



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES

CUAUTITLÁN

Creación del Video Promocional para la empresa
CERAMICA ARTESANAL DE MICHOACAN S.A. de C.V.
“ESTANZUELA”

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

P R E S E N T A

ESPERANZA RODRÍGUEZ HERNÁNDEZ

A S E S O R : FERMÍN DE JESÚS ANAYA CÁRDENAS

CUAUTITLAN IZCALLI, EDO. DE MEX.

2010



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.



UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTÓNOMA DE
MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES CUAUTITLÁN
UNIDAD DE LA ADMINISTRACIÓN ESCOLAR
DEPARTAMENTO DE EXÁMENES PROFESIONALES

U. N. A. M.
ASUNTO: VOTOS APROBATORIOS
SUPERIORES CUAUTITLÁN



DRA. SUEMI RODRIGUEZ ROMO
DIRECTOR DE LA FES CUAUTITLÁN
P R E S E N T E

DEPARTAMENTO DE

ATN: L. A. ARACELI HERRERA HERNÁNDEZ
Jefe del Departamento de Exámenes
Profesionales de la FES Cuautitlán

Con base en el art. 26 del Reglamento General de Exámenes, nos permitimos comunicar a usted que revisamos la Tesis:

Creación del Video Promocional para la empresa

CERAMICA ARTESANAL DE MICHOACÁN, S.A. de C.V. "ESTANZUELA"

que presenta la pasante: Esperanza Rodríguez Hernández

con número de cuenta: 9729310-9 para obtener el título de :

Licenciada en Diseño y Comunicación Visual

Considerando que dicho trabajo reúne los requisitos necesarios para ser discutido en el EXAMEN PROFESIONAL correspondiente, otorgamos nuestro VOTO APROBATORIO.

A T E N T A M E N T E
"POR MI RAZA HABLARA EL ESPIRITU"

Cuautitlán Izcalli, Méx. a 9 de octubre de 2009

PRESIDENTE	<u>LAV. Héctor Raúl Morales Mejía</u>	
VOCAL	<u>LDG. E. Osvaldo Archundia Gatiérrez</u>	
SECRETARIO	<u>LDG. Fermín de Jesús Anaya Cárdenas</u>	
PRIMER SUPLENTE	<u>LDG. Raúl Piña Cazares</u>	
SEGUNDO SUPLENTE	<u>LF. Martha Angélica Ortega Alderete</u>	

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a toda la gente que ha estado a mi lado a lo largo de mis estudios y me han apoyado para llegar hasta aquí.

A mi familia, especialmente a mis padres, a mi hermana, a mis tíos, profesores y amigos que han dejado huella en mi formación.

Al personal de TV UNAM que colaboró a mi lado para hacer posible este proyecto, ya que además de facilitarme ciertos recursos técnicos, también tuvieron una disposición humana muy importante, sobretodo en la post-producción.

A la señora Brockmann, dueña y directora de Estanzuela; por darme la confianza de entrar a su fábrica en Michoacán y a su tienda en Cuajimalpa.

Y finalmente a Ana Laura Ruíz Gordillo del Instituto de Ingeniería, por su apoyo en la impresión de los DVD's.

Es muy agradable concluir con un trabajo real de dicha magnitud y sobretodo poder ejercer mi profesión en el área que satisface todas mis inquietudes.

ÍNDICE

Introducción	7
Capítulo 1 SISTEMAS DE COMUNICACIÓN	9
1.1 Comunicación Interpersonal, Lenguajes y Códigos Culturales	11
1.1.1 El paralenguaje	11
1.2 Comunicaciones de masas	13
1.3 El Signo: el símbolo, la señal, el ícono	15
1.4 Los medios de Comunicación	17
1.5 Sociología en la comunicación	19
1.5.1 La comunicación persuasiva	20
1.6 Percepción Humana	24
1.6.1 Discurso	26
1.6.2 Estética	27
1.7 Comunicación Audiovisual	28
1.7.1 Documental	30
1.7.2 El musical	33
1.7.3 Video-Clips	33

1.8 Pre-producción	36
1.8.1 Guión	38
1.8.2 El encuadre	40
1.8.3 Escenografía	48
1.8.4 Iluminación	49
1.9 Grabación	59
1.10 Post-producción	59
1.10.1 Edición	60
1.10.2 Audio	62
Bibliografía	64
Capitulo 2 ANTECEDENTES DE “ESTANZUELA”	66
2.1 Historia de la Cerámica	67
2.2 Michoacán	86
2.3 Antecedentes de la Empresa “Estanzuela”	89
2.3.1 Mapa estructural a nivel interno	90
2.4 Sistema de producción	92
Glosario	105
Bibliografía	109

Capítulo 3 PROYECTO PRÁCTICO, VIDEO PROMOCIONAL	110
3.1 Contacto con la empresa	111
3.2 Metodología	112
3.2.1 Modelo Gral. del Proceso de Diseño de la UAM Azcapotzalco	113
3.3 Pre-producción	114
3.3.1 Guión Literario	114
3.3.2 Scouting	116
3.3.3 Guión Técnico	116
3.3.4 Presupuesto	118
3.3.5 Story Board	120
3.3.6 Ruta Crítica	123
3.4 Realización	124
3.4.1 Grabación	124
3.4.2 Audio: Voz en off y Musicalización	125
3.5 Post-producción	125
3.5.1 Edición	125
3.5.2 Formato de reproducción	126
Conclusiones	127
Bibliografía	128

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto consiste en un video promocional como una alternativa más de difusión para acercar al público interesado a una cerámica de calidad, buen gusto y atractiva. Se hace énfasis en su elaboración para exaltar su valor artesanal. A lo largo del video se mencionan las características y ventajas que tienen estos artículos cerámicos.

El proyecto esta respaldado por una investigación, la cual contiene una recopilación en términos generales, lo más breve y explícito posible de lo que es la comunicación y la diversidad que existe dentro de la misma; así como los elementos que la hacen posible y la vereda que nos lleva al audiovisual, pasando por el lenguaje, el signo y el símbolo, la sociología, la percepción y la persuasión.

Poco a poco se mencionan a grandes rasgos las vertientes del audiovisual, dentro de las cuales destacan el documental y el video-clip.

Es así, como llegamos al método que se requiere para poder realizar un audiovisual; he aquí donde la investigación es más detallada; se hace hincapié en encuadres, movimientos de cámara, escenografías e iluminación, pues es necesario comprender todos estos aspectos para poder aplicarlos de la mejor manera posible, de no ser así, se corre el riesgo de desperdiciar recursos, tiempo y dinero. Por ser un trabajo en equipo, lo más importante es la organización y la coordinación.

Posteriormente se introduce el origen de la cerámica y cómo ha ido evolucionando a través de los años; el proceso y por supuesto los antecedentes de la empresa.

Con el apoyo de dicha investigación se pone en marcha el proyecto práctico, es decir; se lleva a cabo el seguimiento de una metodología, donde se plantea la problemática a resolver y se desarrollan los pasos necesarios para obtener una solución exitosa.

Finalmente se materializa el proyecto, que consta de un desglose minucioso de los recursos necesarios, el presupuesto y la planeación a partir del story board, dichos aspectos entran en la fase de pre-producción, la cual procede a la realización o producción y se concluye con la post-producción, donde se edita y se le da una estructura coherente al producto final.

CAPITULO 1



SISTEMAS DE COMUNICACIÓN

1. SISTEMAS DE COMUNICACIÓN

La comunicación comienza a manifestarse con la necesidad de interactuar entre una comunidad de la misma especie, al apoyarse para conseguir comida, advirtiendo de los peligros por medio de gestos, ruidos, figuras y formas que ellos hacían en las paredes de cuevas. Con el paso del tiempo se desarrolla un lenguaje oral, escrito, visual, y los conceptos cada vez se hacen más específicos.

“Los pueblos primitivos y pre-alfabéticos, integran el tiempo y el espacio en una sola unidad y viven en un espacio acústico, sin horizontes, sin límites olfativos, más que en un espacio visual. Su presentación gráfica se parece a una radiografía. Ponen en ella todo lo que saben y no sólo lo que ven. El artista primitivo tuerce y ladea los diversos aspectos visuales posibles hasta que explican plenamente lo que quieren representar.”

(Marshall, Mc Luhan. El medio es el mensaje.)

En la actualidad el hombre es capaz de comunicarse consigo mismo, es decir, hace una interiorización a sus pensamientos, reflexiona, se cuestiona y se responde. Cuando se comunica con otra persona o grupo pequeño se le denomina comunicación interpersonal y se le llama comunicación de masas cuando se quiere llegar a una gran cantidad de receptores, haciendo uso de los diferentes medios como radio, televisión, páginas web o prensa, libros, revistas, cuentos, historietas, periódicos, carteles o espectáculos y folletos o catálogos.

Lenbirger Otto, (*Diseño para una Comunicación persuasiva*) propone el siguiente modelo como base para que la comunicación pueda establecerse.

Fuente - Mensaje - Canal - Receptor - Efectos
¿quién dice que?, ¿a través de que canal? y ¿con qué efectos?

Es la base, donde parte cualquier otro modelo según el estudio del medio o canal.

1.1 COMUNICACIÓN INTERPERSONAL, LENGUAJE Y CÓDIGOS CULTURALES

Para saber cuáles son los factores que dan lugar a la comunicación interpersonal, es necesario la observación del comportamiento durante un intercambio de esta índole. El proceso de este tipo de comunicación antepone un medio o canal por el que se enviará un mensaje codificado.

La voz y el oído son los canales con la función de emisión y recepción, pero no es la única vía, las señales no verbales (llamadas paralingüaje) como suspiros, risas o gestos, también son interpretadas.

En la locución de una conversación hay una extensa gama de variantes tonales, el ritmo, el énfasis y expresiones que se contradicen con frecuencia al decir no, cuando en realidad se quiere decir que sí.

1.1.1 El paralingüaje

Es un sistema aparte del lenguaje hablado, sin embargo, siempre lo acompaña. En el lenguaje escrito, este sistema está excluido casi por completo, a excepción de los signos que se puedan usar para dar pauta a ciertas expresiones como los signos de admiración, interrogación, guiones (para pausas) o el recurso de las negrillas para enfatizar.

La manera en que las personas se comportan, se visten y los accesorios que utilizan proyectan gran parte de su forma de ser, de su identidad y comunican a pesar de no tener la intención de hacerlo.

Proxémica

Se refiere a la distancia entre los individuos, en una plática común la distancia entre las personas es de 120 a 150 cm., si no se respeta este rango, muy probablemente se presente un sentimiento de incomodidad, del mismo modo, el espacio varía según la relación que exista entre los participantes, he aquí donde se hace evidente que también la distancia comunica algo.

Cuando alguien se acerca más de lo común, la reacción más obvia es hacerse hacia atrás, incluso poner la mano adelante marcando un alto. Lo contrario a lo que sucede con un ser querido, más cercano.

El comportamiento también varía cuando hay diferencia de status social. Hay culturas en las que se acostumbra colocarse abajo del que tenga un mayor rango, se inclinan (como señal de sumisión) o de plano se arrodillan.

La normatividad de la distancia cambia de una cultura a otra.

Un estudio encontró que había más aproximación entre los árabes que entre los norteamericanos (Watson y Graves, 1966).

Otro estudio demostró que los niños blancos de clase media de la ciudad de Nueva York habitualmente se colocan mucho más lejos unos de otros que los niños negros o puertorriqueños pobres de la misma edad (Aiello y Jones, 1971).

Además se advirtió una marcada diferencia por razón del sexo en el grupo de blancos, pero no en los otros grupos, siendo las niñas las que mantenían una distancia interpersonal menos que los niños. El hecho de que los niños en este estudio fueran de sólo seis a ocho años de edad indica que las reglas pertinentes, culturalmente determinadas, se aprenden a una edad bastante temprana.

(Danziger, Kurt. *Comunicación Interpersonal*. 57)

Esta diferencia ocasiona malas interpretaciones en un encuentro donde los miembros provienen de diferentes contextos.

La mirada

El contacto ocular ha sido un tema de mucho interés y estudio para los psicólogos sociales. La gente mira a las personas que quiere con más frecuencia que a los demás.

Se han hecho estudios por medio de encuestas, cuando al entrevistado se le hacen preguntas habituales, hay un gran contacto ocular y cuando se les hacen preguntas que los avergüenzan, el contacto es muy poco, y la causa de ello es la invasión de la privacidad.

Birdwhistell distingue diversos tipos de “marcadores cinéticos”. Ej. El tiempo futuro se suele indicar acompañando el verbo con un movimiento distal hacia delante, mientras el pretérito se suele indicar similar pero hacia atrás, sin embargo, los gestos son modelos muy ambiguos y es necesario tener conocimiento de los convencionalismos culturales, para hacer una interpretación apropiada.

Por lo tanto, cuando el contacto ocular es elevado, la proximidad física será mayor. La temática de una conversación es otro factor para expresar los niveles de intimidad.

El significado de una mirada puede ser el de una invitación a entablar una conversación. La mirada puede ser o no correspondida, si se rechaza no habrá participación entre los integrantes, pero si se corresponde, puede ser de tres formas distintas:

- 1.- Fomenta la relación hacia una mayor intimidad.
- 2.- Adopta un patrón de mirar por instantes breves y apartando la vista, la razón puede ser por sentir un efecto de dominación, pena o inseguridad, de acuerdo al contexto.
- 3.- El receptor puede restringir su respuesta visual al mínimo, lo que da lugar a una conversación mínima y nada más.

La mirada también tiene la función de regular la pauta en una conversación. El quitar la vista en las pausas de una plática, es negarle al receptor el derecho a la palabra, es indicio de que la intención es seguir adelante.

Argyle, Lalljee y cook (1968) demostraron que cuando los sujetos tenían que interactuar con personas parcialmente ocultas por anteojos oscuros o con una máscara o totalmente ocultas detrás de una rejilla unidireccional, experimentaban una incomodidad bastante considerable.

El paralenguaje ha sido explorado por Mehrabian y Williams en 1969, a través de un experimento que consiste en presentar mensajes con diferentes grados de convencimiento. Lo persuasivo que se percibía del mensaje variaba con el grado de actividad que los signos paralingüísticos manifestaban y que se traducían en cantidad y volumen de locución, en continuidad interrumpida y en una particular entonación.

El movimiento constante de las manos, de los pies sin orden alguno, de la cabeza, y la variedad de expresiones faciales atraen y fijan la atención.

1.2 COMUNICACIONES DE MASAS

En la comunicación de masas, no se piensa en el hombre como individuo, sino como masa, o sea, lo que tiene en común con la mayoría de los seres humanos. El contenido de estos medios está pensado para influenciar al público por un medio social. El manejo de personalidades en radio, televisión y cine, buscan cierta cercanía con el receptor y tratan de sustituir la influencia interpersonal. Generalmente cuando un ama de casa o un anciano se encuentra solo, es cuando encienden el radio o la televisión, para sentirse acompañados al mismo tiempo que realizan sus actividades.

En realidad los medios de comunicación masiva no son suficientes por sí solos, mas bien funcionan entre mediadores e influencias y en ocasiones no basta con ello, hay que recurrir a la persuasión interpersonal como lo hacen algunas empresas entregando muestras gratis de puerta en puerta y difundiendo los beneficios del producto.

La comunicación de masas se caracteriza por:

- Estar presente en una sociedad industrializada.
- Tener canales de transmisión los cuales permiten que la información llegue a la mayoría de los receptores.
- Tener grupos de comunicadores con la capacidad de elaborar y emitir mensajes apropiadamente generándose como líderes de opinión.
- Principalmente existen en las sociedades con ciertos recursos para que este tipo de comunicación se pueda llevar a cabo.

En la comunicación humana, se puede llegar al público de forma adecuada si se comparten los mismos códigos culturales con los receptores. El estudio de la comunicación de masas se ha visto afectado por las reflexiones referentes a la influencia de los medios masivos y a la sociología, debido a la crisis de identidad.

“ La cultura comprende aspectos o rasgos (temas culturales explícitos y formalizados) de los que se puede hablar, y (temas implícitos) de los que no se habla”

(Almberg, Bertil, [Teoría de los signos: Introducción de los signos y los símbolos](#)).

En el pasado, se pensaba que la comunicación era netamente explícita, sin embargo, últimamente conlleva muchos conceptos implícitos.

Hall dice, que toda cultura es comunicación, y partiendo de esta hipótesis desglosa *diez sistemas primarios de mensaje*:

- Interacción
- Asociación
- Subsistencia
- Bisexualidad
- Territorialidad
- Temporalidad
- Aprendizaje
- Diversión
- Defensa
- Usufructo (uso de materiales)

En un canal, un disturbio puede cambiar el sentido del mensaje, lo que se denomina “ruido” el cual se puede presentar en el audio o en la imagen, para no correr riesgos, es conveniente combinar diversas señales en un mismo código, y se le denominan elementos de redundancia.

El ruido consiste en todo aquello que no permite que el mensaje llegue tal cual a su destinatario y varía desde una mala codificación, hasta las fallas técnicas de los canales.

El mensaje no es simplemente el canal de la información que se transmite por medio de un conjunto de señales al que el destinatario deberá dar un significado.

1.3 EL SIGNO: EL SÍMBOLO, LA SEÑAL, EL ÍCONO

Semiótica es el término que se utiliza para denominar a “la ciencia de los signos” y el propósito de su estudio, es encontrar una definición y una explicación del signo en general, que a su vez sean clasificados por visuales, auditivos, olfativos, gestuales, táctiles e incluso gustativos, simples y complejos.

El signo como único elemento, no tiene ninguna función de transmisión de información. Se hace presente cuando alguien está ahí, para darle algún significado o interpretación. Los signos pueden utilizarse como símbolos y los símbolos coexisten a partir de un acuerdo por convención. El símbolo “sustituye algo, está en su lugar” y puede ser imagen (un símbolo icónico).

Lo que caracteriza a los íconos, es que el grado de similitud con lo que representan es muy grande y por ende, muy evidente, lo que se sobreentiende porque se lee tal como se presenta, no necesita una interpretación para existir.

Una de las características más comunes del símbolo, es la estilización que adquiere por convención y para poder interpretarlos se necesita conocer el código. La imagen estilizada se convierte en ícono, que en ocasiones reemplaza un signo lingüístico. Mientras que la señal es el núcleo del concepto, la función apelativa que estimula.

Las señales auditivas o visuales también pueden ser símbolos y por ejemplo, en las señales del semáforo hay un signo, en donde el contenido es “deténgase” y su expresión es “rojo”.

Por lo tanto, la señal, es la primera etapa en un gran enlace de percepción e interpretación.

También existen simbolismos como la palabra escrita, que es la codificación visual de una palabra hablada. Así mismo, las señales de los sordomudos que son menos comunes, pero que para ellos, es de lo más común para entenderse dentro de su entorno.

Pierre Guiraud, divide los signos en dos tipos: lógicos, que se caracterizan por ser convencionales, arbitrarios, generalmente establecidos, racionales, objetivamente confirmables, abstractos, generalizadores y selectivos, y los signos expresivos son naturales y motivados.

Para el individuo, el trayecto al concepto, es también al conocimiento (a la conciencia), ya que de no ser así, la reacción a los estímulos externos (visuales, auditivos, táctiles, etc.), no serían interpretados de manera consciente y significativamente, simplemente sería respuesta.

Actualmente la imagen es uno de los códigos más importantes, de manera independiente, es decir sin presencia del lenguaje lingüístico, las formas y colores tienen un significado por sí mismos y si se codifican bien, llegan a tener un grado de información y significado muy grande. Años atrás, la imagen llegó a ser subestimada, puesto que se tenía la idea que únicamente tenía valor desde el punto de vista estético.

Un signo establece una relación convencional entre significante y significado.

El significante, es el fenómeno concreto del que está hecho el signo y su relación es indirecta con respecto a lo que indica, incluso puede referirse a algo inexistente (como algún ser mitológico).

El significado, no puede ser identificado con la cosa a la que se refiere el significante, mas bien, es el concepto que el comunicador visualiza en su mente, lo cual, semióticamente se entiende como el contenido que el código pone en relación con el significante.

“A los signos codificados los llamamos significados: son aquellos que tienen una interpretación conocida y compartida con las personas que pertenecen a una misma cultura. El término información lo reservamos para aquellos signos cuya interpretación no está codificada y por lo tanto la idea que transmita sea mas ambigua y su interpretación dependa de cada receptor.

El grado de codificación no tiene que ver con su capacidad expresiva, sino con el sistema de articulación del discurso.”

(Ráfols Rafael, *Diseño audiovisual*, 15 y 16)

Al establecer una relación, el código distingue dos planos: la expresión y el contenido, en los que el código organiza en unidades pertinentes resueltas en un sistema de oposiciones y diferencias. El contenido consiste en un tejido semántico, donde lo que varía es el modo de dividir este tejido en unidades de significados.

Los conceptos se pueden comunicar y materializar por medio de los símbolos icónicos y no necesariamente tienen que ser reales, los personajes mitológicos son concebidos sin necesidad de ser palpables como los ángeles, los unicornios

o los dragones, es por ello que lo importante es la manera en que esos símbolos afecta directamente en el receptor.

Entonces un símbolo o un signo es todo aquello que es interpretado y comprendido, ya sea un valor estético, pensamientos o sentimientos y emociones.

Para Umberto Eco el lenguaje cinematográfico es complejo y él prefiere digerir lo audiovisual, como un conjunto de información visual y sonora.

El balance entre los signos gráficos, lingüísticos o meramente auditivos, son vitales en los medios audiovisuales. En el cine, es muy importante tener presente que si la imagen tiene más peso que el audio en general, no hay ningún problema, pero si por el contrario los papeles se invierten, el film es afectado en su esencia, puesto que deja de ser autosuficiente, o sea, su capacidad de narración está muy limitada y hay una gran dependencia del audio.

Ello se debe a que la semiótica actual, considera que el cine está compuesto por un sistema visual y cuatro auditivos, donde el primero es el principal en éste medio y por el que se da la narración de una historia, mientras los otros cuatro se refieren a los diálogos, sonidos indexicales e incidentales, como la música de fondo y los efectos de sonido ambientales. Los sonidos indexicales son los que indican la presencia de alguien o algo fuera de cuadro, los incidentales o referenciales son los comprendidos por causa-efecto, por ejemplo, cuando se dispara una arma o cuando va pasando un tren. Las aplicaciones varían desde crear una atmósfera emocional y/o estética, hasta para sorprender al espectador.

1.4 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La imprenta es de gran importancia dentro de la comunicación, puesto que genera la producción en masa.

Los medios de comunicación es la vía, por la cual se desplazan los mensajes, para poder llegar a su destino, y el propósito es hacer llegar esta correspondencia, lo más eficaz posible, es decir, sin daños o pérdidas en el camino. El elemento más importante para que pueda haber una conexión entre el medio y la audiencia, es la atención del receptor.

Cuando se utiliza el término medios de comunicación masiva, se hace referencia al manejo de información orientada a numerosos sectores de la población, ya sea radio, prensa o televisión, que son los más comunes.

Cada medio o canal, tiene su característica y su razón de ser muy peculiar.

El medio impreso es el más antiguo y tan eficaz, que en la actualidad sigue vigente. De aquí se derivan los libros, las revistas, los cuentos, las historietas, los folletos y volantes, los carteles y espectaculares, y finalmente el periódico.

El periódico

- Tener un ingreso económico potencial en publicación de publicidad.
- Como medio publicitario tiene una alta credibilidad.
- No todos los anuncios se terminan de leer.
- Entre los adolescentes y adultos jóvenes hay una carencia de interés por la lectura de este medio.

- La televisión le hace una gran competencia con sus noticieros.

El radio

- Este medio es el más económico.
- Permite segmentar a su audiencia adecuadamente, tiene un público muy específico.
- Es un medio móvil que hace compañía en cualquier lugar por ser tan versátil.
- Su transmisión es inmediata.

La televisión

- La creatividad puede hacer uso del color, el movimiento y el audio simultáneamente para crear un anuncio visual con más impacto.
- Se puede adaptar a la mayoría de los productos
- Ofrece prestigio.
- Aparentemente su costo es más cómodo a comparación de los periódicos, pero requiere muchas repeticiones para perdurar en la mente del televidente y ser eficaz, lo que a la larga sale más caro.
- La gente se satura de anuncios y le cambia constantemente de canal, por ello los mensajes deben ser cada vez más breves e ingeniosos.

El cine

- También es un canal poderoso, ya que influye mucho en la cultura, por medio de tendencias y modas.

- "Sin moverse del asiento, el espectador sufre un traslado imaginario, ideal en el espacio y en el tiempo"

(Sánchez C. Rafael. Montaje cinematográfico: arte de movimiento. 132)

Los medios que nos rodean, pueden llamar nuestra atención produciendo estímulos auditivos (en radio) y/o visuales (cine o televisión). Es necesario considerar la intensidad de cada estímulo en ciertas circunstancias; por ejemplo, cuando las señoras están cocinando, pueden estar escuchando el radio al mismo tiempo, y por el contrario cuando uno está en el cine esperando que comience la película y lo único que tiene enfrente es una pantalla enorme y un audio muy intenso, la atención se centra totalmente ahí.

La ventaja que tienen los medios impresos es que el receptor tiene el control a su alcance, él enfoca su atención cuando tiene tiempo, lee y analiza la imagen con calma, puede cambiar de página e incluso regresar cuando quiera y cuantas veces lo desee.

"La información visual desencadena comportamientos de empatía (comunicación afectiva) presentándose muy por debajo de la conciencia, que puede llegar a un mimetismo concreto, por medio de la identificación y la proyección."

(Malmberg, Bertil, Teoría de los signos: Introducción de los signos y los símbolos)

Los creadores del cine han desarrollado estructuras (algunas veces inconscientemente, otras descubiertas por azar) que forman un sistema consistente en todos sus elementos.

La visión electrónica televisiva, en analítica, secuencial intermitente, abstracta. Está más interesada en conceptos verbales y lógicos que en los sentimientos.

1.5 SOCIOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN

La influencia sobre los seres humanos, se puede observar muy bien en las actitudes cotidianas como la moda, las tradiciones, las costumbres, a estos comportamientos se le denomina interacción social y es lo que regula el comportamiento y las actitudes de un individuo, ya que las personas son muy sensibles a las opiniones de los demás. Es increíble el grado de dependencia que una persona puede tener de otra y sobre todo cuando hay inseguridad en sí mismo, ya que la presión de un grupo interviene en gran parte para la toma de decisiones.

El impacto de la influencia social, dice Herbert C. Kelman (*Diseños para una comunicación persuasiva, 95*) se puede dar de tres formas

- a) Por acuerdo, cuando una persona acepta la influencia de otra porque cree que es lo más conveniente para llegar a su meta u objetivo.
- b) Por identificación, cuando un individuo adopta comportamientos derivado de un grupo u otra persona para llevar una relación satisfactoria y autodefinida.
- c) Por internalización, cuando se acepta la influencia porque el comportamiento inducido es congruente con su sistema de valores.

La credibilidad de la fuente, debe ganarse el respeto de la experiencia del comunicador y la confianza del público.

No es suficiente con acaparar la atención del espectador, sino que hay que proporcionar satisfacción a sus expectativas.

El comunicador debe tener una gran sensibilidad al organizar los códigos, que son la clave para poder llegar a un grupo de personas con ciertas características.

Cuando es muy complicada la persuasión de un individuo porque su ideología se encuentra estrechamente ligada a un grupo, entonces se intenta influenciar a todo el grupo. Esta técnica se utiliza comúnmente en programas de desarrollo de ejecutivos y supervisores.

El lenguaje es un modelo de conducta social, en el cual nuestro primer contacto de identificación es el idioma, pero no basta cuando no hay una interacción y una confianza para establecer un intercambio de información.

Existen códigos de conducta muy característicos en ciertas circunstancias de una sociedad, como cuando uno llega a un grupo de primera instancia y no conoce a nadie, generalmente se ven unos a otros sin dirigirse la palabra, otro se aplica en los eventos muy formales y tanto el lenguaje como la vestimenta y el comportamiento son distintos, ya que se quiere dar una apariencia específica (forzada) pero finalmente ese es el código que se emplea.

Estos códigos sociales son los factores que dan pauta al comportamiento "no lingüístico".

Símbolos de identidad

El comunicador necesita saber a que tipo de gente se puede llegar con cada medio. Para tomar una decisión hay que saber a que clase social llega cada medio, y a partir de ahí, ir fragmentando el tipo de audiencia de acuerdo a las variables demográficas como edad, sexo, estado civil, ocupación, religión, lugar de residencia, antecedentes raciales.

El lugar que la gente ocupa dentro de la escala social se establece por el medio en el que se desarrolla, ya que sus fiestas, rituales, ceremonias, modas, juegos, etc... tienen una peculiaridad, que va determinando el grupo al que pertenece cierto individuo de acuerdo a sus costumbres y su entorno.

Es muy común los uniformes por instituciones, los símbolos patrios en los diversos países como la bandera, el escudo y el himno. Así como también la vestimenta, el peinado, el uso de algún color en particular, antiguamente la deformación de alguna parte del cuerpo o los tatuajes.

La perspectiva sociológica de la comunicación, parte de que las relaciones humanas y las estructuras sociales que rodean a las personas, ejercen una influencia dominante sobre ellas y se debe al gran flujo de la comunicación masiva, la que prevé y determina los efectos que va a causar en el receptor.

1.5.1 La comunicación persuasiva

El término persuasión se refiere directamente al hecho de manipular adecuadamente los símbolos para tener una reacción específica en la gente, por medio de la apelación al intelecto y a las emociones, se trata de conseguir el consentimiento psicológico, la aprobación.

La persuasión es una cuestión de poder, pero sin usar la fuerza física. En un trabajo ese poder se sustituye por autoridad, sin embargo, la autoridad se disfraza y utiliza la habilidad persuasiva.

Esta habilidad tiene la ventaja de ser aparentemente "libre" psicológicamente, se hace creer al individuo que su comportamiento es por convicción propia, sin darse cuenta de que en realidad se induce, por eso su capacidad y productividad es mayor.

Los campos más sobresalientes dentro de éste fenómeno son la publicidad, que se dedica a la venta de productos y la propaganda que se enfoca a ideas, personas y organizaciones, mediante técnicas que llevan implícito un mensaje convincente, persuasivo y con una gran probabilidad de afectar el comportamiento.

La publicidad es todo anuncio con fines comerciales que crea necesidades de consumo, impone modas y su principal intención es vender haciendo alusión a las ventajas de los productos o servicios y para lograr su meta, recurre a valores con los que se aspira a la juventud, belleza y poder.

Se le denomina propaganda cuando se persuade y el único beneficiado es quien envía el mensaje, cuando no hay un beneficio mutuo, generalmente no paga espacios para dar a conocer un cambio de ideales, sino que se abren paso poco a poco por medio de la prensa y todos los medios de comunicación, de tal modo, que logran causar cierto efecto a largo plazo, haciendo convencional cierta ideología de lucha por ejemplo, como lo hacen en la actualidad los políticos, es tendenciosa y genera polémica.

El objetivo es convencer al receptor de que adopte una acción o ideología, alterando y manipulando opiniones ya sea política o religiosa, hacen referencia a ideas y valores universales como la paz, la libertad o la democracia.

De acuerdo al tipo de propaganda que se lleve a cabo, será su función, existe la propaganda sociológica que trata de penetrar ideológicamente en una sociedad, la de agitación que usa métodos violentos, la de guerra que actúa en nombre de una nación influyendo en opiniones, emociones, actitudes y conductas, la racional, explica la finalidad de sus objetivos, la irracional que va directamente a los sentimientos, tratando de desviar la atención de la reflexión, la vertical y horizontal, la primera tiene un líder que representa a un conjunto, teniendo un rango de autoridad y superioridad ante los demás, mientras la segunda carece de este personaje, es un grupo donde todos tienen voz y voto.

A la propaganda también se le ha catalogado con matices, cuando la fuente no se oculta y sus intenciones son favorables para la nación, se habla de que es blanca,

cuando origina rumores, se dice que es gris, cuando pretende modificar ideas y actos se le denomina negra, finalmente se le llama política o electoral cuando influye en toda la población, esta propaganda trata de cuidar la reputación y la confiabilidad.

La persuasión está compuesta por los siguientes factores:

<i>Impacto</i>	Equilibrio apropiado de imágenes y palabras para registrar la marca en la mente del receptor.
<i>Arquetipos</i>	“Es el arte de conmover”, cuando se llega a los sentimientos más profundos de las personas con el fin de la manipulación.
<i>Argumento</i>	Se demuestra la verdad con la delicadeza de un discurso hábil e ingenioso.
<i>Credibilidad</i>	El personaje que transmite el mensaje debe tener una buena imagen, es decir, ser confiable a los ojos del espectador.
<i>Exclusividad</i>	El producto debe ser único, original, con propiedades muy peculiares y se debe resaltar cada una de sus virtudes.
<i>Redundancia</i>	Hacer uso de la repetición constante para reforzar la presencia ante el público.

La forma en que la retórica estructura sus discursos, es más convincente, ya que apela a los sentidos de tal manera que al transmitirlo produzca en el receptor el efecto deseado.

Aristóteles llamó a la retórica el arte de convencer y conmover embelleciendo el lenguaje, en virtud de la verdad.

La publicidad promueve el consumismo y necesita que las palabras lleguen a los sentimientos que, a su vez, determinan las acciones emocionales y superan a la razón.

Onomatopeya:

Actúa como recordatorio del sonido, evocando o bien, imitando los sonidos de la vida cotidiana en historietas o cuando se menciona descriptivamente.

Ej. “ring”, “gluglú”, “splash”, “pow” o “crash” en el caso de imitación, usada mucho en los comic.

Ej. “Cuando las manecillas del reloj marcaron las doce, un eco de mil campanas entonaron sus mejores melodías como si hubieran estado inspiradas”. Al hacer dicha evocación, la imagen llega a nuestra mente de inmediato.

Metonimia:

Designa una cosa por otra, tomando el efecto por la causa o viceversa.

Ej. “El balón se introduce en la red”, en la portería
“La mejor pluma de la literatura universal es Cervantes”

Hipérbole:

A esta retórica se le tacha de mentirosa, puesto que crea fantasías por medio de los mínimos o máximos. A pesar de ser extremista, se sumerge en la imaginación de los niños haciendo una invitación a participar por medio de la adquisición.

Ej. “Viajamos hacia el último rincón del universo”.
“Soñamos con la galaxia infinita en nuestras manos”.

Antítesis:

Hace uso de los antónimos en ideas diferentes pero fusionándolas en un mismo objetivo.

Ej. “ La oscuridad de la noche sirve para encontrar la claridad de mis pensamientos”.

Paremiología:

Es el uso de refranes o frases célebres. En publicidad generalmente se toman los fragmentos más representativos sin necesidad de hacer la cita completa.

Ej. “Cuando el río suena, piedras lleva”, es decir, cuando los rumores son cada vez más intensos, es que algo va a suceder inevitablemente.

Sinécdoque:

Se caracteriza por alterar las palabras haciendo extensa o restringiendo su significación. Designa al todo por la parte o la parte por el todo.

Ej. “Danos el pan nuestro de cada día”, cuando pan es alimento en general.

Eufemismo:

“Transforma o explica con palabras estéticas aspectos desagradables” o difíciles de manejar.

Ej. “Donde la espalda pierde su honesto nombre”

“Persona lenta de mente” Tonto o poco astuto

Prosopopeya:

Atribuye a objetos estáticos u animales, propiedades o actitudes de personas o cosas animadas, ajenas a su naturaleza.

La fábula la ilustra muy bien.

Ej. “Estan verdes, dijo la zorra”

“La casa parecía abandonada y pedía a gritos que la habitaran”.

Elipsis:

Omitir, faltar. Omisión en la oración de una o varias palabras, en el caso de las imágenes, es mostrar un fragmento importante con el cual se sobre entiende la unidad sin necesidad de estar presente. Es la parte por el todo.

Ej. “Palabra, ideas, acciones.

C.C.B. Centro Comunitario Boliviano. Nuestra prioridad, usted”.

Paradoja:

Contradicción aparente, al igual que en la antítesis, también hace el uso de los opuestos, pero en una sola idea, donde la publicidad hace posible lo imposible.

Ej. “La nostálgica alegría que encerraba aquella fotografía de los abuelos”.

“Cuando los pies te piden la tranquilidad y el descanso con estilo, necesitas Rony. Es como caminar flotando con la magia de la suavidad y el diseño que se ajusta a tu personalidad”.

RONY. CAMINA FLOTANDO

Perífrasis:

Alrededor. Rodeo del lenguaje, es toda una serie de argumentos, extendiendo un discurso para poder llegar a una conclusión cargada de sentido

Ej. “Cuando la luz de plata anunciaba que la oscuridad era el cómplice perfecto que necesitaba, los latidos de mi corazón transmitían palabras que yo sólo podía escuchar. Un manto de timidez me abría todo el cuerpo y la adrenalina de la incapacidad subía en demasía sin dar vestigios de querer bajar. Ni la incertidumbre de saber si mis pies estaban totalmente vacíos llamaba la atención de mi presión arterial, que se desbocaba y confundía con mi humor natural, con las delicadas y selectas gotas de perfume francés roceado caprichosamente sobre mi coraza elegante. Llegó el momento y lo asumí. La gracia de los dioses posó en mi voca un -te quiero-, y desde entonces no dejo de amarte”.

Todo el rodeo descriptivo, unicamente para decir que: “desde entonces no he dejado de amarte”.

1.6 PERCEPCIÓN HUMANA

La memoria del ser humano se puede comparar con la de una computadora al mencionar que la memoria ROM es lo que ya está programado y en donde se van guardando nuestras experiencias, valores y metas, mientras la RAM es la que tenemos momentáneamente y permite que uno se ajuste al ambiente en que se encuentra, como al tener una conversación o leer un libro. No hay posibilidad de que una funcione sin la otra, puesto que no tendríamos control ni capacidad de decisión.

El 85% de las neuronas se encuentran en la corteza cerebral, estas transmiten sus mensajes por medio de axones, los cuales están protegidos por una sustancia llamada mielina y permite que el aprendizaje sea permanente. Al proceso de mielinización se le conoce como “el ciclo triple de habilidades del aprendizaje”:

- 1.- Visión global – pensar, ideas, deseos, predicciones.
- 2.- Relación y complementación de la información – proceso analítico, complementario, afina conceptos.
- 3.- Práctica y variantes – Transfiere los conocimientos a la vida cotidiana y a todas las áreas de la existencia humana.

Se sabe que gracias a la sinapsis y al incremento de ellas con otras terminales nerviosas (quimiorreceptores) es que se logra la memorización o aprendizaje.

El aprendizaje es considerado como una reacción química de sodio y potasio en la interacción dendrítica (sinapsis).

El cerebro requiere esencialmente de agua y descanso físico; pero también tiroxina, selenio, boro, vitaminas B fructuosa, ácidos grasos, omega 3 entre otros, es decir, pescado, germen de trigo, nueces, aceite de algodón, etc...

Es necesario el descanso profundo fisiológico; al no dormir las horas requeridas se está afectando directamente al aprendizaje, puesto que la capacidad de retención no es la óptima al día siguiente.

El sueño permite al cerebro limpiar pensamientos inútiles, reordenar circuitos y procesar eventos emocionales.

Cerebro triuno: el cerebro tiene tres sistemas de gran importancia, por lo que podríamos decir que tenemos tres cerebros (reptil, mamífero y cortical) en uno sólo y dos hemisferios, donde cada cerebro es influenciado por el otro y viceversa.

El cerebro (sistema) reptil es el que tiene mayor prioridad por ser el que controla el instinto, la respuesta rápida para la supervivencia y se encuentra del tallo cerebral al cerebelo.

El cerebro cortical o neomamífero es la capa pensante que entiende y razona, de tal modo es como resuelve los problemas.

El cerebro (sistema) límbico o mamífero es el que regula la temperatura corporal, la sed y el hambre por medio de los

órganos como la amígdala, hipocampo e hipotálamo; también controla los sentidos, como la respuesta al dolor, presión en la piel, etc., con el tálamo e hipófisis.

Los dos hemisferios, el izquierdo, que controla el lado derecho del cuerpo, el sentido de la vista y las operaciones intelectuales, analíticas, lógicas y secuenciales.

Mientras el derecho controla el emisferio izquierdo, responsable del oído y las percepciones armónicas, rítmicas y espaciales, así como también el sentido simbólico o imaginativo y la parte emocional.

La división entre estas funciones no pueden ser tan tajantes, ya que la sensación y las percepciones existen combinadas e influenciadas. La memoria, la sensibilidad y la imaginación de cada ser humano, son tejidos hechos con los mensajes y respuestas entrelazadas de ambos hemisferios. Sin embargo, ciertas tendencias prevalecen y es donde la forma del estímulo que reciben nuestros sentidos, juegan una parte crucial.

“Los rayos de luz que reflejan los objetos, son enfocados por la lente del ojo, en la retina, que cuenta con receptores cónicos y en forma de varilla sensibles a tales rayos. La retina convierte los rayos de luz en señales electroquímicas que, entonces, se transmiten a través de los nervio ópticos, al córtex visual primario que se encuentra en la parte posterior del cerebro. Un tercio del cerebro se ocupa del procesamiento de estas señales. Diferentes partes del córtex se ocupan del color, el movimiento, la

profundidad y la forma, pero el cerebro los integra a todos en una sola percepción.”

(Walker, Jhon A. [Una introducción a la cultura visual](#). 37)

La visión óptica en pantalla como la conocemos en el cine es armónica y rítmica, así mismo, estimula la imaginación espacial, las relaciones emotivas, los sentimientos simbólicos, los sueños y las fantasías, las pasiones y los estímulos subconscientes.

La finalidad del comunicador persuasivo es alcanzar los sentidos del receptor, preparando la información y enviándola por un medio adecuado, para que la guarde y en un futuro la utilice.

La percepción es el proceso de tomar conciencia de los objetos, cualidades o relaciones por medio de los órganos de los sentidos. El comunicador prepara y presenta estímulos con la finalidad de que el público las perciba, por lo cual, es necesario entender el tipo de variables que intervienen en la estimulación sensorial y la concientización.

Es muy difícil que un mensaje se perciba tal como lo visualiza el realizador, porque existen muchos factores en cada receptor, que le van a dar un giro distinto, dependiendo del entorno en que se desarrollan y de las experiencias personales. Los símbolos y señales, crean estímulos que a su vez excitan los sentidos humanos y se genera lo que los psicólogos llaman sensaciones distintas de las percepciones, de las cuales estamos conscientes.

Los sentidos auditivo, táctil, gustativo, visual y olfativo, sirven como canales de sensaciones para la percepción y conexión con el mundo que nos rodea.

1.6.1 Discurso

El discurso de un audiovisual se desarrolla de manera lineal, tanto en audio como en imagen en un periodo de tiempo, cuya combinación es parte de una unidad y los signos que la conforman deben estar articulados, siguiendo un orden, una lógica, donde cada elemento tiene su razón de ser a consecuencia del que le precede y a su vez, da pauta para el que sigue.

“Los mensajes se dan simultáneamente, no hay un orden expositivo en el sentido de encadenamiento de conceptos ...La interpretación de un mismo signo puede variar según el contexto en el que está introducido, del cual forma parte y por el cual es influido.”

(Ràfols Rafael, *Diseño audiovisual*, 19)

Los colores que se repiten constantemente, independientemente de las ligeras variantes crean una sensación de continuidad y conjunto muy notable. Esta sensación de armonía y secuencialidad entre conjuntos se debe al uso de la repetición con elementos similares, como la dirección del recorrido visual, tamaño de encuadre o posición de la cámara con respecto al objeto, etc.

En la elaboración del discurso, uno puede apoyarse en diferentes recursos expresivos y gramaticales, inclusive en la combinación de ellos como el surrealismo, donde la concepción espacio/temporal es irreal, pero se sustenta principalmente entre la relación concepto – estética.

1.6.2 Estética

El término proviene del S. XVIII y se utiliza para describir el sentimiento de lo bello, lo hermoso.

“La historia de la estética presenta gran variedad de definiciones del arte y de lo bello. Si bien cada una de estas definiciones tiene la regla la pretensión de expresar de modo absoluto la esencia del arte, actualmente se va abriendo paso la idea de que la mayor parte de ellas sólo expresan tal esencia desde el punto de vista de un problema particular o grupo de problemas.”

(Abbagnano, Incola. Diccionario de filosofía, 453)

A nivel fisiológico, las sensaciones se producen a través de una excitación en los centros corticales de los sentidos, la cual, es provocada por la acción ejercida sobre uno de los nervios sensoriales, dicho estímulo de excitación, se transmite de inmediato a los centros corticales del recuerdo y la asociación; es en ese preciso instante, es cuando una simple sensación se transforma en una percepción. Entonces, hasta cierto punto, toda percepción lleva implícita una interpretación.

Dentro de la estética, los puntos que continúan en debate para definir hacia donde se encuentra el dominio, esta la relación arte – naturaleza, arte – hombre, y la función del arte.

El sociólogo francés Bourdieu se apoyó en métodos estadísticos para analizar los rangos del gusto, llegando a la conclusión de que existen ciertos parámetros para poder aproximarse a las diferencias del gusto, dividiendo los

sectores por clases sociales, donde el placer estético estaba ligado a la apreciación del arte culto (conocimiento de diversas culturas) generada por la necesidad de la burguesía e intelectuales para acentuar la diferencia con los grupos de abajo (los pobres).

La estética es tan subjetiva como el número de receptores que reciben la señal, porque se le denomina belleza a lo que impacta nuestros sentidos y produce sensaciones placenteras. El gusto se forma de acuerdo al entorno en el que uno se desarrolla, por lo tanto la sociedad que nos rodea, desempeña un papel muy significativo ya que se comparten y transmiten valores con los que hay una identificación, sin embargo, con la influencia de otras culturas cercanas o similares, se adoptan actitudes y modas, de tal manera se van fusionando y se alcanza consenso en el gusto.

La estética es parte del mensaje, la cual se desenvuelve acaparando los sentidos y por consiguiente la atención del público. Es la que penetra en las emociones del individuo y lo seduce para lograr una respuesta positiva, mediante la combinación apropiada de audio e imagen.

“...entiendo la estética no como una pura gesticulación exterior del sujeto, sino como la experiencia más profunda, completa de apropiación del mundo por parte del ser humano”

(N. Chaves, *El oficio de diseñar*, 64)

1.7 COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

La importancia de los sentidos es difícil de definir como tal, puesto que cada uno tiene su función muy peculiar y se complementan entre ellos, sin embargo, Donald Lowe argumenta que la importancia varía de acuerdo a la época, él considera que en la edad media se valoraba más el oído y el tacto, pero cada vez se hace mayor hincapié en la comunicación visual y auditiva que en cualquiera de los demás sentidos. El sonido en un audiovisual tiene la función de apoyar a la imagen, ampliando y redundando la información, modificando de esa forma la percepción global del mensaje.

Hoy en día, la vista es considerada el sentido con mayor prioridad, seguido del oído, debido a que la tecnología y la sociedad así lo requiere. Aunque desde la prehistoria el hombre fue capaz de plasmar y perpetuar la imagen por medio del dibujo generando comunicación visual, en cambio el sonido logra su expresión hasta la invención de la escritura donde también se necesita la vista o el tacto (con el sistema Braille) para poder descifrarlo y además se logra únicamente con los sonidos del lenguaje.

"Hasta a mediados del S. XX la informática da un impulso definitivo a la sonografía y espectrografía."

(Rodríguez Bravo, Ángel.

La dimensión sonora del lenguaje audiovisual, 219)

Podría pensarse que el ojo es el que capta mayor información por el gran número de estímulos que recibe a diario, pero lo cierto es que permanece en funcionamiento una tercera parte de la vida, ya que es lo que descansa en lo que el cuerpo duerme, por el contrario, el oído permanece alerta todo el tiempo, sobre todo cuando los demás sentidos se desconectan, una de sus grandes ventajas es que puede percibir a 360 grados del entorno y la vista 180 grados, por ende requiere de una posición adecuada del cuerpo y de luz para distinguir el objetivo

Debido a la experiencia, el sentido sensorial supone la separación de dos sucesos, es decir, el comienzo de uno y el final del otro, al cambiar drásticamente el sonido de una nota a otra. Los planos se pueden entender como un conjunto en una secuencia, o bien, como varias secuencias dependiendo del sentido que se le aplique con el efecto sonoro.

Entre los años treinta y sesenta, el radio desarrolló una técnica que consistía en acolchonar las paredes de los estudios para crear sensaciones de espacios abiertos o cerrados con paredes duras, incluso se usaban lugares con muros móviles para poder controlar el grado de intensidad sugiriendo espacios más grandes o viceversa. Así también se regulaba la distancia entre locutor y micrófono.

El audiovisual tiene sus inicios con el cine, posteriormente se inventa la televisión y en los últimos años continúa extendiéndose con la informática. Su producción siempre ha sido costosa ya que el equipo técnico que requiere tanto de realización como de proyección necesita de profesionalismo a la hora de crear y manipular las herramientas, a parte el proceso de elaboración es muy tardado. Por tal motivo las grandes empresas son las que utilizan mas estos medios para difundir sus productos, pues tienen las posibilidades de costear dichos mensajes publicitarios.

“ El arte o la traducción gráfica de una cultura, es modelado por la manera de percibir el espacio. Desde el renacimiento, el artista occidental percibió su ambiente mas que nada en términos visuales. El ojo del contemplador lo dominaba todo. Su concepción del espacio era una proyección en perspectiva sobre una superficie plana constituida por unidades formales de medición espacial. Aceptaba el dominio de la vertical y la horizontal –de la simetría– como una condición absoluta del orden. Este punto de vista está clavado profundamente en la conciencia del arte occidental... El espacio visual es uniforme, continuo y ligado. El hombre racional de nuestra cultura, es un hombre visual.”

(Mc Luhan Marshall, *El medio es el mensaje*)

En realidad el diseño audiovisual es netamente funcional y depende directamente de lo que va a difundir, no tiene una razón de ser por si sólo, carece de sentido, más bien es una herramienta a utilizar con la ventaja de combinar imágenes a color o acromáticas, en movimiento y con audio, lo que facilita la asociación de significados.

En este medio se hace demasiada alusión a la belleza y la juventud, que tratan de establecer una complicidad entre los ideales y el público. El llamado Jingle, es muy efectivo, consiste en adaptar una canción conocida o creada especialmente para el slogan del producto, logrando que la gente lo asimile y se lo aprenda fácil y rápidamente. Aquí el empleo de las imágenes, no puede permitir errores, debido a que el cambio es tan rápido y tan constante, que debe ser lo más explícito posible, de lo contrario no se logrará el efecto deseado.

Entre una imagen fija y una en movimiento, hay una lectura diferente ya que el todo como unidad en los audiovisuales es lo que se sucede entre la secuencia de escenas a base de imágenes que dan la sensación de movimiento. Entonces, después de haber contemplado un audiovisual, el análisis es a partir del recuerdo, de la percepción de emociones y sentimientos que causaron mayor impacto en cada receptor, quien interpreta a partir de su contexto, sus experiencias, su formación y su sensibilidad.

1.7.1 Documental

Cuando la imagen en movimiento comienza a surgir, justamente captura hechos de la vida cotidiana, dejando así documentos que registran la historia en su naturaleza pura, ya que se capta lo que sucede tal cual, es decir sin manipulación alguna de la realidad, porque no existían todavía los filtros, ni los efectos y mucho menos los fotomontajes.

Tomás Alba Edison inventa el kinetoscópio, el cual funcionaba insertando una moneda, pero era individual.

Los primeros fragmentos que se presentaron en público se llamaban vistas y tenían una duración de 48 seg.

La imagen se presenta por sí sola y más adelante aumenta la duración de tiempo, luego se añaden pequeños diálogos escritos entre escenas y más tarde se acompaña a la película con música de orquesta donde la sincronía tenía una gran importancia en cada proyección.

Finalmente se encuentra la manera de incluir en el celuloide una banda sonora.

John Grierson es quien adopta el término de documental y lo define como el "tratamiento creativo de la realidad".

Los documentales comienzan a tomar diferentes rumbos, es decir, estilos.

Uno de los primeros documentales más famosos es el de "Nanook of the North" de Robert Flaherty, en 1922. Cautivó bastante, puesto que lleva a la ciudad la forma de vida de una familia Inuit; grupo étnico que vive al norte de Canadá, contando así una historia novedosa y atractiva, Flaherty fué conocido como creador de un nuevo género.

"El hombre de la cámara" de Denis Arkadievich, mejor conocido como **Dziga Vertov**, 1929. Es un seguimiento de la cotidianidad, pero más experimental, jugando mucho con el dinamismo y el ritmo musical, sin necesidad de llevar un hilo conductor o una historia específica ni una secuencia en particular; simplemente transmite diversas sensaciones; para ese entonces comienza a usar el montaje, mostrando por un lado la progresión de una jornada en la gran ciudad y al mismo tiempo el proceso de realización de la misma película.

"Mi misión consiste en crear una nueva percepción del mundo...El ojo fílmico trabaja y se mueve en el tiempo y en el espacio para captar y registrar impresiones de manera muy diferente de la del ojo humano. Las limitaciones impuestas por la posición del cuerpo o por lo poco que podemos captar de un fenómeno en un segundo de visión, son restricciones que no existen para el ojo de la cámara, que tiene una capacidad mucho mayor.

No podemos mejorar la capacidad de nuestros ojos, pero siempre podemos mejorar la cámara".

“Las Hurdes, Tierra sin pan” (1932) es el único documental de Luis Buñuel; se basa en una **investigación** previa y dentro de la narración menciona algunas de sus experiencias en la realización, como la dificultad de obtener ciertas tomas y las razones.

“El triunfo de la voluntad” (1934 - 36) y “Olympia” (1936) un film acerca de los juegos olímpicos en Berlín, dentro del gobierno nazi de Adolfo Hitler. En estas producciones se refleja la ideología de Leni Riefenstahl, realizadora alemana que visualiza todos los detalles **estéticos**, logrando producciones de belleza y arte a base de imagen en movimiento y música.

“Leni, intenta crear una sensibilidad hacia la forma humana que trasciende las fronteras. Usando 50 operadores de cámara y los últimos adelantos en sistemas ópticos, Riefenstahl pudo disponer de microimágenes e imágenes de una monumentalidad asombrosa. La realizadora desplegó material de muchas de las competencias, pero también incorporó numerosas secuencias sobre el entrenamiento y la camaradería entre los atletas. Leni, sólo se concentró en la naturaleza de la belleza, incluyendo a los atletas y su alegría”.

Dancynger Ken. *Técnicas de Edición en Cine y*

Vídeo. 84, 85

“Noche y Nublado” (1955) de Alain Resnais un cineasta francés. Es un documental a partir de **imagen de archivo**, el cual trata el tema de las concentraciones en el gobierno de Hitler, un tema bastante fuerte por su naturaleza, con imágenes sumamente crudas. Pero con un trabajo de montaje bien realizado y bien encausado. Simplemente objetivo.

“Anima Mundi” (1991) de Godfrey Reggio. En este caso tampoco hay narración, simplemente música e imagen de la naturaleza, cielo, agua, fuego, animales, excluyendo al hombre. Haciendo también un tratamiento visual muy estético, pero más **moderno** y con mucho colorido.

La mayoría de las veces, lo que hace resaltar un tema, haciéndolo importante, es el conflicto entre opiniones, convicciones y ambiciones.

Documental - Películas de no ficción

No puede haber una línea tajante entre la realidad y la ficción, ya que se apoyan mutuamente. En los documentales es posible que haya puesta en escena, por una u otra razón, en *Nanook of the north* muchas de las actividades son puesta en escena, ya que el realizador hace su investigación previa, pero cuando llega al lugar se encuentra con la sorpresa de que se han modernizado; dicha comunidad y la caza, ya es con rifles no con lanzas, además ya no viven en iglu, sino en chozas, etc.

Mientras tanto la ficción, muchas veces se basa en hechos verídicos para desarrollar su historia.

Pero en términos generales, las características básicas serían las siguientes:

- Se dramatizan hechos reales en vez de ficción
- El realizador pretende hacer una interpretación creativa a partir de su visión sobre los sucesos reales
- Generalmente se basan en situaciones sociales inmediatas
- Se filma directamente sobre personajes auténticos y en el contexto real (locación) donde se suscitan las acciones, nada de escenarios
- Su desarrollo consta de introducción, desarrollo temático y conclusión

Debido al gran número de definiciones acerca de lo que es realmente el documental, la Unión Mundial de Documentalistas decidió en 1948 definir al documental de la siguiente manera:

“Todos los métodos para grabación en celuloide de cualquier aspecto de la realidad, interpretado por filmaciones de los hechos o por una sincera y justificable reconstrucción de los mismos, que interesen ya sea a la razón o a la emoción, con el propósito de estimular el deseo y ampliar el conocimiento y la comprensión humana, planteando problemas verdaderos así como las vías para resolverlos en el campo de la economía, la cultura y las relaciones humanas.”

Barnouw Erik. El documental.

1.7.2 El Musical

Cuando se integra el sonido al film, las producciones con mucho diálogo no eran más que teatro filmado, es así, como se comienza a buscar dinamismo con movimientos de cámara y posteriormente sincronizando el audio.

Las dificultades a superar en este ámbito son:

- La integración de una historia dramática.
- La variedad de las rutinas de comedia en el film.
- Y finalmente el montaje, por la sincronía con el audio y el ritmo.

Pero a pesar de todo, fué de los géneros más dinámicos y con gran atractivo visual en la década de 1930.

Es así como entran los musicales a la producción audiovisual. Posteriormente se convierte en Berkeley uno de los mejores directores del film musical.

1.7.3 Video Clips

El surgimiento del video-clip comienza de manera informal; las discográficas inician con la realización de films de conciertos, los cuales circulaban a nivel interno, con el único propósito de proveer información visual acerca de los roles musicales actuales (en ese entonces) a diversas compañías.

“Se ha empezado a hablar de video-clip a partir del momento en que música e imagen han establecido entre ellas -en el transcurso de la evolución de los mass media- una cierta relación novedosa”

Los video-clips pp 106, 107.

El desprecio de los audiovisuales como promoción por parte de las compañías discográficas, se debía a la falta de convicción en la rentabilidad de la inversión.

Por tal motivo “la CBS realizó una experiencia destinada a averiguar la incidencia de la difusión de clips en la venta de discos. En una primera fase del lanzamiento de thriller (de Michael Jackson) el disco se sacó a la venta sin ningún tipo de apoyo audiovisual. En la segunda fase se difundieron por televisión los video-clips Beat it y Billie Jean. Al comparar las ventas efectuadas en cada una de las fases, se evaluó un incremento de ocho millones de copias, debido a la difusión de los videos de promoción”

Los video-clips pp 68

A la par, nace el movimiento británico, “La Nueva Ola”, en la cual se abre una vertiente totalmente diferente a la música disco, pues era la que estaba en su plenitud. Es así como a mediados de los setenta se establecen dos corrientes muy fuertes que caracterizaron dicho movimiento, buscaba romper con todo el convencionalismo que se venía dando en la música desde la década pasada.

- La música disco, que implica una pérdida de valores y constituye una ideología machista.

- Rock duro o Heavy metal y el Punk, con un carácter de extrema agresión.

“Su doctrina no era otra que la genuinamente publicitaria: un universo ficticio de goce y placer, un movimineto que situaba permanentemente al consumidor en la cresta de una ola congelada - el paraíso color pastel - vendido a parcelas”

Los video-clips pp 65

Los medios de comunicación de masas, insiden cada vez más en la formación cultural de los jóvenes; que los métodos tradicionales de educación, pues los valores éticos se han ido perdiendo dentro del “nucleo familiar” el área académica no logra captar la atención y el entusiasmo como los medios audiovisuales.

Los espectáculos llenos de dinamismo son los que influyen y encauzan el rumbo del receptor. En el video-clip se hace uso de los signos icónicos de acuerdo al estilo de la música,

ningún elemento dentro de un audiovisual es neutro, pues todo tiene un simbolismo que es interpretado de acuerdo al contexto, lo cual lleva a una reacción.

Los patrones a seguir se obtienen en la televisión, revistas y discotecas; la elección de música y estilo de vida es de acuerdo al entorno en el que se desarrollan, las modas con las que se identifican y por ende, los personajes o artistas, es así como terminan adoptando tipo de vestimenta e incluso actitudes.

El video-clip tiene como finalidad principal la venta de un disco, una canción o impulsar la imagen de un artista o un grupo, sin embargo, eso no demerita su función artística.

La ola francesa

La tendencia mas vanguardista dentro del video, surge de Europa. En la historia del video-clip dos de las mas grandes influencias han sido Jean Baptise Mondino y Michel Gondry.

Björk contrata a Gondry para realizar el video de su primer sencillo, después de haber visto los videos para su banda Oui Oui. Es así como “human behavior” llega a tener un éxito rapidamente. Bachelorette, es el film animado que cuenta toda una historia en un lapso de tiempo muy corto , utiliza elementos de cuentos infantiles con una creatividad impresionante, llevando así al video pop al nivel de arte real. Hay más invención, inteligencia, poesía, emoción y generosidad en cada uno de sus vieos que en el 95 % de los largometrajes en la actualidad.

La diferencia en la formación de los directores de Estados Unidos y Francia es que mientras en América la mayoría provienen de escuelas de cine, en Europa surgen de escuelas de arte, fotografía y diseño gráfico o son líricos, lo cual permite que los europeos tengan una perspectiva del videoclip más fresca e inventiva que los norteamericanos.

En México los inicios del video-clip se dieron con el apoyo de los grandes del monopolio Televisa.

Al principio, sólo las televisoras tomaban las decisiones importantes respecto a la realización y programación de los videos; las disqueras no tenían voz ni voto, pero finalmente dichas compañías que patrocinaban el video-clip se quedaron con el poder de decisión sobre el director y la forma de hacerlo.

Uno de los directores más famosos de los 80's y aún actualmente, es Pedro Torres Castilla. En más de 25 años de carrera ha realizado más de 2,500 comerciales y decenas de video-clips; así como más de 25 documentales y su participación ha sido a nivel de productor, director y fotógrafo.

1.8 PRE-PRODUCCIÓN

El diseño es una readaptación a un contexto diferente, ya que se lleva a cabo a partir de conocimientos preexistentes con estilos personales y de acuerdo a las circunstancias que nos rodean en el medio ambiente. La creatividad depende directamente de criterios y reflexiones, para lo que es necesario tener talento.

“Es la combinación de la razón y la intuición...crear implica tener capacidad de abstracción intuición sensible y sentido de la estética”.

(Ráfols Rafael, *Diseño audiovisual*,)

La creatividad debe tener originalidad, es decir, una propuesta novedosa, debe tener calidad a la hora de materializarla (en la producción) y el resultado debe ser eficaz, solucionando el problema.

Para que la solución sea de calidad necesita que se le dedique tiempo, puesto que hay que seleccionar y organizar las ideas, ligarlas para que haya coherencia y en teoría debe llevar a la precisión de la producción final.

Hay que documentarse y fijarse metas con cierta ambición.

En la división del trabajo en una producción, se les considera como la parte creativa al realizador, al productor, director de fotografía, asistente de producción, diseñador de producción y guionista.

Producción

Productores - personas o compañías que aportan el presupuesto.

Co-productores - aportan partes más pequeñas en el financiamiento del proyecto.

Gerente de producción - Administra y consigue las cosas necesarias para que se pueda hacer la realización.

Dirección

Realizador o Director - es el que dirige todos los departamentos y quien tiene la visualización del proyecto como unidad en su mente.

Asistente de dirección - tiene autoridad sobre los movimientos que se dan dentro del set.

Continuista o Script girl - vigila la continuidad de las tomas en la grabación.

Reparto o Casting

Eligen a los actores para interpretar a los personajes de acuerdo a su físico, como se requiere el personaje y a sus aptitudes.

Guión

Argumentista - es quien aporta la historia.

Guionista - le da el formato requerido para ser filmado.

Adaptador - hace la adaptación para poder levantar el proyecto en un audiovisual.

Dialoguista - correcciones por personaje.

Fotografía

Director de fotografía - dirige las tomas, se encarga de la composición, de los encuadres y movimientos de cámara.

Asistente de fotografía - revisa las luces.

Segunda unidad - todo un equipo de cámaras.

Fotografía adicional - sustituye al director de fotografía (en caso de ser necesario).

Asistente de cámara - arma la cámara.

Foquista - únicamente enfoca en las tomas.

Operador - maneja la cámara.

Loader - cambia los magazines.

Foto fija - ellos deben de traer blindaje en sus cámaras para que no se escuche el "clic" a la hora de hacer sus tomas, para no crear conflicto en la grabación.

Video asistente - conectan los monitores y graban las tomas.

Staff

Gaffer - Coordina y resuelve, es el jefe del departamento.

Eléctricos - manejan las luces.

Tramoyistas.

Dollystas.

Chinchihuillas - aprendiz sin salario es un ayudante.

Planteros - encargado del generador eléctrico.

Diseñador de producción

Director de arte

Decorador

Asistentes de decoración

Realizadores

On set dresser

Escenógrafo

Asistentes

Jefe de construcción

Carpinteros

Pintores

Yeseros

Jardineros

Herreros

Utilero

Asistentes

Realizadores de props

Diseñador de vestuario

Vestuarista

Asistentes

Realizadores

Maquillista y peinador

Asistentes de maquillaje

Asistentes de vestuario

Efectos especiales

Asistentes

Transporte

1.8.1 Guión

Es la base de todo proyecto audiovisual; es la forma de expresar lo que se pretende realizar en una producción pero de manera escrita, donde se indican las acciones, el diálogo y/o narración, y el lugar.

Inicialmente se plantea una sinópsis muy concreta y generalizada de la historia, al cual se le conoce como guión literario.

Después se amplía el argumento; aquí el guionista menciona ciertos sets o locaciones, donde se desarrollan determinadas escenas, también hace propuestas dentro de la misma narración, ya sea de vestuario o algún ambiente en particular para crear sensaciones peculiares. A este guión se le denomina guión técnico.

La dinámica a seguir es:

- Leer el guión, desmenuzando la información básica, sacando los espacios, los símbolos, la iconografía, colores de sets o locaciones e iluminación.
- Identificar a los personajes, la escenografía, vestuario, etc.
- Seccionar los sets a utilizar, numerándolos y haciendo anotaciones de unidades de tiempo en que se requiere cada uno.
- Búsqueda de locaciones y objetos (props).

A partir de la idea general escrita en el guión literario, surge el guión técnico desglosando la información descrita y posteriormente se trabaja en el storyboard o guion de producción, donde se incluyen planos de encuadre, posiciones, movimientos de cámara y el tiempo de duración de las tomas.

El guionista deberá escribir siempre con tipografía Courier New, con un puntaje del N° 12, ya que era la que imprimía una maquina de escribir.

En la portada debe ponerse el título, autor, tratamiento y fecha. El tratamiento se refiere a que en cada correccion que se le haga al documento, se le deberá de numerar. Para evitar confusiones.

Mientras tanto, las hojas interiores, deberán contener la numeración en las dos esquinas superiores y las especificaciones, si es interior o exterior la locación, si es de día o noche, todo en mayúsculas y una línea que cruce toda la hoja.

Posteriormente, dejar dos espacios en blanco y continuar con la descripción de las acciones. Los personajes deben ponerse en mayúsculas al ser mencionados por primera vez, para identificarlos fácilmente.

Al introducir el diálogo, se pone el nombre del personaje al centro, y abajo sus líneas.

Y por último redactar las acciones del individuo.

Las especificaciones anteriores sirven para poder medir el tiempo de grabación de una producción, ya que una hoja es el equivalente a un minuto de filmación total o final.

Es hasta entonces cuando se comienza a trabajar sobre el *storyboard*, donde se desenvuelve visualmente y se planean las tomas y secuencias en bocetos.

Storyboard

El *storyboard* tiene sus inicios en la animación con Walt Disney, en su producción de Blanca Nieves; entonces los directores de ficción retoman la idea para organizarse mejor y tener un elemento visual más claro del resultado final.

Su objetivo es planear las diferentes fases que va desarrollando la imagen en movimiento, sobre todo donde comienzan las tomas, ordenándolas para dar una continuidad lógica al espectador. En él también se incluyen anotaciones necesarias, inclusive en ocasiones hasta el audio.

En el *storyboard* se van tomando decisiones como tamaños de cuadro (planos), ángulos de cámara, tipo de iluminación, etc. Es una guía para llevar a cabo el proyecto, habitualmente susceptible de cambios para mejorar o ajustar tiempos y es muy difícil que la producción sea idéntica al *storyboard* pero la mayor parte de la idea permanece.

Para su realización no es necesario un buen dibujante, lo importante es poder representar la intención para comunicar exactamente lo que se pretende al equipo de trabajo.

A base del guión técnico y *storyboard*, se genera una lista llamada *Shooting List*, donde se acomodan las secuencias a filmar a partir de la locación, el tiempo (día o noche) y el espacio (interior o exterior).

1.8.2 El encuadre

Formato de la pantalla

Cuando nace la fotografía, eligen el formato del rectángulo a base de la sección áurea y en los comienzos del cine se reduce un poco, por cuestiones de practicidad, a ese nuevo tamaño se le denomina “cuadro académico” y así permaneció, hasta que aparece el cine sonoro, con lo que la banda de audio vuelve a reducir los márgenes. Dicho recuadro, es utilizado quince años aproximadamente, es entonces, cuando se inventan los lentes “anamórficos” y los empresarios consiguen que en varios países se cobrara más en taquillas, cuando las películas fueran más anchas, generando una ley.

Esas imágenes se proyectaban con un lente cinemascope, llenando así la pantalla en su totalidad y colocando una mascarilla que recortaban gran parte de la imagen en la parte superior e inferior y anunciando films en *pantalla panorámica*, lo que ocasionó que algunos personajes se vieran incompletos, es así como empiezan a calcular el margen y hoy en día se conoce como wide - screen, de hecho ahora es indispensable la mascarilla, ya que el cálculo es exacto, y si no se coloca, es posible que se asome el micrófono (boom), alguna lámpara o cualquier otro elemento que heche a perder la composición.

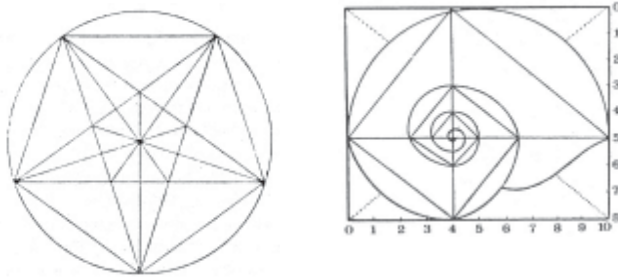
“Desde los siglos XV y XVI, la composición pictórica, fue mas estudiada y sistematizada gracias a dos hombres: el monje y matemático Luca Pacioli y el maestro Florentino Leonardo Da Vinci, pintor, inventor mecánico, filósofo y tratadista. Ambos, Pacioli y Da Vinci, se extasiaron ante la naturaleza y se esforzaron por probar que los cánones de belleza estaban enraizados en formas naturales y sus leyes matemáticas y que sólo éste fundamento podía explicar la universalidad de principios en todo el arte”.

(Sánchez C. Rafael. *Montaje cinematográfico: arte de movimiento*. 67)

A lo largo de la historia, los pintores han evitado la simetría en sus composiciones, para no caer en la monotonía y el aburrimiento. Muchos directores de cine han profundizado en el análisis de la pintura y de escritos del renacimiento, inclusive unos cuantos han realizado producciones tratando de igualar el estilo e iluminación de las obras de algunos pintores, que aunque no es nada fácil, como ejercicio está bien, pero sin enfrascarse en esa forma de trabajar, es mejor buscar y aportar nuevas propuestas.

Principio estético de la composición

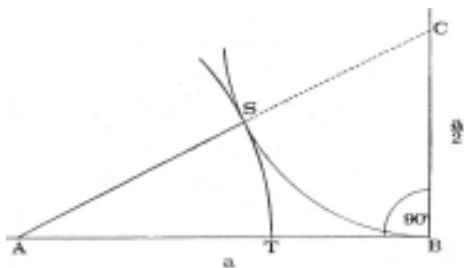
Unidad: debe haber un punto de interés máximo; así estén presentes muchos objetos en el recuadro, todos hacia un mismo punto o dirección con el propósito de reforzar el área de interés. Entre más fugaz sea la toma, más simple es su impresión como unidad.



Pacioli, estudia la proporción investigando su esencia y llega a una formulación geométrica que llama “divina proportio” y escribe un tratado de “divina proportione” en 1509 con la participación e ilustraciones de Leonardo Da Vinci.

Sección Áurea: “Una división del todo en dos partes, de tal modo que la parte menor es a la mayor, como la mayor es al todo.”

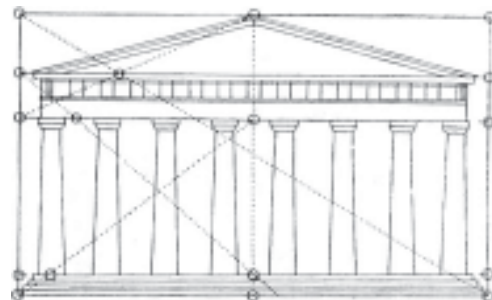
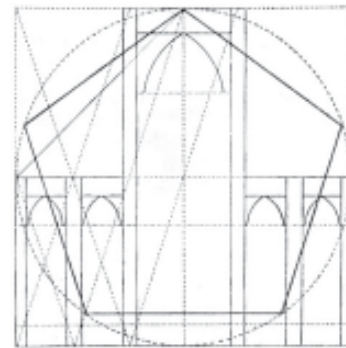
(Sánchez C. Rafael. *Montaje cinematográfico: arte de movimiento*. 71)



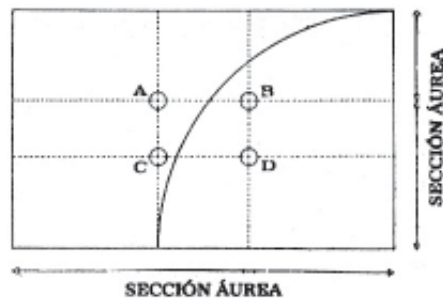
Tal fórmula se aplicó a construcciones arquitectónicas de la cultura babilónica y se basaron en un pentágono sistematizado por los griegos a mediados del S. V a. C.

“Para los artistas y filósofos griegos, las diagonales de un pentágono regular, contenían 200 manifestaciones de esta misma proporción, que ellas definieron como la división de una línea en proporción extrema y media”.

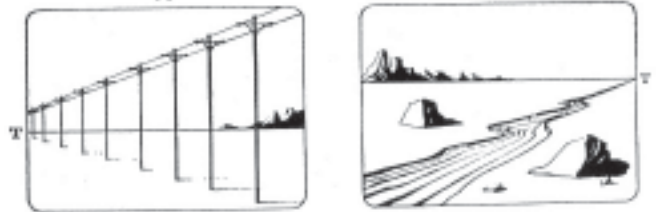
(Sánchez C. Rafael. *Montaje cinematográfico: arte de movimiento*. 70)



Los cuatro puntos fuertes se obtienen tomando el lado menor de un rectángulo sobre el mayor, se trazan líneas paralelas y en las intersecciones se generan los puntos que señalan la sección áurea en el interior (los llamados puntos fuertes). De aquí, es donde se deriva la famosa, composición de los tercios.

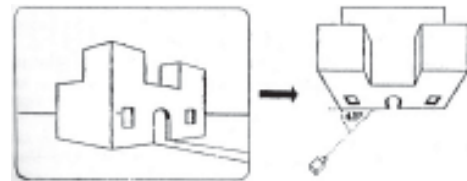


Diagonales: son un buen recurso para romper con la monotonía de las líneas paralelas al formato rectangular, a pesar de ello, también se puede crear simetría si no se tiene cuidado, ya sea cruzando en el centro, pasando de un vértice a otro. En caso de ser el elemento más importante, lo preferible es que desaparezca en la línea del horizonte y en uno de los puntos fuertes.



Horizonte: En cualquier toma donde aparezca la línea del horizonte, debe situarse en el tercio de arriba o de abajo, dependiendo de lo que se quiera enfatizar (cielo o tierra), pero nunca en medio.

Si uno se coloca de frente, a 90° se tendrá una toma plana, pero hay que buscar la perspectiva; cualquier objeto puede adquirir volumen si se toma desde un ángulo a 45°



Tamaños de cuadro o planos:

Big Close Up - Parte del rostro, generalmente desde la frente hasta la barbilla; acercamiento a un detalle in-animado, se le denomina Insert.

Close Up - Rostro completo



Medium Close Up - De pecho o de hombros a cabeza



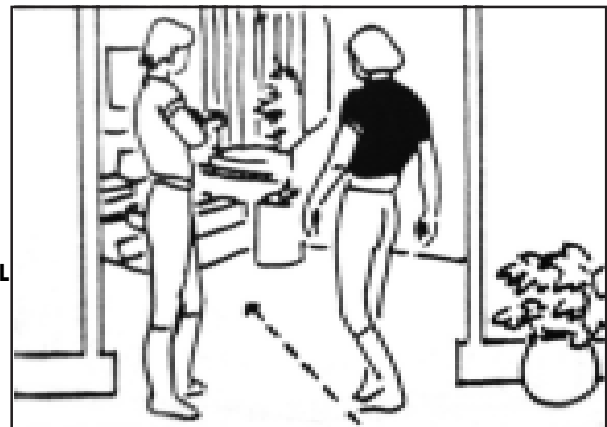
Medium Shot - de la cintura hacia arriba



Medium Full Shot o Plano Americano - De las rodillas hacia arriba



Full Shot - Personas completas en pantalla

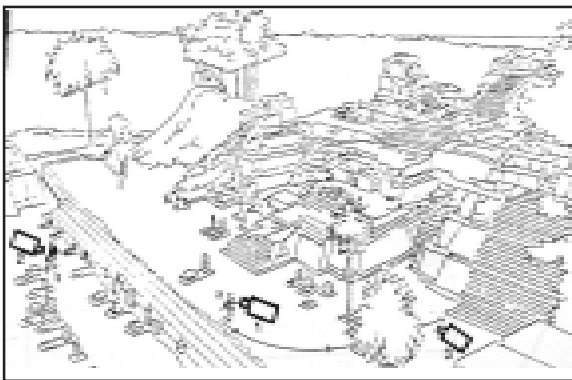


Long Shot - El ángulo de cámara abarca el escenario o ambiente, la persona es reconocible



Cuando la gente no está acostumbrada a observar y valorar las imágenes para que tengan un sentido, una estética y una secuencia, es muy común que hagan tomas queriendo abarcar todo, pero por el contrario no obtienen nada interesante, ya que se pierden en la inmensidad y no se aprecia el panorama detalladamente, es decir, con ritmo; por ello es conveniente planificar las tomas y movimientos de cámara, así también las angulaciones, acentuando la importancia y el detalle de cada composición.

Extreme Long Shot - Personas irreconocibles, se pierden en el espacio



Angulaciones de cámara:

Cámara a nivel – la cámara está al nivel de los ojos del personaje

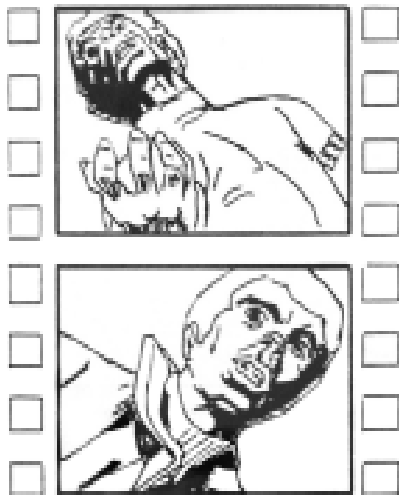


Picada – la cámara se eleva y crea un efecto de inferioridad

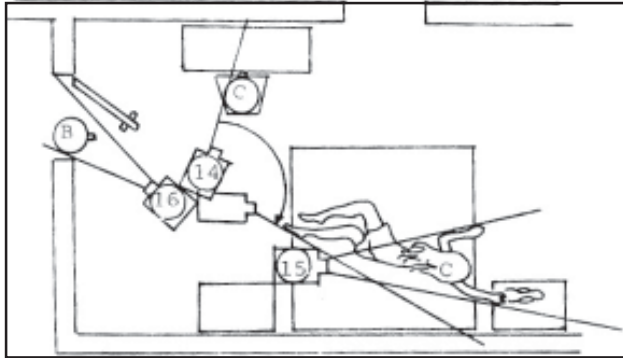


Contrapicada – la cámara está por debajo del nivel de los ojos, da la sensación de superioridad, el personaje se impone ante el espectador y ante el personaje con el que interactúa

Plano holandés – Plano caído, el horizonte está un poco inclinado



Top shot – una vista aérea, totalmente desde arriba



Cabe mencionar que también existe un manejo de la cámara al cual se le conoce como toma subjetiva y consiste en involucrar al espectador como participe del audiovisual; como cuando alguien espía a través de la cerradura de una puerta, o bien, cuando una ventana o cortina esta entreabierta.

El espectador percibe fácilmente los significados implícitos que pretende comunicar el realizador mediante estas herramientas, en su mensaje como unidad.

Over the shoulder – Es una contra-toma que se hace desde atrás de uno de los personajes, a nivel del hombro que abarca una pequeña parte (del hombro) generalmente se usan en 2 shot



Movimientos de cámara:

Dolly – La cámara se desplaza hacia adelante (in) o hacia atrás (back). Existen circulares, horizontales y verticales.

Travelling – La cámara se mueve de manera horizontal, siguiendo a un objetivo o bien rodeándolo si se encuentra estático.

Paneo – Cuando la cámara gira sobre su propio eje hacia la izquierda o la derecha.

Tilt – Funciona igual que el paneo, se mueve sobre su propio eje, pero hacia arriba (up) o abajo (down).

Zoom - Único movimiento óptico.

Cámara en mano - El camarógrafo lleva la cámara sobre su hombro y no tiene apoyo ni ayuda de ninguna índole.

Steady Cam - Es un artefacto que ayuda a mantener la cámara en equilibrio a modo de conservar las líneas horizontales y verticales bien derechitas.

Grua - Es un brazo mecánico que se maneja a control remoto.

Elemack - Silla con una base amortiguadora que sube y baja; debido a que tiene cuatro ruedas es muy versátil, ya que se puede meter a casi todos lados y en todas direcciones.

Pluma - Es una palanca, que funciona colocando un contrapeso en la parte posterior, se usa para hacer el Tilt, la descripción de una persona o un edificio.

Punto de vista:

Objetivo - donde la cámara aparentemente no se percibe, siendo un personaje contemplativo.

Subjetivo - cuando aparentan ser los ojos de algún personaje y hacen partícipe al espectador.

En la pantalla, las dimensiones se pueden alterar, utilizando diversas escalas entre objetos y personas, recurso que aprovecha la publicidad con frecuencia. Estos efectos, son posibles directamente por el tipo de encuadre (en perspectiva).

1.8.3 Escenografía

Locación

Es necesario hacer un scouting de la locación para estudiarla y poder prever las posibles alternativas para la decoración, la iluminación y el montaje de todo lo indispensable, inclusive la utilería puede variar de posición dependiendo del tratamiento de la grabación ya que si se piensa en un plano secuencia, es forzoso tomar en cuenta el recorrido que la cámara va a llevar; que espacio va a ocupar en todo momento, a eso se le llama planear la coreografía de la cámara.

Para lo cual, se tiene que hacer una plantilla con vista superior, para indicar todo lo necesario, pero principalmente le posición de cámara.

Recorrido por la habitación en *“La reina Cristina de Suecia”*

1. Posición inicial: junto a Antonio.
2. Ante el espejo
3. Girando la rueca
4. Abrazada al huso
5. Acostada en la cama
6. Ante el icono
7. Posición final: abrazada al final de la cama



En caso de que se filme en exterior, se debe observar minuciosamente para prevenir los problemas de iluminación natural, a partir de ello definir el horario de grabación o bien determinar si será necesaria la luz artificial.

Si en vez de utilizar una locación se decide grabar en un set, es importante saber a que tipo de set nos vamos a enfrentar.

Tipos de set

Existen diferentes tipos de set, dependiendo la función

Set denotativo. Tiene como función, determinar el tiempo, lugar y atmósfera donde se va a llevar a cabo la realización de la producción, ya sea película, comercial, programa, etc.

Set puntual. Cuando se hace específico a partir de la escenificación y la fotografía. En los momentos de énfasis, se establece una relación muy estrecha entre el decorado del set y la narración, se concentran en la particularidad de la trama, el tema, los personajes e incluso clase, género, raza y etnicidad. Aspira a ser expresivo.

Set como embellecimiento. Aquí la producción acentúa valores altamente determinantes e intencionalmente sorprendentes, la historia y su contexto tienen una relación muy estrecha, a tal grado, que se fusionan entre sí y el espectador no puede concebir la existencia de la narración sin decorados en que sostener sus ambiciones de imitación.

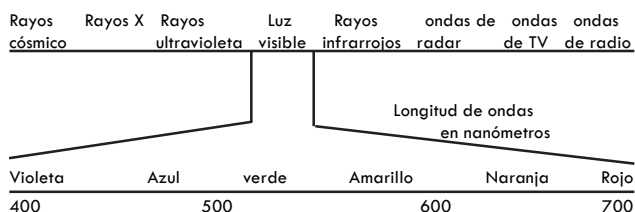
Set como artificio. Busca un efecto de ficción por medio de la invención de lo irreal, es donde se pretende centrar la narración. El decorado crea “nuevas realidades”.

Set como narración. Se usa un solo set o locación, donde se desarrolla toda la trama.

1.8.4 Iluminación

La luz es una energía electromagnética y el ser humano puede visualizar sólo una porción muy pequeña del espectro. A los costados del espectro se encuentran los rayos infrarrojos y los ultravioleta, los cuales pueden ser registrado por algunas emulsiones fotográficas y ciertos animales.

La luz se mide en nanómetros (nm) y es equivalente a una millonésima de milímetro, el rango visible va de los 400 nm a los 700 nm y las variaciones de longitud de onda es la gama cromática que percibe el cerebro, comenzando con el violeta y finalizando con el rojo.



Espectro electromagnético

El ojo enfoca la imagen con la retina que a su vez se compone por bastones y conos, donde los bastones son muy sensibles a la luz, sobretodo a la zona azul del espectro, pero insensible a los demás colores y con poca definición, mientras los conos se concentran en una pequeña parte de la retina llamada fovea, son menos en cantidad y en sensibilidad a la luz, pero registran mucho mejor el detalle, el color, la forma y la posición. Además los conos se dividen en tres vertientes de acuerdo a la sensibilidad de recepción que tengan para el registro de los colores. Es por ello que a la percepción de los bastones se le llama visión **escotópica** y a la de los conos **fotópica**.



Este recurso se utiliza con la finalidad de dar luz a los personajes y objetos, con la intención de que el ojo humano pueda reconocerlos, sin embargo, es una herramienta que ayuda a complementar la ambientación de un lugar e incluso llega a ser la escenografía en algunos programas de televisión.

Silueta. Se obtiene eliminando literalmente todos los detalles superficiales, dejando únicamente la forma, la manera más eficaz de lograrlo es mediante un contraluz, que consiste en iluminar intensamente desde el fondo hacia la figura mientras el lado que da hacia la cámara esté en sombra, lo cual se obtiene con una luz dura para conseguir bordes definidos y altos contrastes entre luz y sombra.

El montaje de iluminación se basa en un sistema triangular cuyo origen comienza en el teatro, para dar volumen y expresión a los personajes. En la adaptación para cine y video dependiendo de la posición y la manera en que incide cada luz sobre los lugares de la acción, es el nombre que recibe.

Key light, luz modeladora, luz básica o luz principal, tiene como fin dar volumen al rostro por medio de las sombras que produce, tiene mayor intensidad sobre los personajes y la posición de los reflectores deben estar a 45° , ya que de no ser así aplanaríamos el rostro al colocar la fuente totalmente de frente. Para estar seguros de la posición correcta a 45° , se tiene que observar en la mejilla sombreada un triángulo luminoso invertido, o bien, se puede hacer un close up a los ojos y leer en el reflejo como si fuera un reloj, donde deben ser de las once a la una. El destello debe estar siempre por encima de la pupila.

Fill light, luz de relleno, suavizadora, de apoyo o complementaria, su objetivo es únicamente suavizar la iluminación concentrada y atenuar las sombras. Hay que tener en cuenta el uso moderado de toda iluminación, ya que de ser exagerada, puede aplanar las tomas; con esta luz se controla el contraste. Se ubica del lado opuesto al key light. La fuente se atenúa con difusores, rebotándola en una superficie blanca, como un unícel, una cartulina o difusores como alca-zelt-zers, tomando en cuenta que la intensidad se debe aumentar, ya que se pierde en gran medida con el rebote, ésta debe ser mínimo la mitad del key light.

El fondo, también lleva una iluminación específica, ya sea complementando la escenografía o set, o de plano en su lugar, para crear determinada atmósfera. En escenas nocturnas se puede jugar muy bien con las sombras usando una iluminación muy dura (luz intensa y directa, sin difusores).

Back light, luz de separación, delineadora, trasera o contraluz, es decir, detrás de los personajes, cae sobre los hombros y cabello, provocando un halo de separación entre el fondo y el sujeto para dar un efecto tridimensional. La intención es acentuar los diferentes planos en pantalla, colocando la luz atrás y a 45° hacia arriba, es decir, sobre el eje con una intensidad igual al fill light o al key light en el caso del video.



También se pueden sugerir diversas situaciones con la mezcla de la iluminación y el audio, como cuando se abre y cierra una puerta con un "fresnel" de 200 vatios, aunque otra opción podrían ser banderillas para cortar la luz.

Calidad de la luz

La calidad hace referencia a la dureza o suavidad que se desee emplear, si se quiere una escena con claroscuros, sombras bien recortadas y bodes nítidos, es necesario ocupar una fuente de luminosidad dura y concentrada. En cambio, con la luz suave y difusa la iluminación es uniforme, proyecta sombras transparentes y poco definidas.

Temperatura de color:

Cuando el físico inglés William Kelvin se dio cuenta que al quemar una varilla de hierro, generaba varios colores quiso controlar la intensidad y el color de la luz. Es así como comienza a realizar estudios para determinar a que temperatura generaba determinado color. Con esta investigación nace el “kelvinometro o colorimetro”, muy útil para la fotografía publicitaria, ya que es capaz de captar el color exacto que queremos .

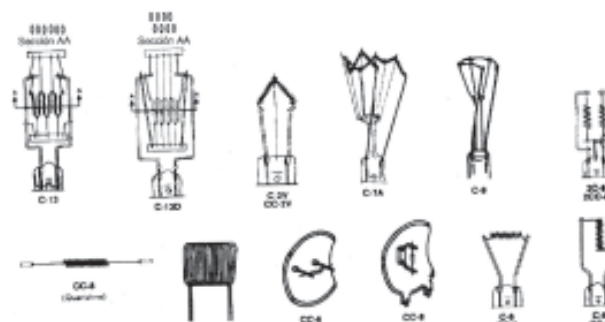
Vela	2.000 K
Luz de sol al amanecer	2.000 K
Lámpara de tungsteno de baja potencia	2.900 K
Lámpara de tungsteno-halógena	3.200 K
Lámparas photoflood	3.400 K
Luz de sol por la mañana y tarde	4.400 K
Arco con carbón de llama blanca	5.000 K
Luz del sol a medio día	5.500 K
HMI	5.600/5.800 K
Sol del medio día + cielo	6.500 K
Cielo nublado	6.800 K
Cielo azul despejado	10.000 /20.000 K

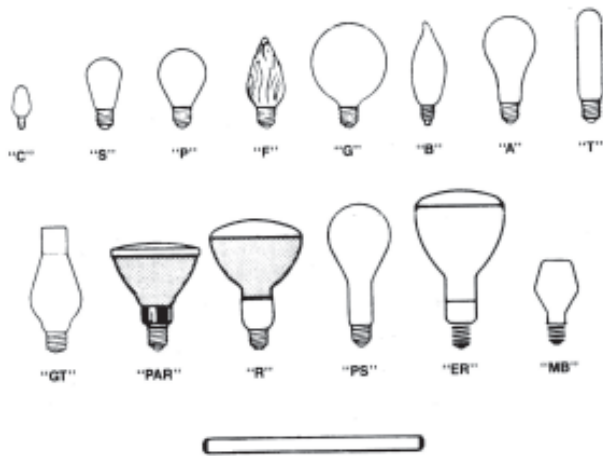
*Lámparas, reflectores, proyectores y accesorios**Lámparas de tungsteno*

Funcionan mediante el principio de la incandescencia, entre más corriente pase por el filamento proporcionará mayor potencia, el filamento de estas lámparas está formado de tungsteno, puesto que es el material de punto fusión más elevado, el inconveniente es que con el uso las moléculas se evaporan y permanecen en la bombilla de vidrio formando una capa que poco a poco va oscureciendo la lámpara, afectando la temperatura del color.

“ Para que esta evaporación sea mas lenta, el vidrio se llena con gases inertes como el nitrógeno y el argón a un 80% de la presión atmosférica.”

(Brown, Blain, *Iluminación en cine y televisión*,)

Filamentos*Lámparas Incandescentes*



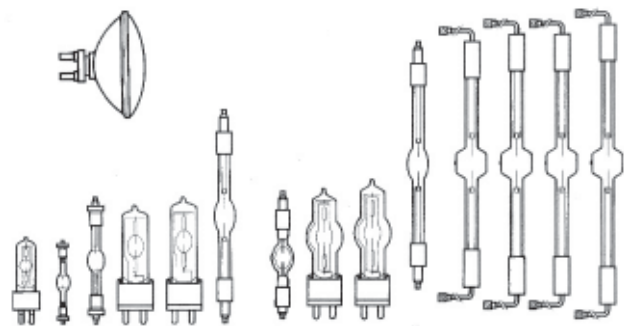
Lámparas halógenas de tungsteno

Se les conoce con el nombre de *cuarzo*, *yodo* o *halógena* y trabajan en un ciclo gaseoso que repone el material evaporado en el filamento, el ciclo comienza cuando las moléculas se desprenden y se combinan con los gases yodo y bromo, entonces el haluro de tungsteno regresa al filamento donde la temperatura lo vuelve a descomponer en tungsteno, yodo y bromo.

Lámparas de halogenuros metálicos HMI

Ésta fuente genera tres o cuatro veces mas luz que las halógenas con 75% menos energía. Los HMI transforman la energía en luz, produciendo menor calor que una de tungsteno. El nombre la adopta por la abreviación de sus componentes:

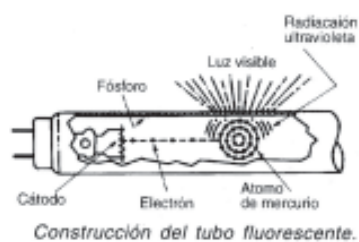
H – Símbolo latino del mercurio (Hg), principal componente
 M – Por las tierras raras como el sisporsio, tulio y homio que controlan la temperatura del color de la emisión
 I – Por el yodo y el bromo, los componente halógenos que tienen la función de concentrar a los metales en la zona caliente del arco.



Lámparas HMI

Tubos fluorescentes

Tienen un electrodo en cada extremo, los cuales lanzan electrones dentro del vapor de mercurio contenido en el tubo.



“El impacto de un electrón en un átomo de mercurio desprende un electrón de su órbita. Cuando vuelve a su órbita original se produce una radiación ultravioleta. Los rayos ultravioleta inciden en la capa fosforescente del interior del tubo causando fluorescencia dentro del espectro visible. El color de los tubos es resultado de la composición química de la capa de fósforos.”

(Brown, Blain, Iluminación en cine y televisión,)

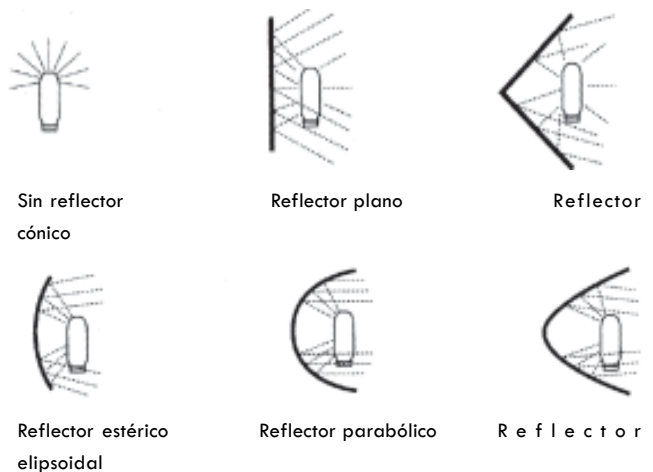
Los reflectores y proyectores, son donde se colocan las fuentes lumínicas (lámparas) y cada uno emite la luz de diferente modo de acuerdo a su diseño y su mecanismo.

Reflector Parabólico: Emite una luz dura, tiene una superficie granulada y luminosa. La luz se refleja con mas fuerza y concentración.

Reflector Suave: La luz que emite es tenue y con un haz muy extenso que al ser reflejado dispersa la luz difuminándola. Su estructura es circular y contiene una placa frente al foco, con el objeto de que la luz no pase directa.

Spot concentrado: Este proyector tiene un cuerpo cilíndrico, por el cual, pasa una vía sobre la que corre un sistema integrado por un foco y un reflector plateado y liso. Cuando se corre hacia delante el haz se ensancha y se suaviza: a ésta posición se le llama “flood o frío” que equivale a poca intensidad y concentración. Al contrario, si se recorre hacia atrás, se torna mas puntual y aumenta la intensidad a esta posición se le llama “spot o caliente”.

Forma de los reflectores mas comunes

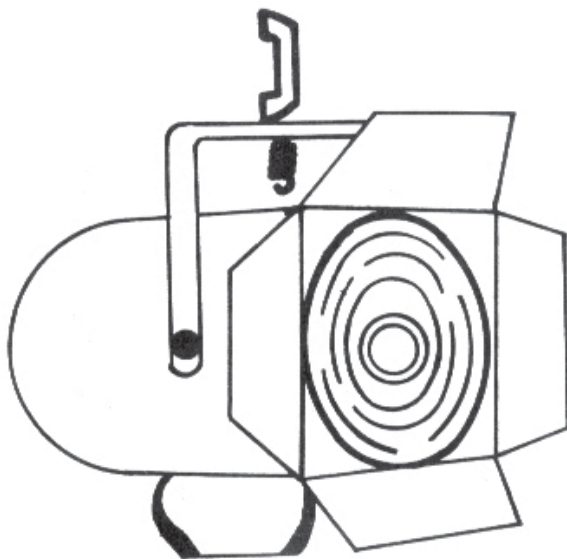


Proyectores

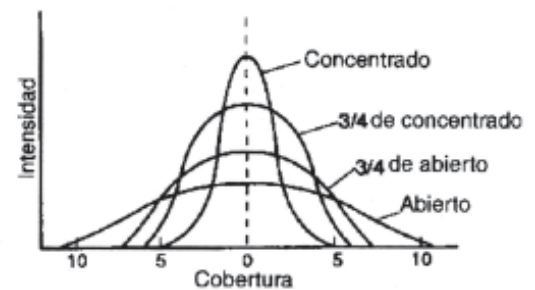
Fresnel: Es un spot que contiene un lente especial llamado fresnel, cuyo nombre se debe a su inventor, el físico Agustín Fresnel.

La lente está hecha de material termo-resistente, que le permite adaptarse a temperaturas muy altas. Cuando se concentra la luz, no se forma un círculo definido, sus bordes son difusos.

Este proyector es muy utilizado como Key light y Back light. Tiene aspas o cortadoras, para dirigir el haz con mayor precisión.



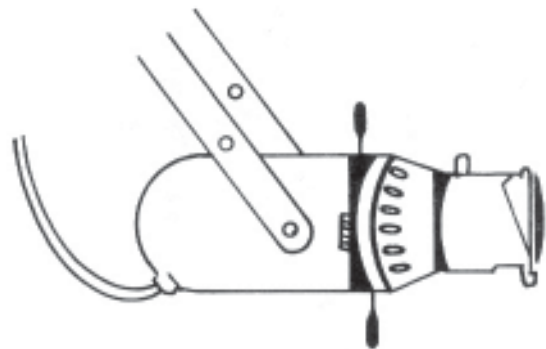
Fresnel



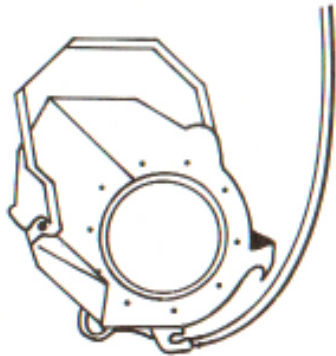
Características del Fresnel.

Elipsoidal: También conocido como "seguidor". Este proyector contiene diafragma, sistema de enfoque a base de lentes, un sistema para cambiar los colores, mediante portafiltros y un "porta gobos".

Los porta gobos son discos con diversas formas que al ponerlos frente a la luz, se proyectan para crear ambientaciones, así como ramas de árbol o marcos de ventanas.



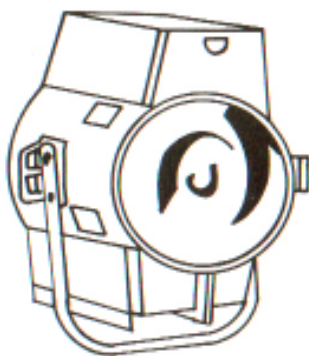
Elipsoidal



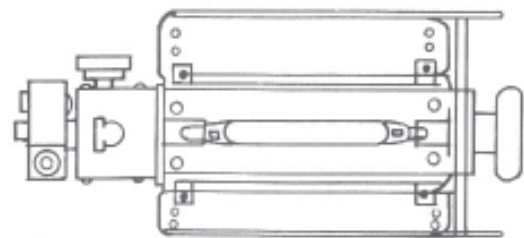
Spot

Spot: Es muy similar al fresnel sólo que éste no tiene lente, por lo cual emite una luz dura que proyecta sombras muy densas . Generalmente su interior es de aluminio y textura granulosa, necesaria para reflejar la luz con mayor fuerza.

Arco de carbón: Este proyector contiene una corriente continua que salta entre dos varillas de carbón. Los hay para temperaturas de 3,200°k y 5,500°k .



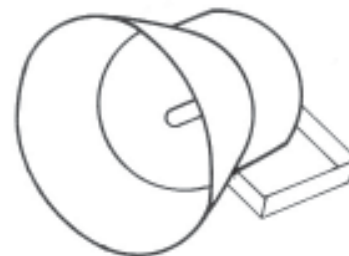
Arco de carbón



Rectangular

Rectangular: Contiene un foco de cuarzo. Su haz es muy amplio y uniforme. Sus aspas se extienden a lo largo de su cuerpo, permiten que la luz se proyecte desde un ancho muy estrecho, como para que solamente se ilumine un objeto delgado, o una parte del rostro del actor.

Cazuela: Tiene una superficie plateada y es de forma semiesférica, lo cual repercute en una luz difusa, ya que al reflejarse en la semiesfera se dispersa. Se usa mucho en estudios de televisión como Fill light



Cazuela

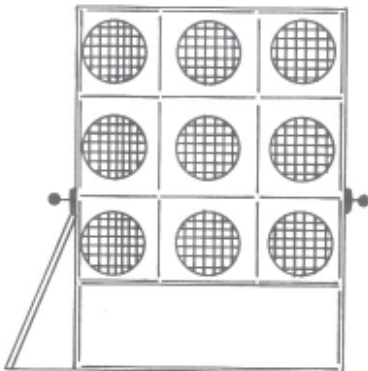
Fresnel pequeño o baby: Proyector pequeño con un lente tipo fresnel, que va montado en un tripie con ruedas para ser usado como luz de piso y de Fill light.



Baby

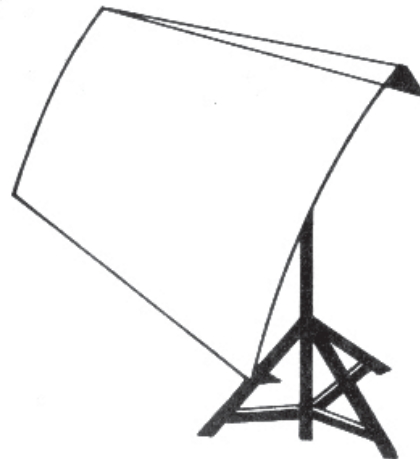
Minibruto y maxibruto: Es de forma rectangular, que contiene 9 ó 12 cuarzos de 650 vatios cada uno, y frente a éstos un filtro dicróico. Es excelente para exteriores y cuenta con una temperatura de 5,500°k.

Minibruto



Reflectores de pantalla: La luz del sol es una fuente muy potente que emite luz dura con sombras oscuras muy pronunciadas. En términos de relación de intensidades en exteriores se rebasa fácilmente una relación de 5:1, con lo cual se pueden tener problemas de sobreexposición.

Para disminuir la relación de altos contrastes es necesario utilizar el reflector de pantalla, el cual puede reflejar tanto la luz solar como artificial con diversas gradaciones de intensidad, ya que tiene en una de sus superficies, aluminio para reflejar con mayor potencia y en la otra cara su superficie gris o blanca para reflejar con una luz suave.



Reflector de Pantalla

Accesorios de Iluminación

Cortadoras: son láminas de dos o cuatro y se colocan alrededor del foco a manera de controlar el haz de luz abriendo o cerrando.

Conos: Son cilindros o conos que se ponen alrededor del foco para hacer una luz puntual, se concentra la luz en áreas muy pequeñas.

Pulmones: Se posicionan frente a la luz de fondo y proyectar múltiples formas, dar ambientación en fondos

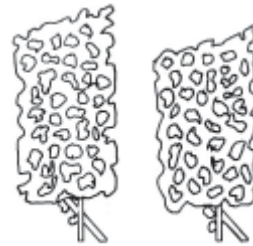
Gasas: Son retículas que se colocan en el proyector para disminuir la intensidad de la luz (hay de in diafragma y $\frac{1}{2}$ diafragma) sin convertirlas en fuentes suaves

Banderas: Son superficies negras y rectangulares, se montan sobre un tripié y se ponen frente la fuente para cortar luz y oscurecer zonas de la escena

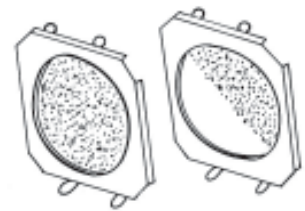
Difusores: Se ocupan para suavizar la fuente de luz y se usa el papel albanene, la fibra de vidrio, acrílico, etc.... Al utilizarlos disminuyen los contrastes.

Filtros: Hay dicroicos, es decir, transforman la temperatura de la luz, cambiando la tonalidad, ya sea de 3200°K a 5500°K o viceversa. Y los de colores, útiles para crear ambientes. Existen filtros para cámara o para lámparas.

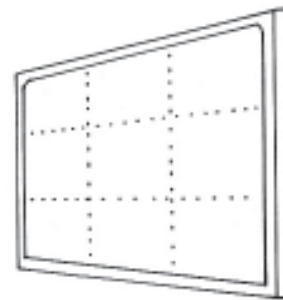
Paraguas: Se colocan frente al proyector y reflejan una luz muy suave y difusa, este tipo de luz se emplea con frecuencia en tomas cerradas



Pulmones



Gasas



Difusores



Banderas



Paraguas

1.9 GRABACIÓN

Desde el rodaje se toman en cuenta los aspectos que conlleva a la secuencia de la historia, y es en la grabación donde se tiene que cuidar la continuidad, desde la iluminación, ambientación, escenografía, posición de personajes, utilería, props, vestuario, maquillaje, etc. y es en la edición donde concluye éste trabajo.

Son tantos los detalles a tomar en cuenta para que una escena o toma encaje a la perfección con otra, que por ello se asigna a una persona la tarea de verificar que todo esté en orden. Por otro lado, al hacer varios intentos de una misma toma, se le dan más alternativas de elección al proceso de edición, con el propósito de insertar la más apropiada de acuerdo a la intención que se quiera dar.

Todos en sus puestos y cada quien con sus plantillas, con las notas necesarias de acuerdo al área de trabajo que ya se habían contemplado en pre-producción

Cada uno tiene que estar pendiente de su labor, ya que el director se va a enfocar, única y específicamente a la dirección de actores (si llegan a sus marcas, si expresan lo que el director desea, etc.), no debe distraerse en otros detalles.

1.10 POST-PRODUCCIÓN

Es conveniente que los directores proporcionen material de una misma escena en diferentes ángulos o planos, para que el editor pueda elegir y adaptar la más adecuada, por ello se llevan a cabo los master shot con protecciones que consiste en filmar toda la secuencia en una sola toma y enseguida hacer los **insert** de los detalles a enfatizar. El fondo, la posición y la iluminación, son factores que deben apoyar la continuidad a la hora de la grabación.

Cuando hay una conversación de dos personas, primero se filma la actuación corrida de un actor, y luego del otro, es en la edición donde se intercala la imagen, donde posiblemente se introduzcan protecciones con close up, por ejemplo, a los ojos o a la boca.

También se tiene que tener cuidado en el cambio de ángulos o movimientos de cámara, porque de lo contrario se podría prestar a confusiones, hay que dejar claro cuando se trata de un emplazamiento objetivo y cuando es uno subjetivo.

1.10.1 Edición

El trabajo de edición es el toque mágico de la post-producción, proyectando cierta intención que va más allá del diálogo y la actuación, el oficio no se basa únicamente en cortar y pegar indiscriminadamente el material, sino que debe ser un soporte para enfatizar correctamente y mantener un balance apropiado

En la edición el proceso de montaje se divide en dos secciones, en la primera se le denomina corte grueso, lo cual quiere decir que se hace una organización aproximada de las tomas dentro de la secuencia lineal y la segunda consiste en el ritmo que se le tiene que dar para sincronizar la imagen con el audio de fondo y la acentuación con el diálogo.

Al cambiar de una toma a otra hay que estar consciente de todos los aspectos que tienen que ver con la composición, el sentido, la direccionalidad, para obtener la apariencia de continuidad y lograr la coherencia en la producción.

La gente tiende a centrar su atención en algún área del cuadro de acuerdo a la composición y el movimiento de cámara, entonces, si no se cuida el corte, se creará un “punto muerto” (interrumpe la secuencia y distrae), terminará con la fluidez al presentarse una toma o movimiento inesperado o repentino.

El corte de un ángulo a otro, debe ser imperceptible por el receptor. La vista comúnmente está alerta al movimiento, por lo tanto se puede llevar a cabo el cambio en el transcurso de una acción, fusionando ambas imágenes y dándoles continuidad. Hay momentos en los que se da la pauta para cortar a otro ángulo o personaje, dependiendo del sentido que lleve la narración visual.

Cortes y ensamblaje en el montaje

Acción – Consiste en hacer el corte en cualquier gesto de acción, como al ajustarse la corbata o al pedir la cuenta en un restaurante

Posición en pantalla – Tiene que ver con la dirección de la mirada con respecto a la pantalla, donde se puede insertar al otro personaje en la siguiente toma, dando fluidez a la mirada.

Forma – Es cuando se hace un corte de un objeto que tiene relación con otro sin importar la escala, por ejemplo, de la llama de un cerillo a un incendio o una fogata.

Ideas – Se usa la fusión de imagen conceptual entre un suceso y otro, por ejemplo, cuando un clavadista se lanza de un trampolín y en la siguiente toma lateral, se capta como entra el hielo en el vaso con líquido, haciendo uso de la acción al mismo tiempo

Cortes en “L” – Se le conoce también como montaje partido, donde el sonido o la imagen se adelantan al corte; cuando un sonido se adelanta, va preparando al espectador para la siguiente escena, suavizando la transición

Cortes rápidos – Son los más frecuentes, ya que provocan una sensación de acción mayor. El constante cambio de planos y angulaciones, acelera el ritmo

“En muchas ocasiones el número de montajes determinará si la producción parece larga o corta a la audiencia”

(El montaje en la cinta de video. 142)

El objetivo del editor es dar a conocer la mayor cantidad de información posible con una coherencia comprensible y ordenada

A veces la producción tiene más de una historia y se puede manejar relatando primero una, para continuar con la siguiente después, a lo que se llama *montaje de continuidad*, o se relatan las dos “al mismo tiempo” intercalándolas, método conocido como *montaje en paralelo*.

“Cortar algo que está en movimiento antes de que se complete la acción, es tan equivocado como prolongar un plano que está resultando pesado o lento”

(El montaje en la cinta de video. 144)

En esta última fase, se puede manipular el tiempo como se quiera y sobre todo, como se necesite, es decir, existe la posibilidad de crear sensaciones de aceleración, de pausa, y así se detiene el tiempo, se retrasa o se repite cuando se trata de un montaje paralelo (dos historias que se narran al mismo tiempo, intercalando imágenes) o en una narración específica, inclusive se llega a ignorar cuando se presenta una transición de lugares.

1.10.2 Audio

El audio se presenta en diálogo, efectos sonoros, música y en ocasiones en narración, la cual se usa más en documental y a veces en ficción.

En una producción no se busca únicamente sonido, sino que debe apoyar a la imagen mediante un énfasis dramático. Para ello, se utilizan pistas por separado entre los diálogos de los personajes principales, la música de fondo, los efectos y/o narración; de este modo, es más sencillo controlar la intensidad para provocar los contrastes necesarios al ir armando el audio por medio de la mezcla de todos los elementos .

Las mismas consideraciones de edición para dar continuidad y sentido a la imagen, se llevan a cabo en el audio también, puesto que puede sugerir una elipsis de tiempo entre una imagen y otra, o bien, seguimiento.

Es común que el diálogo se doble para incrementar la entonación o intensidad y el proceso a seguir consiste en repetir las líneas del diálogo mientras se proyecta la imagen de la escena en cuestión. En cambio la música se crea por separado.

La elaboración del audio implica un trabajo complicado, ya que se tiene que trabajar en función de la imagen y con varias pistas; en un largometraje, se llegan a manejar un promedio de 60 pistas.

“Si el sonido no resulta creíble, las imágenes se verán perjudicadas y se perderá el compromiso emocional de audiencia. Un sonido verosímil es, por lo tanto, fundamental en la experiencia del film”.

Dancynger Ken. Técnicas de Edición en cine y Video

Micrófonos

El problema que tiene el micrófono que viene integrado en la cámara es que no es funcional, debido a que registra los ruidos que se generan al operar el equipo, que pueden ser roces o fricciones e incluso zumbidos del mismo motor de zoom o enfoque automático.

Para evitar dicho inconveniente, hay que montar un micrófono externo por medio de un cable de extensión, para tener una mayor aproximación a la fuente de sonido.

Tales micrófonos pueden ser omni-direccionales, que registran el sonido procedente de todas direcciones, cardioides, que eliminan el sonido de atrás y los supercardioides también conocidos como “de escopeta” y se reduce aún más el ángulo, porque suprime los sonidos laterales, éste micrófono se usa para el registro de los sonidos distantes; aunque también existen los hipercardioides que son una versión de mayor alcance, pues recogen y amplifican sonidos que estén dentro de un ángulo de 60°.

La mejor forma de obtener una buena grabación de sonido es colocando el micrófono lo más cerca del sujeto, bien

puede ser con un cable de extensión o un radiomicrofono; muchos lavalier son de éste género. El pequeño micrófono va fijo a un transmisor de radio que se coloca en el cinturón de quien lo usa, o en algún bolsillo. Un receptor se conecta al enchufe para micrófono externo de la cámara y registra el sonido en la cinta; cabe mencionar que es importante mantener una distancia menor a 13 cm, de lo contrario, la señal se debilita.

Los micrófonos lavalier, más conocidos como de solapa o corbateros surgen alrededor de los años 60 y su aplicación fundamental era en el medio televisivo, evidentemente su beneficio radicaba en la poca visibilidad que tenían, algo muy requerido donde la imagen es primordial. Se pueden usar en lugares con buena acústica y controlando los niveles; muchos de ellos son omni-direccionales, es por ello que si el lugar no tiene buena acústica o los niveles de ruido no son controlados, podría haber muchos problemas. Bien es cierto que también hay cardioides, pero resulta difícil mantener el sonido dirigido en un eje constante; con un movimiento tan simple de cabeza, se puede perder el sonido o puede haber cambios sonoros muy evidentes.

Cualquier modelo de auriculares sirve para controlar los niveles, pero siempre es mejor elegir unos de tipo cerrado que aislen bien de cualquier distractor auditivo.

Bibliografía

Abbagnano, Incola. Diccionario de filosofía. México, Fondo de Cultura Económica, 1980, 1206 pp

Allan Niño Prato, Edgar. Cómo crear mensajes publicitarios de impacto: guía práctica de retórica publicitaria. Colombia, 3R editores LTDA. 1999, 83 pp

Arijon Daniel. Gramática del lenguaje Audiovisual. Oxford, Escuela de Cine y Video, 1976, 2a. edición, 639 pp

Barnouw, Erick. El documental: Historia y estilo, México, Gedisa, 1998, 358 pp.

Brown, Blain, Iluminación en cine y televisión. Oxford, Escuela de cine y video, 1992, 260 pp

Cervera Díaz Lombardo Ethiel. Iluminación: Fotografía, Cine y Video. México, D.F. Editorial Alambra Mexicana, S.A. de C.V., 1995, 77 pp

Chavez, Norberto. El oficio de diseñar: propuestas a la conciencia crítica de los que comienzan. Barcelona, Gustavo Gilli, 2001, 179 pp

Dancynger Ken. Técnicas de Edición en cine y Video. Barcelona, Ed. Gedisa, 1999, 383 pp

Danziger, Kurt. Comunicación Interpersonal. México, D.F. Editorial El Manual Moderno, S.A. 225 pp

Dryden, Gordon. La revolución del aprendizaje : para cambiar la forma de aprender en el mundo. Mexico, D.F., Grupo Editorial Tomo, 2002. 572 pp.

Dura Grimatl, Raúl. Los videoclips: Presentes, orígenes y características. Valencia, Universidad Politecnica de Valencia, 1988, 286 pp

Edmons, R., Grierson, J. y Meran Barsam, R. Principios de cine documental. México, UNAM-CUEC, 1990, 2a. edición, 97 pp.

Gil Olivo Ramón, Cine y Lenguaje: hacia una teoría del espectador competente. México, D.F. Colegio de Michoacán, CONACYT, 1985. 252 pp

Hedgecoe, Jhon. Gía completa de video. Barcelona, Ediciones ceac, 1992, 256 pp

Kainz, Friedrich. Estética / tr. de Wenceslao Roces. México, Fondo de Cultura Económica, 1952. 550 pp

Lerbinger, Otto, Diseños para una comunicación persuasiva, Colombia, Bogotá. Editorial El Manual Moderno, S.A.1979, 298 pp

Malmberg, Bertil, Teoría de los signos: Introducción de los signos y los símbolos, México, Siglo XXI editores 1977, 219 pp

Marshall, Herbert Mc Luhan. El medio es el mensaje. Barcelona, Paidós, 1987. 167 pp

Bibliografía

Mascelli Joseph V. Las Cinco C's de la cinematografía. México, UNAM CUEC Material de uso Interno N° 11 160 pp.

Nichols, Bill. La representación de la realidad: cuestiones y conceptos sobre el documental. Barcelona, Paidós, 1997, 389 pp.

Ontoria Peñá, Antonio. Potenciar la capacidad de aprender a aprender. Madrid, Alfaomega, 2003. 185 pp.

Rabiger, Michael. Dirección de documentales, Madrid, IORTV, 1987, 340 pp.

Ráfols Rafael, Diseño audiovisual, España, Barcelona. Editorial Gustavo Gili, S.A. 2003. 127 pp

Rodríguez Bravo, Ángel. La dimensión sonora del lenguaje audiovisual. Barcelona. Paidós, 1998, 270 pp

Sánchez Rafael C. Montaje cinematográfico: arte de movimiento. México, D.F., Ed. UNAM CUEC, 1994, 342 pp.

Wagner, Fernando, La Televisión, Barcelona, Madrid. Editorial Labor, s.a. 171 pp

Walker, Jhon A. Una introducción a la cultura visual. Barcelona, Editorial Octaedro – EUB, S.L. Septiembre del 2002, 278 pp

CAPITULO 2



ANTECEDENTES DE
"ESTANZUELA"

2.1 HISTORIA DE LA CERÁMICA

La cerámica como tal, surge a finales del mesolítico y principios del neolítico, entre los años 10 000 y 8 000 a.C. A ciencia cierta no se sabe cómo es que se genera este arte, algunos antropólogos piensan que es a partir de un accidente, al dejar barro junto al fuego se endureció y de ahí comienza el hombre a hacer sus vasijas.

Lo que es un hecho, es que la cerámica nace a base del horno casero. En los estudios realizados se encontró que a fines del paleolítico las comunidades tenían fogones para cocer los alimentos, los cuales eran de piedras cubiertas de arcilla y barro crudo, posteriormente los hacen de barro, donde se observa que se enrojece al ser expuesto a altas temperaturas, obteniendo así mayor dureza. Después se encuentran restos de arcilla o barro cocido y más adelante las primeras figurillas de arcilla horneada. Hasta el neolítico es que se hallan vestigios de cerámica aplicada en vasos y recipientes para cocer la comida y mantenerla caliente.

La razón más lógica para la expansión de dicha invención es que la materia prima se conseguía con gran facilidad en cualquier lugar del mundo, su fabricación se facilitaba por la maleabilidad y se podía cocer en el horno casero.

En cuanto a las formas de las vasijas se toman como base los recipientes ya existentes hechos de piedra, malquita y la azurita (carbonatos minerales). Es entonces cuando se descubre el bórax (un borato de sodio), que facilita la fusión del cobre y sus compuestos, por ende no necesita una temperatura tan alta, el color lo obtiene por el carbonato de cobre, creando así un esmalte o vidriado turquesa

azulado. Esmalte que perduraba en las paredes del recipiente de arcilla una vez vaciándolo.

“Los primitivos metalúrgicos fueron inalcanzables buscadores de minerales. Cuando se acababan los minerales de cobre o estaño en un lugar, exploraban otros montes, a veces hasta en otros lugares sumamente lejanos. Su exploración los llevaba a someter al calor y experimentar con todas las rocas disponibles, las que reconocían por su aspecto, color, dureza, sabor, peso y resistencia al vinagre, que era el único ácido conocido para entonces.”

(Fernández Chiti, Jorge. *Historia de la cerámica*, 96)

El hecho de que la metalurgia se extendiera por el mundo y el esmalte tardara quince siglos para su difusión, confirma que la intención inicial era el manejo de los metales y no precisamente, la búsqueda del esmalte para la cerámica.

El desarrollo y perfeccionamiento de esmaltado fue un proceso mas sencillo, ya que se percataron de que algunas sustancias como el estaño, el antimonio y el arsénico, tenían la propiedad de dar opacidad a los esmaltes.

En América se utiliza la técnica del martillado en caliente y no el derretido en moldes para la fusión del cobre.

“Los chinos se ubicaron a la cabeza del progreso en este campo, pues perfeccionaron tanto las técnicas de construir hornos y elaborar pastas y esmaltes que alcanzaron temperaturas de 1450°, con lo que lograron maravillas imposibles de ser imitadas hoy . Poco a poco la experimentación y el trabajo – maestros de la vida – llevaron a nuevas invenciones y conocimientos como obtener diferentes colores empleando diversos óxidos y porcentajes. Para el ceramista de entonces, no se trataba de cuerpos o compuestos químicos, ...ellos hablaban simplemente de piedras.”

(Fernández Chiti, Jorge. *Historia de la cerámica*, 103)

Colores	Material
Verdes y Turquesas	Cobre (óxidos o carbonatos)
Azules	Cobalto
Dorados	Hierro
Marrones	Plomo
Morados, Rosados y	Manganeso
Violetas	
Verdes con álcalis	Cromo
Rojos	Plomo
Amarillos	Antimonio (antimoniato de plomo)

Los esmaltes quedaban blancos o lechosos, es decir, turbios, pero más adelante se logró obtener la transparencia, moliendo los ingredientes revolviéndolos en seco, logrando realzar los colores. Después se descubrieron los componentes de los esmaltes.

Fundentes – sodio y plomo

Refractarios – cuarzo, arena y feldespato

Colorantes – óxidos o carbonatos metálicos

Opacificantes – estaño, antimonio, cinc, titanio, carbonato de calcio, etc.

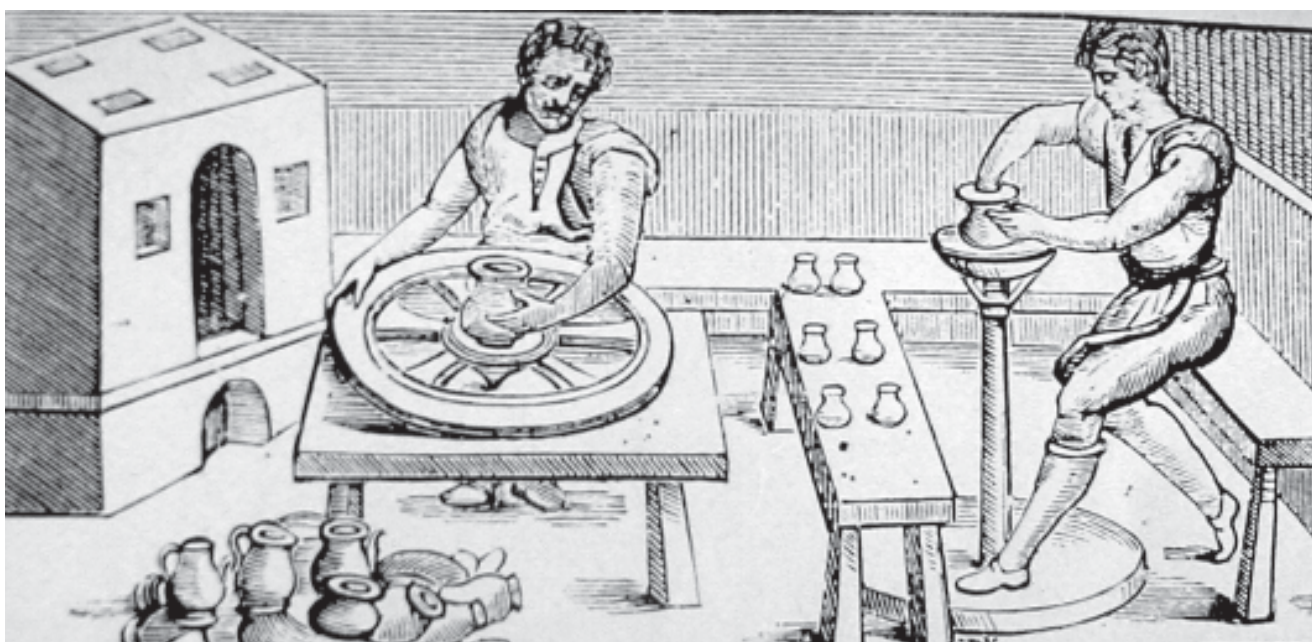
“Así como el primitivo fundidor o forjador de bronce fue temido y reverenciado casi como un mago por el pueblo a causa de su misterioso poder de convertir piedras en metal (siempre hay magia en el arte), así también el primitivo ceramista esmaltador, guardaba celosamente los secretos de su arte, que sólo eran revelados a los aprendices o iniciados con la obligación de no transmitirlos,... en el British Museum se halla escrita la fórmula de un esmalte de plomo y cobre, donde el maestro la revela para el uso de su gremio, tal vez por imposición real.”

(Fernández Chiti, Jorge. *Historia de la cerámica*, 102)

Probablemente los gobernantes, ya sean reyes o sacerdotes temían que se perdiera el arte del esmaltado, ya que no existían muchos esmaltadores y preferían conservar la receta. Se piensa que los antiguos esmaltadores eran llevados de algún lugar lejano para servir a los sacerdotes, quienes los obligaron a revelar sus secretos, información que no se daba al pueblo, además en ese entonces los únicos que sabían leer y escribir, eran sacerdotes y sabios, por lo tanto no había riesgo alguno de que el pueblo pudiera descifrar las fórmulas del procedimiento.

La rueda aparece en Mesopotamia desde el 3500 a. C. aumenta la producción y promueve el intercambio. Aunque antes de esta época encontraron restos de un torno con un disco de arcilla horneada de 90 cm de diámetro con 12 cm de espesor, el mecanismo era accionado con la mano izquierda, mientras la derecha levantaba la pieza hasta llegar a una velocidad en la que se mantenía en movimiento por dos o mas minutos, por lo cual el alfarero elaboraba por fragmentos su trabajo. Mas adelante aparece el torno de pie.

En ocasiones la rueda era puesta a funcionar, por otra persona que podría ser un aprendiz o ayudante, en lo que el artesano modelaba libremente . Antes del torneado, la cerámica se elaboraba en casa, siendo burda y quebradiza; los alfareros manuales hacían una producción limitada que sólo resolvían las necesidades de una pequeña población.



Paleolítico inferior 500.000 a. C.

Hombre de PekínToscos instrumentos de piedra, hueso y madera.

Caza

Invencción del fuego

Uso de recipientes (cráneos, etc.)

Piedritas de colores

Aún no hay atisbos de cerámica, ni figuras modeladas.

Paleolítico Medio 150.000 a. C.

Hombre del Neandertal (musteriense)

Instrumentos de caza y trabajos mas perfeccionados (piedra, hueso, madera)

Uso de recipientes

Fuego y fogones

Empleo de tierra, ocre y otros colores

No hay cerámica de vasijas ni modelado de figurillas.

Paleolítico superior 40.000 a. C.

Se perfecciona la mano en el trabajo

Auriñacense: estatuillas modeladas de barro arcillas sin hornear, de piedra o marfil

Magdaleniense: gran pintura mural de las cavernas y relieves escultóricos de barro crudo (murales)

A fines del periodo aparece el horno doméstico de cocción en las viviendas comunales de cazadores: estatuillas cocidas

Mesolítico 12.000 a. C.

Comienza la domesticación de animales

Aparece la geometría en la decoración

Predomina lo bidimensional sobre el trabajo de volumen en el arte

Aparecen las vasijas de piedra y continúan las figuritas de arcilla

Cerámica de figuras de arcilla moldeadas a mano, primero sin hornear (crudas) y horneadas a fines del periodo. Todavía no hay cerámica de vasijas.



Neolítico 6.000 a. C.

Pacífico sedentarismo de aldeas, agricultura y ganadería
 Cultos lunares matriarcales
 Predominio absoluto del estilo geométrico
 Edad de oro de la cerámica: aparece y culmina la cultura de cerámica de vasijas horneadas y por supuesto continúa la de figuras cocidas
 No hay esmaltes todavía, sino engobes

Cerámica de vasijas cocidas. Todo se hace de cerámica

Edad de los metales 3.500 a. C.

Aparece el torno alfarero y el esmalte cerámico
 El metal y los cultos solares, así como el patriarcado (y el estado) compiten respectivamente con la cerámica, los cultos lunares y la comunidad matriarcal primitiva
 Aparece la represión erótica patriarcal, las guerras y la esclavitud
 El comercio determina un aumento cuantitativo en la producción de vasijas en las sociedades con elites compradoras (templos y palacios); pero la calidez y espontaneidad de la cerámica lunar desaparece
El metal y las artes frías compiten con la cerámica y las artes de la tierra.



Cubilete de Susa, 4000 a. C. Arcilla cocida pintada



Toro alado aqueménida, hecho con ladrillos moldeados con revestimiento vitrificado policromo, siglos VI a IV a. C.

3000 - 2000 a.C.

Irán, Beluchistán: cerámica torneada. Orfebrería, estandarte real de Ur.

Elam: escritura protoelamita

Egipto, Saqqarah: revestimiento mural en cerámica en la tumba del faraón Djoser.

Periodo de tinta; edad menfita o reino antiguo

China: cerámica Yang-chao, Longchan, Hiang-T'un

América: textiles de algodón

Perú: inicios de la agricultura



Diosa de las serpientes.

Pasta silíceo con revestimiento vitrificado policromo, arte cretense S.

XVI a. C

2000 - 1000 a.C.

Mesopotamia y Egipto: primeros barnices vitrificados
Mari la diosa del vaso centellante y obeliscos de Luxor
templos de Karnak

Susa: paneles murales esmaltados

Creta: vasijas de Camarés; figurillas de diosas con serpientes; cerámica “naturalista”; palacio de Cnoso

Uruk se convierte en Babilonia

Grecia: cerámica “protogeométrica”

Corea: alfarería incisa al peine

México: alfarería de Tlatilco Perú alfarería “Chavín”

Asia Menor: guerra de troya; imperio heteo

Europa: edad de hierro.

Israel: Templo de Jerusalén

Micenas: puerta de los leones



Vasija con caño, de Sialk, Persia. Los largos caños y un rico estilo decorativo caracterizan ésta cerámica, que probablemente era para uso ceremonial. 1000 a.C. aprox. (British Museum)

1000 – 600 a. C.

Asiria, Khorsabad: paneles esmaltados del palacio de Sargón II; palacio de Khorsabad

Grecia: cerámica geométrica "protocorintia", corintia; templo dórico de Delfos; poemas homéricos

Italia: urnas "villanovianas"

Etruria: "bucchero sottile"; inicio de la civilización etrusca

600 – 500 a. C.

Babilonia: paredes de ladrillos esmaltados en el palacio de Nabucodonosor; deportación de los judíos a Babilonia

Susa: paneles esmaltados en los palacios de Darío y de Artajerjes

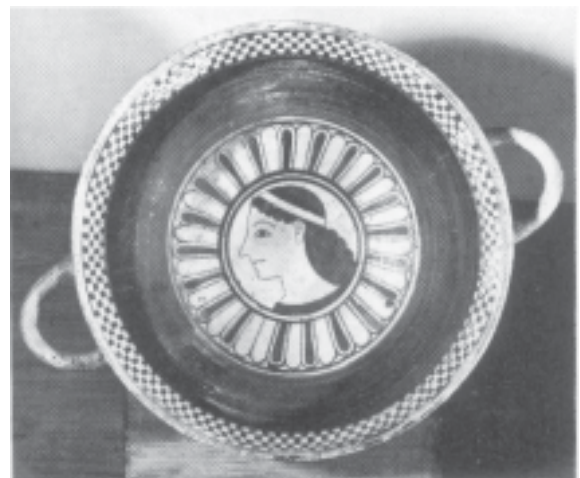
Grecia: cerámica pintada con figuras negras o rojas. Exechias, Sofilos, Clitias, Ergotimos, Eufronios; templo basilical de Paestum, templo Jónico de Artemision en Efeso

Etruria: Apolo de Veies; tumba de las leonas, de los toros en Tarquinia. *Loba de Roma*, bronce etrusco-romano

Conquista de Egipto por Cambise.



Copa griega con figuras negras pintadas por Exechias, hacia el 535 a. C.



Plato corintio de etruria, hacia 560 a. C. Tierra cocida pintada

500 - 400 a.C.

Grecia: Panaitios, Douris, Ermonax, Meidias; Lecitos de fondo blanco; Construcción de Partenón y de los templos dóricos de Paestum y Agrigento

China: primeros revestimientos vitrificados; Dinastía de los reinos combatientes (481-221)

Etruria: “bucchero pessante”; Pinturas de las tumbas de Tarquinia; Pericles; Sócrates

400 – 300 a.C.

Magna Grecia: cerámica de Apulia

Grecia: arcillas cocidas de Tangará; Scopas escultor; Platón

Perú: cerámica “paracas cavernas”

Conquista de Egipto por Alejandro Magno

Toma de Roma por los galos



Kylikes, estilo de las figuras rojas. El exterior presenta sátiros armados. El interior muestra figuras negras a caballo. Firmado por Hischylos, ceramista y Epictelos, pintor. Atenas, aprox. 520 a. C. (British Museum)

300 a nuestra era

Copas de Megara con adornos en relieve
 Japón: cerámica de Yayoi “areta” barnizada al plomo
 Fin de la independencia de los etruscos
 Construcción de la Gran Muralla China
 Victoria de Roma sobre Cártago



Hydria, pintada en la última etapa del estilo de las figuras rojas. Dibujos en rojo, blanco y amarillo, mostrando menades, sátiros y erotes, por el pintor de Londres, Atenas. Aprox. 390 – 370 a. C

Siglo I d.C

Principio de la Terra Sigillata gala
 Perú: primeras cerámicas “Mochica” y “Nazca”; templo de Pucara y construcción de las pirámides
 Roma: construcción del Coliseo Incendio de Roma
 Destrucción del templo de Jerusalén



Vaso de dos asas vidriado verde-amarillo vivo. La forma, asas y decoración moldeada, recuerdan las formas de plata contemporáneas, sin duda un lujo de la época. Procedente de Soloi, Chipre, mediados del S I d. C. (Fitzwilliam Museum)

Hacia el año 100 d.C.

Corea: cerámica de silla

Hacia el año 200 d. C.

China: primeros celadones de Yué; las seis dinastías (221-581)

América: principio de la época clásica

Siglo V

Japón: principio de la alfarería Sueki, horno ahondado, vitrificaciones de accidentales de superficies, torno

Arte bizantino: Rávena, mausoleo de Gala Placidia

Saqueo de Roma por Alarico; fin del imperio romano



Plato calentador de barro cocido gris con decoración ncisa. Coreano dinastía Silla, aproximadamente 50 a. C.–935 d. C. (Victoria and Albert Museum, Londres)

Siglo VII

China: principio de la cerámica T'ang barnizada; grutas esculpidas de Long Men; dinastía T'ang

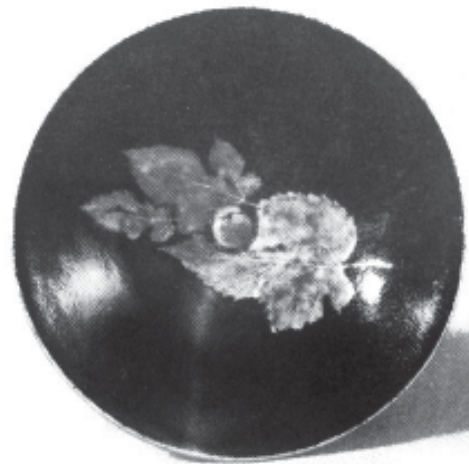
Japón: alfarería barnizada de Nara; bronce dorado del *Gran Compasivo* en Nara

Siglos IX – XII

Corea: celadones

China: Dinastía Song; cerámica Song del Norte; paisajes pintados a la aguada

Coronación de Carlomagno



Bol Song, siglos XI-XII. Gres con vidriado pardo con ornamentación a base de hojas

1000

Persia: cerámica Minai

Italia: principio de la cerámica llamada arcaica

América: principio del periodo posclásico; “Tapicería” de Bayeux

Japón: principio de la época Kamakura

Siglo XIII

Persia: cerámica calada

España: cerámica de Málaga; construcción de la Alambra de Granada

México: cerámica Tolteca

Institución de la inquisición

Perú: principio de la cerámica “chimu”; periodo de construcción de ciudades

China: porcelana Song; hornos “en pendiente”

Japón: los seis hornos antiguos; escuela de pintura de Tosa; instauración de la ceremonia del té



Vasija silbadora “chimu” de doble recipiente, de época posclásica, siglos XII-XIII. Tierra negra pulimentada

Siglo XIV

España: cerámica lustrada de Valencia y Manises

Japón: gres vidriados sin ornamentación

Corea: porcelana blanca; se transfiere la capital de Corea de Kaesong a Seúl

México: cerámica azteca; estatua de la diosa Coatlicue; fundación de Tenochtitlán

China: dinastía de los Ming



Copa con esmalte estannífero de Paterna, España, S. XIV

Siglo XV

España: jarrón de la Alambra, fabricado en Málaga

Italia: Leonardo Da Vinci, Miguel Ángel, Rafael;

Brunelleschi construye la cúpula de Santa María de las Flores en Florencia



Luca della Robbia, Natividad, S.XV

1431 - 1437

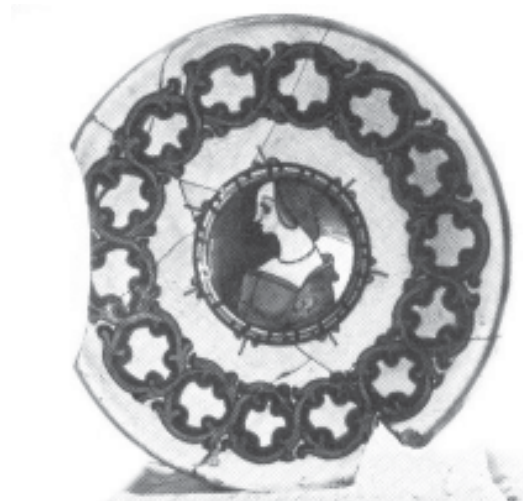
Italia: Luca della Robbia realiza la “cantoria” de la catedral de Florencia; Mayólica en toda Italia
 Faenza: estilo “follaje gótico”. Inicio del estilo historiado.
 Alemania: barniz salino sobre el gres
 Asia Menor: cerámica Isnik; mezquita de Bayezid en Estambul
 Toma de Constantinopla por Mahomet II (1453)
 Cristóbal Colón desembarca en las Antillas
 China: porcelana Ming “azul-blanco”; tumbas de los Ming
 Corea: porcelana Yi blanca y azul



Albarello de Faenza, hacia 1480. Mayólica de estilo “follajes góticos”

1501

Faenza: taller Cá Pirota; esmalte “berettino”; blanco sobre blanco; decoración a “cuartos”; estilo “compendiario”, ceramistas de Urbino: Xanto Avelli, G. Fontana; estilo historiado
 Primera pieza lustrada y datada de Deruta
 Miguel Ángel: *David* (1502)
 Leonardo Da Vinci: *La Gioconda*



Plato de mayólica de Deruta, finales del S. XV, principios del XVI

1518

Primera pieza lustrada de Mastro Giorgio en Gubbio
Castillo de Chambord
Francisco I, rey de Francia
Excomuni3n de Lutero

1529

Mme. De Boisy instala su alcarrer en el castillo de Oiron
cerámica de Saint – Porchaire)



Copa de Saint-Porchaire, primera 3poca, S. XVII. Loza fina con ornamentaci3n incrustada

1539

Bernard Palissy se establece en Saintes
Calvino abandona Francia
F. Pizarro emprende la conquista de Per3

1540

Tratado de Piccolpasso, publicaci3n del tratado de
Birirnguccio
Miguel 3ngel: *El juicio universal*
Asesinato del 3ltimo inca, Atahualpa



Bandeja ovalada, modelada en relieve con serpientes de agua, peces de r3o y conchas sobre fondo azul oscuro, de Bernard Palissy, Francia. “pi3ce rustique”. Finales del S. XVI (Colecci3n Wallace, Londres)

1545

Palacio de Madrid en el bosque de Bolonia 1574.
 Porcelana blanda de Médicis
 Alemania: gres de Colonia
 China; porcelana de los cinco colores; gres pulimentados
 de Kiang Sou
 Shakespeare
 Japón: cerámica de Mino, Oribe, Raku; escuela de
 pintura de Kano
 América: periodo colonial
 Perú: cerámica inca



Adoración de los Magos, S. XVI. Mayólica historiada de Italia central

Siglo XVII

Francia: cerámica de Nevers, Rouen y Moustiers
 Rubens
 Holanda: loza de Delft; Rembrandt
 Inglaterra: cerámica “slip-ware”, Thomas Toft, Ralph
 Simpson
 Alemania: gres de Westerwald Japón: porcelana Himari
 China: porcelana de las “mil flores” Moliere
 Palacio de Versailles



Cuartillo de Sierburg, mediados del S. XVI. Gres Blanco

1709

Alemania: invención de la porcelana dura por BöttgerBach

1720

G. Höroldt crea al estilo de Meissen

1725

Delft: decoración a “fuego de mufla”



Fina tetera de loza roja de diseño basado en el bambú. Cerámica Yi-hsing. Esta cerámica fue exportada ampliamente a Europa, donde demostró ser muy popular, especialmente las teteras que fueron copiadas, casi exactamente, en Inglaterra por los hermanos Eler, entre otros. 1700 apox. (Hastings Museum)

1745

Introducción de la técnica del vaciado en Inglaterra

1750

Bacheliere inventa los “biscuits de Sévres”, en porcelana blanda

1758

Passeri publica su tratado sobre la cerámica de Pesaro



Bañista, según un modelo de Falconet de 1758. “Bizcocho de Sévres”

1760

La manufactura de Sévres se convierte en una práctica real

1768

Descubrimiento del Caolín en Francia

1769

Fundación de la manufactura "Etruria" de Wedgwood
 China: cerámica de exportación para Europa; cerámica "flameados", "colores polvorizados"
 Goya: *La Maja Desnuda*
 Descubrimiento de la piedra Roseta durante la Campaña de Egipto

Siglo XIX

Cerámica industrial, elección de estilos, alfarería popular y patriótica
 Fin del feudalismo en Japón
 Ingres; Delacroix

1887

Cerámica de Gauguin
 Los "impresionistas"

Hacia 1900

Cerámica de la Belle Epoque: E. Gallé, H. S. Lerche, Rosenburg "Los Fauves" en el Salón de Otoño



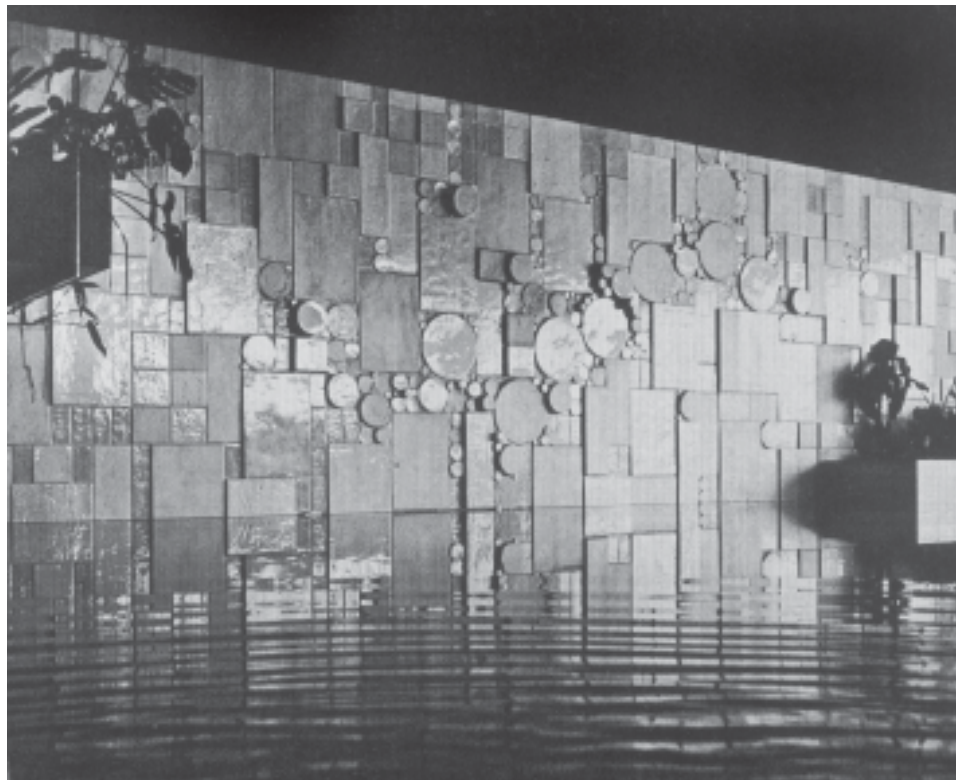
Tarros japoneses para la ceremonia del té (cha-iré), S.XIX. Gres con efectos de barnices

1908

Fundación del museo internacional de cerámica en
Faenza por G. Ballardini
Cubismo: Braque y Picasso
Revolución Rusa
Segunda guerra mundial (1939)

1949 - 1971

Picasso crea sus cerámicas en Vallauris
Miró colabora con Artigas
Capilla de Vence decorada por Matisse
Declaración de los derechos humanos



Elizabeth Langsch, pared en cerámica esmaltada de una piscina en Kilchberg, 1964

2.2 MICHOACÁN

El oficio alfarero de Michoacán proviene de la variedad de los materiales, técnicas y formas de producción. Tal riqueza se deba a la base cultural indígena de sus antepasados, representada por su cerámica prehispánica.

A la llegada del abogado Vasco de Quiroga a Michoacán como obispo del estado durante la Colonia, organizó a los indígenas en regiones artesanales, dando una especialidad a cada pueblo, según sus capacidades manuales para el desarrollo de nuevas técnicas. Dejando así una huella en su quehacer cerámico en la comunidad michoacana. Son muchas las poblaciones dedicadas a la cerámica, sobretodo los pueblos que se encuentran al rededor del lago de Pátzcuaro.

Vasco de Quiroga, asigna una actividad de la cual eran maestros y satisface los requerimientos de la sociedad novohispana, introduciendo cambios tecnológicos y de materias primas.

A San Felipe de los Herreros encomendó, el trabajo del hierro forjado e introdujo el telar de pedales para el tejido de lana ovina, así como el torno alfarero.

Enseñó el vidriado en la loza, a base de baños en sustancias plúmbeas, que únicamente se usaba en la producción europea y oriental.

“En México se trabajan más de 27 ramas artesanales, casi todas con características prehispánicas en cuanto al material utilizado, la tecnología y la utilización que se les da. Algunas

artesanías de origen prehispánico están en proceso de extinción como el arte plumario y el de la imaginaria esculpida con caña de maíz, ya que el último artista de plumería (amanteca) es don Gabriel Olay de Tlalpujahua, Michoacán, quien hace chimallis (escudos) e imágenes religiosas con la misma técnica usada por los antepasados y algunos artesanos de Pátzcuaro, quienes aún se dedican a manufacturar crucifijos con caña de maíz, aunque sin la misma finura.

En Santa Clara del Cobre, Michoacán, sigue abatiéndose este metal con la tecnología antigua, a la que se han incorporado instrumentos modernos para martillarlo y darle forma. Por su parte, los tuleros, pintores, talladores y alfareros, siguen trabajando sus especialidades en diferentes pueblos de la meseta.”

Guía México desconocido No. 61 Michoacán /
agosto 2000

Desde la época prehispánica los habitantes de Mesoamérica principalmente, dejaron impresa sobre piedra, barro, ixtle, algodón, plumas, caña de maíz, oro, plata, piedras semipreciosas, cera, papel, etc., su magia creativa y su habilidad manual.

Hoy en día, es un deleite el apreciar la arquitectura, la pintura mural, la obra escultórica en barro o en piedra y las minuciosas piezas de orfebrería sin otros elementos para moldear al metal, que piedra para cincelar, cera, arcilla y fuego.

Algunos de los placeres culinarios heredado de los antecesores indígenas , son los platillos a degustar como el Churipo, las atapakuas, los uchepos, los nacatamales, las corundas y las aguacatas, así como también el chocolate, el jitomate, la vainilla, el cacahuate, el tabaco, el aguacate, las diferentes clases de chile, los panes, el queso de Cotija y los ates morelianos.

En Patamban se identifican cuatro variantes en su cerámica:

- 1.- La alfarería pulida de una cochura, que se constituye básicamente por cántaros globulares para el agua.
- 2.- La loza “corriente”, vidriada por dentro hasta el borde exterior del cuello, en la que destacan cazuelas y ollas de diversas formas y tamaños.
- 3.- La loza fina o de “calidad”, vidriada por dentro y por fuera; su barro es muy fino y se le conoce como “cambray” o “cáscara de huevo” por sus delgadas paredes.
- 4.- La cerámica “especial”, de tipo decorativo vidriada en verde o en amarillo y en el color natural del barro. Las famosas “torres”, son conjuntos de hasta diez ollas que se colocan una sobre otra, desde la más grande hasta la más pequeña, formando una sola pieza llegan a medir hasta 1.5 metros de altura. Las hay en dos variantes: vidriadas en verde o bruñidas en rojo oscuro y decoradas en negro.

En Tzintzuntzan se trabaja una gran variedad de estilos, formas y decoración, pero destaca la cerámica vidriada que se presenta también con sus variantes.

1.- Una de las más tradicionales es la loza “fritada”, esmaltada con una fritada preparada por los propios artesanos. También se hacen piezas modeladas a mano, como vírgenes de la Salud, candeleros con querubines, Nacimientos, etc.

2.- También se produce cerámica bruñida, con formas variadas, unas con reminiscencias de vasijas - o vasija con forma de zapato y boca lateral - y otras con formas hispánicas como los botijjos. Todas ellas decoradas con tierras rojas en grecas y líneas de influencia prehispánica.

Aquí también se trabaja la cerámica de alta temperatura: vajillas con una combinación de esmaltes de colores café y gris, y una decoración con motivos fitomorfos de influencia oriental.

En Santa Fe de la Laguna, otra de las comunidades alfareras de la región, destaca la cerámica vidriada, una de las más brillantes de la República. Aunque existe otra producción que se dedica exclusivamente a la elaboración de candeleros y candelabros en oscuros tonos de azul y negro, adornados con flores y guías fitomorfas de molde, así como incensarios con aplicaciones de molde pero calados en la parte superior. Específicamente para la celebración de día de muertos.

En Ocumicho, población indígena purépecha, existe una larga tradición para elaborar juguetes de barro, silbatos y alcancías con formas de patos, caballos, figuras humanas, etc., que antiguamente se policromaban con anilinas y se barnizaban con aguacola, pero que con el tiempo evolucionaron hacia los esmaltes industriales. Cambió también el motivo de la creación, pues hace unos cuarenta años, el trabajo de un solo artesano, Marcelino Vicente, revolucionó

el quehacer artesanal del pueblo, por lo que se comenzaron a producir, atendiendo a una gran demanda, diablos en todas sus formas, en el infierno, con animales carroñeros, con la muerte, etc.

"Posteriormente, el trabajo de las alfareras de Ocumicho se fue adecuando a los ciclos del calendario litúrgico, por lo que además de los juguetes, se comenzaron a elaborar los siguientes temas: para diciembre ermitaños en su cueva, Nacimientos y pastorelas; en febrero figuras de carnaval con negritos; en Semana Santa diablos personificando a los apóstoles de la Última Cena, Jesús en la Cruz, etc.; el 29 de junio, día de la fiesta patronal de los santos Pedro y Pablo, aparecen moros a caballo y danzantes de moros y cristianos; para los días de difuntos, muertos en sus tumbas o en féretros. Se elaboran además figuras zoomorfas, monstruosas y diabólicas con vivos colores y una combinación aparentemente contradictoria entre lo cruento y lo ingenuo. La técnica empleada es el barro modelado a mano, lo que permite afirmar que ninguna pieza es igual a otra; se decoran con esmaltes industriales."

Guía México desconocido No. 61 Michoacán /
agosto 2000

En Huáncito, otro pueblo de la zona lacustre, se elabora loza vidriada de tipo utilitario, pero destacan de manera sobresaliente sus cántaros hechos en molde con una gran asa en la parte superior y con figuras zoomorfas por cuya boca se vierte el agua. La forma más común es la de patos,

pero se hacen también venados, caballos, etc., en barro bruñido de una cochura con engobe rojo y decoración blanca o negra. También se producen cántaros esféricos con una pequeña boca cuyo principal valor es la decoración blanca sobre el engobe rojo, a base de listones, flores, pero sobre todo venados en muchísimas formas.

Capula es una comunidad ubicada entre Morelia y Quiroga, donde se ha desarrollado durante los últimos treinta años, la cerámica de barro "punteado", cuyo estilo consiste en fondear la superficie de cada pieza a base de pequeños puntos con los que también se rellenan los cuerpos de las figuras de decoración. Los motivos más comunes en la decoración son peces en muy diversas formas. Por su calidad y creatividad estas piezas han ganado los más importantes concursos locales y nacionales de cerámica. En la misma población también se producen vajillas de cerámica de alta temperatura que buscan conservar el estilo de la decoración a base del punteado pero sin la calidad del barro rojo.

En Cocucho, comunidad cercana a Paracho, el centro productor de guitarras, se elaboran enormes tinajas levantadas a mano, sin torno, de gruesas paredes, que llegan a medir hasta metro y medio. Son de una cochura y un engobe rojo quemado, que tienen eventualmente una discreta decoración en asas y aplicaciones de cabezas de animales. También engobados y de una cochura son los cántaros elaborados en Zipiajo.

En Zinapécuaro, población al sur del Estado se produce una gran cantidad de macetas vidriadas y chorreadas al natural y en colores destacando los verdes, amarillos y azules. Es notorio su trabajo de bajorrelieve con aplicaciones de molde en forma de hojas y flores.

2.3 ANTECEDENTES DE LA EMPRESA

La empresa tiene su origen en la mente de la familia Brockmann, al querer generar una fuente de empleo para la gente de la provincia, aprovechando que el papá tenía un rancho y su casa de campo en Michoacán.

En un principio, no sabían en que invertir, fué entonces, cuando un amigo de la universidad que había trabajado en Anfora (una compañía que se dedica a la cerámica), le comentó a Ricardo (uno de los hermanos) que no tenía empleo y que necesitaba trabajar.

Es así como surge la idea y la posibilidad de comenzar a hacer cerámica, creando empleos para los habitantes de Estanzuela, el lugar donde actualmente se encuentra la fábrica y pueblos aledaños.

Como nadie sabía absolutamente nada acerca de cerámica, el amigo se ofreció a ayudar con los conocimientos que él había adquirido y así comienzan los hermanos de accionistas, tomando la batuta Joaquín Brockmann, para levantar un taller como inicio.

Al principio todo proyecto tiene sus dificultades y más cuando no se tienen nociones de cómo hacerlo, ni lo que se requiere. A los hermanos se les decía todo lo que necesitaban comprar, desde material hasta maquinaria. El problema más severo se presentó a la hora de la producción, puesto que no sabían calcular bien el tiempo de cocción, algunas veces se les quemaba el esmalte, las piezas salían chuecas, etc.

En cuanto a los diseños de la cerámica, comienzan utilizando calcomanía y orientado más que nada hacia piezas promocionales, con el tiempo, Alicia (Tita) Brockmann va introduciendo poco a poco mayor decorado. En la actualidad se usan plantillas como apoyo en los diseños más complicados, pero el retoque final es a mano alzada.

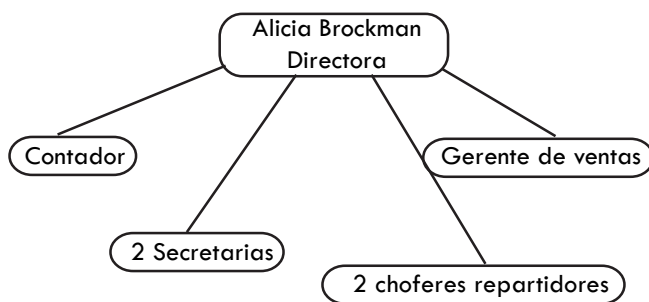
Tita, hace sus diseños cultivándose de conocimiento en viajes, revistas, libros y su finalidad al crear sus diseños es mantener ése toque mexicano, que a su vez son modernos, actuales pero conservando la tradición por medio de la combinación de colores. Los nombres de algunos modelos están inspirados en pueblos de Michoacán.

Aproximadamente hace 15 años, la empresa tuvo una crisis, ya que el hermano al frente, no quería seguir en el negocio porque era una gran labor y los resultados que obtenía no eran muy gratificantes. Sentía que la inversión era mucha, para lo que se obtenía en realidad. Incluso habían pensado en cerrar, es entonces cuando se reorganizó otra vez toda la estructura dentro de la familia, tomando el cargo Alicia Brockmann y quedando al frente como directora de la empresa. Algunos hermanos se retiraron y continuaron adelante la mamá, Ricardo, Rolando su esposo y Tita. Entonces quedan cuatro accionistas, pero en realidad no hay un nombramiento como tal dentro de la familia.

2.3.1 Mapa estructural a nivel interno



En la Ciudad de México se encuentra la tienda y las oficinas, en Cuajimalpa por la carretera libre hacia Toluca, en la plaza Galerías Reforma, col. Palo Alto.



Inicialmente el contrato del personal en la fábrica, se le daba a cualquiera que estuviera interesado en colaborar en el taller (para ese entonces) y era muy común que llegaran sin saber leer ni escribir, conforme ha ido pasando el tiempo, se ha ido incrementando la exigencia a nivel escolar, pidiendo de mínimo la primaria y ahora hasta la secundaria, especialmente a las decoradoras, para que tengan la experiencia de cómo tomar un lápiz y por consiguiente como agarrar un pincel.

A las decoradoras se les pone a prueba durante un mes, para ver si en verdad tienen la habilidad, el gusto y el interés por el oficio; ya dentro, ellas van entrenándose y adquiriendo experiencia. Mientras en los otros departamentos no se requiere de tanto entrenamiento porque es más sencilla la labor, no se requiere de una gran capacidad para aprender a operar las máquinas, aplicar el esmalte o hacer el vaciado, ese tipo de conocimiento se adquiere rápidamente viendo y en el mismo ambiente aprenden de los demás.

Los medios de difusión utilizados ha sido la folletería, los catálogos, una página web y sobretodo donde contactan a todos sus clientes es a través de ferias de tipo de regalo, se dan a conocer en exposiciones como Alfar, Salpro, expomueble en Guadalajara, a en-art Tlaquepaque y últimamente también hacen exposiciones en hoteles y restaurantes.

La materia prima para la elaboración del producto son arcillas y feldespatos que llevan de Monterrey y Saltillo principalmente, el material es fino, por ello la razón de su costo, además las piezas están hechas con un grosor considerable, a una temperatura muy alta para su mayor resistencia y durabilidad. Otra de sus cualidades es que se pinta a mano, lo que implica la dedicación y tiempo a cada pieza, es netamente artesanal y la mano de obra cada vez es más cara, por lo mismo es más difícil de conseguir adquisiciones de ésta índole.

2.4 SISTEMA DE PRODUCCIÓN

La cerámica es una muestra de la creatividad que el hombre ha empleado a lo largo de la historia para satisfacer sus necesidades, combinando la materia que está a su alcance.

Su nombre proviene del griego “keramos”. Se introdujo en 1768 por el arqueólogo Passeri y se refiere a todos los objetos elaborados a base de tierras arcillosas cocidas.

“ El fuego presta al objeto hecho de tierra y agua perennidad y su dureza, al mismo tiempo que su fragilidad.”

La cerámica más conocida es el barro cocido, la alfarería barnizada, la loza, el gres y la porcelana.

Este es un arte que pasa por diversas fases y se encuentra presente en todos los países y en todas las épocas.

Las etapas a grandes rasgos son:

- La preparación de tierra
- El modelado
- El tratamiento de las superficies
- Y finalmente la cocción

La tierra y su preparación

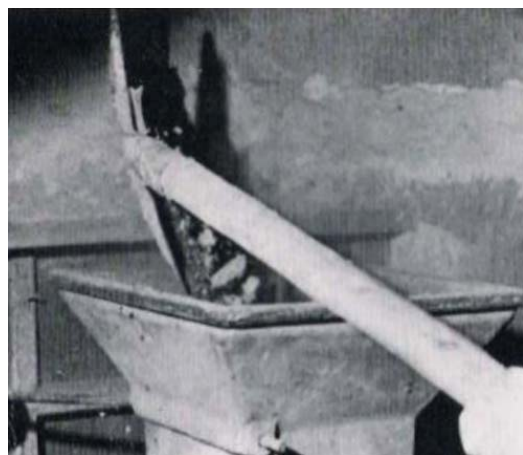
La tierra arcillosa tiene posibilidades de modelado muy amplias, debido a sus propiedades plásticas. El caolín es la forma más pura de la arcilla y su color varía del gris blanquecino al pardo rojizo, dependiendo del grado de impurezas.

La chamota es tierra cocida y luego pulverizada que se mezcla con arcilla para disminuir su plasticidad y su contracción, preferentemente se utiliza en piezas de gran tamaño.

1. Fase de depuración

- La tierra seca es triturada previamente para facilitar la homogeneidad de la humidificación a la que se someterá más adelante.

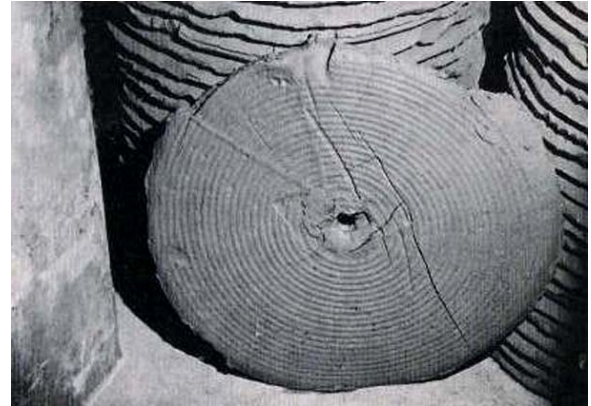
- Se moja, se pasa por un cedazo para eliminar las impurezas más grandes como piedras y residuos vegetales.



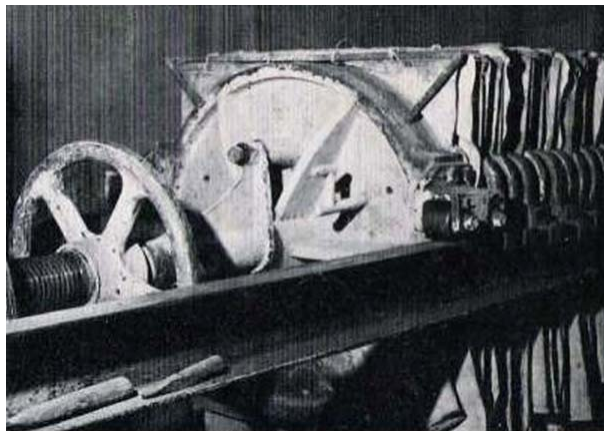
- Se empapa el barro obtenido y se remueve con fuerza para filtrarlo y exprimirlo en una prensa provista por filtros de tela, de donde salen panes redondos, plásticos y maleables.



- Son almacenados en un lugar húmedo y cerrado, el tiempo puede variar entre algunas semanas y decenas de años.



- Se trocea y se pasa por una mezcladora que la dejará en condiciones para ser trabajada, eliminando las burbujas de aire que pudieran quedar en la masa, dando homogeneidad y la consistencia plástica requerida.



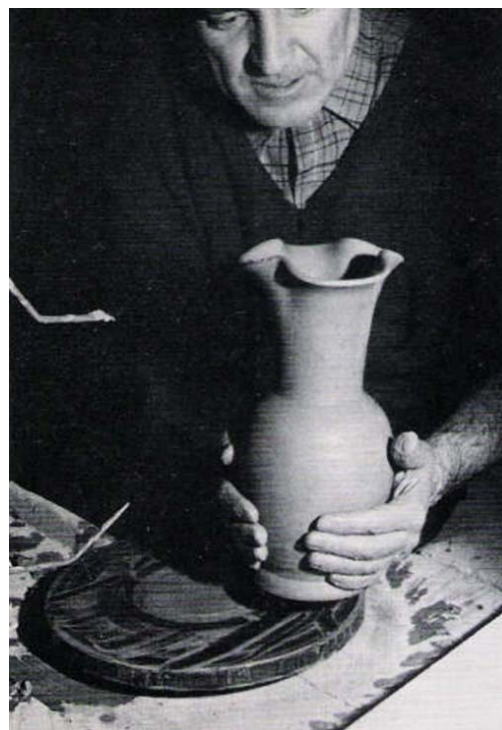
2. Modelado de las tierras

Técnicas básicas utilizadas

- Jaspeado
- Tallado en hueco
- Adornos en relieve a *la barnotina*

El modelado

Es la forma más antigua de trabajar la arcilla y la más fácil gracias a su maleabilidad, la cual puede ser modelada con los dedos o con instrumentos de ayuda como alguna espátula. Aunque los grandes bajorrelieves son friccionados y vaciados parcialmente con el fin de facilitar su secado. Las piezas en pleno relieve son huecas, lo cual evita rupturas o deformaciones en el momento de la cocción.



El vaciado

Los moldes para llevar a cabo ésta técnica, deben ser dos o mas piezas para poder abrirlos y sacar el recipiente, así mismo, tienen que ser de escamola, ya que tal material tiene la propiedad de absorber bastante agua, por lo tanto, la mezcla de arcilla con agua es vaciada al molde hasta llenarlo, la arcilla queda adherida a las paredes por medio de la sustracción del agua, para lo cual hay que dejar pasar desde unos cuantos minutos, hasta media hora dependiendo de la calidad de la suspensión. Posteriormente se vacía el contenido sobrante y al cabo de unas horas se procede a sacar la pieza con cuidado y antes de que haya secado completamente.

Con dicha técnica se obtienen paredes delgadas e uniformes. Loza fina y porcelana es la que se fabrica principalmente con éste método. Antes de la cocción es necesario dejar secar por completo, ya que de no ser así, las piezas son quebradizas al tener una evaporación de agua tan acelerada.

En el secado, el producto se contrae de acuerdo al porcentaje de agua que le queda, hay una disminución en volumen de un 10 a un 20%. El caolín, es un material que seca con mayor rapidez que la arcilla y se contrae menos. El vaciado es un método relativamente nuevo y también se ocupa para la cerámica artística.



3. Tratamiento de las superficies

Raras veces la cerámica pasa del modelado al secado y luego a la cocción, en el inter, es cuando se le dan los detalles con un peine, un sello o una rueda para hacer los relieves, o bien se trabaja el decorado por medio de pastillaje, que consiste en ponerles aplicaciones de tierra, pegando pequeños bultos ya trabajados.

Hay algunos tratamientos de superficies que se realizan antes de la primera cocción y otros que se llevan a cabo después de ésta. Cuando a la arcilla se le excluye del apresto, queda sin impermeabilizar, pero en la porcelana blanda crea un efecto como de “biscuits de Sévres”.

Cuando se agrega sales en el proceso de cocción, para obtener el gres salado, se puede manejar con una doble intencionalidad, ya que se usa como técnica de cocción y de tratamiento de superficies.

El pulimento

Es una técnica que impermeabiliza relativamente, dando un acabado liso, simplemente se frota la pieza medio seca, la maniobra aplasta el material de la superficie, cerrando los poros. En Grecia, se hace éste proceso antes de aplicar el barniz.

“Se puede realizar agregando óxido de color que harán entonces oficio de elemento decorativo, tal como sucede con determinadas cerámicas cocidas en atmósfera reductora, saturadas de carbono, lo que les presta una apariencia negra con reflejos, tirando a metálicos. Tanto los buccheri etruscos, como los chimu peruanos, han sido sometidos al pulimento”

(Cottier. *La cerámica*, 39)

Estofos y esgrafiados

Estofado es el revestimiento terroso de diferente color al de la pieza, las tierras más utilizadas, son blanquecinas, así también se pueden aplicar únicamente manchas de color, en caso de cubrir toda la pieza, se podrá omitir el esmalte.

El esgrafiado es un método de decoración y se puede realizar después del estofado, se lleva a cabo con un instrumento puntiagudo y se trabaja el material a medio secar, al realizar este trabajo resalta el fondo a modo de dibujo.

Barnices, esmaltes y vidriados

Los barnices y esmaltes, son masas vítreas para cubrir las pastas cerámicas con el fin de impermeabilizar y alisar la superficie, mientras, la vitrificación se deja en manos del calor; tales técnicas se utilizan para los “biscuits” y la porcelana templada (con una previa cocción a temperatura moderada)

“- Barnices: son los revestimientos mas usuales de las lozas, de los objetos de alfarería y de las porcelanas blandas. Al ser de composición plomosa o alcalinobórica, sus características son las de ser transparentes, de fundirse a baja temperatura y de vitrificarse en el transcurso de la segunda cocción, se les puede dar diferentes tonalidades.

-Esmaltes: son revestimientos vitrificables opacos, blancos o coloreados mediante la adhesión de óxidos metálicos en su masa. El elemento básico de los esmaltes es a menudo el estaño, pero también se recurre al óxido de antimonio, al óxido de circonio o al anhídrido arsenioso.

-Vidriados: empleados para los gres y las porcelanas, se caracterizan por su dureza, por su vitrificación a alta temperatura y por su cohesión con la pasta.”

(Cottier. *La cerámica*, 40)

Éstos procesos se pueden colorear en la masa, pueden ser el fondo de una ornamentación a color o simplemente recubrir una ornamentación ya coloreada. La aplicación del pigmento puede ser sobre la pasta, el “bizcocho”, el esmalte en crudo o el revestimiento vitrificado.

“- La decoración aplicada sobre la pasta sin cocer de los gres y de las porcelanas es llamado *bajo vidriado*
- La decoración sobre el “bizcocho” o sobre el esmalte en crudo es denominada a *alta temperatura*. Este es el caso de la mayólica y la loza.
- La decoración sobre barnices, esmalte vitrificados y vidriados se llama a *fuego lento* o *fuego de mufla*.”

(Cottier. *La cerámica*, 44)

La aplicación de dicha fase, puede ser por:

Inmersión: se sumerge el objeto limpio, en una suspensión; dependiendo del tiempo que permanezca adentro, del espesor de la preparación y la porosidad del “bizcocho”, es el grosor de la capa. Todos los factores antes mencionados, deben ser precisos para conseguir un recubrimiento óptimo, ya que si la capa es muy delgada, la superficie será irregular y por el contrario si se pasa se chorrea en la cocción, para obtener una mayor adherencia, se le pone “colas orgánicas”.



Aspersión: la mezcla se vacía sobre la pieza; cuesta más trabajo obtener la homogeneidad, pero se consume menos y el resultado prácticamente es el mismo que en la inmersión.

Pulverización: se rocía con una pistola, principalmente para barnizar sobre esmaltes de decorado en crudo y en piezas de gran dimensión.



Pincel: se usa para retocar y crear ciertos efectos en el acabado



Volatización: únicamente se emplea en el gres salado y cuando se está cociendo “se hecha sal en el horno, para que se vaya volatizando bajo los efectos del calor, y al saturar la atmósfera, se deposite sobre las piezas.”

(Cottier, *La cerámica*, 48)

4. Ornamentación

Decoración a “alta temperatura”: se emplea en el “bizcocho”, el estofo cocido y sobre todo en el esmalte en crudo: previo a la cocción se hace una aplicación de barniz. El trabajar con esmalte en crudo es muy delicado, ya que las pinceladas y los trazos deben de ser rápidos y perfectos; el decorado requiere ser a mano alzada.



El dibujo es preparado “a base de minio de plomo, muy visible debido a su color rojo que desaparece con la cocción, bien, sea a base de polvo de carbón, utilizando en ambos casos el método del *estarcido*”.

Los colores no son los mismos cuando se trabajan en crudo que cuando ya se termina el proceso, con la cocción se producen reacciones químicas con la que se transforman los materiales, incluyendo los colores, por ejemplo, el azul se torna lila claro y el rojo, malva.

Los pinceles para acuarela son los que se ocupan para colorear la superficie, pero los que se ocupan para hacer trazos y detalles finos, se componen de pelos largos que tienen contacto directo con el decorado y cortos que solamente retienen pintura



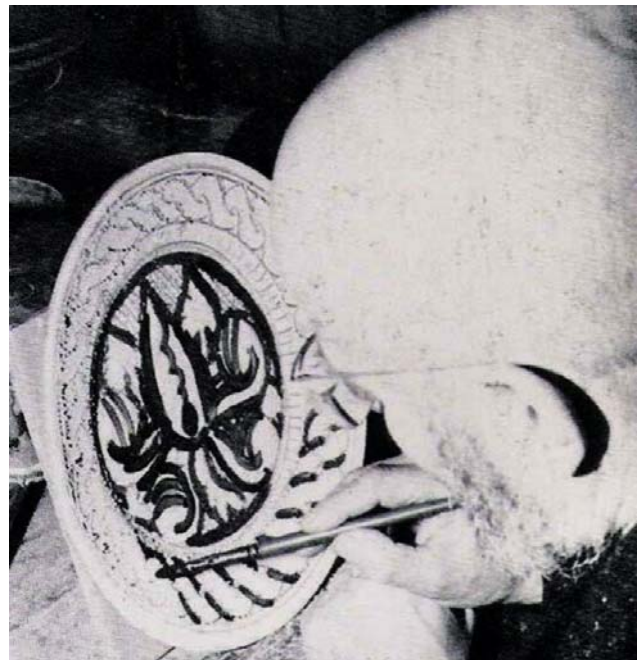
Para obtener una gama de colores más amplia, con mayor vivacidad y un acabado más nítido, es recomendable decorar a “fuego de mufla” o “fuego lento”; la técnica se usa en porcelana, pero también se puede aplicar en loza. La cocción se realiza a una temperatura baja relativamente, con el propósito de que la capa base no sea fundida nuevamente.

El pigmento se licua y se adhiere a la capa base, gracias a la propiedad fundente. El color es preparado con esencias o resinas para disolver y adherirse, dichas sustancias se evaporan en la cocción.

En la cerámica industrial el decorado se puede agilizar haciendo uso de la fotocerámica, la serigrafía, el estampado con rodillo de caucho, calcomanía, etc.

"En la cerámica de arte se suele utilizar el pincel, lo que pone de relieve la habilidad del pintor. La gama de colores es muy extensa . Se puede mencionar como efecto especial "el blanco en relieve" y los rojos: rubí, púrpura, coral, amapola."

(Cottier, *La cerámica*, 52)



5. La cocción

Las reacciones químicas varían de acuerdo a las tierras y los barnices utilizados y se producen a temperaturas y momentos muy específicos. En un período de tiempo determinado se debe llegar a cierta temperatura para hacer variar la atmósfera (oxidante, neutra o reductora) y obtener una temperatura pareja y bien distribuida en todo el horno.

Los hornos

En el más antiguo se ponían las piezas junto al combustible, como leña, paja e incluso excremento de animales; se le conoce como “cielo abierto” porque se colocan en una excavación en el suelo; las posibilidades son muy pocas, ya que no alcanza temperaturas muy altas y no hay un control; las piezas salen ahumadas y muchas se quiebran en el transcurso.

Los hornos contruidos especialmente para la cerámica se componen de dos partes, una es el área de cocción y la otra de combustión, la más común tiene la cámara de cocción encima del combustible.

Los chinos y japoneses crearon un horno “en pendiente” (Nobori-gama), que alcanza la temperatura más alta que cualquier otro horno.

“Está constituido por una serie de células comunicantes, yuxtapuestas, escalonadas a través de las cuales pasan los gases de combustión, desde la cámara de combustión hasta la chimenea. Las piezas a cocer son encerradas en una especie de

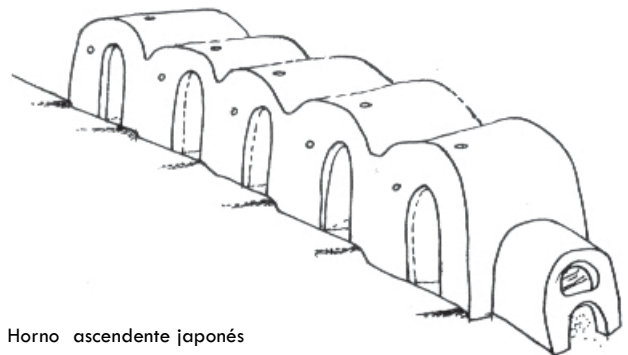
receptáculo en tierra refractaria. El combustible utilizado es la madera de pino, cuyas cenizas entraran posteriormente en la composición de los esmaltes”

(Cottier, *La cerámica,*)

Con el paso del tiempo, el horno ha ido cambiando en todos sus aspectos; los hornos mas sencillos para cerámica artística actualmente usan combustible como fuel-oil, gas o electricidad.



Horno griego del 500 a. C. aproximadamente



Horno ascendente japonés

Colocación de las piezas

En el acomodo de las piezas es necesario poner un cuidado especial, ya que requieren de reacciones que necesitan un espacio considerable para que no se dañen las piezas a la hora que se den los fenómenos de cocción. Para ello, es utilizada una amplia gama de soportes a base de tierra refractaria como prismas que derivan del triángulo, varillas, placas, columnas y estantes o estructuras en forma de escalera.



Para la porcelana u ornamentaciones con metalización, lustre o cuando se evita el contacto con los gases de combustión, se apilan las piezas en estantes con formas específicas, los cuales eran usados desde la antigüedad por los griegos y chinos.



Las piezas de barro sin revestimiento, se pueden colocar unas encima de otras, teniendo cuidado de que haya un buen equilibrio de peso para que no haya deformaciones.

“ En el proceso de la cocción surgen diferentes fenómenos fisicoquímicos: la humedad residual queda eliminada, las materias orgánicas quedan destruidas, la caliza queda descalcificada, las pastas quedan alteradas por la descomposición química de las materias que las constituyen, sus estructuras se modifican hasta alcanzar su *gresificación*. A medida que se van sucediendo esos fenómenos, los volúmenes varían de forma compleja, debido a la combinación de la contracción ocasionada por la eliminación del agua con la dilatación provocada por el calor y el cambio de **densidad operado en el momento de la vitrificación**. Las diferentes transformaciones experimentadas por la materia, tienen lugar a unas temperaturas y durante unos lapsos de tiempo bien definidos: motivo por el cual, la temperatura debe irse elevando de acuerdo con las condiciones necesarias y requeridas para que se produzcan dichos fenómenos. La primera fase debe ser lenta, pues al inicio de la cocción, la dilatación es sumamente fuerte.”

(Cottier, *La cerámica*, 59, 60)

El control de la cocción se calculaba de acuerdo al color del horno que se veía por un pequeño orificio que tenía en la pared. El calor crea luminosidad en la atmósfera y va cambiando de color dependiendo de la temperatura.

Gradación aproximada de colores

Rojo naciente	525° - 550°
Rojo oscuro	650° - 700°
Rojo vivo	800° - 850°
Rojo claro	900° - 950°
Naranja oscuro	1000° - 1050°
Naranja vivo	1100° - 1150°
Blanco naciente	1200° - 1250°
Blanco vivo	1300° - 1350°

En la actualidad, ya existen instrumentos de medición precisos para altas temperaturas.

Atmósfera de cocción

Se le llama atmósfera oxidante cuando hay más oxígeno del necesario para la combustión, se le llama reductora al extraer ese oxígeno. Así la porcelana tiene su primera cocción en atmósfera oxidante, posteriormente en reductora para aclarar los colores y tanto el final como el enfriamiento se vuelve a realizar en oxidante.

Para el gres, se determina el tipo de atmósfera a partir del color deseado. La reducción se provoca con sustancias fumígenas.

En lozas y mayólicas, se someten a una tercera cocción entre 700° y 750° provocando reducción con diferentes sales, como las de cobre, plata y bismuto; estas sales producen un acabado metálico, las de bronce un rojo rubí, las de plata un amarillo iridescente, llamado lustre “cantárico” y las de bismuto efectos nacarados; éstos acabados sobresalen con esmalte coloreados.

CERAMICA	De pasta coloreada	Porosa	-tierra cocida para arquitectura y adornos	950° - 1000°	
			-refractaria-alfarería barnizada-alfarería con estofos	1300° - 1400° y mas	
		Compacta	-mayólica	900° - 1000aprox.	
			-loza a alta temperatura con esmalte en crudo		
	De pasta blanca	Porosa loza	gres salado	-gres para utensilios domésticos	1100° - 1200°
			gres finos	-gres para objetos de arte	1200° - 1250
		Compacta porcelana			°1200° - 1300
			blanda y calcárea		°900° - 1050°
			dura, feldespática		1200° - 1300°
			dura	"bizcocho" porcelana para uso doméstico	1350° - 1400° 1350° - 1380°
blanda	porcelana para uso doméstico porcelana con fritas porcelana feldespática "vitreous china" porcelana fosfática "bone china"	1150° - 1250° 1250° - 1300° 1200° - 1250°			

GLOSARIO

Arcilla: Según Bernard Leach en su Manual del Ceramista: “Ciertas tierras y rocas pulverizadas forman, cuando se combinan con el agua, una pasta suficientemente homogénea con la que se modelan formas llamadas piezas verdes, las cuales al endurecerse por la acción del fuego, se convierten en el producto llamado cerámica”. Y a continuación dice: “La arcilla es el resultado de la descomposición de los feldspatos.”, lo que concuerda con otras definiciones, como que es la descomposición de rocas graníticas en combinación con otras impurezas, y cuyas partículas deberán ser muy finas, lo que le conferirá esa característica de plasticidad necesaria para el modelado de las formas cuando se le ha agregado el agua necesaria. La fórmula química de la arcilla pura es $Al_2O_3 - 2SiO_2 - 2H_2O$.

Existen muchas formas de clasificar la arcilla: según su origen, en primarias o secundarias; según su plasticidad, en grasas o magras; también podemos oír sobre arcillas refractarias, arcillas de cerámica compacta, arcillas de bola, u otras. En lo particular usamos este término como sinónimo de barro o pasta.

Atmósfera: Cuando utilizamos esta palabra en cerámica nos referimos exactamente al tipo de atmósfera o ambiente existente dentro del horno en el momento de la quema. La atmósfera es oxidante cuando es rica o abundante en oxígeno, y reductora cuando el oxígeno es escaso y por lo tanto la combustión incompleta y humeante.

La diferencia en los resultados de estos dos tipos de quema se da por lo general en el color de las piezas obtenidas, tanto si son sancochos como si se queman esmaltes.

Bajo barniz: Decoración de color que se aplica a la pieza ya bizcochada y que luego será cubierta con un barniz transparente. También se conoce como bajo cubierta.

Barniz: Suspensión líquida de minerales muy finamente molidos, y que se aplica a las piezas cerámicas, por lo general una vez bizcochadas, por medio de pincel, baño de inmersión, o aspersión con algún tipo de pistola, spray o soplete. Estas piezas barnizadas se queman nuevamente en el horno, hasta la temperatura necesaria para obtener la fusión de la mezcla de los ingredientes, el cual se convierte entonces en un recubrimiento vítreo firmemente adherido al cuerpo de arcilla. También se lo denomina esmalte, y ambas expresiones se aplican por igual al acabado vítreo resultado de estas operaciones.

Existen diversas maneras de clasificar los barnices: de alta o baja temperatura, según la temperatura a que deban llegar para alcanzar su punto de madurez; plúmbicos (de plomo), alcalinos o feldespáticos según los fundentes utilizados en su preparación; también podemos distinguirlos según su textura, aspecto visual o táctil, en barnices mates, cristalinos, transparentes, opacos, semimates, satinados, iridiscentes y otros.

Barro: Arcilla muy plástica que quema color rojo ladrillo, debido a su contenido de óxido de hierro.

Bizcocho: Pieza de cerámica cocida sin esmalte y a baja temperatura, por lo general como preparación para la aplicación de éste. Equivale a sancocho.

Calcinación: Consiste en quemar un material cerámico o una mezcla, a una temperatura moderada, con el fin de extraer el agua química o el bióxido de carbono.

Caolín: Arcilla pura que se usa en la preparación de pastas y barnices de porcelana.

Después de la quema su color es blanco y su fórmula química como la de la arcilla. También se la conoce como arcilla china y, efectivamente, caolín deriva de la palabra china “kao-lin” que significa montaña de arcilla.

Cerámica: Arte o técnica para producir objetos duros y resistentes, moldeados con la mezcla de arcilla y agua, y luego horneados a una temperatura de 600°C o más. También llamamos cerámica a estos mismos productos resultantes.

Cerámica compacta: También la conocemos como stoneware, o de alta temperatura ya que, ciertamente, se hornea a cono 8 o más. Aunque se la podría llamar hermana de la porcelana, es más gruesa que ésta y su color puede ser gris, rojizo o crema.

Cerámica porosa: Es la cerámica de baja temperatura, y se quema a cono 04 o menos. Como lo dice su nombre y, al contrario de la anterior, es muy absorbente. Puede ser blanca, pero es muy frecuente en el típico color rojo ladrillo.

Colorantes: Óxidos metálicos como los de cobre, hierro, cobalto y otros, que sirven para colorear bases de barniz incoloras. Básicamente podría decirse que son el contenido de color de los barnices o esmaltes, y son muy característicos: el cobalto quema azul, el cobre, verde y hasta rojos. El color resultante se puede cambiar o forzar en forma dramática, según si las piezas se queman en atmósfera oxidante o reductora, o si los esmaltes contienen otros ingredientes con los que interactúan.

Contracción: Durante el secado, y debido a la pérdida de humedad, las piezas de arcilla sin quemar sufren un encogimiento que puede llegar hasta el 20% de su tamaño original. Posteriormente, en la quema, se reducirán todavía algo más. A veces, nos sorprende ese cambio de tamaño.

Engobe: En principio, podríamos decir que es la mezcla de arcilla y agua, en una suspensión espesa, coloreada con óxidos metálicos o pigmentos cerámicos, que se utiliza para la decoración de piezas crudas, en estado de cuero. Por lo general se aplica con pincel o por inmersión. Algunos autores nos dicen que sus características deben estar entre las de la arcilla y el barniz, o que es más vítreo que el cuerpo y menos que el barniz. Es la decoración por excelencia de las cerámicas americanas prehispánicas.

Esgrafiado: Decoración que se lleva a cabo sobre piezas crudas, engobadas y todavía húmedas, raspando sobre el engobe determinados diseños y dejando al descubierto el color de la arcilla del cuerpo de la pieza. También se lo conoce como sgraffito.

Esmalte: Aunque algunas traducciones de libros de cerámica escritos en inglés, consideran diferentes a los términos barniz y esmalte, creemos que en español se usan como sinónimos.

Frita: Barniz parcial o completo, fundido en el horno hasta alcanzar la condición de vidrio, enfriado y luego molido. Luego se usa para esmaltar piezas o en la preparación de otros barnices. Con este procedimiento se elimina la toxicidad del plomo y la solubilidad de los fundentes alcalinos.

Gres: Término de origen francés, utilizado para designar la cerámica de alta temperatura. También equivalente a stoneware o cerámica compacta.

Horno: Cámara construida con tabiques refractarios y provista de un equipo de calentamiento alimentado por diferentes combustibles (electricidad, gas, leña, etc.), y que al alcanzar hasta muy altas temperaturas, hace posible el horneado o quema de las piezas, para sancocho y también esmaltes. Muchos artesanos tradicionales o campesinos queman sus piezas en hoyos excavados en el suelo, o las cubren con tierra y piedras, y utilizan como combustible leña y otros materiales. Hay infinidad de modelos de hornos, desde los improvisados con tambores o tanques metálicos, cubiertos con ladrillos refractarios, los de rakú, y los grandes hornos continuos o de tunel de la cerámica industrial, donde las piezas entran en pequeños vagones, como trenes, pasan a lo largo de muchos metros por las diferentes temperaturas, y al final del tunel salen quemadas o barnizadas, según de que se trate.

Loza: Palabra bastante usada pero algo indefinida; se refiere, a nuestro entender, a las piezas de cerámica blanca de baja temperatura.

Opacificantes: Óxidos como el de estaño, que por su composición química impide que penetre la luz a través del barniz en el que han sido agregados, transformando una base transparente en opaca.

Pasta: Mezcla de arcillas y otros ingredientes susceptible de ser quemada, que sirve para fabricar las piezas cerámicas.

Plasticidad: Característica de la arcilla que le permite ser modelada y retener la forma, sin deformarse.

Porcelana: Cerámica blanca, vitrificada y translúcida que quema a las más altas temperaturas (alrededor de 1325°C). Existen varios tipos reconocidos de porcelana: de China, de huesos, dura, de cascara de huevo, y otras. Formas más corrientes de porcelana también se utilizan como aislantes en fusibles, torres de alta tensión y otras instalaciones eléctricas.

Refractarios: Materiales con altos contenidos de alúmina y sílice lo que, debido a su alto punto de fusión, los hace resistentes a temperaturas muy altas. Por esta razón es que son usados como entrepaños y accesorios para el horno, piezas que también adoptan el mismo nombre de refractarios.

Sancocho: Sinónimo de bizcocho.

Sílice: Oxido de silicio (SiO₂). Lo encontramos en la naturaleza, como pedernal o cuarzo. Junto con la alúmina es el componente que forma la base de las arcillas. Posteriormente con el agregado de los fundentes obtenemos los barnices que recubrirán los cuerpos cerámicos.

Sobre barniz: Decoración de color aplicada sobre el barniz, crudo o ya horneado. En este último caso, la pieza se horneará por tercera vez, a temperatura más baja.

Terracota: Cerámica porosa, generalmente roja. Significa “tierra cocida”. Se usa con frecuencia en escultura, sin barnizar.

Torno: Rueda impulsada con el pie o con un motor eléctrico, que hace girar cierta cantidad de arcilla, la cual podrá ser torneada con las manos; por supuesto, las piezas obtenidas en el torno siempre serán redondas o de corte circular, como tazas, jarros y floreros.

Vaciado: Equivalente a moldeado. Proceso para la confección de piezas que se realiza vertiendo una pasta líquida pero espesa en moldes de yeso; como éste absorbe el agua más cercana, permite que se forme una capa de pasta más firme sobre la pared del molde: Este proceso tomar desde unos pocos minutos hasta más de media hora, dependiendo de las piezas, la humedad y el grosor deseado de la pared de la pieza. A continuación se extrae o elimina la pasta líquida restante. Más tarde, cuando la pieza se haya secado algo más, adquiriendo la consistencia suficiente para ser manipulada, se desprende del molde fácilmente.

Vitrificación: es el proceso de conversión de un material en un sólido amorfo similar al vidrio, carente de toda estructura cristalina. Esto se consigue por medio de calentamiento o enfriamiento muy rápido o mediante la mezcla con un aditivo. El proceso debe ser lo más rápido o instantáneo posible, por ese motivo se emplea el sistema denominado **criotop**.

Cuando el material de partida es sólido, la vitrificación normalmente conlleva el calentamiento de la sustancia a muy altas temperaturas. Muchos materiales cerámicos se producen de este modo.

BIBLIOGRAFÍA

Fernandez Chiti, Jorge. Historia de la cerámica: Orígenes de la cerámica. Cerámica primitiva. Argentina, Taller condorhuasi,

Cooper, Emanuel. Historia de la cerámica. Barcelona, ediciones ceac. 2ª. edición, 1981, 223 pp

Cottier-Angeli, Fiorella. La cerámica. Barcelona, R. Torres, 1975. 172 pp.

Guía México desconocido No. 61 Michoacán / agosto 2000

Vidales Giovenetti, Ma. Dolores. Historia del envase. México, Trillas, 1999. 445 pp

CAPITULO 3



PROYECTO PRÁCTICO
VIDEO PROMOCIONAL

3.1 CONTACTO CON LA EMPRESA

En la búsqueda personal de una vajilla artesanal decorada a mano, encontré la página de internet de “Estanzuela”, con la sorpresa de que la fábrica se encuentra en Michoacán, muy cerca del santuario de la mariposa monarca, donde tengo familia que frecuento de vez en cuando.

Su tienda está ubicada en Cuajimalpa, donde conocí su trabajo y comencé a pedir informes para visitar la fábrica y ver el proceso de fabricación.

A partir de esa visita me llamó la atención hacer un audiovisual mostrando el proceso para difundir el trabajo de este oficio que se encuentra dentro de la artesanía mexicana; en ese momento todavía no podía definir si sería un documental o bien un video que ayudara a promocionar sus artículos.

Posteriormente intenté contactar a la dueña para concretar una cita, lo cual me costó mucho trabajo ya que sus ocupaciones son muy demandantes y gran parte del tiempo tiene que viajar, por ello, era sumamente difícil encontrar a la señora para hacerle una propuesta y pedir el permiso para grabar en la fábrica. Esto fue un contratiempo porque no podía planear la grabación en un tiempo óptimo para mí, se aplazaba debido a la dificultad para obtener el permiso.

Una vez lograda la entrevista, le hice el planteamiento y lo tomé con cierta desconfianza, había cierto temor debido a la competencia con otras empresas y a que luego copian los diseños.

Finalmente obtengo el permiso y llegamos a un acuerdo para realizar la grabación.

Es importante mencionar que su secretaria (Gaby) fue una parte muy importante para lograr esas citas, de una u otra manera me facilitó el acercamiento y me trataron muy bien.

3.2 METODOLOGÍA

Cuando uno va finalizando la carrera, tiene poca experiencia y se apoya en los conocimientos adquiridos en el ámbito académico. Es por ello que siguiendo las sugerencias de mis profesores de seminario de tesis, me base en una metodología ya aprobada y racionalizada, la cual cumple con un lineamiento que consideré adecuado para embonar en los estándares de mi proyecto.

Para todo proyecto, es necesario hacer un análisis minucioso de la problemática, para tomar en cuenta las medidas necesarias y aplicar una solución adecuada, con un método apropiado, que nos permita llevar un orden y no perder de vista el objetivo central.

La División de Ciencias y Artes para el Diseño de la UAM Azcapotzalco, realizó una investigación con motivo de proponer una metodología enfocada al diseñador, facilitando las propuestas prácticas para la solución del problema.

El desarrollo del **Modelo General del Proceso de Diseño (UAM Azcapotzalco)** descansa sobre cinco pasos básicos.

Los cuales tienen un rango de flexibilidad amplio, permitiendo la adaptación a una gama extensa de temáticas dentro de toda panorámica donde se desenvuelve el diseño.

Caso: se toma la situación y se ubica dentro del contexto social; dependiendo de ello se define el rumbo del proceso en el que se va a trabajar.

Problema: en esta etapa se define el objetivo principal y se hace un estudio a fondo.

Hipótesis: es aquí donde se previsualiza una serie de alternativas (a esto se le conoce como lluvia de ideas) y se elige el desarrollo definitivo, quedando como última alternativa; ya que previamente las anteriores se fueron descartando, al final la mejor opción fundamentada tanto en soportes teóricos como en factores económicos.

Proyecto: es donde se realiza un “dummy”, una previsualización o una simulación de cómo va a quedar el proyecto; posteriormente se hace una revisión, comparando con la hipótesis, para finalmente materializarlo.

Realización: para concluir el proyecto se llega a la fase de materializar la propuesta debidamente analizada y fundamentada en las etapas anteriores.

3.2.1 Modelo General del Proceso de Diseño de UAM Azcapotzalco aplicado al Video Promocional de “Estanzuela” Cerámica Artesanal de Michoacán SA de CV

Caso

La empresa “ESTANZUELA” cuenta con 25 años de antigüedad y cierto prestigio dentro del mercado, a nivel nacional e internacional; sus clientes más sobresalientes son algunos almacenes de prestigio, así como, hoteles y restaurantes de gran importancia dentro del país.

Problema

Sin embargo, las ventas han disminuido; por ende, es necesario reforzar la difusión mediante otra alternativa, para darle impulso y con ello, lograr una presencia impactante en los receptores; de esta manera se busca expandir el mercado de los artículos con carácter artesanal de “Estanzuela”.

Hipótesis

Su difusión es a través de una página en internet, tiene catálogos y folletería impresa; su principal medio de difusión se lleva a cabo en diversas ferias, puesto que participa año con año.

Lo que hace falta es llegar al cliente con una propuesta audiovisual, donde se estimulen los sentidos con mayor actividad en la actualidad y ser convincentes al mostrar los mejores diseños, así como las atractivas combinaciones entre forma y color, desde diferentes ángulos y perspectivas. Al realizar un video promocional ; la imagen en movimiento

y el audio, darán secuencialidad al procedimiento y una explicación con mayor énfasis. Se pretende mostrar la dedicación de tiempo y esfuerzo en cada pieza, desde la mezcla de materia prima; haciendo incapie en el valor artesanal que conlleva

Proyecto

En este caso, la manera de pre-visualizar el proyecto, es por medio de la pre-producción, donde se incluye el guión (voz en off), los movimientos de cámara, la secuencia de las escenas y el story board, así como la descripción de la musicalización.

Realización

Para materializar el video promocional, se comienza a planificar en papel y este proceso recibe el nombre de **pre-producción**.

Una vez en orden se procede a la práctica, se hace el llamado en el punto de partida para trasladarnos con todo el equipo a la locación (fábrica en Michoacán) y llevar a cabo la **grabación**; más adelante se fija la fecha para la sesión de fotos (en Cuajimalpa)

Para concluir, se edita y se ordena todo el material recopilado, fusionando imagen y audio, dando así un sentido coherente.

El formato para edición más adecuado hasta hoy es el DVD, por su calidad.

3.3 PRE-PRODUCCIÓN

3.3.1 Guión Literario

En el guión literario es donde se da forma al discurso de la voz en off, creando una redacción a corde con el tratamiento de la imagen, la cual se ha formado poco a poco en la mente del creador.

Imagen de secuencia *Voz en Off*

Pintura en cerámica Estanzuela se encuentra en una región boscosa del estado de Michoacán, donde se establece una industria que retoma el nombre del lugar y convive en equilibrio con la naturaleza. Estanzuela es una empresa no contaminante además de fuente de trabajo para algunos habitantes de la región.

Exterior de la fábrica La jornada comienza y el conjunto de materiales como feldespato, caolín, sílice, óxido de zinc y carbonato de calcio, se mezclan hasta obtener una consistencia óptima.

Comienzo del proceso con material en bruto Con éstos materiales, tenemos la garantía de productos resistentes, durables y por supuesto de gran calidad.

Brindamos seguridad y salud, puesto que nuestros materiales están libres de plomo y otros agentes tóxicos.

La mezcla va tomando forma Parte de la mezcla pasa por diferentes procesos, donde se extrae el exceso de agua evitando las burbujas de aire, con lo que se obtiene una pasta moldeable en forma cilíndrica, a la cual se conoce como el chorizo.

Vaciado y desmolde de algunas piezas En el departamento de vaciado y forjado se moldea la materia prima en maquinaria sofisticada o a través de un proceso tradicional según lo requiera el modelo.

La mano de obra y el tiempo, comienzan a dar vida a tazas, saleros, platos y platones, macétas, lámparas y diversos productos de decoración.

Departamento de pulido, quitando rebaba Una vez definida la forma procedemos a perfeccionar el acabado, se retira el material sobrante y se estilizan los bordes al eliminar toda aspereza.

<i>Imagen de secuencia</i>	<i>Voz en Off</i>
Departamento de pulido quitando rebaba	<p>Es así, como logramos obtener un producto fino, con calidad artística.</p> <p>Llega entonces su primera fase de cocción; que recibe el nombre de “sancocho”.</p>
Horno de primera cocción	<p>Aquí la cerámica adquiere cierta dureza, para ser manipulada en las siguientes etapas: esmaltado y decorado.</p>
En departamento de esmalte	<p>Además, en cada uno de los departamentos, llevamos a cabo un control de calidad haciendo pruebas de color y verificando el espesor del esmalte diariamente.</p> <p>Gracias al esmalte y la alta temperatura que se somete la cerámica, obtenemos la propiedad refractaria que permite la resistencia del producto en cualquier horno convencional, de microondas o lavavajillas.</p>
Decorando los diversos artículos	<p>La cualidad más importante que nos hace sobresalir en esta industria, es el decorado a mano que llevamos a cabo con precisión y esmero en cada una de las piezas.</p> <p>Además de contar con una variedad muy extensa de artículos, tener diseños sumamente estéticos y con diversos motivos; también trabajamos exclusivos diseños para eventos especiales, ya sea con un logotipo específico, o bien, un emblema totalmente personalizado.</p>
Muestra de algunos diseños	<p>En Estanzuela, Cerámica Artesanal de Michoacán, ofrecemos artesanía de gran calidad y prestigio de nivel nacional e internacional.</p> <p>Los diseños exaltan el colorido de la cultura mexicana y principalmente del Estado de Michoacán.</p> <p>Así también brindamos el respaldo de sus diseños, preservando éstos por tiempo indefinido. Si en un futuro usted requiere de alguna pieza cuyo diseño ya no está a la venta, ésta se puede fabricar con el apoyo de una muestra para completar o ampliar su colección existente.</p>
Fotos de vajillas	<p>Nuestra meta, es llegar a todos aquellos amantes de la artesanía de calidad y buen gusto.</p>

3.3.2 Scouting

El scouting se realiza en un fin de semana y como no hay la posibilidad de adquisición del plano de la fábrica para poder realizar la planeación, entonces se lleva a cabo un video-scoutin, registrando todo por medio de cámara en mano (de una manera muy rápida e informal) para tener una ubicación del espacio, más clara y tangible.

3.3.3 Guión Técnico

A partir del scouting, se visualizan los planos y secuencias, movimientos de cámara y una pequeña descripción del contenido

Secuencia	Tomasy Planos	Mov. de Cámara	Descripción
1 exterior	1	Pan, seguido de un Travel sin detener la toma	Paisaje horizontal, llegando al camino y siguiendo al frente
	ELS		
	2	Travel	Llegando a fábrica, mostrando su entorno natural
	LS		
	3	Cámara fija	Pasillo, trabajadores llegando
	LS		
	4	Cámara en mano	Entrando al departamento de materia prima
	FS		
2 interior	5	Cámara en mano; pan continuado de un travel	Bultos de feldespatos, girar hasta llegar a la puerta que conecta a la siguiente sección,
	MS		
	6	Cámara fija	Detalles del vaciado a las revolvedoras
	insert		
3 interior	7	Cámara fija seguida de un pan suave	Depto. de vaciado, hacer secuencia de vaciado y desmolde de las piezas
	insert		
	8	Cámara fija	Máquina compresora para quitar el exceso de agua, haciendo un acercamiento óptico
	FS		
	9	Travel	A máquina que forma el chorizo, en perspectiva
	MS		

Secuencia	Tomas y Planos	Mov. de Cámara	Descripción
	10 AS	Cámara en mano	A maquinaria alemana, siguiendo el proceso
4 interior	11 insert	Cámara fija	Manos quitando la rebaba
	12 MS	Cámara fija	Chavas trabajando en el depto. de pulido (diversos ángulos)
5 interior	13 PA	Cámara fija	Chica preparando el esmalte de color
	14 insert	Cámara fija	Midiendo el espesor (control de calidad)
	15 insert	Cámara fija	Personal esmaltando diferentes piezas
			Datos de la empresa para contacto
			Logo
			Creditos

3.3.4 Presupuesto al 2008 que colcluí la post-producción

Llamado p/scouting: Sábado 5:00 a 17:00

Llamado p/grabación:	Miércoles	5:30 a 18:00
	Jueves	7:00 a 18:00
	Viernes	7:30 a 17:00
	Sábado	7:00 a 17:00

Recursos Humanos **\$ 65,067.ºº**

	Honorarios	Horas Extras	Costo Unit.	Total
Realizador	12,000			12,000
Responsable de producción	10,000			10,000
Camarografo	10,000	31	\$ 119.ºº	13,689
Asistente de Cámara	7,000	31	\$ 119.ºº	13,689
Oficial de Transporte	8,000	31	\$ 119.ºº	11,689
Locutor	4,000			4,000

Recursos Materiales **\$ 20,840.ºº**

Viaticos				\$ 14,480.ºº
Alimentación	5 personas	D \$ 70 x 2 + C \$ 82 x 5		Total \$ 2,750.ºº
Hospedaje	5 personas	3 noches Costo Unitario \$200.ºº		Total \$ 3,000.ºº
Viaticos	5 personas	3 días	Cantidad \$582.ºº	Total \$ 8,730.ºº

Servicios comerciales

Peajes \$ 560.ºº

Compra de Materiales **\$ 1,630.ºº**

Rollos \$ 80.ºº
 Tela p/fondo \$ 150.ºº
 Viveres p/staff \$ 650.ºº
 USB \$ 750.ºº

Gasolina **\$ 1,500.ºº**

Videocassettes **\$ 1,870.ºº**

	Cantidad	Costo Unit.	Total
DV Cam 64 min.	3	\$ 231.ºº	\$ 693.ºº
DV Cam 12 min.	1	\$ 181.ºº	\$ 181.ºº
BTC 5 min.	2	\$ 108.ºº	\$ 216.ºº
DVD - R	60	\$ 13.ºº	\$ 780.ºº

Imprevistos **\$ 800.ºº**

Recursos Técnicos \$ 56, 315.ºº

	Horas	CostoUnitario	Total
Composser	12	\$ 1, 200.ºº	\$ 14, 400.ºº
Sala de calificación	4	\$ 150.ºº	\$ 600.ºº
Cabina de audio	6	\$ 300.ºº	\$ 1, 800.ºº
Transporte	33	\$ 50.ºº	\$ 1, 650.ºº
News Cutter	20	\$ 800.ºº	\$ 16, 000.ºº
Protools	6	\$ 920.ºº	\$ 5, 520.ºº
Sistema Portatil DVC	55	\$ 287.ºº	\$ 15, 785.ºº
Transfer DVC - DVD	2	\$ 280.ºº	\$ 560.ºº

TOTAL \$ 142,222.ºº

3.3.5 Story Board

Es donde se materializa visualmente la planeación de secuencias de imagen por medio de bocetos (principalmente), aunque también se incluyen notas u observaciones importantes.

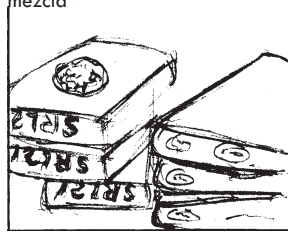
Con la ayuda del video-scouting se obtienen imágenes más precisas (evitando el bocetaje).

1. Close de cerámica incrustada en pared; cámara fija



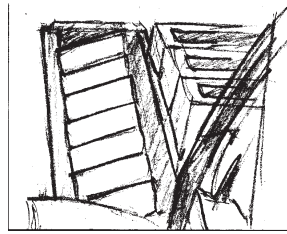
Estanzuela se encuentra en una región boscosa

2. Close de metria prima(bultos) como paneo; seguimiento de la mezcla



La jornada comienza y el conjunto de materiales como feldespatato...

3. Cámara fija del proceso de vaciado



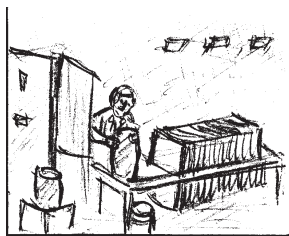
Con éstos materiales, se tiene la garantía de productos ...

4. Medium Shot; desmolde de piezas



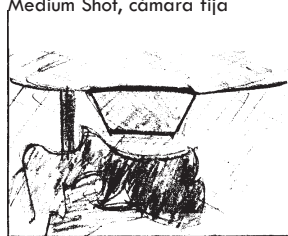
Brinda seguridad y salud, puesto que está libre de plomo...

5. Full Shot, seguido de algunos insert.



Parte de la mezcla pasa por otros procesos, donde se extrae una...

6. Close de proceso en maquinaria, continuando con Medium Shot, cámara fija



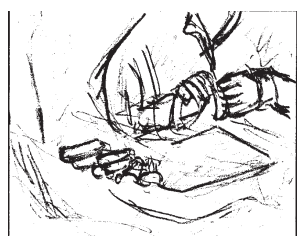
En el departamento de vaciado y forjado, se moldea la materia...

7. Medium Shot e insert de modelado de platos



La mano de obra y el tiempo, comienzan a dar vida a tazas...

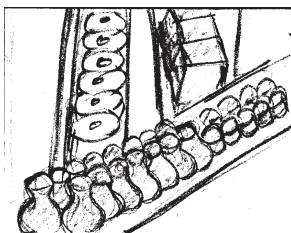
8. Medium Close up de chica quitando rebaba



Una vez definida la forma, se procede a perfeccionar el ...

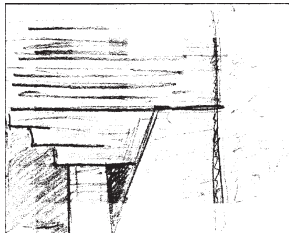
3.3.5 Story Board

9. Insert de artículos recién desmoldados



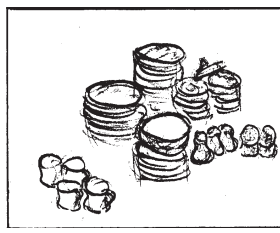
Es así, como se logra obtener un producto fino, con calidad artística...

10. Zoom out desde el interior del horno de sancocho y Long Shot metiendo las piezas



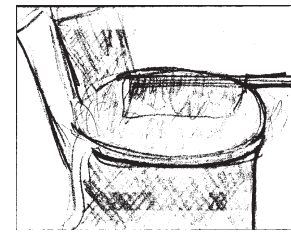
Aquí la cerámica adquiere cierta dureza, para ser manipulada en las siguientes etapas...

11. Insert con cámara en mano y paneo de mercancía recién salida de primera cocción.



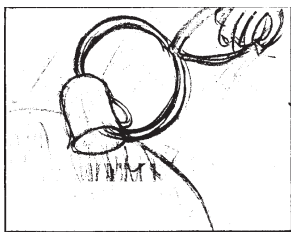
Además de su experiencia en cada uno de los departamentos; se lleva a cabo un control de...

12. Insert de la secuencia de preparación del esmalte



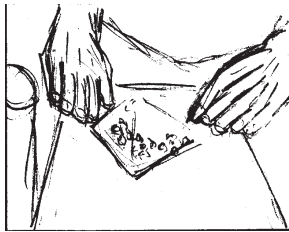
Gracias al esmalte y la alta temperatura que se somete la cerámica, se obtiene la ...

13. Insert y tomas en Mediu Shot de esmale y limpieza de la base



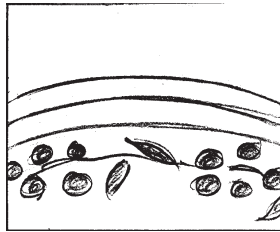
La cualidad mas importante que hace sobresalir a ésta industria, es el decorado a mano ...

14. Close de trasferencia de diseño



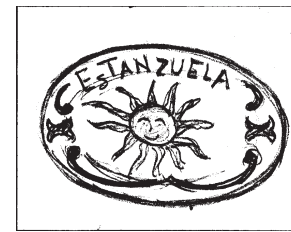
Además de contar con una variedad muy extensa de artículos; tener diseños sumamente ...

15. Insert de la decoración a mano en cerámica.



También se trabajan diseños exclusivos para eventos especiales ...

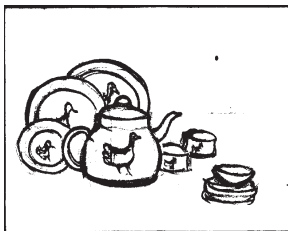
16. Close de cerámica en pared "Estanzuela", cámara fija



Estanzuela, Cerámica Artesanal de Michoacán, ofrece artesanía de gran calidad a nivel ...

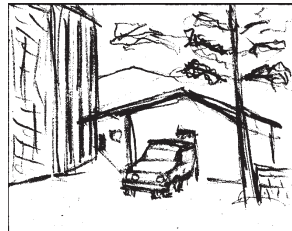
3.3.5 Story Board

17. Fotos de algunos modelos en escaparate.



Los diseños, exaltan el colorido de la cultura mexicana y principalmente del Estado de Michoacán.

18. Insert, Full Sot y Long shot de empaque y traslado de mercancía



Así también, usted tiene el respaldo de sus diseños, preservando éstos por tiempo indefinido. Si en un futuro usted requiere de alguna pieza cuyo diseño ya no está a la venta, ésta se puede fabricar con el apoyo de una muestra para completar o ampliar su colección existente.

19. Tomas fotográficas con diferente juego de luces



Su destino final, es llegar a manos de todos aquellos amantes de la calidad y el buen gusto.

20. Imagen final para cierre



Hay una aclaración fundamental en éste punto, pues no siempre se hace uso del Story Board, ya que depende mucho del tipo de proyecto que sea; en este caso uno se tiene que adaptar a las circunstancias y por ser de carácter documental no fue posible planear usando story, sin embargo, dicho trabajo se genero después de la grabación y se incluyo por ser un elemento a tomar en cuenta a nivel académico y no tanto porque se haya aplicado antes de la grabación.

A través del tiempo, he realizado programas de televisión, donde no es necesario un story o un guión, simplemente se tiene concebida una estructura y se improvisa de acuerdo a las necesidades.

También hay programas en los que a pesar de trabajar con guión, no se puede seguir todo al pie de la letra por cuestiones de tiempo y presupuesto; el guión es una guía que sirve como apoyo, pero a final de cuentas el realizador es quien tiene la decisión y quien puede hacer aportaciones más creativas.

No obstante el story puede funcionar en proyectos más grandes donde se cuenta con mayor personal, un mejor presupuesto y donde se tiene el control total de actores, escenografía, iluminación, etc. como en un largometraje o cualquier otro proyecto de ficción.

3.4 REALIZACIÓN

El tratamiento del proyecto se basa en una línea de tintes documentales, ya que se pretende mostrar el proceso de elaboración de los diferentes productos en sus diversas modalidades y técnicas.

Debido a las facilidades que nos brinda la dueña de la empresa, uno no puede ponerse de exigente y más bien se tiene que adaptar a las condiciones que se presentan para llevar a cabo el registro de la imagen, puesto que no son las condiciones óptimas como para llevar la secuencia que se requiere en el guión, sin embargo, teniendo bien identificado el material por medio de la calificación, se puede ordenar sin problemas en el proceso de edición.

Todo comienza con la llegada del equipo de grabación a la locación, para instalarse y estar listos a la hora que entran los empleados de la fábrica; con ello, se inicia la filmación a primera hora.

El trabajo real y agotador es la instalación y los preparativos de iluminación y equipo necesario para la grabación.

3.4.1 Grabación

Con el apoyo del guión técnico y del story board se fue grabando la imagen que estaba al alcance, aunque no estuviera en orden; la finalidad era aprovechar el tiempo al máximo e ir completando las tomas poco a poco. Así, se llevaba el control de la imagen que se levantaba (a lo cual se le denomina calificación), hasta concluir con las tomas necesarias. Dicho trabajo llevó algunos días y eran jornadas muy largas, pues era comenzar antes de que llegara el personal y se grababa hasta finalizar la jornada.

Un punto a favor, fue la disponibilidad de los empleados, colaboramos en equipo y eso favoreció bastante, pues había momentos específicos en los que se trabajaba el proceso de la mezcla, o bien, cuando se metían las piezas al horno, o incluso al concluir la cocción. Ellos nos avisaban cual era el momento idóneo, para dar prioridad al levantamiento de ese material.

3.4.2 Audio: voz en off y musicalización

Dentro de la investigación, se recolecto música mexicana del estado de Michoacán, sobretodo abajios y pirecuas, por ser piezas muy representativas del lugar.

Las pistas que se utilizaron para generar la música de fondo, son del disco “Maestros del Folklore Michoacano”, particularmente las piezas 9 Música de la danza de la Paracat-uarari y 8 Música de la danza de los Curuch-urapiti; ambas de la Isla de Janitzio Michoacán.

Se realiza un casting para seleccionar la voz más idonea, tomando en cuenta la fluidez, el ritmo, la entonación y el volumen.

Una vez seleccionada la voz, se llevo a cabo un muestreo y de esta manera se hizo un análisis de la frecuencia; determinando así la música de fondo para que no hubiera competencia, sino por el contrario, el complemento fuera adecuado e impulsara con mayor fuerza a la imagen.

3.5 POST-PRODUCCIÓN

Ya con todo el material recopilado, se hace una calificación, para hubicar las mejores tomas y tener los códigos de tiempo de los fragmentos que se van a trabajar en el software. Este proceso es para facilitar la edición, ya que lo más importante es que únicamente se suba el material necesario para evitar la saturación de memoria y trabajar a un buen ritmo, sin que el ordenador se sature y quede travado.

3.5.1 Edición

Existen varios programas para editar de forma digital, como el Premier, Avid, Final Cut, E - Movie, etc... todos ellos muy similares en su estructura y manera de empleo, sin embargo, la razón para elegir cual utilizar es el tipo de equipo que se disponga, ya que los dos primeros se manejan con PC y los otros dos se emplean con Mac.

El software a utilizar simplemente es el soporte o la herramienta para llevar a cabo nuestra creación; el software que cumpla con los requisitos indispensables para manipular la imagen dando sentido y coherencia al discurso visual, es el adecuado, pues está cumpliendo con la finalidad.

El audio se nivela y manipula en software como Sound Forge o Protools, por citar algunos; el primero es básico y muy fácil de utilizar, mientras el segundo es más profesional y más completo, pero también más pesado.

En esta etapa se introducen transiciones y efectos (en caso de ser necesario), se inserta el audio, ya sea de algún diálogo, música de fondo o bien sonidos independientes.

Finalmente, el conjunto de todo el trabajo realizado en edición es a lo que llamamos master, el cual se termina exportando como película o video.

3.5.2 Formato de reproducción

El formato más fácil de trasladar, más versátil y de mejor calidad, es el DVD. Por ello es el soporte en el cual se copia y hace entrega del promocional.

CONCLUSIONES

Ciertamente la empresa cuenta con gran calidad, tanto en materia prima como en mano de obra, producción y visualmente con diseños muy estéticos; con combinaciones de colores y formas muy atractivas.

A pesar de estar dentro del rubro, alrededor de 20 años y tener difusión por medio de catálogo, folletos y página web, el video promocional es de gran impacto, ya que se muestra todo el trabajo y esfuerzo que hay detrás; exaltando las ventajas más allá de lo que se puede apreciar en una feria.

Sería muy complicado llevar a todos los posibles clientes a la fábrica, pero afortunadamente la tecnología permite mostrar y seleccionar lo más relevante con simplemente una pantalla plana (que no ocupa mucho espacio) conectada a un DVD, o en su defecto una Laptop conectada a un proyector (o cañón), lo cual es bastante accesible desde el punto de vista económico.

Además, la cerámica que se exhibe dentro del video, da énfasis al diseño por el detalle particular de organizar y ambientar cada foto. Es otra visión que no siempre es posible transportar tal cual a las exhibiciones en las ferias; ya sea por la falta de espacio, tiempo, recursos, personal o cualquier otro motivo.

Los seres humanos hemos desarrollado cada vez más el sentido de la vista y el oído, por lo cual el video es la mejor herramienta de difusión. La ventaja es que combinando bien los elementos, es posible persuadir e invitar al cliente a la adquisición de la cerámica, resaltando todas las virtudes que tiene por encima de la competencia.

Otro ejemplo para mostrar la versatilidad del audiovisual, es que se puede subir a la página web para que el usuario lo vea cuantas veces quiera con detenimiento, creando una dinámica con mayor interacción.

3.6 BIBLIOGRAFÍA

Browne Steven E. El Montaje en la cinta de video: factor básico en la post-producción. Instituto Oficial de Radio y Television, Madrid, 1989, 255 pp.

Dancynger Ken. Técnicas de Edición en cine y Video. Barcelona, Ed. Gedisa, 1999, 383 pp

Del Rey del Val, Pedro. Montaje: Una profesión de cine. Barcelona, Ed. Ariel cine, 2002, 207 pp.

Fernández Díez, Blasco i Font de Rubinat. Dirección y gestión de Proyectos: aplicación a la Producción Audiovisual. Barcelona, Edicions UPC, 1995, 115 pp.

Miller Pat P. La Supervisión del Guión. Madrid, Ed. Centro de Formación RTVE, 1990, 233 pp.

Sánchez Rafael C. Montaje cinematográfico: arte de movimiento. México, D.F., Ed. UNAM CUEC, 1994, 342 pp.

Simpson Robert S. Manual Práctico para producción Audiovisual. Ed. Gedisa