es la extensión para satisfacer el interés del público lector; la solidez permite que el lector conozca a fondo el cómo y el porqué de los acontecimientos.<sup>73</sup>

Mario Rojas Avendaño, divide al reportaje en cuatro tipos:

1. Expositivo (en él se expone a los lectores una tesis determinada referente a un problema de interés general y satisface el deseo de recibir información).
2. Descriptivo (en el que la observación personal del reportero es importante para el resultado de la investigación).
3. Narrativo (narra y reproduce las palabras y opiniones de la gente).
4. Retrospectivo y anecdótico (cuando se logra la rectificación de los datos de hechos históricos).<sup>74</sup>

El reportaje sirve y permite al reportero captar con profundidad una realidad entrando a los hechos. Para Máximo Simpson, el reportaje es concebido como un género que resultado de una investigación profunda y por tanto, interpretada, muchas veces se ha caído en el error de considerar a un reportaje como plenamente objetivo<sup>75</sup>.

---

<sup>72</sup> Vivaldi, Martín. *Géneros periodísticos*. p. 128.

<sup>73</sup> Rojas Avendaño, Mario. *El reportaje moderno*. pp. 24-35.

<sup>74</sup> *Ibid.*, pp. 40-48.

<sup>75</sup> Simpson, Máximo. *Reportaje, objetividad y crítica social (el presente como historia)*. Revista mexicana de Ciencias Políticas y Sociales.

“El reportaje representa una investigación que lleva noticias y entrevistas; proporciona antecedentes, comparaciones, derivaciones y consecuencias”.<sup>76</sup>

Es así, que del reportaje escrito, se retoman definiciones para aplicarlo en lo audiovisual, en éste el reportero debe captar el instante del acontecimiento, grabarlo para posteriormente editarlo y mostrar lo que quiera informar. Para una investigación puede basarse en un guión con los datos a recopilar y adjuntando qué desea grabar en video para acompañarlo con el reportaje.

**La crónica** gira en torno a un propósito fundamentalmente informativo y requiere de alguien que lo relate; implica la reconstrucción de los hechos y del uso creativo del lenguaje para construir la versión de ese acontecimiento. Las formas básicas del discurso de la crónica son la narración y la descripción; la crónica suele incluir también elementos del discurso lógico- expresivo en la medida en que el reportero narra e interpreta simultáneamente los sucesos.

Para Federico Campbell, la crónica es una relación de hechos, detalles, ambientes; escrita en un orden no necesariamente cronológico. Es la narración de un acontecimiento de interés colectivo en la que el cronista se puede permitir comentarios y acotaciones y ejercer su estilo personal. Su característica como género periodístico es que el cronista pone el énfasis en el cómo sucedieron las cosas, su intención consiste en describir el ambiente en que se producen, un contexto y elaborar a lo largo del relato una interpretación.<sup>77</sup>

Existen tres tipos de crónica: la informativa, la interpretativa y la de opinión. En la informativa el reportero se cuida de no incorporar sus juicios al relato; en la de opinión el reportero se permite acotaciones y comentarios; la interpretativa el cronista de plano enjuicia los hechos.

En lo audiovisual existe el cronista como histórico, y el cronista presencial que relata al espectador lo que ocurre en el lugar de los hechos completando así la información que el receptor observa en pantalla, por otro lado, el cronista como historiador detalla aspectos sobre temas de su conocimiento, su discurso sirve de apoyo para investigar las imágenes que acompañen el video.

---

<sup>76</sup> Guajardo, Horacio. *Elementos de periodismo*. pp. 56-58.

<sup>77</sup> Campbell, Federico. *Periodismo escrito*. p. 34.

**La dramatización** es una representación de acuerdo a lo real, se vincula con el teatro y la caracterización de un evento real o ficticio, apoya y fortalece el contenido del video para que el espectador vincule el tema y lo comprenda esa realidad.

**La cápsula** tiene una duración entre 1 y 8 minutos, utiliza cualquier recurso para construirla; transmite un mensaje de manera clara en poco tiempo. Se basa de la dramatización, es información resumida e ilustrativa; lleva de la mano al espectador debido a su brevedad concisa y clara.

**El documental** es un género cinematográfico y televisivo realizado a través de grabaciones tomadas de la realidad, se diferencia del reportaje dado su actualidad y tiempo. Marco Julio Linares nos dice que es “el registro de hechos tomados de la realidad, desarrollado con base en técnicas de investigación, documentación, selección y clasificación de los diversos procesos y elementos, con un orden lógico, natural que conforma un determinado conocimiento”.<sup>78</sup>

La secuencia cronológica de los materiales, el tratamiento del narrador, la naturaleza de los materiales -completamente reales, recreaciones, imágenes infografías, etcétera- dan lugar a una variedad de formatos tan amplia en la actualidad que van desde el documental puro hasta documentales de ficción; “el documental es un escrutinio de la organización humana y tiene como objetivo la promoción de los valores individuales y humanos”.<sup>79</sup>

**El video Institucional** tiene diversas funciones, informa a un público abierto y grupos focalizados, muestra de manera concisa aspectos de la organización de un grupo, empresa o Institución que quiere resaltar o reafirmar su imagen al interior o exterior. Es corporativo, de promoción o presentación para un homenaje, lanzamiento de un producto; su diferencia con el **spot** es la duración.

---

<sup>78</sup> Linares, Marco Julio, *El guión. Elementos, formatos y estructuras*.p. 58.

<sup>79</sup> Rabiger, Michael. *Dirección de documentales*. p. 4.

**El spot** es más corto, su duración varía de 20 a 40 segundos, vende productos o reafirma ideologías, recrea historias para dar a conocer bienes y servicios que promueve el anunciante, es ágil en cuanto a su edición y contenido.

**La entrevista** es un diálogo entre dos o más personas la conforman: el entrevistador o entrevistadores que interrogan, y el o los entrevistados que contestan. Es una técnica o instrumento empleado para investigación.

El diccionario de la real academia española define la palabra entrevista como: la conversación que tiene como finalidad la obtención de información. La misma proviene del francés *entrevoir* que significa lo que se entrevé o lo que se vislumbra.<sup>80</sup> El entrevistador toma la iniciativa de la conversación, plantea preguntas específicas y decide en qué momento el tema ha cumplido sus objetivos. El entrevistado facilita información sobre sí mismo, su experiencia o el tema en cuestión.

La entrevista tiene variantes, en lo laboral sirve para conocer a los empleados; en la personal para conocer acerca del sujeto, cuestionarlo; las testimoniales para conocer la vivencia de la persona; las encuestas o preguntas destinadas a obtener la opinión de un sector de la población, se utiliza para obtener información relevante u ofrecer una muestra de lo que piensan sobre un tema de actualidad o interés permanente; de semblanza es como una biografía, es personalizada con investigación previa del individuo; de cuestionario, entre otras.<sup>81</sup>

La entrevista para el periodismo audiovisual se clasifica por su objetivo, de opinión, noticiosa o personal; se basa en una serie de preguntas formuladas para acotar tiempos si está en tiempos televisivos, sin embargo, cuando se graba previamente el tiempo no es una limitante, ya que posteriormente puede editarse para depurar la información y dar a conocer lo más relevante del encuentro.

---

<sup>80</sup> Real Academia Española (RAE). *Diccionario en línea*. Recuperado el 25 de abril a partir de <http://www.rae.es/rae.html>.

<sup>81</sup> La entrevista no sólo abarca los medios de comunicación, sino en las interacciones personales o de trabajo.

La entrevista puede obtenerse por encuestas, cuestionario, telefónica, carta, etc., por el número de entrevistados; por su estructura, entrevista abierta o semi abierta que incluyen preguntas cerradas.

## **2.6 Medios educativos utilizados en el aula.**

Federico Fernández de Bujan menciona que para las universidades que ya existen en la red, deben contar con una trayectoria en la utilización de las TIC para seguir manteniendo una oferta educativa, “Las universidades deben transformarse en universidades con aulas virtuales a fin de conjurar el riesgo de ser invisibles” es decir, sin el aprendizaje en el uso de medios audiovisuales y su utilización en la educación, ésta última no tendrá oportunidad de avanzar en el país.<sup>82</sup>

Los elementos educativos para exponer en clase son de gran utilidad para dar a conocer un tema, a continuación se enlistan la función de algunos de ellos; es necesario conocerlos ya que dentro del aula se puede hacer uso de infinidad de recursos que se ayudan inclusive de herramientas tecnológicas.

**PIZARRÓN.** Superficie plana para la escritura que apoya la escritura para el proceso de enseñanza aprendizaje en el aula, ilustra elementos durante una exposición o clase su utilidad está en anotar puntos clave, ideas, cuadros sinópticos.

**LÁMINAS.** Son herramientas útiles para presentar trabajos escritos, refuerzos que ayudan a la exposición de docentes y alumnos. Su diseño varía, en ellas se resume las ideas centrales y guían el siguiente paso de la ponencia o exposición.

**PERIÓDICOS MURALES.** Son la compilación de notas informativas acompañadas de ilustraciones sustraídas de revistas o periódicos, contribuyen a una forma de expresión dentro y fuera del aula; con su ayuda se especifica y clarifica mejor la información a detallar. Es de utilidad inclusive desde la educación básica, para ilustrar, informar y educar con el tema a tratar.

---

<sup>82</sup> Citado en *La autoformación y la formación a distancia. Las tecnologías de la educación en los procesos de aprendizaje.* Octavi Roca Vila. Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE). Tecnologías y Comunicación Educativa, 1998.

CARTELES. Es un formato en papel que brinda información clara y precisa, en la actualidad su uso es más recurrente, éste es sin duda un elemento aceptado y utilizado por los jóvenes en cuestiones digitales; puede realizarse manualmente, su utilidad es de gran apoyo en clase. Con el uso de la tecnología existen *softwares* que ayudan a la manipulación de imágenes que dan estructura visual y escrita.

GRÁFICAS. Son datos representados visualmente por líneas, superficies tridimensionales, símbolos, etc. Son numéricas, guardan en sí el conjunto de elementos que se adquieren mediante una investigación, son utilizadas para el análisis, comparación o resguardo de información que establezca algún tema. Su ayuda en el aula es de apoyo para la exposición; son manipuladas manual o digitalmente, el uso y aceptación de la sociedad ha permitido mejorarlas y adquirir nuevos elementos tecnológicos.

PUESTA EN ESCENA. En el ámbito pedagógico existen propuestas lúdicas para exponer los temas a los niños, una de éstas son las puestas en escena o representaciones simuladas con actores, títeres, etc. Las puestas en escenas permiten enseñar para aprender con base en la observación, este tipo de interacción permite anexar audios, videos, que proporcionen mayor apoyo presencial a lo que se observa.

EXPOSICIÓN. Es la demostración del conocimiento del tema frente a un determinado número de personas, en ella la persona guía a las demás por los datos importantes que presenta. Aborda numerosas temáticas, hace uso de diversas herramientas que acompañen la información que proporciona a los presentes.

PODCAST. Son audios fáciles de descargar mediante herramientas tecnológicas como teléfonos móviles, *ipods*, *iphone*, *mp3*, *psp*, computadoras, *smartphones* y otros dispositivos portátiles. Estos archivos multimedia son tan variados en sus contenidos que permiten su fácil acceso, descarga y compatibilidad con los usuarios en red, su almacenamiento y transportación permiten

que la sociedad empiece a utilizarlos para compartir información de charlas, conciertos, entrevistas y un sinnúmero de temas.<sup>83</sup>

Si bien, muchos de estos medios educativos en el aula, son de clases tradicionales, aun así la utilización de ellas -comenta Ezequiel Ander- “se suman tecnologías actuales que por su utilidad deben explotarse para educar”.<sup>84</sup>

VIDEOS. Sirven de apoyo para la enseñanza, se dividen en video tutoriales, corporativos, programas de televisión, series, documentales, entrevista, reportajes, docudrama, telenovelas, *spots*; son eficaces para enseñar, vender, implementar ideologías, crítica, reproche, entretenimiento, recuerdo, etcétera. El video como tal deslindado del formato físico es de utilidad para comunicar eficientemente ya que es el ordenamiento de imágenes referentes a un tema que se quiere mostrar<sup>85</sup>.

CARICATURAS. A muchas personas les es grato dibujar y pueden crear esbozos de pequeñas historias que comuniquen ciertos contenidos, con la creación de personajes ficticios que lleven a conocer el tema a mostrar. -esta alternativa la utilizan los centros de salud o empresas cuyos trípticos mejoran su imagen interna o externa-.

Para el desarrollo de la caricatura en la actualidad existe *software* que tienen diseños predeterminados para controlarlos, darles colorido y forma a esas historias parecidas a un *comic*. Dentro del aula suele utilizarse este método para ilustrar y acompañar algún texto o el tema que se va a presentar a los alumnos.

---

<sup>83</sup> Se Menciona esto porque un medio de comunicación y expresión, se acepta por la sociedad y se adapta para seguir usándolo, ejemplificamos: el teléfono que desde sus inicios con el *pony express*, el telégrafo, el teléfono, la internet, ahora los celulares que son individuales y tienen concatenados diversos medios para comunicarse. “La tecnología o el medio se adopta y se adapta para con la sociedad”.

<sup>84</sup> Ezequiel, Ander. *Los medios de comunicación al servicio de la educación*. p. 21-60.

<sup>85</sup> Con lo anterior nace la decisión de proponer un video tutorial para la enseñanza del lenguaje audiovisual dirigido a una comunidad heterogénea y que aprendan las técnicas para aplicarlas básicamente con un teléfono celular y una cámara de video casera o fotográfica. La calidad es distinta, empero, el contenido puede ser profesional y dirigirlo al campo educativo

Con lo anterior se resumen elementos básicos y esenciales en el aula y cuya importancia para el video puede utilizarse o no; esto dependerá de las cuestiones económicas y personales para desarrollar un producto audiovisual.

Para efecto de esta tesis entenderemos que el tema de investigación y el sustento para proponer la propuesta de realizar un video tutorial del lenguaje audiovisual para alumnos de la Universidad Pedagógica Nacional nace de la investigación realizada por el INEGI acerca de los usos que los jóvenes tienen con la tecnología en el campo educativo.

La propuesta para la realización de este video tutorial es directamente para la Dirección de Difusión y Extensión Universitaria de la Universidad Pedagógica Nacional, (UPN) Ajusco. Esta Dirección fue la que solicitó al INEGI realizar la investigación para observar qué aportarían los resultados al implementar tecnologías de uso cotidiano en los estudiantes, para difundir la cartelera pedagógica, los talleres culturales, el cineclub, entre otras cuestiones.

Por ello la preocupación como profesionales de la comunicación para proponer que la realización de este video tutorial, no sólo aportaría el conocimiento del lenguaje audiovisual a los estudiantes de la UPN, si no que la realización del video estará abierto al abierto interesado en grabar videos educativos con bajo presupuesto pero con contenido profesional siempre y cuando se realice la propuesta y se ponga en línea.

En este capítulo se abordan definiciones a groso modo de aspectos que componen el lenguaje audiovisual y de elementos formales que acompañan el momento de la grabación; lo anterior aunado a herramientas que se utilizan dentro y fuera del aula para el proceso de enseñanza aprendizaje, es menester, conocer, aplicar y aprender los elementos mencionados para comunicarse, enseñar y realizar productos multimedia en los estudiantes de la UPN que utilizan la tecnología para desarrollarse en esa institución.

## Capítulo III

### Etapas de la producción audiovisual

*“Uno de los motivos por lo que lo visual me seduzca como forma de expresión es porque yo tengo algo de aventurero dentro de mí y me gusta vivir la realidad con la que trabajo (...) Siempre he considerado que cada obra es un reto donde hay que poner en funcionamiento la experiencia técnica creativa, posibilidades imaginativas y cuanto recurso subjetivo se tenga a mano con el objeto de descubrir lo desconocido y compartir ese descubrimiento; registrar lo conocido, enriquecerlo, dominarlo, mezclarlo y transformarlo en una nueva dimensión de la realidad”.*

*Santiago Álvarez  
Cineasta cubano*

En capítulos anteriores se mencionaron las tres etapas del proceso de la producción audiovisual, esas etapas las comparamos con elementos de la comunicación, emisor, mensaje, receptor, para la producción audiovisual están las siguientes:



Fig. 17. Esquema elaborado por los autores.

En estos procesos existen sub procesos para llevar a cabo la meta de comunicar, la similitud entre producción y comunicación consta de tres aspectos principales cuyos partes varían, en la producción, hay un mensaje un medio y un público, en comunicación emisor, mensaje, receptor ambas comunican intenciones.

#### 3.1 Preproducción

La preproducción “es la suma de actividades relacionadas con dos aspectos fundamentales de la preparación de un programa, es decir, el proceso de elaboración del guión y la organización de la producción.”<sup>86</sup> Es la clave de una producción organizada y estructurada en cuanto tiempos, se debe verificar el equipo, los permisos, la calendarización, costos, la información, entre otros aspectos que prevean cualquier imprevisto que afecte la grabación del audiovisual.

<sup>86</sup> Peñaflor Valdez, Neftalí, Luis Miguel Rivero López. *Manual de producción de televisión*. p. 18.

Steven Bernstein<sup>87</sup> sostiene que la preproducción es considerada por muchos productores como el paso más importante de la producción pues si se prepara adecuadamente se ahorra tiempo y dinero. Este proceso se debe hacer a nivel profesional o personal para todo tipo de grabación.

En esta primer etapa del proceso de producción se adoptan todas las decisiones y se realizan los preparativos previos a la grabación o realización del producto, se detalla la información en juntas, recopilación de datos, relaciones públicas para entrevistas, permisos de locaciones, etc., Michael Rabiger nos dice que “en lo que se refiere al documental, incluye la elección del tema: los trabajos de investigación, la formación de un equipo; escoger a un equipo de filmación que serán necesarios, y las decisiones en cuanto al sistema, los detalles, el programa y horarios de rodaje.”<sup>88</sup>

Debemos tener en cuenta algunos aspectos esenciales en el ámbito de la preproducción para la planificación y ejecución del levantamiento de imagen de un audiovisual; a continuación se detallan algunos de ellos que sirven como base estructural para no atrasarse a la hora de las grabaciones, es decir, saber los imprevistos con que se cuentan, ventajas, qué se va a utilizar, hacer, cuándo, dónde y otros elementos.

Existe un formato de producción que sirve para planificar el tiempo de las tareas ha realizar en cada grabación contemplada: **La calendarización**. Consiste en llevar un orden cronológico, se miden los tiempos para distribuirlos y prever cualquier contratiempo; este formato varía de acuerdo a la institución o empresa, el formato se adapta a su plan de trabajo y tiempos requeridos para el levantamiento de imagen. (Véase anexo 1)

En cada equipo de trabajo existen roles a desempeñar y **los organigramas** ayudan a determinar mediante escalafón las funciones de todos y cada uno de los que conforman al equipo de producción, cabe señalar que si un miembro del equipo falla, la producción se viene abajo, por lo

---

<sup>87</sup> Bernstein, Steven, *Producción cinematográfica*. p. 333.

<sup>88</sup> Rabiger, Michael. *Dirección de documentales*. p. 29.

que se debe ayudar y asumir en ocasiones roles que no nos corresponden y que pueden ser rotatorios; a continuación se detallan algunos de ellos.<sup>89</sup>

**PRODUCTOR.** Tiene el rol de llevar a cabo la organización, control y administración de los recursos humanos, económicos y técnicos que se requieran para la elaboración del producto audiovisual, el lleva la pauta de mando para determinar las decisiones que rigen a la idea principal.

**REALIZADOR.** El papel a veces suele separarse del de productor, el realizador se encarga de llevar a cabo la producción del audiovisual, a veces funge el papel de productor se responsabiliza de asuntos de producción como la creación visual, la búsqueda del talento artístico, la dirección, la puesta en escena, la interpretación y supervisión de las operaciones de cada individuo del equipo de producción; tiene el conocimiento de la idea principal y del manejo sobre el lenguaje audiovisual para aplicarlo en la grabación.

**DIRECTOR DE ESCENA.** Tiene a su mando la caracterización e interpretación sobre los personajes y el *staff* técnico para dar seguimiento a la grabación, sigue especificaciones del realizador, el director de escena indica el momento, movimientos en locación o estudio y coordina la actuación de los personajes.

**INGENIERO DE AUDIO.** Es el encargado de una parte esencial del video, verifica niveles de audio, diagnostica que no repercuta algún otro sonido en la grabación, asesora técnicamente del equipo adecuado para la grabación y lo referente al sonido.

**CAMARÓGRAFO.** Sus funciones esenciales son de captar el encuadre de los planos y composiciones visuales que determine el realizador, puede apoyarse de un guión técnico o de las observaciones que le haga en el momento el encargado de la grabación. Debe hacer los movimientos de cámara adecuados y estar capacitado para conocer el lenguaje audiovisual para su aplicación.

---

<sup>89</sup> En el ámbito profesional se determinan y especifican las obligaciones de cada rol, existen definiciones técnicas para cada una de ellas, sin embargo, el desglose que realizamos es el significado que retomemos al desempeñarnos en el medio de Televisión Educativa y es el que allí se maneja para los papeles que describimos.

ESCENÓGRAFO. Tiene la responsabilidad de diseñar y coordinarse con el equipo de trabajo que elabora un ambiente para la grabación, sea el decorado y las características necesarias para recrear un ambiente creíble para el espectador, está en contacto con el iluminador ya que el trabajo a la par permite darle una sensación determinada al estudio de grabación.

ILUMINADOR. Diseña el ambiente regido por luces, crea efectos visuales conforme a la utilización de diversos recursos técnicos y tecnológicos, uso de *gobos*, control del tiempo de iluminación, posición de luces, entre otras; recibe indicaciones del productor para crear un ambiente con base a su conocimiento y manejo acerca de la iluminación.

EDITOR. Crea y arma una secuencia lógica del contenido de la grabación, manipula con base en su experiencia las imágenes en un programa de edición, crea efectos visuales y sonoros en su trabajo con la finalidad de mantener la atención del espectador.

SWITCHER. Tiene como papel principal, el mezclar imágenes en locación, su trabajo se rige a través de la visualización de las pantallas que transmiten lo que las cámaras captan; conoce y opera el *switcher* de la cabina de producción y recibe instrucciones del realizador y productor.

ASISTENTE. Su tarea principal es apoyar en toda actividad en la que el productor o realizador no pueda estar presente, es esencial para llevar a cabo todo tipo de tarea. Es la guía del productor y realizador, en él recae la responsabilidad de que todo esté listo para llevar a cabo la realización del video, es la mano derecha del realizador.<sup>90</sup>

Las definiciones anteriores son una descripción que se maneja en el *argot* de televisión educativa de la UPN, si bien, cada Institución o empresa maneja términos distintos, nosotros lo adecuamos con base en la experiencia recogida a través del tiempo que hemos trabajado en la institución educativa de la UPN.

---

<sup>90</sup> Si bien, la propuesta para este video tutorial es dirigido a la comunidad universitaria de la Universidad Pedagógica Nacional, que no tiene ningún conocimiento del lenguaje audiovisual, es necesario resumir algunos de los roles que en el ámbito de la producción audiovisual existen como equipo de trabajo para llevar a cabo en cualquier grabación.

Sin embargo, algunos de estos roles se desempeñan en grabaciones profesionales, no obstante en ocasiones no se cuenta con el presupuesto suficiente para todo este personal, por lo que, el *staff* de producción debe ser multifuncional; los organigramas de trabajo varían de acuerdo a empresas e instituciones; en este caso veremos el ejemplo de un equipo de producción. (Véase anexo 2)

**La escaleta**<sup>91</sup> es un formato para dar orden a las secuencias a grabar. Es útil en programas radiofónicos como en producciones de video, da pauta de un tema a otro y su utilidad es importante para diversos programas.

En la escaleta se lleva cronológicamente el momento de grabación o transmisión que corresponde a cada tiempo designado para que no exista imprevisto alguno. (Véase anexo 3)

Otro paso del proceso de producción es el **Casting** en él se realizan las pruebas pertinentes al talento o reparto de un programa a grabar, aquí asimilan el papel los personajes y son asignados de acuerdo a las características físicas, sociológicas y psicológicas que determinen los productores o los encargados en la selección del talento, así brindarán la oportunidad a los que son adecuados para intervenir en la grabación.

Una base que apoya la visión de la toma es el **Story Board**, éste sirve como guía que lleva el desarrollo paso a paso para la realización del video, a veces la idea se puede expresar mejor dibujándola y ese es el principio del *story board*. Existen varios formatos, pero el principio básico es hacer una viñeta con los elementos como se desea que aparezcan a cuadro en pantalla.

Se puede plasmar de arriba hacia abajo o de manera horizontal de izquierda a derecha, lo importante es poner el diálogo y el orden del video, estas indicaciones son dibujos de las acciones que se requieren para los personajes, inclusive pueden marcar diálogos.

---

<sup>91</sup> Las propuestas para formatos no están establecidas como formales, son una base a la que se recurren en la Universidad Pedagógica Nacional, recordemos que cada empresa o Institución suele manejar formatos distintos para llevar a cabo las observaciones y requisitos para el proceso de una grabación, por ende, lo que señalamos es una recopilación de datos funcionales para cualquier persona que quiera organizar la producción general de su producto.

Todo guión se somete varias veces a revisión y a correcciones, el caso del *story board* no es la excepción. Generalmente a la viñeta se le añaden flechas para indicar hacia donde transcurre la acción, así como los números que indican las escenas de cada secuencia. (Véase anexo 4)

En el desglose de necesidades o **Break Down** los asistentes junto con coordinadores de producción organizan rigurosamente las necesidades requeridas en cada grabación sea por día, mes o su totalidad; en este formato se escribe la secuencia y las características de los planos, el vestuario a utilizar, los accesorios que portan los actores, el lugar o locación donde se realizará la grabación si es de día, tarde, noche, si es interior o exterior, dónde puede ubicarse la escenografía, así como también los números telefónicos de las personas a contactar por algún imprevisto, etc. En este formato se anotan observaciones que prevean contratiempos con el *scouting*.<sup>92</sup> (Véase anexo 5)

Para la realización de un video en ocasiones se requiere del **patrocinio** para obtener un presupuesto y apoye la grabación del producto, esta situación se lleva a cabo con la promoción de productos de esa empresa y teniendo como respuesta una ayuda económica o de utilería, el acuerdo para apoyar la grabación se logra a través de reuniones de relacionistas públicos, coordinadores y productores.

En el patrocinio se busca solventar gastos con ayuda de terceros para salir beneficiados en diversos aspectos, no existe un formato como tal, pero si hay oficios que avalen los acuerdos o contratos legales que determinan las reglas a respetar.

Por otro lado, prever elementos, locaciones o lugares donde se grabará, es todo un proceso cuya revisión es conocida como **scouting**. Éste permite investigar previamente los lugares de grabación, verificar “todos” los requerimientos para la grabación; informes para adquirir el permiso de los responsables del lugar que permitan llevar a cabo el levantamiento de imagen. Hay que tener en cuenta pros y contras de cualquier imprevisto; las condiciones cambian cuando se graba en locación y son muy distintas en estudio, es necesario, conocer el espacio físico para grabar el video.

---

<sup>92</sup> Consta de visitar el lugar de grabación para prever imprevistos y darles solución, es verificar que el lugar cuente con todos los requisitos para la grabación.

Un ejemplo es el de investigar si existe o existiría una fuente de interferencia en dado caso de que se trabaje con audio ya que existen micrófonos cuya frecuencia captan sonidos que afectan la grabación. Este ejemplo suele ocurrir en una entrevista, el micrófono puede captar ruidos que no pertenecen al audio original como música, pláticas, etc. Conocer las características técnicas de nuestro equipo y lo que pueda existir en el lugar de grabación es importante para prever este tipo de incidentes.

Tomando en cuenta los imprevistos que se observen en el lugar de grabación, se puede preparar su solución y llevar a cabo el levantamiento de imagen sin obstáculo alguno. (Véase anexo 6)

Para este tipo de soluciones e inconvenientes es importante conocer los espacios físicos, instalaciones eléctricas, salas, sanitarios, comedores, aulas, oficinas por ello, la coordinación y organización de la producción es de suma importancia para preverlos, si llegan a presentarse hay que darles solución inmediata para que no se susciten otros.

**La planta de piso** es un formato que indica la ubicación de las instalaciones eléctricas y estructuras de un estudio o locación, este diagrama sirve como base para diseñar la posición de luces, lámparas y demás elementos para la grabación; marca el diagrama eléctrico que alimenta el lugar, puede inclusive señalar la posición de las cámaras, escenografía. Este formato lo debe tener todo el equipo de producción ya que es de vital conocimiento para el contacto entre iluminadores, camarógrafos, *floor manager*, escenógrafos, talento; y así la grabación se lleve a cabo exitosamente, en la planta de piso se anotan los requerimientos que hacen falta en estudio o locación. (Véase anexo 7)

Otro accesorio importante en el proceso de la grabación es el **equipo técnico**, estos aparatos tienen vida limitada y para prever posibles fallas técnicas se les tiene que dar mantenimiento preventivo y en ocasiones correctivo; es importante contar con un respaldo de equipo -aunque éste no sea de la misma calidad- en caso de falla puede sustituirse por otro, el manejo y cuidado de éstos responde al buen uso y cuidado que le den los responsables de cada área.

Los ingenieros de audio cuidan sus consolas, cables, conectores, audífonos, micrófonos, etc. Cada responsable debe hacer lo mismo, porque es la herramienta de trabajo diario y si falla alguno de ellos se atrasa la grabación; los camarógrafos ven por sus cámaras, los iluminadores su equipo eso implica a que todos como parte de un equipo deben comprometerse con el cuidado de los accesorios de trabajo.

El **equipo humano** es la parte esencial en una producción, los distintos roles que desempeñan las personas para que el éxito de la grabación se lleve a cabo hasta la entrega del producto es primordial, anteriormente se mencionó que la organización de este grupo de trabajo debe tener buena comunicación, respetar los roles y apoyarse unos con otros.

**La calificación** es la revisión detallada del material de video, en esta parte del proceso se depura la información en la selección de tomas perfectas que se grabaron, un ejemplo es el audio calificado o seleccionado de una entrevista; con la calificación, esa entrevista de una hora de duración se puede resumir a cinco minutos.

En la calificación se selecciona y ponen las fallas que se encuentran sobre lo grabado, se detalla, se describe y se escribe paso a paso cada toma, secuencia, *clip*, *bin* o lo que se califique. Se hacen las anotaciones correspondientes del día de grabación, personas que asistieron, duración de lo calificado, tiempo de entrada y tiempo de salida acompañado de la descripción de lo que allí se observa. (Véase anexo 8)

### **3.2 Guión técnico y literario.**

Para comenzar a desarrollar una idea es necesario sentarse a platicar con el equipo de trabajo que colaborará en la producción, en la reunión se ven los objetivos para la realización del producto; es menester, tener la estructura básica para escribir un guión ya que éste es la materia prima para iniciar el trabajo; sin una buena estructura del guión difícilmente se obtendrá un resultado de calidad.

Ahora veamos las siguientes preguntas a responder para iniciar con el proceso de producción.

¿Por dónde comienzo?

¿Cómo puedo expresar mi idea?

¿Cómo puedo calcular cuánto tiempo necesito para grabar?

¿Cuántos días se llevará mi proyecto?

¿Cómo elijo las escenas, los escenarios, los sonidos, los actores, la música y los diálogos para mi proyecto?

¿A quiénes voy a grabar?

¿Qué voy a grabar?

¿Cómo y con qué equipo grabaré?

El primer paso para escribir un guión es tener claro los objetivos del contenido de lo que se quiere grabar; conocer qué es lo que se quiere comunicar y saber con qué recursos técnicos y humanos se cuenta o se requiere.

No siempre es sencillo expresar una idea para que otros la comprendan, por eso se recomienda comenzar con un resumen de lo que se desea tratar en el producto audiovisual, allí se especifica quiénes aparecen, dónde, cuándo y cuál es finalmente la historia o historias a tratar dentro de la grabación. Este resumen se le conoce como **sinopsis**. Ésta es la redacción de forma breve que brinda algunas respuestas conteniendo el mayor número de datos “visuales”, para la estructura del video. Siendo necesario preguntarse y/o tener presente el por qué, quién, cómo, qué, cuándo y dónde.

Cuando todo está previsto, el presupuesto, el guión, el equipo técnico y de producción; el productor debe decidir qué temas se abordarán y responderse lo siguiente:

**¿Por qué?** Es el objetivo del video. Naturalmente se requiere de alguna sistematización para abordarlo y cubrirlo.

**¿Quién?** Es el público objetivo a quien va dirigido nuestro producto. Tiene que estar definido con un estudio acerca del grado escolar, la edad, el entorno o formación social, y con base en los resultados pensar en el tratamiento del contenido para mostrar.

**¿Qué?** Se refiere a la definición de los contenidos del programa los que podrán observar en todo el tiempo que dure el programa. En esta etapa de planeación se debe hacer la lista de las necesidades de la producción.

**¿Cómo?** Es el factor de cómo expresar lo que se transmitirá. Es muy importante la selección de los recursos o estilos de expresión tanto visual como verbal apropiados para comunicar adecuadamente cada segmento del mensaje del producto audiovisual.

Al contestarse las interrogantes, se podrá escribir la idea detallada con los pasos a seguir para que la grabación tenga estructura y para esto el siguiente paso es el desarrollo de un guión, éste se divide en dos, el técnico y el literario.

**El guión técnico** es una serie de instrucciones precisas para los camarógrafos, los que planean la dirección, los que buscan las locaciones, para que los actores y editores conozcan las indicaciones que se especifican en el guión. Es necesario que todos y cada uno de ellos conozcan el uso del lenguaje audiovisual. También se puede indicar en este tipo de guión los efectos y transiciones a utilizar. Principalmente indica los diálogos y donde cortar cada escena y cada diálogo; también especifica en qué momento se inserta la música.

Las instrucciones del guión para una grabación indica la necesidad de conocer el lenguaje audiovisual para evitar problemas o dificultades técnicas y no tener imprevistos en la producción, en el guión técnico se leen las indicaciones que sirven para coordinar, planificar, organizar y realizar la idea central del video en edición y grabación. (Véase anexo 9)

Por otro lado, existe el **guión literario** que transmite información suficiente para que el lector visualice lo que observará en la pantalla, por ejemplo: el cómo transcurre el diálogo, cómo actúan los personajes y con qué objetos interactúan, este guión menciona los diálogos y la forma de representación sin especificar los pormenores de la producción. Una vez finalizado lo literario se pasa al guión técnico, que describirá con detalle el cómo de la realización -pequeña parte de la producción- se trabajará en conjunto con otros elementos para que con el manejo del lenguaje audiovisual, se grabe toda esa información.

Este guión describe lo que se mostrará y escuchará en la radio, video, teatro, cine. Se usa para tratar obras de ficción. Involucra división por escenas, acciones de los personajes o eventos, diálogo entre talentos -o en su caso para la propuesta del video tutorial la conducción del anfitrión- lo anterior se complementa con breves descripciones del entorno en el que acontece la acción así como el énfasis que empleará el talento.

El guión literario es la forma sencilla para plasmar la idea del proyecto, permite desarrollar la historia a tratar. Se utiliza en los géneros dramáticos ya que de manera escrita cuenta una historia. Este tipo de guión tiene sus primeras referencias en los argumentos utilizados en teatro y cine, además traza una estructura sólida para la coherencia en el argumento a tratar, se vale de situaciones atractivas, introducción, desarrollo, clímax y desenlace. Es de ayuda para personajes y conductores que asimilan su papel para expresarse. Este formato concentra la creatividad e inventiva del guionista para crear y recrear historias y darle forma a ese escrito ante micrófono, pantalla o escenario. (Véase anexo 10)

### **3.3 Producción y realización del material audiovisual.**

En este apartado se mencionan los aspectos que se llevan a cabo durante la realización o grabación de un programa o de un video, es decir, las herramientas básicas que debe saber el camarógrafo, el productor, el asistente, el director de cámaras, de escena, entre otros.

Como ya vimos, cada técnica tiene distintos significados, sin embargo, depende de la intención del producto -en este caso del video tutorial- que puedan combinarse con la creatividad del realizador; este tipo de técnicas logran trabajos personales y estéticos, eficaces y de buen impacto ante los espectadores. En conjunto, la utilización adecuada de estas técnicas en campo, locación u otras, tienen atracción en los receptores y logra su objetivo, comunicar.

### **3.4 Planos**

El plano es la unidad básica del video, determina lo que se va a mostrar y también la duración de acuerdo a la intención. El espacio-tiempo son elementos que maneja el productor o realizador al momento de grabar; el orden y ritmo de las grabaciones se llevan posteriormente en el proceso

de edición. Con los ejemplos que ilustran esta parte del lenguaje audiovisual, se observará que el espacio a cuadro o en la pantalla se rige de acuerdo a la figura humana.<sup>93</sup>

El plano es considerado la unidad mínima en sentido televisivo para plantear un tiempo y espacio determinado; éste se verá compuesto por encuadre, ángulos, movimientos de cámara, composición de imagen. Sin embargo, el manejo de este lenguaje audiovisual es combinado con base en la intención del producto y de acuerdo a la creatividad del productor.

Los planos son de tres tipos. Lejanos, medios y cercanos; la división de cada plano se divide en tres rubros: los generales son descriptivos, porque detallan el lugar donde se desarrolla la acción, la figura humana apenas es visible. Los planos medios son empleados para los diálogos, son emotivos porque muestran las características propias de los personajes. Los cercanos son psicológicos, tienen gran carga emotiva y acercan más al espectador a visualizar detalles, a continuación se ejemplifican cada uno de estos planos.<sup>94</sup>



**GRAN PLANO GENERAL o *extreme long shot*.** Ubica el lugar pero no al personaje, muestra dónde se realiza la acción, se usa en exteriores y muestra las características propias del ambiente.

---

<sup>93</sup> Cabe señalar que la recopilación para las definiciones de planos, ángulos y movimientos de cámara se proporcionan de acuerdo a varios cursos de capacitación en producción audiovisual, impartidos en distintas instituciones dedicadas a la capacitación de profesionales de la comunicación, CETE, ILCE, CAT Centro para el Arte y Tecnología, Educación Mac de APPLE, entre otros.

<sup>94</sup> Es necesario mencionar que las imágenes presentadas para ilustrar esta parte del lenguaje audiovisual son fotografías tomadas durante la grabación de las escenas para la propuesta del video tutorial. Imágenes presentadas por los autores de este trabajo que buscan ejemplificar el cómo se observa lo que se graba y el cómo se debe realizar.



### **PLANO GENERAL LARGO o *very long shot*.**

En este plano se visualizan las características descriptivas del ambiente, se usa en locación o estudio y su apertura es menor que la anterior, los personajes apenas se distinguen.



### **PLANO GENERAL o *long shot*.**

Muestra la figura humana completa, sin embargo, vemos más el entorno de la persona; se emplea para plantear la escena de modo que el espectador conozca a los personajes y el lugar de acción.



### **PLANO GENERAL CORTO o *full shot*.**

Aunque el ambiente aun está presente, el punto de referencia es el sujeto; el plano es descriptivo, el espectador se concentra más en la toma porque resalta el sujeto, este tipo de plano es personalizado y descriptivo puede presentar alguna actividad que se realice en el contexto.



### **PLANO AMERICANO O DE RODILLAS o *médium full shot*.**

Aproxima más la figura del sujeto, abarca parte de las rodillas a un poco arriba de la cabeza, acerca al sujeto o a la acción que realiza.



**PLANO MEDIO, PLANO DE CINTURA o *médium shot*.** En este plano se presenta al sujeto de la cintura a un poco arriba de la cabeza, es un plano medio porque permite describir la acción y ubicar al actor en el espacio donde se desenvuelve, es ideal para los diálogos.



**PLANO CERCANO o *médium close up* o *bust shot*.** El plano se concentra en una parte esencial: el rostro del sujeto. Detalla características propias del personaje, tiene un valor expresivo; realza la figura humana y se puede observar a detalle. Es esencial para colocar un súper o cintillo, el cuál es la identificación de la persona que vemos en pantalla.



**PLANO DE HOMBROS o *close up*.** Muestra las reacciones del personaje, detalla sus características físicas, expresivas o sentimentales. Los planos cercanos son de carácter “psicológico” ya que adentra al espectador con emociones propias de la persona a cuadro.



**PRIMER PLANO o *big close up*.** Capta las reacciones del personaje, los primeros planos son muy fuertes por su calidad expresiva; el espectador puede observar algo que no haya podido ver en otro plano y complementa su visión hacia lo que observa en pantalla, la rapidez para presentar este plano depende de la duración que el realizador quiera darle.



### **GRAN PRIMER PLANO o *extreme close up* o plano detalle.**

Describe aspectos íntimos o adentrados de la acción o del sujeto, su valor es mucho más expresivo, es una referencia al espacio y su efecto es fuerte para el espectador. Detalla las características propias del sujeto u objeto, puede utilizarse como refuerzo para ilustrarlos detalladamente.

El plano se rige también dependiendo del número de personas que aparezcan en pantalla, cuando aparece una persona se le denomina *one shot* (1S) cuando salen dos personas *two shot* (2S) más de tres personas es *group shot* (GS).

En este apartado es necesario recalcar que existen 10 tipos de planos que se dividen de lo general a lo particular; los planos generales o lejanos son de carácter informativo, describen espacios, ambientes y entorno en el que se desarrollan las acciones. Los planos medios son de carácter de relación a la acción, indicados para los diálogos o la interacción con lugares, sitúan el lugar de la acción y permiten observar el desplazamiento del personaje.<sup>95</sup>

Los planos cerrados acentúan los tonos expresivos de las personas en pantalla, se caracterizan por el peso dramático o emocional del sujeto, su valor psicológico lo lleva en su acercamiento y el apego que tiene el espectador con lo que observa; se usan para enfatizar expresiones o detalles del ambiente. (Véase anexo 11)

### **3.5 Ángulos**

Así como existen diversos planos con peso o carácter psicológico para influir en el video, también se hallan diferentes tipos de ángulos –verticales, horizontales y laterales- entorno a los ejes de nuestro espacio, vista y posición de cámara, en este caso a los verticales los llamaremos “Y”; horizontales “X” y laterales “Z”.

---

<sup>95</sup> Es necesario hacer uso de lo reiterativo en este tema, ya que es la premisa principal de la que nos basamos para el contenido de la propuesta del video tutorial.

## Tipos de ángulos

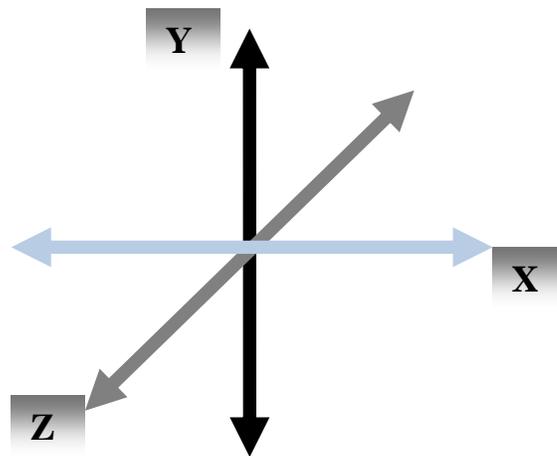


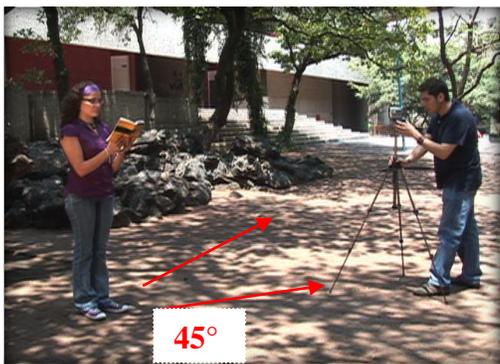
Fig. 18. Imagen propuesta por los autores.

### Ángulo horizontal, eje "X".

ÁNGULO DE FRENTE O **NORMAL**: La cámara se ubica de frente al personaje. Este ángulo se asocia a una vista objetiva dado la cercanía que tiene con el espectador como si éste estuviera interactuando con el personaje en pantalla; provoca tranquilidad o enojo según la intención.



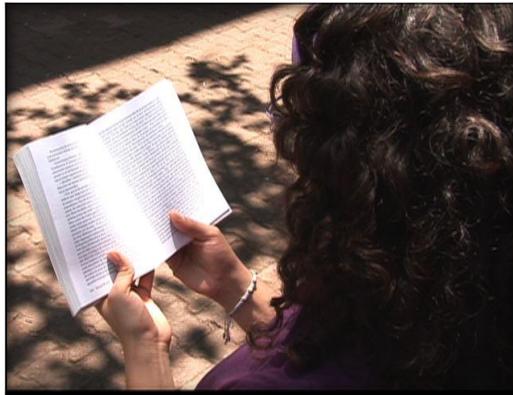
**ÁNGULO DE TRES CUARTOS:** Se emplaza la cámara aproximadamente  $45^\circ$  con relación a la mirada del sujeto, permite visualizar una parte del rostro y fragmentos de la otra parte, el ángulo da una perspectiva de la imagen.



**ÁNGULO DE PERFIL:** La cámara se emplaza a  $90^\circ$  de la mirada del personaje, da la sensación de buscar lo que mira el actor hacia algo contiguo que está en pantalla.



**OVER SHOULDER:** La cámara se emplaza por atrás de los hombros del personaje, este ángulo permite tener la sensación de cercanía, se ve el punto de vista de la acción que desempeña el sujeto, por lo que, da un punto de vista casi subjetivo.



**ÁNGULO DE ESPALDAS O POSTERIOR:** Es opuesta a la frontal, detalla alguna acción que realiza el personaje en pantalla, este ángulo ayuda a descubrir el espacio donde se desarrolla la acción.



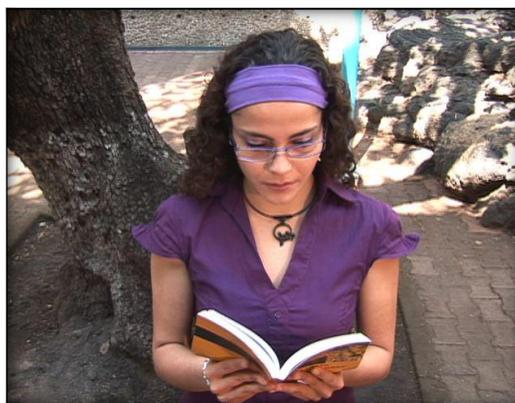
**LEY DE LOS 180°:** Esta ley menciona que no se rebasa una línea imaginaria trazada a espaldas de los personajes, si se rebasa el espectador se distraerá; cuando dos personas se encuentran en una entrevista y se rebasa esa línea, provoca que se invierta la posición de los sujetos en pantalla y cause incoherencia en el espacio a cuadro.<sup>96</sup>

**Ángulo vertical o eje “Y”.**

**CENITAL O “VISTA DE PÁJARO”:** La cámara debe posicionarse arriba de la cabeza del sujeto, describe el lugar donde se realiza la acción de acuerdo al espacio.



**ÁNGULO ALTO O PICADA:** La cámara se ubica por arriba del rostro del sujeto, este ángulo se asocia a la sensación de minimizar al personaje, propone un tono de inferioridad de acuerdo a la psicología generada con el ángulo y la naturaleza de la escena.



<sup>96</sup> Ley utilizada en los medios para las grabaciones en entrevista de dos personajes.

**EJE NORMAL DE LOS OJOS:** La cámara se posiciona al nivel de los ojos, este ángulo da la sensación del contacto directo entre él y su espectador, es descriptivo en cuanto a las emociones del personaje a cuadro por la cercanía visual que se tiene con él.



**ÁNGULO BAJO O CONTRAPICADA:** La cámara se emplaza por abajo del personaje en un ángulo de 60° hacia su mirada, este ángulo da la impresión de grandeza, da al personaje un rasgo de autoridad o algunas otras características como benevolencia; según la situación, intención y el entorno donde el realizador utilice el ángulo.



**NADIR:** Es la contraparte del cenital, este ángulo da la sensación de gigantismo, se utiliza en programas de baile por abajo de un cristal o acrílico se deja un espacio para el movimiento de la cámara muy por debajo del personaje.

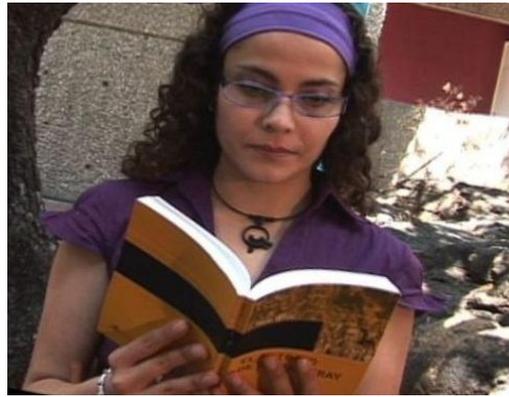


**GUSANO O RAS DEL PISO:** En esta toma se deja la cámara al ras del piso fija y el movimiento captado dentro de la pantalla se genera por la acción de los personajes.



### Ángulo lateral o eje "Z". Holandés o aberrante

En este ángulo se ladea el punto de vista de la cámara, rompe con la realidad y causa la sensación de desequilibrio a cuadro.



### 3.6 Objetividad, subjetividad, plano imposible.

**OBJETIVIDAD:** En este punto la cámara juega un nivel personal, asume un papel descriptivo y narra en tercera persona, los personajes se desenvuelven como si la cámara no estuviera presente y nunca la miran de frente.



**SUBJETIVIDAD E IMPOSIBLE:** Involucran al espectador, el personaje mira fijamente a la cámara, establece una relación directa, aumenta el impacto del diálogo. El **imposible** tiene su papel en la publicidad, se emplaza una cámara en un lugar donde sería imposible ubicarla, es subjetiva y como ejemplo puede estar dentro de un refrigerador, un vaso, en este caso dentro de una mochila.



### 3.7 Manejo y movimiento de cámara

Para darle ritmo y sensación a las imágenes que se graban, se puede recurrir al manejo y movimiento de cámara, los cuales permiten descubrir objetos personas, lugares, su utilización varía en tiempo, véase lo siguiente:

**ZOOM IN:** Esta herramienta se encuentra en los mecanismos internos de la cámara, se activa mediante el lente o el control de *zoom*, Se aprieta lentamente el botón hacia adelante y sirve para acercarse a un sujeto, objeto o acción a resaltar.

**ZOOM OUT:** Es la parte contraria del *zoom in*, se abre el lente de la cámara lentamente sin dejar de apretar el botón de *zoom* hacia atrás, el movimiento debe ser constante para evitar distraer al espectador, la función de éste es descubrir parte de algo a un todo de ese espacio.



**PAN LEFT:** El paneo a la izquierda consiste en llevar la cámara montada sobre el *trípíe* en su eje horizontal a la derecha, acompaña el desplazamiento del personaje y ubica el lugar de la acción; aunque el espacio sea limitado genera en el espectador una sensación de tiempo y espacio, en este movimiento se ubica al personaje y contexto en el que se desenvuelve.

**PAN RIGHT:** En este movimiento la cámara gira sobre su propio eje a la derecha, su utilización es la misma que la anterior, describe el movimiento del personaje mediante la acción y contexto en el que se desenvuelve.



**TILT UP:** Es un movimiento en el que la cámara montada sobre un *trípíe* en su eje vertical hacia arriba describe un objeto o acción, invita al espectador prever lo que verá y despierta su interés de lo que se le mostrará.

**TILT DOWN:** Movimiento a la inversa de la cámara en su eje vertical hacia abajo, en estos dos movimientos la velocidad debe ser regular y estable para terminar con una imagen fija, recordemos que ambos sirven para detallar y establecerse en un punto sin distraer al espectador.



**DOLLY IN:** Este movimiento requiere de un tripie profesional con llantas. Así, con este equipo el camarógrafo puede desplazarse hacia adelante del personaje sin utilizar el *zoom*, puede ir de un lado a otro, debe tener una superficie totalmente plana; es un seguimiento del personaje.

**DOLLY BACK:** Este movimiento se realiza con el *dolly* con ruedas hacia atrás, el piso debe estar liso totalmente para tener buena estabilidad sin distracción alguna para el espectador, este movimiento es de seguimiento sin interrupciones porque la cámara guía al espectador hacia el centro del cuadro, por ende, se debe justificar la duración y el tipo de movimiento.



**BOOM UP O PEDESTAL UP:** Para este movimiento se necesita de un *tripie* profesional hidráulico con aire que permita subir a la cámara sobre su propio eje a una toma fija, puede combinarse también con otros movimientos –*zoom*, pan- sirve para describir.

**BOOM DOWN O PEDESTAL DOWN:** La cámara baja sobre su propio eje, -sin hacer uso del *tilt*- sino de una herramienta que trae el *tripie* profesional, su uso es descriptivo pero tiene otras connotaciones con la combinación de diferentes planos, tiene estabilidad.

**TRAVEL IN Y BACK:** Son desplazamientos similares al *dolly*, permite acercarse y alejarse del sujeto sin interrupción y con uso de rieles. Mientras se realice este tipo de movimiento el espectador no debe tener distractores que aparezcan a cuadro.

**TRAVELLING CIRCULAR:** El camarógrafo rodea al personaje y se mueve girando 180°. El movimiento debe ser estable para dar al espectador la sensación de continuidad y así pasar este movimiento desapercibido, es descriptivo y permite situar un ambiente de manera atractiva.



Con las imágenes anteriores, se observa el cómo se vería en pantalla el uso del lenguaje audiovisual, grabado y aplicado con cualquier equipo sea casero, semi profesional o profesional. Es importante que en el momento de grabar se debe tener en cuenta todo lo que se presentó en el guión y de lo que ya mencionamos al proceso que se le conoce como preproducción; así funcionará mejor el armado del producto multimedia, es decir, se debe partir de lo que se quiere mostrar para grabarlo de esa forma y visualizar el producto tomando en cuenta todo lo que conforma una producción audiovisual.

### 3.8 Producción

La producción en sí, engloba desde el inicio al final del video, sin embargo, la realización es una pequeña parte de este proceso, es la grabación del producto audiovisual con imprevistos resueltos –en caso de que surjan- Para la realización se debe tener un método de producción dedicado y profesional con el conocimiento y manejo del lenguaje audiovisual y sobre todo del objetivo principal, “recuerda no descartar el conocimiento del tema y aspectos técnicos”.

### 3.9 Posproducción

La posproducción es uno de los últimos procesos que depura, califica y une imágenes con el fin de construir el producto comunicativo acordado desde el inicio; este audiovisual debe transmitir una intención o un sentimiento, en esta parte del proceso de producción llamada edición se hace el montaje de las imágenes grabadas y digitalizadas y se le da orden y ritmo a través del corte directo o efectos que influyan en el producto audiovisual.

Desde el punto de vista técnico, este proceso se realiza reproduciendo las señales de video y audio en un sistema digital de edición, para manipularlas tomas que se realizaron y darle coherencia a las secuencias con el armado de imágenes siguiendo la idea inicial y la creatividad del editor.<sup>97</sup>

La duración de cada corte dependerá de la cantidad de información que se quiera transmitir con cada imagen, la edición tiene los propósitos de seleccionar los archivos digitales con previa calificación de las mejores tomas grabadas posteriormente se capturan o digitalizan y se les da orden por escrito para armar la estructura, reordenarla, ajustar su tiempo y elevar su imagen.

La posproducción es el proceso cuasi final; allí se añaden elementos que crean la coherencia de lo que se verá, efectos de video, mezclas de pistas de sonido, efectos especiales, tridimensionales, texto; en la edición se necesita creatividad para utilizar disolvencias que sirvan para mostrar inicios y finales o transiciones de tiempo y lugar, colocar *supers* o cintillos; dar a los cortes, dinamismo, sincronía, ritmo de relación lógica.

En la posproducción se encuentran los pagos, las labores posteriores a la grabación levantamiento de equipo, juntas de revisión o *focus group* y por supuesto la entrega del producto final.

---

<sup>97</sup> Esta es la definición que el ingeniero y productor Arturo Santamaría Aldana de la Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE) proporciona a los alumnos en los cursos presenciales de Producción audiovisual que se dan en esa Institución.

### 3.10 Entrega del producto

Ya editado el o los programas, el video, el *clip*, la película, etc, se pone a disposición de productores e inclusive de algunos críticos para afinar últimos detalles y dar por terminado su ensamblaje en edición. Posteriormente se hace la transferencia para *dvd's*, películas, u otro formato. Su uso es variable: transmisión, venta, regalo, promoción, divulgación.

Para efectos de este trabajo, hemos observado el proceso de la producción audiovisual desde la idea, la preparación y organización, los guiones, y podemos asumir que es esencial el conocimiento del lenguaje audiovisual, el respeto de roles, la creatividad y el manejo del *software* de edición para terminar el video y transferirlo a un formato físico o digital.

Se enumeran elementos básicos, desde la premisa principal, formatos y permisos, sin embargo, la base es en este caso para la institución educativa de nivel superior, la Universidad Pedagógica Nacional, recordemos que cada empresa o institución pueden manejarlo bajo sus propios rubros. Es necesario recalcar que este trabajo surgió a partir de la preocupación para llevar a cabo una propuesta de video tutorial a estudiantes de la UPN, a través de la Dirección de Difusión y Extensión Universitaria, los alumnos de esa Universidad que no llevan alguna licenciatura afines de comunicación pueden con la información recabada en este trabajo para conocer el lenguaje audiovisual y aplicarlo en sus videos.

Con la utilización de herramientas tecnológicas como teléfonos móviles u otros dispositivos, los alumnos pueden emplear la información que aquí se proporciona de manera breve, los datos que se aportan se pueden llevar a la práctica en su grabación; la mayoría de los estudiantes hace uso de estas herramientas desde su ingreso a la Institución, presentan sus trabajos con videos, *podcast*, *chat*, etc. Por ello la importancia de dar a conocer de manera somera lo que no se aprende en la facultad, sino en la experiencia diaria desde el egreso de la carrera aplicando la teoría en la práctica diaria.

## Conclusiones

En los últimos años hemos sido testigos del acelerado cambio científico-tecnológico que ha dado lugar a la sociedad de la información, la aparición de las llamadas “nuevas tecnologías” como el teléfono celular, la computadora y la Internet han propiciado cambios innovadores en nuestra sociedad, provocando una auténtica revolución social, fundamentalmente por que ofrecen posibilidades de información y comunicación con el mundo y facilitan el desarrollo de nuevas habilidades y formas de construcción del conocimiento que anteriormente eran desconocidas.

Día con día las nuevas tecnologías se aceleran facilitando, evidentemente, la circulación de ideas y planteando nuevos desafíos sociales que se deben tomar de manera responsable.

Los jóvenes mantienen una estrecha relación con estas tecnologías ya que se han convertido en una poderosa herramienta que pone a su alcance y les facilita la información, la comunicación, y fortalece el desarrollo de habilidades y nuevas formas para construir el conocimiento y sobre todo una nueva forma de comunicarse entre ellos, los jóvenes están construyendo una cultura digital en la que ellos deciden cómo, cuándo y con quién se comunican.

No podemos negar que el gran avance que han tenido las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han venido a cambiar la forma en que los seres humanos trabajan, se relacionan y viven diariamente; la internet ha pasado de ser un recurso académico o de investigación y se ha convertido en un medio mundialmente disponible para los jóvenes, sobre todo para los estudiantes ya que las Instituciones educativas ponen a su alcance esta tecnología.

En este sentido el rápido progreso de las TIC ofrece oportunidades sin precedentes, impulsa niveles más elevados de desarrollo y reduce obstáculos sobre todo los relacionados con el espacio-tiempo, por lo que esta tecnología beneficia a millones de personas en todo el mundo. Pero no podemos perder de vista que esta tecnología solo es un medio y no un fin por sí misma.

Si generamos condiciones favorables y educamos sobre estas tecnologías, se pueden convertir en una herramienta eficaz para mejorar o incrementar la educación, el conocimiento, la

información y la comunicación, elementos esenciales para el progreso y bienestar de los seres humanos, en un ámbito mundial pueden promover el diálogo entre naciones y civilizaciones.

Los jóvenes integran la fuerza de trabajo del futuro, son ellos los principales creadores de ésta tecnología y por consecuencia, los primeros en adoptarla, por este motivo se deben fomentar sus capacidades como estudiantes, promover el uso de las TIC en todos los niveles educativos, la formación y el desarrollo de los recursos humanos.

En el uso y expansión de estas tecnologías hay que generar beneficios en todos los ámbitos de la vida cotidiana de los seres humanos, ya que éstas son importantes para todas las actividades y servicios que ocurren y se desarrollan en nuestra sociedad.

La educación es la que más nos interesa, ya que nuestros jóvenes dedican gran parte de su tiempo libre a navegar por internet y dentro de sus principales intereses se encuentran la realización de productos multimedia; muestran una gran fascinación por compartir sus experiencias personales o académicas con sus amigos y compañeros de escuela y la manera recurrente de hacerlo es por medio de videos o fotografías.

Basta con visitar el sitio *web YouTube* en donde se encuentran un sin fin de videos de jóvenes que en un intento por comunicar y compartir experiencias realizan proyectos personales en plataformas multimedia, las cuales se están convirtiendo en una nueva forma de expresión, donde los jóvenes plasman su realidad y la comparten con “amigos de todo el mundo”.

Con la realización de productos audiovisuales los jóvenes intercambian experiencias, se comunican, comparten información, socializan, protestan; los productos que generan no siempre cumplen su cometido inicial, algunas veces el nulo conocimiento del lenguaje visual o de las imágenes, hace que el objetivo principal para el que se realizó no cumpla su función o bien el mensaje que se pretendía mandar no sea del todo entendido o en su caso mal interpretado.

El lenguaje de las imágenes demanda un proceso de interpretación que implica un profundo desarrollo del pensamiento simbólico y metafórico. Nuestros jóvenes han nacido en un mundo

lleno de imágenes, íconos y códigos que le son familiares y frente a los cuales reaccionan con absoluta naturalidad, pero el desconocimiento de la decodificación del lenguaje audiovisual pone en desventaja a quienes frecuentemente se encuentran a merced del bombardeo de mensajes de los medios de comunicación.

La mayoría de nosotros hemos sido alfabetizados en el lenguaje verbal, nuestros primeros años de escolaridad están dedicados a aprender a leer y escribir, pero actualmente, este lenguaje ya tiene un competidor y lamentablemente nadie nos lo ha enseñado y no sabemos utilizarlo: el lenguaje audiovisual.

Tanto el lenguaje audiovisual, como el lenguaje verbal que utilizamos a diario cuenta con elementos morfológicos, una gramática y unos recursos estilísticos. Por lo tanto, está integrado por un conjunto de símbolos y normas de utilización que permiten comunicarnos con otras personas y diseñar mensajes claros y específicos. Es por esto que debemos señalar la importancia de implementar a la curricula escolar este lenguaje.

Uno de los objetivos de este trabajo es presentar la necesidad de incorporar el estudio del lenguaje audiovisual a la educación formal, es evidente que en nuestra sociedad se ha adoptado ya este lenguaje como modo de comunicación interpersonal, gracias a las tecnologías de la información y la comunicación. Hay que tomar en cuenta esta oportunidad que nos brinda la tecnología y sacarle el mayor provecho posible, no sabemos que pasara en los próximos años, pero debemos estar preparados para los cambios y adaptarnos lo mejor posible.

Es importante decir que los jóvenes no solo aprenden de la escuela si no que aprenden de todo en todo momento; aunque no se haga de manera consciente, aprender el lenguaje audiovisual hará a nuestros jóvenes más críticos y conscientes. Pero también se quiere fomentar la producción audiovisual en alumnos y jóvenes como forma de comunicación, expresión y reflexión, construir mensajes a partir de la integración de sonidos e imágenes, con el fin no solo de expresión entre ellos, sino como el diseño de material educativo para ser empleado en la escuela o trabajo profesional.

En la actualidad estamos viendo cómo la sociedad, especialmente los jóvenes, empiezan a adoptar este lenguaje como una forma de comunicación interpersonal. Como consecuencia de la introducción de nuevas tecnologías de la información y la comunicación estamos cada vez más cerca de este lenguaje de intercambio personal que se puede desarrollar a través de medios electrónicos de fácil acceso como el teléfono celular, cámaras de fotografía y video, teniendo como plataforma de salida la *web*.

La cultura audiovisual está cobrando gran importancia por lo que debemos impulsar nuevas estrategias y formas para alfabetizar a la población en general en este lenguaje que actualmente vive un *boom*, no debemos perder de vista que la cultura y la información que se genera en nuestros días tiene un carácter predominantemente visual y gracias a las tecnologías de la información circula a una velocidad vertiginosa que básicamente garantiza la Internet.

Como resultado del presente trabajo en conjunto los estudiantes de la Universidad Pedagógica Nacional tendrán a la mano un tutorial que les permitirá diseñar mensajes claros y oportunos, se podrán comunicar de forma clara y precisa y en algún momento emplearán estos conocimientos para el diseño de nuevas estrategias.

Si conocemos el lenguaje audiovisual, su gramática, la posición de la cámara, el movimiento de la misma y el montaje, tienen determinados efectos sobre el espectador, nos permitirá crear mensajes con una intencionalidad clara y sobre todo, consciente que se verá reflejada en una mejor comunicación.

## Anexo 1.

### Plan de producción o calendarización.

Este formato es solo un ejemplo, la información puede cambiar dependiendo la empresa, institución y producto, lo que debes recordar es que en el plan de producción se determinan las diversas actividades relacionadas con cada etapa de la producción.

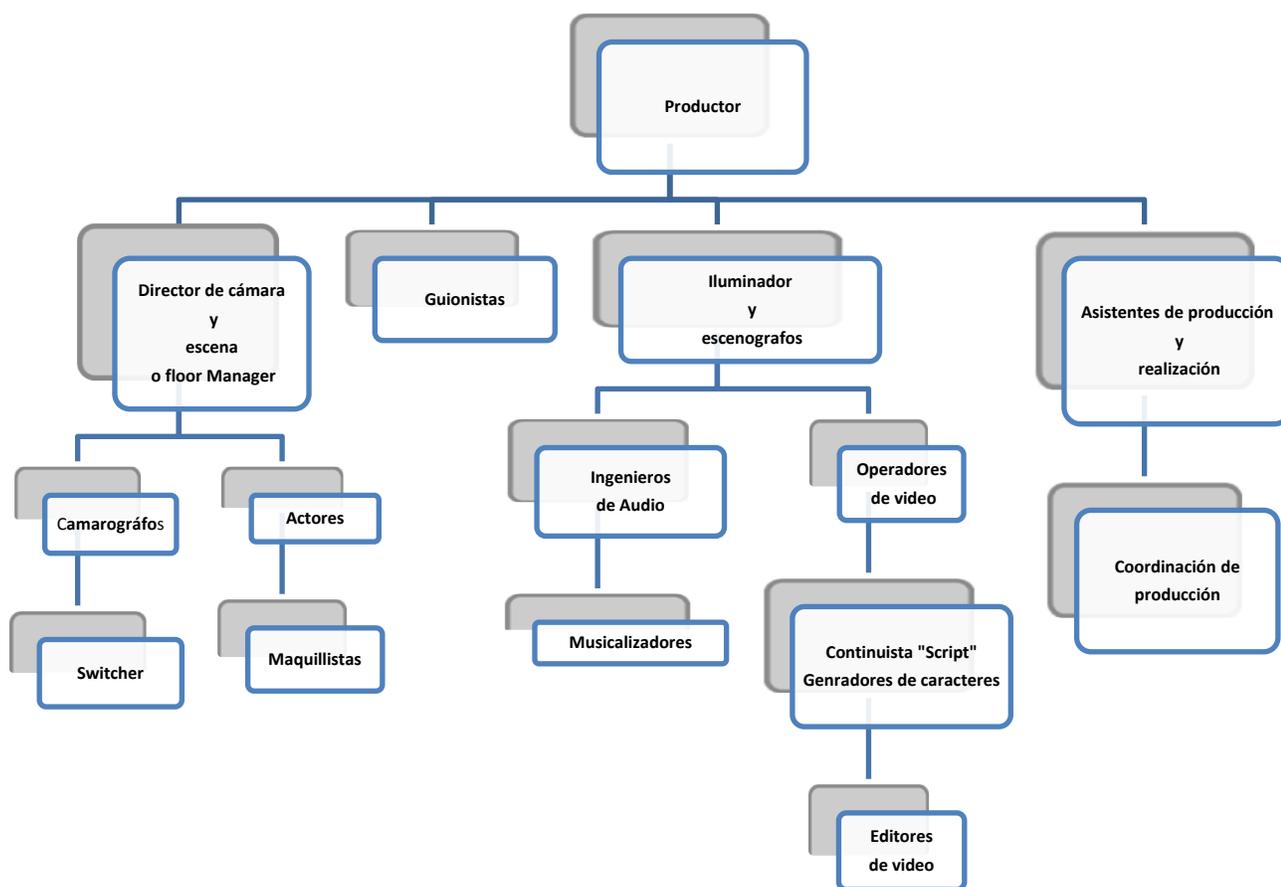
	Periodo						
	Locación	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
<b>Acciones</b>	Investigación (Oficina-UPN)	completo					
	Elaboración del guión (Aula Magna, UPN Ajusco)		completo				
	Grabación de audios FCPyS			3 y 10			
	Grabación con actores en la UPN			18 y 24			
	Grabación en croma del conductor. Estudio de TV-UPN				8		
	Calificación y digitalización					completo*	
	Edición y posproducción						completo*

\* No se tiene tiempo exacto ya que depende de la disposición del equipo.

## Anexo 2.

### Organigrama.

Este es el ejemplo de la estructura y roles del departamento de Televisión Educativa, recordemos que los organigramas se adaptan y pueden variar dependiendo de la empresa o institución a la que así lo requiera.



### Anexo 3.

#### Escaleta.

Este es solo un ejemplo, recuerda que se tratan de formatos que cada producción ajusta a sus necesidades y tipo de programa, lo que no cambia y es muy importante es que sepas cómo se adapta y abrevia el tiempo:

Horas: 1.

Minutos: 1´

Segundos: 1”

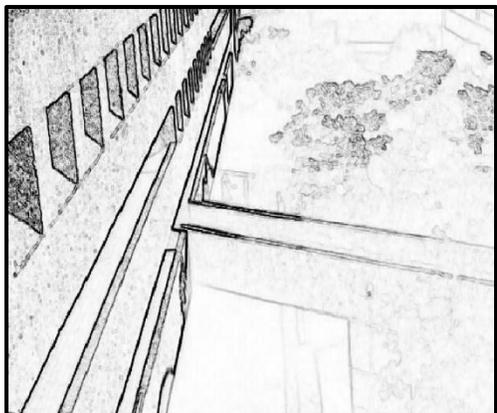
Ejemplo: 2 horas 10 minutos 15 segundos se abrevia así **2. 10´ 15”**

Tiempo del segmento	Tiempo total acumulado	Segmento	Técnica.	Objetivo
30”	<b>30”</b>	Pizarra silente con la identificación y presentación del programa.	Pizarra sobre negros con los datos del programa.	Identificar visualmente el nombre del programa.
5´	<b>5´30”</b>	Bienvenida al programa.	Conductor a cuadro sobre croma. (Manuel Olivar)	El conductor da la bienvenida al programa, hace una breve introducción y manda al primer <i>insert</i> de video.
5´	<b>10´30”</b>	<i>Insert</i> de video1 “planos”.	Cápsula de video sobre el uso y manejo de planos para el lenguaje audiovisual.	Se muestran y explican los diferentes planos visuales.
5´	<b>15´30”</b>	2da. Intervención del conductor.	Conductor a cuadro	Retoma y hace una breve sinopsis de la cápsula de planos. Manda al segundo <i>insert</i> de video.
5´	<b>20´30”</b>	<i>Insert</i> de video 2 “Ángulos”.	Cápsula de video sobre ángulos.	Se muestran y explican los diferentes ángulos visuales.

30"	<b>21'</b>	3ra. Intervención del conductor.	Conductor a cuadro.	Hace énfasis sobre los diferentes ejes en donde se aplican los ángulos y manda al tercer <i>Insert</i> de video movimientos de cámara.
5´	<b>26´</b>	<i>Insert</i> de video 3 "Movimientos de cámara".	Cápsula de video sobre movimientos de cámara.	Se muestran y explican los diferentes movimientos de cámara, su uso y aplicación.
1´	<b>27´</b>	4ta. Intervención del conductor.	Conductor a cuadro.	Da breve resumen de lo visto, comentario final y se despide.
1´	<b>28´</b>	Pizarra silente con los créditos institucionales para el programa.	Pizarra sobre negros con los créditos correspondientes del equipo de producción que elaboró el programa.	Identificar nombre de las personas que colaboraron con la producción y realización del programa, aparecen por orden jerárquico.

## Anexo 4.

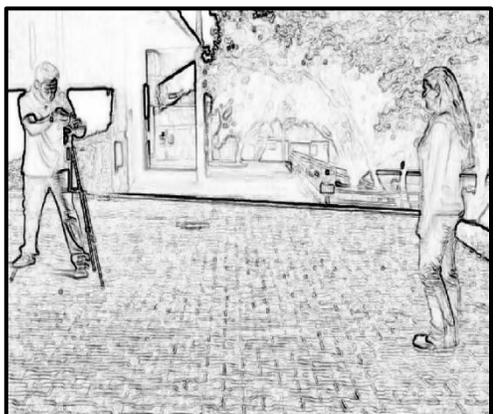
### Story board.



**ESC: 4 LOC: EXTERIOR EXPLANADA UPN.**

ACCIÓN: A lo lejos se muestra una pareja.

AUDIO: Plano general largo o *very long shot*. Muestra las características del ambiente, la dimensión del espacio representado es menor.



**ESC: 6 LOC: EXTERIOR EXPLANADA UPN**

ACCIÓN: Un hombre con cámara graba a una mujer.

AUDIO: Plano general corto o *full shot*. Aunque el ambiente aún está presente, la atención se centra en el personaje, es descriptiva, resalta al sujeto.



**ESC: 6 LOC: EXTERIOR EXPLANADA UPN**

ACCIÓN: Mujer modelando ante la cámara.

AUDIO: Plano general corto o *full shot*. Aunque el ambiente aún está presente, la atención se centra en el personaje, es descriptiva, resalta al sujeto.

## Anexo 5.

### **Break down o desglose de necesidades.**

Es una guía para la realización en éste se desglosan todos los recursos técnicos, escenográficos y artísticos.

Int/ Ext	Día / Noche	Sec.	Descripción de la escena	Locación	Actores	Requerimientos	Observaciones
Int.	día	1, 2 y 3	Conductor a cuadro da la bienvenida y da la introducción.	Estudio UPN.	Manuel Olivar.	<i>Chroma Green.</i>	No traer ropa azul, negra o verde. Se graba presentación e introducción de <i>insert</i> de planos.
Int.	día	1, 2 y 3	Conductor a cuadro hace introducción al bloque de ángulos.	Estudio UPN.	Manuel Olivar.	<i>Chroma Green.</i>	No traer ropa azul, negra o verde.
Int.	día	1, 2 y 3	Conductor a cuadro hace introducción al bloque de movimientos de cámara.	Estudio UPN.	Manuel Olivar.	<i>Chroma Green.</i>	No traer ropa azul, negra o verde.
ext	día	4-13	Se ve una mujer joven posando frente a la cámara, la maneja un personaje y se ejemplifican los planos visuales.	Explanada principal UPN.	Morgan Brunot. Irvin Amezcua.	Maquillaje, Accesorios, cámara, tripie, reflector de luz, extensiones de luz.	Se graba todo el <i>insert</i> de planos. La vestimenta de los actores tiene que ser juvenil.
ext	día	4-13	Se ve una mujer joven posando frente a la cámara, la maneja un personaje y se ejemplifican los ángulos visuales.	Explanada de ingreso UPN.	Lizbeth Negroe. Irvin Amezcua.	Maquillaje, Accesorios, cámara, <i>tripie</i> , reflector de luz, extensiones de luz.	Se graba todo el <i>insert</i> de planos. La vestimenta de los actores tiene que ser juvenil.

**Anexo 6.**

**Scouting.**

El *Scouting* son las inspecciones generales del lugar de grabación, verificar que reúna los requisitos para llevar a cabo la grabación sin contratiempo alguno, su formato varía dependiendo necesidad, programa, empresa e institución.

Nombre del Programa \_\_\_\_\_

Productor: \_\_\_\_\_

Dirección de locación	Sinopsis/decoración. Int/ext. Día/noche
-----------------------	---

Datos del contacto directo \_\_\_\_\_

Autoriza: \_\_\_\_\_

Nombre y cargo: \_\_\_\_\_

Dirección/teléfonos: \_\_\_\_\_

Observaciones sobre el espacio: \_\_\_\_\_

**Necesidades técnicas**

Cámaras y accesorios \_\_\_\_\_

Audio: \_\_\_\_\_

Iluminación: \_\_\_\_\_

**Servicios en general**

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Observaciones: \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

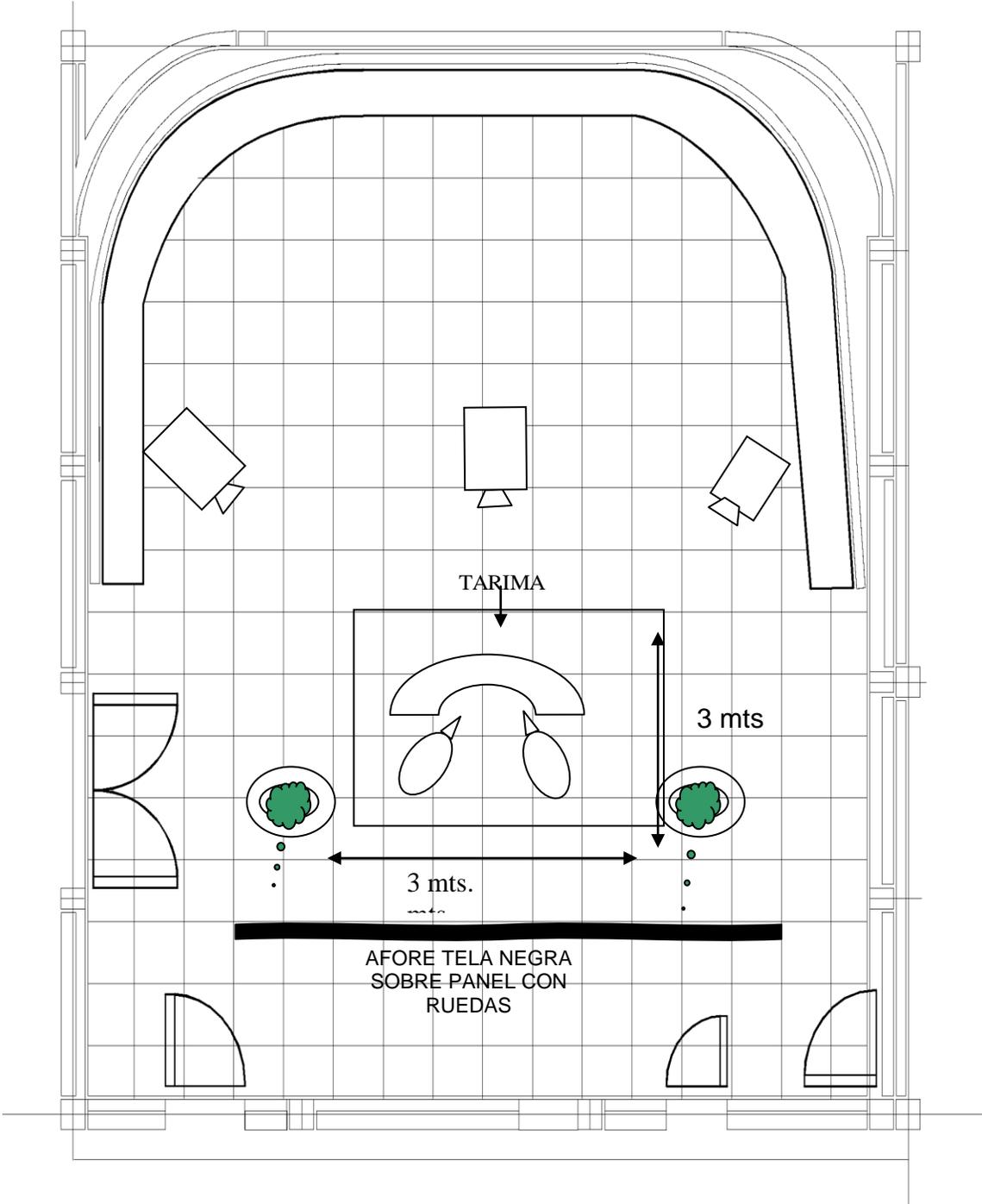
Croquis de localización:

Anexo 7.

Planta de piso

Programa informativo 2 personas

Esta planta corresponde al estudio A del Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa



## Anexo 8.

### Calificación.

Ejemplo de la bitácora de calificación para el material video gráfico.

Cinta	Tiempo		Descripción	Duración
1	00:01:02:00	00:10:15:00	Hombre graba a una mujer en el centro de una explanada. Está representando los planos lejanos audiovisuales.	9 min.
1	00:25:10:05	00:40:09:05	Hombre graba a mujer en el centro de una explanada. Representa la postura de los planos medios audiovisuales.	15 min.
1	00:43:19:00	01:02:01:05	Hombre graba a una mujer modelo en el centro de una explanada. Representación de los planos cercanos audiovisuales	19 min.
2	01:02:00:00	01:18:05:00	Hombre graba mujer que lee un libro. Representación de ángulos horizontales.	16 min.
2	01:25:15:00	01:42:08:10	Hombre graba a una mujer leyendo un libro. Representación de ángulos verticales del lenguaje audiovisual.	16 min.
2	01:50:12:00	01:59:10:00	Hombre graba mujer representando los movimientos de cámara del lenguaje audiovisual.	9 min.
3	02:22:10:12	02:33:00:05	Hombre graba a una mujer que camina leyendo un libro. Representa de los movimientos de cámara.	11 min.

## Anexo 9.

### Guión técnico.

En este formato se especifican las indicaciones técnicas para la producción y posproducción.

Propuesta de guión técnico: José Ramón Rodríguez García y Concepción Zamudio Cabrera.

Título: Video tutorial sobre el lenguaje audiovisual para la realización de productos multimedia para alumnos de la Universidad Pedagógica Nacional.

VIDEO	AUDIO, CONDUCTOR
<p><b>APARECE TÍTULO SOBRE NEGROS:</b></p> <p>“VIDEO TUTORIAL DE LOS FUNDAMENTOS BÁSICOS PARA LA REALIZACIÓN DE VIDEOS EDUCATIVOS EN ALUMNOS DE LA UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL”.</p> <p><b>CORTE A:</b></p> <p><b>SEC.1 FADE IN, INT. TELEAULA (EL CONDUCTOR SERÁ GRABADO SOBRE BLUE SCREAM. ILUMINARLO CON LUZ FRÍA Y PAREJA) AL COMPÁS DE MÚSICA NEW BEAT, APARECE SUPER. CONDUCTOR A MS, SE MANTIENE EN ESTE PLANO, SE LE APLICARÁ EFECTO (FX) DE 16:9 Y COMO BACK TENDRÁ FX DE BARRAS GENERADAS DE TELEVISIÓN. EN CADA INTERVENCIÓN PUESTA EN NEGRITAS SOBRE LA COLUMNA DE AUDIO, EL CONDUCTOR DARÁ PAUTA PARA QUE APAREZCA EL TEXTO RESALTADO EN SU DIALOGO. AL UNISONO APARECERÁN TEXTOS: VIDEO TUTORIAL Y ELEMENTOS BÁSICOS. TERMINA SU PÁRRAFO. DISOLVENCIA A:</b></p> <p>2. CONDUCTOR A CUADRO, APARECE DEL LADO IZQUIERDO DE PANTALLA, DARLE MOVIMIENTO EN EDICIÓN PARA QUE LENTAMENTE SE TRANSLADE DEL LADO DERECHO, MIENTRAS EXPLICA SU DIALÓGO. AL UNISONO CON EL AUDIO, <b>ENTRA TEXTO:</b> PLANOS VISUALES, ÁNGULOS, MOVIMIENTOS DE CÁMARA.</p> <p><b>CORTE A:</b></p>	<p><u>Conductor a cuadro: Con voz Institucional y con actitud jovial da la bienvenida y explica lo que se verá en el video.(Lo marcado en <b>negritas</b> tendrás que marcar una pauta para permitir incrustar texto en edición)</u></p> <p>Hola, que tall!!! Mi nombre es Manuel Álvarez (<b>APARECE SUPER</b>), te doy la más cordial bienvenida a este <b>video tutorial</b> donde conocerás <b>los elementos básicos</b> y esenciales para la producción de materiales audiovisuales, con el conocimiento de estas técnicas, podrás emplearlas en tu grabación.</p> <p><u>Conductor, mantén mismas expresiones y tono en tu participación.</u></p> <p>Te mostraremos los diferentes elementos que integran al lenguaje audiovisual, conocerás los <b>planos visuales, encuadres y movimientos de cámara</b> que te servirán para la realización de tu video, logrando un balance estético en la imagen. Debes saber que la cámara de video imita nuestra forma de percibir y plasmará lo que quieres expresar.</p>

**3. MS.** CONDUCTOR, APLICAR FX DIP TO COLOR PARA JUGAR CON SU APARICIÓN A CUADRO, EN CADA FX APARECERA DE LADO IZQUIERO, LADO DERECHO Y EN MEDIO DE LA PANTALLA, DANDO ESPACIO PARA QUE APAREZCA TEXTO (INCRUSTAR IMÁGENES DE REDES SOCIALES, INTERACTIVIDAD ENTRE SUJETOS, ARMAR TREN DE IMAGEN A CORTE DIRECTO). **DISOLVENCIA A:**

**4. MFS.** CONDUCTOR A CUADRO. COLLAGE DE IMÁGENES QUE ILUSTREN LO QUE SE MENCIONA, CHICOS Y PROFESORES TRABAJANDO EN CUBICULO O AULA, ENFOCADOS A LA INVESTIGACIÓN, PARA PRESENTAR DE UN TEMA; SE JUGARÁN CON MEDIAS DISOLVENCIAS ENTRE ELLAS DRAMATIZAR ALGUIEN QUE PREPARA LA GRABACIÓN). APARECERÁ EL CONDUCTOR A CUADRO EN **MS** Y CON DIVERSOS ÁNGULOS SE JUGARA CON DIVERSAS TOMAS PARA ILUSTRAR EL EJERCICIO DE LOS TEXTOS EN PREGUNTA, **CORTE A:**

**5. MS.** EN MEDIA DISOLVENCIA CON EL CONDUCTOR OBSERVAMOS ALGUIEN QUE PREPARA UN ESCRITO Y EN UNA JUNTA DETERMINAN EN UNA PIZARRA LA IDEA CENTRAL. **CORTE A:**

**6. MS.** CONDUCTOR JUGARÁ CON SEÑALES DE LAS MANOS SOBRE UNA PANTALLA INVISIBLE, INTERACTUANDO CON EL ESPECTADOR Y SIMULANDO QUE TOCA UNA PANTALLA TACTIL PARA QUE APAREZCAN LOS TEXTOS EN NEGRITAS, **CORTE A:**

Es importante mencionarte que en la actualidad la utilización de las tecnologías de la Información y comunicación (**TIC**) como la **Internet** y el **teléfono móvil**, han propiciado cambios en la sociedad, primordialmente, porque poseen un carácter de interactividad entre las personas y nos ofrecen posibilidades que anteriormente eran desconocidas.

Para comenzar a trabajar, necesitas tener la **idea** o premisa principal de lo que quieres hacer. Para ello, debes cuestionarte diversas incógnitas, es decir, el tratamiento y desarrollo de tu idea. (*Aparece animación con juego de texto en movimiento: qué, cómo, que medio, duración, público destinado, contenido*).

Cuando tengas esos elementos deberás pasar a escribir un **guión previo**, éste es una guía que te indica paso a paso de cómo realizar tu trabajo; puedes acompañarlo de un story board que es describir tu idea por medio de dibujos. A este proceso se le llama **preproducción**.

Un video se compone de **planos**, las cuales en conjunto nos llevan a escenas y éstas a secuencias. El plano es la **unidad mínima** en sentido televisivo para **plantear un tiempo** y un **espacio determinado**; siendo la unidad básica del video, ésta se verá compuesta por ángulos y movimientos de cámara. Sin embargo, son combinaciones para dar dinamismo al producto audiovisual. El **orden y ritmo** de las grabaciones se llevan posteriormente en el proceso de edición con ayuda de soporte digitales.

Ahora debes tener en cuenta que **el**

<p>7. APARECE <b>CORTINILLA</b> (PLANOS) SOBRE NEGROS</p>	<p><b>espacio visual</b> se rige de acuerdo a la <b>figura humana</b>, es decir, se divide en planos, que tienen una intención, por el momento haremos una división de tres tipos de planos: <b>Lejanos, medios y cercanos</b>, veamos este video:</p> <p>PLANOS (VOZ OFF, Loc. Voz institucional)</p>
<p>8. APARECE <b>CORTINILLA</b> SOBRE NEGROS (<b>ELS</b>). VEMOS LA UPN DESDE EL ESPACIO, TOMA FIJA, <b>CORTE A:</b></p>	<p><b>GRAN PLANO GENERAL o extreme long shot.</b> Ubica el lugar pero no al personaje, muestra dónde se realiza la acción, se usa en exteriores y muestra las características propias del ambiente.</p>
<p>9. APARECE <b>CORTINILLA</b> S/N (<b>VLS</b>). VEMOS A LA UPN DESDE EL FONDO DE CULTURA ECONOMICA, <b>CORTE A:</b></p>	<p><b>PLANO GENERAL LARGO o very long shot.</b> En este plano se visualizan las características descriptivas del ambiente, se usa en locación o estudio y su apertura es menor que la anterior, los personajes apenas se distinguen</p>
<p>10. APARECE <b>CORTINILLA</b> S/N (<b>LS</b>). VEMOS ARRIBA DEL EDIFICIO PRINCIPAL A UNA MODELO SIENDO CAPATADA POR UN CAMAROGRAFO, DE FONDO ASPECTOS DE LA UPN, <b>CORTE A:</b></p>	<p><b>PLANO GENERAL o long shot.</b> Muestra la figura humana completa, sin embargo, vemos más el entorno de la persona; se emplea para plantear la escena de modo que el espectador conozca a los personajes y el lugar de acción.</p>
<p>11. APARECE <b>CORTINILLA</b> S/N (<b>FS</b>). VEMOS A LA MODELO POSAR PARA CAPTAR LOS PLANOS, <b>CORTE A:</b></p>	<p><b>PLANO GENERAL CORTO o full shot.</b> Aunque el ambiente aun está presente, el punto de referencia es el sujeto; el plano es descriptivo, el espectador se concentra más en la toma porque resalta el sujeto, este tipo de plano es personalizado y descriptivo puede presentar alguna actividad que se realice en el contexto.</p>
<p>12. APARECE <b>CORTINILLA</b> S/N (<b>MFS</b>). VEMOS A LA MODELO, ENTRECORTE, (TS) CAMAROGRAFO Y MODELO <b>CORTE A:</b></p>	<p><b>PLANO AMERICANO O DE RODILLAS o médium full shot.</b> Aproxima más la figura del sujeto, abarca parte de las rodillas a un poco arriba de la cabeza, acerca al sujeto o a la acción que realiza.</p>

<p>13. APARECE <b>CORTINILLA (MS)</b>. VEMOS A LA MODELO <b>CORTE A</b>:</p>	<p><b>PLANO MEDIO, PLANO DE CINTURA o médium shot.</b> En este plano se presenta al sujeto de la cintura a un poco arriba de la cabeza, es un plano medio porque permite describir la acción y ubicar al actor en el espacio donde se desenvuelve, es ideal para los diálogos.</p>
<p>14. APARECE <b>CORTINILLA S/N (MCU)</b>. VEMOS A LA MODELO SONREIR, APARECERÁ SU <b>SUPER</b>, DESAPARECE Y <b>CORTE A</b>:</p>	<p><b>PLANO CERCANO o médium close up o bust shot.</b> El plano se concentra en una parte esencial: el rostro del sujeto. Detalla características propias del personaje, tiene un valor expresivo; realza la figura humana y se puede observar a detalle. Es esencial para colocar un súper o cintillo, el cuál es la identificación de la persona que vemos en pantalla.</p>
<p>15. APARECE <b>CORTINILLA S/N (CU)</b>. VEMOS EL ROSTRO DE NUESTRA MODELO, <b>CORTE A</b>:</p>	<p><b>PLANO DE HOMBROS o close up.</b> Muestra las reacciones del personaje, detalla sus características físicas, expresivas o sentimentales. Los planos cercanos son de carácter “psicológico” ya que adentra al espectador con emociones propias de la persona a cuadro.</p>
<p>16. APARECE <b>CORTINILLA S/N (BCU)</b>. VEMOS EL <b>DETALLE</b> DE SU OJO, <b>CORTE A</b>:</p>	<p><b>PRIMER PLANO o big close up.</b> Capta las reacciones del personaje, los primeros planos son muy fuertes por su calidad expresiva; el espectador puede observar algo que no haya podido ver en otro plano y complementa su visión hacia la persona en pantalla, la rapidez para presentar este plano depende de la duración que el realizador quiera darle.</p>
<p>17. APARECE <b>CORTINILLA S/N (ECU)</b>. VEMOS SUS LABIOS, <b>CORTE A</b>:</p>	<p><b>GRAN PRIMER PLANO o extreme close up o plano detalle.</b> Describe aspectos íntimos o adentrados de la acción o del sujeto, su valor es mucho más expresivo, es una referencia al espacio y su efecto es fuerte para el espectador. Detalla las características propias del sujeto u objeto, puede utilizarse como refuerzo para ilustrarlos detalladamente.</p>
<p>18. APARECE EN <b>MS</b> EL CONDUCTOR, <u>JUGAMOS CON VARIOS TIROS DE CÁMARA EN DIVERSOS COLORES SEPIA, B/N, ETC.</u> <b>DISOLVEMOS A</b>:</p>	<p><b><u>CONDUCTOR A CUADRO CON LA MISMA ENTONACIÓN.</u></b> Como viste existen diversos tipos de planos así como su uso en el lenguaje audiovisual se vio que existen <b>10 tipos de tomas</b>, y que</p>

<p>19. APARECERÁ COLLAGE A <b>CORTE DIRECTO</b> DE LAS DIVERSAS FORMAS AL UNISONO DEL AUDIO, CADA UNA DE ACUERDO AL PÁRRAFO Y TOMAS QUE SE REFIERE <b>CORTE A:</b>  <b>VEMOS LAS TOMAS GENERALES EN ESTE PÁRRAFO, CORTE A:</b> VEMOS COLLAGE DE PLANOS MEDIOS A <b>CORTE DIRECTO, CORTE A:</b> VEMOS LOS PLANOS CERRADOS A CORTE Y <b>DISOLVEMOS CON:</b></p> <p>20. <b>ENTRA ANIMACIÓN</b> QUE AYUDE A DIVIDIR LAS TOMAS, EN CADA MENCIÓN <b>SE ESCRIBIRÁN</b> LOS PLANOS Y DIVIDIRÁ EL CUERPO PRESENTE A LO QUE ESTAMOS VIENDO. <b>CORTE A:</b></p> <p>21. APARECE <b>CORTINILLA S/N (ÁNGULOS)</b></p> <p>22. <b>MS</b> DEL TALENTO SE MOSTRARÁN LAS TOMAS. Y ENTRECORTE CON EL CAMAROGRAFO QUE MUESTRA LA POSICIÓN DE LA CÁMARA <b>CORTE A:</b> VISUALIZAMOS CÓMO SE OBSERVA LO QUE TOMA EL STAFF, <b>CORTE A:</b></p> <p>23. APARECE <b>CORTINILLA (3/4) MS</b> MODELO Y ENTRECORTE CON EL CAMAROGRAFO QUE MUESTRA LA POSICIÓN DE LA CÁMARA <b>CORTE A:</b> VISUALIZAMOS LO QUE TOMA EL STAFF, <b>CORTE A</b> <u>HAREMOS DE CUENTA QUE NUESTRO MODELO ESTARÁ QUIETO Y LA CÁMARA LA IRA SIGUIENDO MEDIANTE EL MOVIMIENTO DE ÉSTAS.</u> <b>CORTE A:</b></p>	<p>cada una de éstas, van de lo <b>general</b> a lo <b>particular</b> de acuerdo la intención que se le quiera dar a tu video.</p> <p>Los <b>planos generales</b> o lejanos, son de <b>carácter informativo</b>, sirven para describir espacios, ambientes y entorno en el que se desarrollan las acciones.  Los <b>planos medios</b> son de carácter de <b>relación a la acción</b>, son indicados para los diálogos o la interacción con lugares, nos sitúan el lugar donde se lleva la acción y nos permite observar el desplazamiento de nuestro sujeto.</p> <p>Los <b>planos cerrados acentúan los tonos expresivos</b> de las personas mediante acciones o situaciones, estos planos se caracterizan por el peso dramático o emocional del sujeto, su valor psicológico lo lleva en su acercamiento Y apego que tiene el espectador.  Ahora que ya tienes la noción de los planos, pasemos a ver la parte de los <b>ÁNGULOS:</b></p> <p><b>ÁNGULO DE FRENTE O NORMAL:</b> La cámara se ubica de frente al personaje. Este ángulo se asocia a una vista objetiva dado la cercanía que tenemos con el espectador como si estuviera interactuando con el personaje en pantalla, provoca tranquilidad o enojo según la intención.</p> <p><b>ÁNGULO DE TRES CUARTOS:</b> Se emplaza la cámara aproximadamente 45° con relación a la mirada del sujeto, permite visualizar una parte del rostro y fragmentos de la otra parte, el ángulo da una perspectiva de la imagen.</p>
---	---

<p>24. APARECE <b>CORTINILLA (PERFIL)</b>. ENTRECORTE <b>MS</b> CAMAROGRAFO QUE MUESTRA LA POSICIÓN DE LA CÁMARA <b>CORTE A:</b> VISUALIZAMOS LO QUE CAPTA EL STAFF, <b>CORTE A:</b></p> <p>25. SIMULAREMOS ESA TOMA AL UNISONO CON LA EXPLICACIÓN, ENTRECORTE <b>MS</b> CAMAROGRAFO QUE MUESTRA LA POSICIÓN DE LA CÁMARA <b>CORTE A:</b> VISUALIZAMOS LO QUE CAPTA EL STAFF, <b>CORTE A:</b></p> <p>26. APARECE <b>CORTINILLA S/N (ESPALDAS)</b> NOS PONDREMOS ATRÁS DE LA PERSONA Y ALLI <u>HAREMOS DOS TOMAS UNA FIJA Y OTRA CON (ZMB)</u>. <b>CORTE A:</b></p> <p>27. APARECE <b>CORTINILLA S/N VERTICAL</b></p> <p>28. APARECE <b>CORTINILLA (CENITAL)</b> VEMOS AL SUJETO DESDE ARRIBA ENTRECORTE CAMAROGRAFO <b>FS</b> QUE MUESTRA LA POSICIÓN DE LA CÁMARA, <b>CORTE A:</b></p> <p>29. APARECE <b>CORTINILLA (PICADA)</b>. VEMOS AL SUJETO CON ESTA TOMA, <u>(NUESTRO MODELO SERÁ OTRA)</u> ENTRECORTE CAMAROGRAFO QUE MUESTRA LA POSICIÓN DE LA CÁMARA <b>CORTE A:</b></p> <p>30. APARECE <b>CORTINILLA (NORMAL)</b>. VEMOS <b>MS</b> DEL PERSONAJE FRENTE A LA CAMARA COMO INTERACTUANDO CON EL ESPECTADOR, MIRANDO DE FRENTE, <b>CORTE A:</b></p> <p>31. APARECE <b>CORTINILLA (CONTRAPICADA)</b>. ENTRECORTE MODELO - CAMAROGRAFO QUE MUESTRA LA POSICIÓN DE LA CÁMARA Y MUESTRA LO QUE CAPTA <b>CORTE A:</b></p>	<p><b>ÁNGULO DE PERFIL:</b> La cámara se emplaza a 90° de la mirada del personaje, da la sensación de buscar lo que mira el actor hacia algo contiguo que está en pantalla.</p> <p><b>OVERSHOULDER:</b> La cámara se emplaza por atrás de los hombros del personaje, este ángulo permite tener la sensación de cercanía, vemos el punto de vista de la acción que desempeña el sujeto, por lo que, da un punto de vista casi subjetivo.</p> <p><b>ÁNGULO DE ESPALDAS O POSTERIOR:</b> Es opuesta a la frontal, detalla alguna acción que realiza el personaje en pantalla, este ángulo ayuda a descubrir el espacio donde se desarrolla la acción.</p> <p><b>ÁNGULO VERTICAL O EJE “Y”.</b></p> <p><b>CENITAL O “VISTA DE PÁJARO”:</b> La cámara debe posicionarse arriba de la cabeza del sujeto, describe el lugar donde se realiza la acción de acuerdo al espacio.</p> <p><b>ÁNGULO ALTO O PICADA:</b> La cámara se ubica por arriba del rostro del sujeto, este ángulo se asocia a la sensación de minimizar al personaje, propone un tono de inferioridad de acuerdo a la psicología generada con el ángulo y la naturaleza de la escena.</p> <p><b>EJE NORMAL DE LOS OJOS:</b> La cámara se posiciona al nivel de los ojos, este ángulo da la sensación del contacto directo entre él y su espectador, es descriptivo en cuanto a las emociones del personaje a cuadro por la cercanía visual que se tiene con él.</p> <p><b>ÁNGULO BAJO O CONTRAPICADA:</b> La cámara se emplaza por abajo del personaje en un ángulo de 60° hacia su mirada, este ángulo da la impresión de grandeza, da al personaje un rasgo de autoridad o algunas otras características como benevolencia; según la situación, intención y el entorno donde el</p>
---	---

<p><b>32. APARECE CORTINILLA (NADIR).</b> ENTRECORTE MODELO - CAMAROGRAFO QUE MUESTRA LA POSICIÓN DE LA CÁMARA Y MUESTRA LO QUE CAPTA VEMOS AL GIGANTE, <u>SI PODEMOS CONSEGUIR UN VIDRIO GRUESO Y GRABAR ESTO, MEJOR. CORTE A:</u></p> <p><b>33. APARECE CORTINILLA (GUSANO).</b> PONDREMOS LA IMAGEN DE UNA CHICA QUE ESTÁ RECOGIENDO SUS PAPELES EN EL PISO, ENTRECORTE MODELO – CAMAROGRAFO A <b>FS</b> QUE MUESTRA LA POSICIÓN DE LA CÁMARA Y MUESTRA LO QUE CAPTA. <b>CORTE A:</b></p> <p><b>34. MS.</b> MODELO - CAMAROGRAFO QUE MUESTRA LA POSICIÓN DE LA CÁMARA Y MUESTRA LO QUE CAPTA APARECERÁ <b>ABERRANTE A LA IZQ. Y A LA DERECHA. CORTE A:</b></p> <p><b>35. <u>HACER UNA DRAMATIZACION DE UNA CHICA QUE LEVANTA SUS COSAS. AL RAS DEL PISO ALGUIEN LLEGA LE AYUDA. ABRE SU MOCHILA, VEMOS LA SITUACION DE ARRIBA Y POR DEBAJO PARA MOSTRAR LO OBJETIVO CON LO SUBJETIVO. TS EN FS CORTE A:</u></b></p> <p><b>36. APARECE CORTINILLA (IMPOSIBLE).</b> ALLI VEREMOS LA CAMARA DENTRO DE LA MOCHILA, LA ABRE Y SACA LIBROS, APOYANDO LA VISION SUBJETIVA DE LA MODELO. <b>CORTE A:</b></p>	<p>realizador utilice el ángulo.</p> <p><b>NADIR:</b> Es la contraparte del cenital, este ángulo da la sensación de gigantismo, se utiliza en programas de baile por abajo de un cristal o acrílico se deja un espacio para el movimiento de la cámara muy por debajo del personaje.</p> <p><b>GUSANO O RAS DEL PISO:</b> En esta toma se deja la cámara al ras del piso fija y el movimiento captado dentro de la pantalla se genera por la acción de los personajes.</p> <p><b>ÁNGULO LATERAL O EJE “Z”. HOLÁNDES O ABERRANTE.</b> En este ángulo se ladea el punto de vista de la cámara, rompe con la realidad y causa la sensación de desequilibrio a cuadro. Existen también otros encuadres poco conocidos pero si utilizados veamos a continuación cuáles son:</p> <p><b>OBJETIVIDAD:</b> En este punto la cámara juega un nivel personal, asume un papel descriptivo y narra en tercera persona, los personajes se desenvuelven como si la cámara no estuviera presente y nunca la miran de frente.</p> <p><b>SUBJETIVIDAD E IMPOSIBLE:</b> Involucran al espectador, el personaje mira fijamente a la cámara, establece una relación directa, aumenta el impacto del diálogo, el <b>IMPOSIBLE</b> juega su papel en la publicidad, se emplaza una cámara en un lugar donde sería imposible ubicarla, es subjetiva y como ejemplo puede estar dentro de un refrigerador, un vaso de agua, etc.</p>
---	---

<p><b>37. CONDUCTOR A CUADRO EN MS, PASAR CON DISOLVENCIAS EL EJEMPLO DE LA CHICA REPITIENDO LOS ÁNGULOS QUE SE UTILIZARON, DISOLVEMOS A:</b></p>	<p>Ahora que vimos los diversos ángulos y las características esenciales de cada uno, pasemos a otros complementos que nos ayudarán a tener un impacto más en el espectador, estos recursos son los movimientos de cámara, veamos el video siguiente:</p>
<p><b>38. APARECE CORTINILLA S/N (MOV. DE CAMARA). CORTE A:</b></p>	<p>MOVIMIENTOS DE CÁMARA</p>
<p><b>39. APARECE CORTINILLA (ZI). CON OTRA MODELO APLICAR FX DE P&amp;P PARA MONTAR TRES IMÁGENES EN PANTALLA, CUANDO SE APRIETA EL BOTON, LO QUE HACE LA GRABACION Y LO QUE OBSERVAMOS EN ELLA. CORTE A:</b></p>	<p><b>ZOOM IN:</b> Esta herramienta se encuentra en los mecanismos internos de la cámara, se activa mediante el lente o el control de zoom, Se aprieta lentamente el botón hacia adelante y sirve para acercarse a un sujeto, objeto o acción a resaltar.</p>
<p><b>48. APARECE CORTINILLA (ZB). HAREMOS SE HARÁ EL MISMO JUEGO DE EDICIÓN QUE EL PUNTO ANTERIOR. CORTE A:</b></p>	<p><b>ZOOM OUT:</b> Es la parte contraria del zoom in, se abre el lente de la cámara lentamente sin dejar de apretar el botón de zoom hacia atrás, el movimiento debe ser constante para evitar marear al espectador, la función de éste es descubrir parte de algo a un todo de ese espacio.</p>
<p><b>49. APARECE CORTINILLA (PAN IZQ). HAREMOS ESA MUESTRA CON NUESTRA MODELO EN LA UPN SALIENDO DE UN LUGAR DE UBICACIÓN. AUDITORIO LAURO AGUIRRE A MS DE ELLA, CORTE A:</b></p>	<p><b>PAN LEFT:</b> El paneo a la izquierda consiste en llevar la cámara montada sobre el tripié en su eje horizontal a la derecha, acompaña el desplazamiento del personaje y ubica el lugar de la acción; aunque el espacio sea limitado genera en el espectador una sensación de tiempo y espacio, en este movimiento se ubica al personaje y contexto en el que se desenvuelve.</p>
<p><b>50. APARECE CORTINILLA (PAN DER). APLICAR FX DE P&amp;P PARA MONTAR DOS IMÁGENES EN PANTALLA, LO QUE HACE CUANDO GRABA Y LO QUE SE CAPTA. CORTE A:</b></p>	<p><b>PAN RIGHT:</b> En este movimiento la cámara gira sobre su propio eje a la derecha, su utilización es la misma que la anterior, describir el movimiento del personaje mediante la acción y contexto en el que se desenvuelve.</p>
<p><b>51. APARECE CORTINILLA S/N (TILT UP). VAMOS DESDE ARRIBA DE LOS PIES A MS DE ELLA SONRIENDO, MONTAMOS DOS IMÁGENES EN PANTALLA, LO QUE HACE CUANDO GRABA Y LO QUE SE CAPTA.</b></p>	<p><b>TILT UP:</b> Es un movimiento en el que la cámara montada sobre un tripie en su eje vertical hacia arriba describe un objeto o acción, invita al espectador prever lo que verá y despierta su</p>

<p><b>CORTE A:</b></p> <p><b>52. APARECE CORTINILLA S/N (TILT DOWN).</b> APLICAMOS EL MISMO PROCESO QUE EL PUNTO ANTERIOR PARA VER LA ACCIÓN DE LECTURA, A MS DE ELLA, <b>CORTE A:</b></p> <p><b>53. APARECE CORTINILLA S/N (DOLLY IN).</b> <u>AQUÍ SOLAMENTE PODEMOS ILUSTRARLO POR LA SITUACIÓN DE QUE NO SE PUEDE REALIZAR SIN EL PISO LISO. CORTE A:</u></p> <p><b>54. APARECE CORTINILLA S/N (DOLLY BACK).</b> <u>ESTE EJEMPLO SOLO PODEMOS ILUSTRARLO CON UN EJEMPLO HECHO EN TELEVISIÓN POR LA DIFICULTAD DE LOS ADOQUINES EN LA UPN O SOLO EN LA TELEAULA. CORTE A:</u></p> <p><b>55. APARECE CORTINILLA (BOOM UP).</b> VEMOS SUBIR LA CÁMARA CON EL TRIPIE PROFESIONAL, AUNQUE LOS CASEROS TAMBIÉN LA TRAE, PERO ES DIFÍCIL POR LOS DIENTES DE SUBIDA QUE TIENE, <b>CORTE A:</b></p> <p><b>56. APARECE CORTINILLA S/N (BOOM DOWN).</b> VEMOS EL MISMO EJEMPLO, PERO <u>SOLO PODEMOS EJEMPLIFICARLO CON ALGO DE LA TELEVISIÓN. CORTE A:</u></p> <p><b>57. APARECE CORTINILLA (TRAVEL).</b> <u>ESTOS ÚLTIMOS SOLO SON PARA MENCIONARLOS CON EJEMPLOS PROFESIONALES POR LA SITUACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL PISO. MENCIONARLOS PARA QUE QUEDEN COMO EJEMPLO QUE ESO NO SE PUEDE</u></p>	<p>interés de lo que se le mostrará.</p> <p><b>TILT DOWN:</b> Movimiento a la inversa de la cámara en su eje vertical hacia abajo, en estos dos movimientos la velocidad debe ser regular y estable para terminar con una imagen fija, recordemos que ambos sirven para detallar y establecerse en un punto sin distraer al espectador.</p> <p><b>DOLLY IN:</b> Este movimiento requiere de un tripie profesional con llantas. Con este equipo el camarógrafo puede desplazarse hacia adelante del personaje sin utilizar el <i>zoom</i>, puede ir de un lado a otro, es un seguimiento del personaje.</p> <p><b>DOLLY BACK:</b> Este movimiento se realiza con el <i>dolly</i> con ruedas hacia atrás, el piso debe estar liso totalmente para tener buena estabilidad sin distracción alguna para el espectador, este movimiento es de seguimiento sin interrupciones porque la cámara guía al espectador hacia el centro del cuadro, por ende, se debe justificar la duración y el tipo de movimiento.</p> <p><b>PEDESTAL UP, PEDESTAL DOWN O:</b>  <b>BOOM UP:</b> Para este movimiento se necesita de un tripie profesional hidráulico con aire que permita subir a la cámara sobre su propio eje a una toma fija, puede combinarse también con otros movimientos <i>-zoom</i>, <i>pan-</i> sirve para describir.</p> <p><b>BOOM DOWN:</b> La cámara baja sobre su propio eje, <i>-sin hacer uso del tilt-</i> sino de una herramienta que trae el tripie profesional, su uso es descriptivo pero tiene otras connotaciones con la combinación de diferentes planos, tiene estabilidad.</p> <p><b>TRAVEL IN Y BACK:</b> Son desplazamientos similares al <i>dolly</i>, permite acercarse y alejarse del sujeto sin interrupción y con uso de rieles. Mientras se realice este tipo de movimiento el espectador no debe tener distractores que aparezcan a cuadro.</p>
--	--

HACER SI NO ES CON INSTRUMENTOS PROFESIONALES. CORTE A:

**58. APARECE CORTINILLA (TRAVEL CIRCULAR). ESTE TIPO DE TOMA SI LA PODEMOS HACER Y LA HAREMOS EN MEDIO DE LA EXPLANADA EN CONTRAPICADA PARA ENGRANDECER LA ESCUELA JUNTO CON LA MODELO. CORTE A:**

**59. CONDUCTOR A CUADRO MANTENIENDO SU MISMA POSTURA Y SIENDO ENTUSIASTA PARA ACONSEJAR Y REMATAR EL CONTENIDO DEL VIDEO TUTORIAL APARECE **SUPER**, SE DESPIDE Y **FADE OUT**.**

**TRAVELLING CIRCULAR:** El camarógrafo rodea al personaje y se mueve a todas direcciones girando 180°. El movimiento debe ser estable para dar al espectador la sensación de continuidad y así pasar este movimiento desapercibido, es descriptivo y permite situar un ambiente de manera atractiva.

**CONDUCTOR A CUADRO, ENTUSIASTA.**

Como viste éstas son las características del lenguaje audiovisual que debes utilizar para la realización de tu video, sin embargo, **recuerda** que **tú** como **creador**, puedes jugar con varios de éstos combinándolos sin perder de vista tu objetivo principal “expresarte”.

Duración: 28 minutos.

## Anexo 10.

### Guión literario.

Es a una columna y solo se especifica el dialogo del conductor, así como la intencionalidad.

Conductor con voz Institucional y actitud jovial da la bienvenida y explica lo que se verá en el video.(Lo que se resalta en **negritas** tendrás que marcar una pauta para permitir incrustar texto en edición)

¡Hola, que tal! Mi nombre es Manuel Álvarez (**aparece super**), te doy la más cordial bienvenida a este **video tutorial** donde conocerás **los elementos básicos** y esenciales para la producción de materiales audiovisuales, con el conocimiento de estas técnicas, podrás emplearlas en tu grabación.

Conductor, mantén mismas expresiones y tono en tu participación.

Te mostraremos los diferentes elementos que integran al lenguaje audiovisual, conocerás los **planos visuales**, **encuadres** y **movimientos de cámara** que te servirán para la realización de tu video, logrando un balance estético en la imagen. Debes saber que la cámara de video imita nuestra forma de percibir y plasmará lo que quieres expresar.

Es importante mencionarte que en la actualidad la utilización de las tecnologías de la Información y comunicación (**TIC**) como la **Internet** y el **teléfono móvil**, han propiciado cambios en la sociedad, primordialmente, porque poseen un carácter de interactividad entre las personas y nos ofrecen posibilidades que anteriormente eran desconocidas.

Para comenzar a trabajar, necesitas tener la **idea** o premisa principal de lo que quieres hacer. Para ello, debes cuestionarte diversas incógnitas, es decir, el tratamiento y desarrollo de tu idea.

Cuando tengas esos elementos deberás pasar a escribir un **guión previo**, éste es una guía que te indica paso a paso de cómo realizar tu trabajo; puedes acompañarlo de un *story board* que es describir tu idea por medio de dibujos. A este proceso se le llama **preproducción**.

\*Así se realizará este tipo de guión, se puede extender para la propuesta visual, sin embargo, solo se ejemplifica la primera parte que es la esencial como partida para todo el video.

## Anexo 11.

### Clasificación y significado de planos.

Tabla elaborada por los autores para resumir los planos, ángulos y movimientos de cámara así como las siglas que se utilizan para describir en los guiones técnicos.

SIGLAS PLANOS U.S.A.	PLANO CASTELLANO	TRADUCCIÓN Y SIGNIFICADO EN CUANTO AL USO
V.L.S.	GPG	<i>Very Long Shot</i> : gran plano general  <b>extreme long shot</b> . Esta toma ubica el lugar pero no al personaje, nos muestra donde se realiza la acción y la podemos seguir muy a lo lejos, se usa en exteriores y nos muestra las características propias del ambiente
L.S.	PG	<i>Long Shot</i> : plano general  <b>PLANO GENERAL LARGO o very long shot</b> . Nos muestra características descriptivas, se usa en locación y es menor en cuestión de apertura que la anterior.
E.S. / M.L.S.	PC	<i>Establishing Shot / Medium Long Shot</i> : plano de conjunto  <b>PLANO GENERAL o long shot</b> . Aquí ya comenzamos a ver la figura humana completa, sin embargo, vemos más el entorno de la persona; se emplea para plantear la escena de modo que el espectador conozca a los personajes y el lugar de acción.
F.F. / F.S.	PE	<i>Full Figure / Full shot</i> : plano entero (figura)  <b>PLANO GENERAL CORTO o full shot</b> . Aunque el ambiente aun está presente, el punto de referencia es el sujeto, es descriptivo, pero nos podemos concentrar más en la toma porque resalta el sujeto, este tipo de plano ya es personalizado y también descriptivo para presentarnos alguna actividad en el contexto.

K.S. / A.S.	PA	<p><i>Knee Shot / American Shot:</i> plano Americano</p> <p><b>PLANO AMERICANO O DE RODILLAS o <i>médium full shot</i>.</b> En este tipo de plano ya nos aproximamos mas a la figura del sujeto, nos abarca de parte de las rodillas a arriba de la cabeza, ya vamos acercándonos al sujeto o a la acción que está realizando.</p>
W.S / M. S.	PM/PML	<p><i>Waist Shot / Medium Shot:</i> plano medio</p> <p><b>PLANO MEDIO, PLANO DE CINTURA o <i>médium shot</i>.</b> Presentamos al sujeto de la cintura a arriba de la cabeza, es un plano medio porque la situamos de esa forma al espectador y la dividimos de la misma manera. Nos permite describir la acción y ubicar al actor en el espacio donde se desenvuelve, este plano es ideal para los diálogos.</p>
B.S. / M.C.U.	PMC/PB	<p><i>Bust Shot / Medium Close Up:</i> plano de busto</p> <p><b>PLANO CERCANO o <i>médium close up o bust shot</i>.</b> En este plano nos concentramos en una parte esencial: el rostro de nuestro sujeto. Podemos reconocer a nuestro actor por completo, detallar algunas características propias y sobretodo este plano tiene un valor expresivo ya que nos realza la figura humana y se puede ver a detalle, ésta es esencial para colocar un super, el cuál es la identificación de la persona que vemos a cuadro.</p>
C.U. / U. S.	PP	<p><i>Close Up / Up Shot:</i> primer plano</p> <p><b>PLANO DE HOMBROS o <i>close up</i>.</b> Esta toma se usa primordialmente en las reacciones de nuestro sujeto,</p>

		detallamos sus características físicas, expresivas o sentimentales. Los planos cercanos son más de carácter “psicológico” ya que permite adentrar al espectador con emociones de nuestro personaje a cuadro.
B.C.U. / E.C.U.	GPP/PPP	<p><i>Big Close Up / Extreme Close Up:</i> gran primer plano o detalle</p> <p><b>PRIMER PLANO o <i>big close up</i>.</b> Aquí, se nos permite captar mejor las reacciones de nuestro personaje, detallar sus características dado que los primeros planos son muy fuertes por su calidad expresiva, en este plano el espectador puede observar algo que no haya podido ver en otro y esto, complementará la visión de nuestro espectador, dado la rapidez leída en cuanto a la información presentada en cada plano y la duración que uno le quiera dar al mismo.</p>
T.S.O.	PD	<p><i>Tigh shot Object:</i> gran primer plano o detalle (objeto)</p> <p><b>GRAN PRIMER PLANO o <i>extreme close up</i> o plano detalle.</b> Este tipo de toma nos ayuda a describir un aspecto muy íntimo o adentrado de la acción o del sujeto, su valor es mucho más expresivo, es una referencia al espacio y su efecto es más fuerte para el espectador dado que se utiliza para detallar características propias, es considerado a veces como “patito” o como refuerzo para ilustrar detalladamente un objeto.</p>
1. S.		<i>One shot:</i> toma de una persona
2. S.		<i>Two shot:</i> toma de dos personas
G. S.		<i>Group Shot:</i> toma de grupo

## BIBLIOGRAFÍA

- **ÁLVAREZ**, Alejandro. *Los medios de comunicación y la sociedad educadora. ¿Ya no es necesaria la escuela?* Cooperativa editorial MAGISTERIO, Bogotá, Colombia. 2003. 285 páginas.
- **ANDER-EGG**, Ezequiel. *Los medios de comunicación al servicio de la educación.* Editorial MAGISTERIO DEL RÍO DE LA PLATA. Buenos Aires, Argentina. 143 páginas.
- **ANDIÓN GAMBOA**, Mauricio. *Comunicación y educación. Enfoques desde la alternividad.* Miguel Ángel, Porrúa, México. 2010. 251 páginas.
- **ARIZPE**, Lourdes. *Los retos culturales de México.* Cámara de diputados, LIX Legislatura, U.N.A.M., México. 2004. 390 páginas.
- **BARNOUW**, Erik. *El documental, historia y estilo.* Editorial Gedisa, segunda edición. Barcelona, España. 1998. 360 páginas.
- **BATTRO** M. Antonio. *La educación digital.* Emecé editores. Buenos aires, argentina. 1998. 147 páginas.
- **BRAVO**, Raymond. *Producción y dirección de televisión.* Editorial Limusa, Grupo Noriega. México, 1993. 220 páginas.
- **CALABRESE**, Omar. *El lenguaje del arte.* Barcelona, Paidós, 1987. P. 85.
- **CARRIER**, Jean-Pierre. *Escuela y multimedia.* Editores Siglo XXI, México. 2002. 190 páginas.
- **CELESTIN**, Freinet. *Las técnicas audiovisuales* Barcelona, España. Editorial Laia, 1976. 148 páginas.
- **CHINOY**, Ely. *La sociedad, una introducción a la Sociología.* F.C.E., México, 1996. 424 páginas.
- **CORTÉS**, Padrón Francisco. *Medios educativos audiovisuales.* Editorial Tizoc. México 1975. 360 páginas.
- **DONDIS**, D.A. *La sintaxis de la imagen, introducción al alfabeto visual.* Ediciones G. Gili, S.A. de C.V., onceava edición. Barcelona, España. 1995. 211 páginas.
- **EDMONS**, Robert, John Grierson, Richard Meran Barsam. *Principios de cine documental.* Centro de Estudios Cinematográficos, U.N.A.M. México, 1990. 98 páginas.

- **ESPINOSA**, Susana. *La producción de video en el aula*. Ediciones Colihue. Buenos Aires, Argentina. 2005. 167 páginas.
- **FERNÁNDEZ COLLADO**, Carlos. *La comunicación en las organizaciones*. Editorial Mc Graw Hill Interamericana, México. 1991. 647 páginas.
- **FERNÁNDEZ DÍEZ**, Federico, José Martínez Abadía. *La dirección de producción para cine y televisión*. Ediciones Paidós. Barcelona, España. 1994. 164 páginas.
- **FERRÉS**, Joan y Antonio Bartolomé, *El video, enseñar video, enseñar con el video*, México,. Gustavo Gili, 1991. 222 páginas.
- **FERRÉS**, Joan, *Cómo integrar el video en la escuela*. Editorial. CEAC, S.A., Barcelona, España, 1988. 120 páginas.
- **FUNAYUMA**, Shinichi, Neftalí Peñaflor V., *Producción avanzada para televisión*. SEP-UTE-JICA-CETE. México, 1992. 166 páginas.
- **GALLARDO CANO**, Alejandro. *Curso de Teorías de la Comunicación*. Ed. Cromocolor, Primera reimpresión. México, 1998. 124 páginas.
- **GARCÍA CANCLINI**, Néstor. *El consumo cultural en México*. CONACULTA, 1991. México, 414 páginas.
- **GONZÁLEZ TREVIÑO**, Jorge Enrique. *Televisión y comunicación. Un enfoque teórico práctico*. Ed. Alhambra Mexicana, Primera edición. México, 1994. 350 páginas.
- **GONZÁLEZ TREVIÑO**, Jorge Enrique. *Televisión, teoría y práctica*. Alhambra editorial. México, 1983. 167 páginas.
- **HANEY**, John B. *El maestro y los medios audiovisuales*. Editorial Pax, México 1980. 143 páginas.
- **HILLIARD**, Robert L. *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. Internacional Thomson Editores, segunda edición. México, 2000. 470 páginas.
- **HOMS**, Ricardo. *La comunicación en las empresas*. México, grupo editorial Iberoamérica, 1998. 118 páginas.
- **JAKOBSON**, Roman. *Ensayos de Lingüística General*. Editorial Planeta Agostini. 1985. 394 páginas.
- **KELLEY**, Guillermo. *Educación para el mañana*. Tecnología y Comunicación Educativa, México, D.F. año 14, no 32, julio-diciembre 2000.

- **KEMP**, Jerrold. *Planificación y producción de Materiales Audiovisuales*. México 1978. Representaciones y servicios de ingeniería, S.A. 289 páginas.
- **LINARES**, Marco Julio, *El guión. Elementos, formatos y estructuras*. Alhambra Mexicana, 1998. 302 páginas.
- **LOYOLA**, Antonia. *Imágenes sonoras*. México, Curso Multimedia de Educación para los Medios, SEP-ILCE-UPN. 1994. 100 páginas.
- **MARSHALL** McLuhan, Quentin Fiore. *El medio es el mensaje*. Editorial Paidós, 1997. 210 páginas.
- **MAZA PÉREZ**, Maximiliano. Cristina Cervantes de Collado. *Guión para medios audiovisuales*. Editorial Alhambra Mexicana. México, 1996. 420 páginas.
- **MENDOZA**, Carlos. *El ojo con memoria. Apuntes para un método de cine documental*. Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, U.N.A.M. México, 1999. 108 páginas.
- **OLLIVER**, Bruno. *Internet, multimedios ¿Qué cambia en realidad?* Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa ILCE. México, 2001. 148 páginas.
- **PALLADINO**, Enrique. *Como diseñar y elaborar proyectos, elaboración – planificación -evaluación*. Espacio Editorial, Buenos Aires, Argentina. 1999. 155 páginas.
- **PASQUALI**, Antonio. *Sociología y comunicación*. Monte Ávila, Caracas. 1996. 158 páginas.
- **PEÑAFLORES**, Neftalí E. Luis Miguel Rivero López, Néstor A. Rodríguez García. *Manual de producción de televisión*. S.E.P., U.T.E., J.I.C.A., C.E.T.E. México, 1995. 166 páginas.
- **POLLO**, Mario. *Educación comunicando, comunicar, educando*. Editorial CCS, Madrid 2007. 197 páginas.
- **PRIETO CASTILLO**, Daniel. *La comunicación en la educación*. Ediciones CICCUS, La Crujía. Argentina 1999. 141 páginas.
- **QUIJADA SOTO**, Miguel Ángel. *La televisión, análisis y práctica de la producción de programa*. Editorial Trillas, segunda reimpresión. México, 1994. 110 páginas.
- **RABIGER**, Michael. *Dirección de documentales*. Instituto Oficial de Radio y Televisión, Madrid, España. 1987. 339 páginas.

- **RODRÍGUEZ** de Fraga, Abel. *Educación tecnológica y espacio en el aula*. Editorial AIQUE. Argentina 2007. 223 páginas.
- **SAN MARTÍN** Alonso, Ángel. *Del texto a la imagen. Paradojas en la educación de la mirada*. Ediciones Nau Llibres. Valencia, 159 páginas.
- **SAN MARTÍN** Alonso, Ángel. *La escuela de las tecnologías*. Universidad de Valencia, 1995. 275 páginas.
- **SANTÍN HODGES**, Lorna. *Manual de redacción*. Editorial Trillas, México. 2005. 171 páginas.
- **SARTORI**, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Ed. Taurus. Quinta Edición. México, 2003. 205 páginas.
- **SEGOVIA** García, Nuria. *Aplicación de las TIC'S ala docencia. Uso práctico de las NNTT en el proceso de Enseñanza – Aprendizaje*. Editorial Ideas propias. España, 2006. 237 páginas.
- **TOFFLER**, Alvin. *La tercera Ola*. Estados Unidos, Plaza & Janes, 1980.
- **TOSTADO SPAN**, Verónica. *Manual de producción de video: un enfoque integral*. México. Editorial Alhambra Mexicana, México. 1995. 137 páginas.
- **URRUTIA**, Jorge. *Sistemas de comunicación*. Editorial Trillas, México, 1980. 238 páginas.
- **VALDEAVELLANO**, Paloma. *El video en la educación popular*. Instituto para América Latina. Lima, Perú. 1989. 137 páginas.
- **VALDERRAMA** H. Carlos. *Comunicación – educación. Coordenadas, abordajes y travesías*. Siglo del Hombre Editores. Santafé de Bogotá, Colombia. 2000. 425 páginas.
- **VILLASEÑOR SÁNCHEZ**, Guillermo. *La tecnología en el proceso de enseñanza – aprendizaje*. Editorial Trillas, México. 1998. 96 páginas.
- **ZETTL**, Herbert. *Manual de producción de televisión*. Séptima edición, México. 2000. 500 páginas.