

# Yuyariqhaway

Ver y escuchar  
para recordar



Herramientas básicas  
para la comunicación  
audiovisual



Informativos Ciudades Interculturales  
MEDIOS DE COMUNICACIÓN CONTRA LA  
DISCRIMINACIÓN Y EL RACISMO EN BOLIVIA



Centro de Documentación e Información Bolivia



Herramientas básicas  
para la comunicación  
audiovisual

# Yuyariqhaway

Ver y escuchar  
para recordar

Ernesto Guevara Quiroz

**Título:**

**YUYARIQHAWAY: Ver y escuchar para recordar**  
*Herramientas básicas para la comunicación audiovisual*

**Texto:** Ernesto Guevara Quiroz

**Revisión y aportes:** David Antonio y Thomas Korshil

**Equipo audiovisual:** Rosemary Amils,  
Thomas Korschil, Ana Castillo, David Antonio

**Fotografías:** Mayra Alejandra Ovando Bazualdo, Manuel "El Rey", Ernesto  
Guevara Quiroz, David Antonio, Adolfo Siles  
Archivo Instituto Técnico Nuestra Señora del Pilar, Archivo Centro de  
Documentación e Información Bolivia, Archivo Centro Púrpura

**Versión DVD:** CEDIB - ITP

*Primera edición: 1.000 ejemplares*

---

Proyecto: "Informativos Ciudades Interculturales: medios  
de lucha contra la discriminación y el racismo en Bolivia"

---



Centro de Documentación e Información Bolivia

Calle Calama E-255, entre Nataniel Aguirre y Esteban Arze  
Teléfono: 425 7839, Fax 425 2401 Cochabamba - Bolivia  
[www.cedib.org](http://www.cedib.org)

*Esta publicación es posible gracias al apoyo solidario de:*



Se autoriza la réplica del texto en su totalidad  
o partes del mismo mencionando la fuente y  
notificando a sus autores: [direccion@cedib.org](mailto:direccion@cedib.org)

**E**l presente texto tiene como finalidad brindar nociones básicas para la producción de mensajes audiovisuales. En el mismo se recupera la experiencia de trabajo del Centro de Documentación e Información Bolivia (CEDIB) en sus acciones de capacitación a organizaciones sociales que recurren a la comunicación audiovisual para expresar opiniones y generar experiencias de retroalimentación en espacios de debate que recurren a la exhibición pública o privada de los productos audiovisuales. También se incorporan reflexiones teóricas, sobre la forma de entender el recurso audiovisual desarrolladas por colectivos audiovisuales bolivianos.

Esta publicación concibe el audiovisual como recurso comunicacional, como medio que activa la opción crítica respecto a temas que son de interés de la comunidad y como una herramienta que puede ser empleada por toda organización para responder a la dinámica social con un mensaje construido a base de imágenes y sonidos en movimiento. En este texto encontrará información técnica para la elaboración de mensajes audiovisuales, eso supone, una revisión de la naturaleza del medio audiovisual: alcances comunicativos, procedimientos de producción y criterios de difusión.

También acompaña a la presente publicación un disco que incluye material utilizado por CEDIB en procesos de capacitación, son presentación de diapositivas, material diáctico audiovisual que contiene información técnica sobre procesos de registro y edición, constituyéndose en una herramienta de apoyo a quienes tengan interés en introducirse en procesos básicos de producción audiovisual.

Sin más, acompañennos en la aventura audiovisual hacia el ejercicio del derecho a la comunicación.

# Contenido

Introducción.....	Pág. 5	4.5. Planificación de registro y primer taller de edición .....	Pág. 64
<b>1. Comunicación audiovisual.....</b>	<b>Pág. 7</b>	4.6. Taller de registro y entrevistas .....	Pág. 64
1.1. El audiovisual como medio masivo o mini medio para la comunicación.....	Pág. 9	4.7. Sesión de registro y entrevistas .....	Pág. 65
1.2. Producción audiovisual social y crítica.....	Pág. 11	4.8. Segundo taller de edición y primera jornada de edición .....	Pág. 66
1.3. Reconstruyendo la realidad .....	Pág. 11	4.9. Jornada de edición (primer corte) .....	Pág. 66
<b>2. La herramienta audiovisual .....</b>	<b>Pág. 13</b>	4.10. Primer corte, exhibición y evaluación .....	Pág. 67
2.1. Tratamiento de la imagen .....	Pág. 15	4.11. Perspectiva de género en la producción audiovisual.....	Pág. 67
2.2. Micrófonos y tratamiento del sonido.....	Pág. 29	<b>5. Profundizando sobre la herramienta audiovisual .....</b>	<b>Pág. 69</b>
2.3. Narrativa Audiovisual .....	Pág. 34	5.1. Tipos de cámaras .....	Pág. 71
<b>3. Producción audiovisual .....</b>	<b>Pág. 37</b>	5.2. Formatos y ajustes para el registro .....	Pág. 72
3.1. Preproducción .....	Pág. 39	5.3. Grabar, magnetizar, digitalizar o registrar .....	Pág. 77
3.2. Producción o etapa de registro .....	Pág. 49	5.4. Iluminación .....	Pág. 77
3.3. Postproducción .....	Pág. 52	5.5. Tipos de micrófonos .....	Pág. 83
<b>4. Trabajando la producción colectiva .....</b>	<b>Pág. 57</b>	5.6. Un poquito más sobre música para audiovisuales .....	Pág. 87
4.1. Introducción y Comunicación Audiovisual .....	Pág. 60	5.7. Tipos de sonidos en mensajes audiovisuales .....	Pág. 89
4.2. La herramienta audiovisual (Imagen y sonido en armonía) .....	Pág. 61	5.8. Conceptos sobre narrativa .....	Pág. 90
4.3. Géneros audiovisuales y temática documental.....	Pág. 62	5.9. Contenidos formales de la historia .....	Pág. 91
4.4. Definición del mensaje a producir (guionización) .....	Pág. 63	5.10. Funciones narrativas de la música .....	Pág. 92
		5.11. Signos audiovisuales .....	Pág. 94
		Bibliografía.....	Pág. 97

# Introducción

**E**rróneamente o por descuido, en el mundo entero se ha bautizado al soporte magnético de imágenes y sonidos con el nombre de “Video” (del latín *videre*) que quiere decir “Yo veo”, como una referencia al sentido que se activa cuando se reproduce un cassette. De esa forma se ha limitado o invisibilizado el área de expresión sonora, pues en la génesis del término se ha obviado el otro sentido que activamos, el oído. El término debiera incluir referencias a “yo veo y escucho”.

Algo parecido sucede con el término “Televisión” (del griego *tele* y el latín *visio*) que quiere decir “visión a la distancia”, pero en la experiencia sensorial vemos y escuchamos a la distancia. La Cinematografía tiene su origen en dos palabras griegas (*kine* y *graphos*) que quiere decir “imagen en movimiento”. Quizás porque el cine tuvo un inicio formalmente mudo, aunque en el llamado cine silente las películas llegaban acompañadas de una partitura que debía ser interpretada a tiempo de proyectar el film. En la literatura sobre producción audiovisual se pensó y teorizó especialmente sobre la imagen en movimiento generando un desequilibrio en el tratamiento teórico de la imagen y el sonido.

No fue hasta el surgimiento de la radiodifusión que se comenzó a pensar en el sonido como un recurso comunicacional, la teorización más fuerte, desde el punto de vista de la comunicación popular se ha desarrollado en América latina y no es

de extrañar ya que sus poblaciones tienen un pasado no muy remoto que giraba en torno a una cultura de la escucha, las civilizaciones pre-coloniales carecían del texto escrito y difundían todo su conocimiento gracias a una rica tradición oral que garantizaba la socialización y acumulación de los saberes. Con el texto escrito vino la desconfianza, la historia oficial, y la manipulación y monopolización de la información en favor de las clases privilegiadas en relación al acceso a la lectura y escritura. La palabra perdió credibilidad y se desarrolló una cultura de culto a la imagen en todas sus manifestaciones.

El antes video, ahora puede llamarse “Yuyariqhaway” según promueven estudiantes de la Carrera de Imagen y Sonido del *Instituto Técnico Nuestra Señora del Pilar* en Ticti Norte (Cochabamba – Bolivia) , que valorando su pasado rico en tradición oral recomponen la ausencia del área de expresión sonora en las denominaciones video, cine o televisión.

Yuyariqhaway es la conjunción de tres verbos del quechua: uyariy (*escuchar*), qhaway (*ver*) y yuyariy (*recordar*), entendiendo que la producción audiovisual es un recurso tecnológico que tiene por fin ver y escuchar para recordar. Así esta teoría joven propuesta en las faldas de la cordillera oriental de Bolivia retorna al génesis del registro audiovisual, una herramienta que lucha contra la fragilidad de la memoria que es capaz de reconstruir o inventar toda suerte de realidades.

La pintura rupestre, los jeroglíficos, la fotografía, el cine, desde su surgimiento han buscado la forma de perpetuar físicamente hechos que han impresionado a las sociedades a lo largo de la historia, se trataban de recursos cuyo propósito de origen ha sido luchar contra la fragilidad de la memoria buscando documentar y transmitir historias, hechos, mitología y leyendas.

Ahora nos corresponde conocer las formas de documentación de la realidad y los procedimientos para la realización de registros audiovisuales que permitan reconstruir la realidad que nos interese o proponer realidades imaginarias. Yuyariqhaway es la herramienta para ver, escuchar y recordar, para ejercer el derecho a la comunicación dejando de ver el medio como una ventana para “ver el mundo” y reasumir el medio como una oportunidad para “vernors, escucharnos y reconocernos” como sujetos con derechos. El derecho a protestar, a proponer, a opinar, el derecho a soñar.

# Comunicación audiovisual





# Comunicación audiovisual



La comunicación es un proceso de intercambio de mensajes que requiere que tanto emisores como receptores compartan realidad y lenguaje. El intercambio de mensajes en el caso de la comunicación masiva es casi imposible por la naturaleza del medio y la poca o ninguna apertura de los empresarios de la comunicación para entrar en diálogo con la comunidad. Sin la retroalimentación no podemos hablar de un hecho comunicacional sino de un hecho informativo, vertical y unidireccional.

La comunicación audiovisual será posible en tanto que el medio, a través de sus emisores, se acerque a la realidad de su público, recoja necesidades informativas para satisfacerlas y posibilite que su público utilice el medio para emitir sus opiniones, es decir que facilite el ejercicio del derecho a la comunicación.

En busca de ese tipo de abordaje mediático es que puede rescatarse la televisión comunitaria que trabaja y programa su material a partir de las demandas de la comunidad. Del mismo modo, el consumo cinematográfico ha encontrado en los cine-clubes y en las sesiones de video foro un espacio efectivo para dinamizar procesos de intercambio de mensajes, posibilitando el encuentro de emisores y receptores en el mismo espacio de recepción.

## 1.1. El audiovisual como medio masivo o mini medio para la comunicación

Nuestra experiencia de relación con mensajes audiovisuales está ligada al consumo que hacemos de televisión y cine, en ambos casos se trata de experiencias de difusión masiva y tradicionales que por lo

general presentan contenidos que no necesariamente reflejan nuestros intereses, ni de información, ni de expresión. No decidimos sobre la programación, en el caso del cine porque las distribuidoras norteamericanas han monopolizado el circuito de difusión y en el caso de la televisión porque la gran mayoría de canales son de propiedad privada, vale decir que su principal interés es el lucro. Y en esa misma línea el único medio estatal responde, desde su creación en 1979, a los intereses del gobierno que esté de turno. Los medios masivos sólo informan, no promueven la comunicación.

Pese a ello en los últimos años Bolivia ha generado experiencias alternativas de comunicación masiva, por ejemplo desde las radios mineras, sindicales y comunitarias, que han inspirado la creación de canales de televisión participativos. No son muchos, pero son una alternativa a la hegemonía mediática. Internet también ha posibilitado la creación de espacios de difusión alternativa, por medio de espacios de publicación libre de audiovisuales, pero el elevado costo que deben cubrir sus usuarios lo hace inaccesible para la mayor parte de la población.

Estas características del consumo audiovisual nos muestran que uno de los problemas que tienen las personas y las organizaciones las pocas posibilidades de ejercicio del derecho a la comunicación, tanto para acceder a información como para difundir opiniones.

Si bien es importante exigir apertura a los medios masivos para que tomen en cuenta a la población y correspondan al enunciado formal que ostentan como medios de “comunicación”, es también importante que la comunidad a través de sus organizaciones se apropien de la herramienta

audiovisual como recurso que viabilice el ejercicio del derecho a la comunicación.

El audiovisual como mini-medio tiene el poder de abordar temas de alta especificidad, temas que resulten por ejemplo de los intereses sectoriales que la televisión no logra satisfacer porque tiende a homogenizar a los públicos. El mini medio audiovisual es capaz de considerar las particularidades de su audiencia, la conoce mejor y por ello puede garantizar procesos de comunicación efectivos entre los diferentes actores que compone el tema y la realidad sobre la que se trabaja.

Como recurso de expresión, considerando el avance de las tecnologías para el registro de imágenes y sonidos, y su procesamiento, el trabajo audiovisual está al alcance de un público que en el pasado veía el factor económico y la especificidad de la capacitación para su manejo como un obstáculo. En la actualidad, como sucedió con la fotografía en el siglo XX, cualquier persona es capaz de elaborar mensajes audiovisuales con un mínimo de formación técnica gracias a la simplificación de los equipos de registro. Hoy en día incluso los teléfonos celulares sirven para tomar fotografías o grabar imagen y sonido en movimiento. De la misma forma cualquier ordenador tiene la capacidad de editar los registros audiovisuales para hacer posible su difusión.

El Estado no ha podido democratizar tanto el acceso a medios de comunicación como a la introducción de las nuevas tecnologías de información, por lo menos en cuanto a la elaboración de mensajes se refiere.

Respecto a la difusión los mini-medios van por un saludable camino de encuentro entre emisores y receptores, un camino hacia una real co-

municación audiovisual, superando así la unilateral relación informativa entre emisores y receptores.

## 1.2. Producción audiovisual social y crítica

Es muy probable que la acción de los medios de comunicación tienda a transformar la actitud activa en actitud pasiva en lo referido a la participación frente a temas de la colectividad. Cabe mencionar que aquí no se afirma que el receptor es consumidor pasivo del mensaje sino se convierte en un conocedor pasivo de información que no emplea para desarrollar acciones. En nuestros días es común observar la apatía como una actitud del receptor como espectador del espectáculo mediático convirtiendo, por ejemplo, los temas de un noticiero en temas de observación distante o como un insumo de entretenimiento.

Frente a esa realidad de consumo se hace urgente pensar la producción audiovisual desde un enfoque social y crítico. Optar por la producción audiovisual alternativa y no por la actividad tradicional de los medios masivos, es una decisión que radica fundamentalmente en la libertad de construcción y el tratamiento de los temas, vale decir en el control creativo que se tiene sobre el mensaje y la selección de sus contenidos.

## 1.3. Reconstruyendo la realidad

Muchas veces se confunde la realidad con la representación de la realidad o la reconstrucción de la realidad. La realidad es todo lo que percibimos con los sentidos y que puede ser de carácter imaginario o no. Cuando el sujeto se enfrenta a un hecho de la realidad se acerca con



todos sus sentidos, cuando el comunicador audiovisual se acerca a la realidad, como sujeto activa todos sus sentidos, pero técnicamente es capaz de registrar solo imágenes y sonidos. Para ello utiliza recursos tecnológicos (cámaras y micrófonos) a través de los cuales captura la realidad y la fragmenta. Esa fragmentación parte de la selección y recolección de datos (información registrada por medio de imágenes y sonido) considerados importantes para el tema que se está trabajando. Pero así como la información debe ser recopilada, también deberá ser procesada para unificarla y convertirla en un todo; es así como los fragmentos se transforman en secuencias que definen la narración final, y al igual que

con la selección de fragmentos serán la visión y ética del comunicador audiovisual las que contribuyan a la fidelidad o a la veracidad informativa del trabajo final y la descripción que hace de su entorno y los sucesos que tienen lugar en él.

Entre la realidad y la reconstrucción que se hace, por medio del registro audiovisual, existen mediaciones de carácter humano y técnico. Por ejemplo, el comunicador percibe la realidad basándose en su experiencia, sistema de creencias o valores y educación entre otras bases fundamentales de su cosmovisión, pero los equipos de registro nos son capaces de emular la actividad de todos los sentidos, la percepción de la realidad humana incluye cinco sentidos, la percepción mediatizada de la realidad emula sólo a la vista y el oído. Un mensaje audiovisual documental es resultado de la suma y combinación de las partes que son capturadas de la realidad en un intento por reconstruir, narrar y transmitir determinada información.

La representación de la realidad por otra parte puede ser un ejercicio dramático de sustitución de eventos, personas, lugares con actores, escenografía, utilería y otros recursos narrativos. Muchas veces la representación de la realidad hace referencia a sucesos verdaderos y otras

simplemente responden a la creación de un autor, a este último tipo de trabajo se lo entiende comúnmente como ficción.

La representación de la realidad emplea las técnicas de ficción en el proceso de construcción del mensaje audiovisual. La reconstrucción de la realidad utiliza técnicas documentales y/o periodísticas de registro. En ambos casos la sustitución del ojo por una cámara y los oídos por micrófonos obligan a recurrir a mecanismos que permitan articular el mensaje y convertir al medio audiovisual en una herramienta de planteamiento social, política, filosófica, e incluso ideológica.

Cabe mencionar que desde el nacimiento del cine han pasado más de 100 años y cada día se sigue explorando sobre las formas lingüísticas de utilizar imágenes y sonidos para representar o reconstruir la realidad. Incluso hay quienes niegan la posibilidad de un lenguaje audiovisual toda vez que hay mensajes audiovisuales que no siempre son decodificados de la misma forma por los espectadores. La ambigüedad que generan los mensajes es todavía grande, pero se han hecho esfuerzos cinematográficos, radiofónicos y periodísticos en procura de construir un repertorio signífico que ayude a elaborar mensajes con recursos audiovisuales. De ello trata el siguiente capítulo ●



# La herramienta audiovisual





# La herramienta audiovisual



**E**l mensaje audiovisual tiene un área de expresión sonora y otra visual que se complementan para construir un mensaje de imágenes y sonidos en movimiento. Muchas veces se habla de un lenguaje audiovisual porque puede señalarse que todo mensaje audiovisual puede pasar por un proceso de codificación y decodificación, aunque es importante tomar en cuenta que en algunos casos la significación de lo que quiere comunicar el emisor no coincide con lo que apropia o percibe el receptor, resultado que puede entenderse como reflejo de un uso diferente de códigos, vale decir que imágenes y sonidos no signifiquen lo mismo para el receptor que para el emisor. Sin lugar a dudas todavía hay un largo camino por recorrer en cuando a la los aspectos teórico pragmáticos de la construcción audiovisual ya que en varias formas, se trata todavía de un área en construcción y redescubrimiento.

Aún así, es posible recurrir a algunos mecanismos que le permitan al iniciado en el trabajo audiovisual un acercamiento técnico y teórico suficiente para llevar a cabo sus proyectos audiovisuales.

## 2.1. Tratamiento de la imagen

El área de expresión visual de un mensaje audiovisual conlleva una selección de imágenes que se articularán con los sonidos. Para fines de comunicación técnica entre quienes son parte del equipo de producción es conveniente acordar algunos conceptos y procedimientos.

**Cuadro:** Es la proporción en la que se realizará la composición, se refiere a la relación entre unidades horizontales y verticales. Por ejemplo en cine suele componerse la imagen en una relación de 3:1 (3 unidades

horizontales por 1 unidad vertical), Mientras que en un trabajo digital el aspecto de pantalla puede ser de 16:9 (16 unidades horizontales por 9 unidades verticales) o de 4:3 (4 unidades horizontales y 3 verticales).

La selección del cuadro se basa tanto en relación al medio que se seleccionará para la difusión del mensaje como en función de la estética, por ejemplo en la televisión clásica se compone en 4:3 y en cine 16:9.

## CUADRO

4:3 ►



16:9 ►



3:1 ►



**Encuadre / composición:** Se refiere a la ubicación de los elementos visuales que serán parte del cuadro. La acción de encuadrar emula la capacidad del ser humano de concentrar su atención a su entorno y los detalles del mismo, para ello se sugiere la siguiente escala de planos que basa su contenido en la idea de aproximación de la cámara a objetos o sujetos a ser registrados.

### 2.1.1. Escala de planos

En la literatura sobre lenguaje y producción audiovisual encontramos una amplia diversidad de nomenclaturas y parámetros que regulan

la identificación de los tipos de planos; en ese sentido se mencionan aquí los tipos de planos más comunes a la hora de elaborar un proyecto audiovisual.

**Gran Plano General, Plano Conjunto o Panorámico (GPG):** Busca realizar una descripción panorámica de lugares donde el ser humano se confunde con el paisaje.

**Plano General (PG):** Brinda una aproximación “general” a los eventos que se registran, se describe al a ser humano realizando acciones en su entorno.

#### ESCALA DE PLANOS



▲ Gran Plano General, Plano Conjunto o Panorámico (GPG)



▲ Plano General

**Plano Entero (PE):** Realiza una descripción de cuerpo entero de la persona.

**Plano  $\frac{3}{4}$  o Plano Americano (PA):** A partir de este plano se comienza a fragmentar al ser humano con la intención de aproximarse a una descripción más precisa de sus rasgos físicos y en la medida en que el plano se cierre se denotarán rasgos emotivos. El plano  $\frac{3}{4}$  toma a

la persona desde la rodilla hasta la cabeza. Este plano también recibe el nombre de “plano americano” por su popular uso en las películas norteamericanas de los años 30 – 40.

**Plano Medio (PM):** Se describe a la persona desde la cintura hasta la cabeza. Es un plano muy utilizado para el registro de diálogos, en televisión es el plano más utilizado para mostrar a presentadores/as de noticias.

## ESCALA DE PLANOS

*Plano Entero (PE)* ▼



*Plano  $\frac{3}{4}$  o Plano Americano (PA)* ►



*Plano Medio (PM)* ►



**Primer Plano (PP):** Este plano muestra la cabeza entera de la persona.

**Primerísimo Primer Plano (PPP):** Es una aproximación más intimista que el primer plano, permite describir con mucha precisión las emociones.

**Plano Detalle (PD):** Como su nombre lo manda, se aproxima hasta lograr detalles de la persona, por ejemplo una cicatriz, un lunar, el ojo, etc. Y al mismo tiempo puede emplearse para hacer acercamientos de objetos, por ejemplo un vaso, una cuchara, un par de anteojos.

## ESCALA DE PLANOS

Primer Plano (PP) ▼



Primerísimo Primer Plano (PPP) ►



Plano detalle (PD) ►



**Over Shoulder (Sobre el hombro):** Se encuadra a dos sujetos o personas, uno de ellos está de espaldas a la cámara mientras que la otra persona está de frente. Este tipo de plano puede ser empleado en una situación de entrevista en la que es necesario tener a un periodista frente a la cámara.

La utilidad de la escala de planos, radica esencialmente en la capacidad de concentrar la atención del espectador en determinados espacios,

### ESCALA DE PLANOS



▲ *Over Shoulder*

entornos, acciones o detalles que suceden en un cada momento de la narración documental. Con ese trabajo se logra entonces construir un mensaje audiovisual íntegro que posibilita una comprensión clara de aquello que quiere expresarse por medio del refuerzo visual.

### 2.1.2. La Cámara y movimientos

Este recurso tecnológico busca imitar el trabajo del sentido de la vista. Existe una amplia variedad de cámaras, pero para hacer una mejor identificación se elaborará una clasificación basada en el uso y desarrollo: domésticas, semi-profesionales y profesionales.

La cámara puede utilizarse para emular la actividad humana al momento de la percepción visual, por lo tanto puede desplazarse por el espacio o simplemente girar sobre un eje, de esta forma la cámara puede producir una relación más clara con quien observa ya que puede producir la sensación de estar presenciando el momento a tiempo de moverse en el espacio en que se desarrolla la misma.

### 2.1.3. Movimientos Internos

Se refiere a los movimientos que la cámara realiza internamente como la administración de ingreso de luz (iris), la obturación (shutter), distancia focal (foco) y que pueden utilizarse para elaborar el mensaje audiovisual:

**Fade In:** Se abre poco a poco el iris dejando pasar suficiente luz para distinguir la imagen con claridad, el resultado final es una imagen nítida en la que los colores se han distribuido de acuerdo a sus características al balance y temperatura de la luz.

**Fade Out:** Se cierra el iris negando el paso de la luz y produciendo en ese sentido que el resultado sea una imagen completamente oscurecida, una toma en negro.

## MOVIMIENTOS INTERNOS

*Fade In* ▼



*Fade Out* ▼



**Enfocar:** Utilizando el anillo de control de foco (o los botones que pueda tener el equipo) se logra una imagen nítida, clara (enfocada) de lo que queremos registrar.

**Desenfocar:** Utilizando el anillo de control de foco (o los botones que tenga el equipo) se logra una imagen borrosa (desenfocada) de lo que queremos registrar.

## MOVIMIENTOS INTERNOS

*Enfocar* ▼



*Desenfocar* ▼



**Zoom in:** Movimiento de lente que permite modificar el cuadro desde un plano abierto hacia un plano cerrado. Es el clásico acercamiento.

**Zoom out:** Movimiento de lente que permite modificar el cuadro desde un plano cerrado a un plano abierto. Por ejemplo, realiza una descripción de un lugar o acción comenzando en un detalle y terminando en una vista general. Es el clásico alejarse.

## MOVIMIENTOS INTERNOS

### Zoom In ▼



### Zoom Out ▼



## 2.1.4. Movimientos sobre eje

Este tipo de movimientos se realizan desplazando la cámara sobre un sistema de ejes horizontal, vertical y lateral, que permite emular el trabajo de la cabeza humana. Estos movimientos se pueden realizar con la ayuda de un trípode u operando la cámara con las manos. Para ver ejemplos de estos movimientos consulte el DVD adjunto.

**Paneo derecha:** Sobre el eje horizontal la toma recorre de izquierda a derecha el objeto registrado.

**Paneo izquierda:** Sobre el eje horizontal la toma recorre de derecha a izquierda el objeto registrado.

**Paneo hacia arriba (Tilt Up):** Sobre el eje vertical la toma recorre de abajo hacia arriba.

**Paneo hacia abajo (Tilt Down):** Sobre el eje vertical la toma recorre de arriba hacia abajo.

**Paneo Lateral izquierdo:** La toma comienza con el cuadro inclinado hacia la derecha, poco a poco se desplaza sobre el eje hasta quedar inclinada hacia la izquierda.

**Paneo Lateral derecho:** La toma comienza con el cuadro inclinado hacia la izquierda, poco a poco se desplaza sobre el eje hasta quedar inclinada hacia la derecha.

No todos los trípodes pueden realizar el movimiento sobre eje lateral, pero se pueden realizar con cámara manipulada manualmente. Los trípodes con cabezal de media esfera pueden combinar los movimientos antes descritos.

### MOVIMIENTOS SOBRE EJE



**MOVIMIENTOS SOBRE EJE**



*Paneo hacia arriba  
(Tilt Up)*



*Paneo hacia abajo  
(Tilt Down)*



*Paneo lateral izquierda*



*Paneo lateral derecha*

### 2.1.5. Movimientos de Traslación

Se refiere al registro que realiza la cámara mientras se desplaza acompañando al sujeto u objeto que se registra. El nombre del movimiento por lo general hace referencia al accesorio que se utiliza para su realización. Para ver ejemplos de estos movimientos consulte el DVD adjunto.

**Travelling:** Es un movimiento que consiste en acompañar al sujeto registrado. Este acompañamiento puede ser lateral, frontal o posterior. Es clásica la toma en la que la cámara acompaña al sujeto mientras camina. La toma se logra ubicando la cámara sobre un carro que se desliza sobre rieles montados según la trayectoria que se quiere lograr.

**Dolly:** Es un equipo que también sirve para hacer travelling y que por su diseño puede desplazarse en diferentes direcciones, por ello muchas veces se lo entiende como un tipo de movimiento. Es un movimiento que permite libre desplazamiento de la cámara en torno al objeto que se registra. Se consigue ubicando el trípode sobre un sistema de ruedas que permite el desplazamiento según la situación lo demanda, es un recurso muy utilizado en televisión. Este movimiento también puede realizarse sin el trípode especial.

**Grúa:** Consiste en alterar el punto de vista del horizonte de la cámara con la ayuda de una grúa. Es posible subir, bajar, desplazarse hacia izquierda o derecha con la cámara “en el aire” gracias a un equipo de asistentes que operan la grúa según se requiera para fines de registro.

**Flycam:** Gracias a la fusión entre aeromodelismo y cinematografía se ha podido incorporar una cámara en un mini-helicóptero que, contro-

lado por radio, vuela y logra registrar vistas aéreas. En este caso, como con la grúa el movimiento supera las posibilidades de percepción visual que tiene el ser humano.

**Cablecam:** Un sistema de postes, cables y poleas hace posible que la cámara se suspenda en el aire y se deslice por una ruta previamente definida mientras registra vistas aéreas. Esta innovación se ha ensayado para poder registrar, desde el aire, animales en la vida salvaje sin alterar su comportamiento. Es como registrar imágenes desde un teleférico.

### 2.1.6. Angulación

El punto de vista de la cámara respecto a la línea del horizonte se conoce como angulación. La identificación de distintas formas de angulación se realiza tomando como referencia el punto de vista de una persona que está de pie.

**Ángulo Normal:** Emula el punto de vista natural del ser humano. La línea del horizonte es paralela con la línea horizontal inferior del cuadro.

**Ángulo horizontal izquierdo:** Modifica el punto de vista inclinando la cámara hacia la izquierda como si se tratara de la cabeza que se mueve hacia ese lado. De  $89^\circ$  a  $0^\circ$ . La toma se ve inclinada y la línea del horizonte se convierte en una pendiente. En la percepción humana el sentido percibe una imagen inclinada que el cerebro “corrige” para que podamos, en base a nuestras experiencias previas, “recomponer la imagen” y procesar su información como si se tratara de una vista perpendicular con la línea del horizonte.

**Ángulo horizontal Derecho:** Modifica el punto de vista inclinando la cámara hacia la derecha como si se tratara de la cabeza que se mueve hacia ese lado. De  $91^\circ$  a  $180^\circ$

**Ángulo vertical Picado:** La cámara registra una imagen como si la persona viera un objeto desde arriba hacia abajo. Este plano aplicado a una persona puede dar la sensación de estar viendo disminuida a esa persona.

## ANGULACIÓN

Ángulo Normal



Ángulo horizontal Izquierdo



Ángulo horizontal Derecho



Ángulo vertical Picado



**Ángulo Vertical Contrapicado:** La cámara registra la imagen como si la persona viera un objeto desde abajo hacia arriba. Este plano aplicado a una persona puede servir para enaltecerla y resaltarla.

**Punto de Vista Cenital:** La cámara se sitúa por encima el objeto o

el sujeto de interés y encuadra la imagen desde un punto alto dirigiendo el lente de la cámara hacia el suelo.

**Punto de Vista Nadir:** La cámara se sitúa a los pies (y en algunos casos debajo) del objeto o el sujeto y encuadra la imagen de forma que con el lente de la cámara dirigido hacia el cielo.

## ANGULACIÓN



◀ *Ángulo Vertical Contrapicado*

*Punto de Vista Cenital* ▼



◀ *Punto de Vista Nadir*



La combinación de ángulos, planos y movimientos de cámara busca emular la actividad de percepción visual humana pero al mismo tiempo otorga al constructor de mensajes audiovisuales la posibilidad de transformar los conceptos establecidos y le da la libertad de replantear tanto su uso como su valor dentro del mensaje audiovisual.

## 2.2. Micrófonos y tratamiento del sonido

El área de expresión sonora de un mensaje audiovisual conlleva una selección de sonidos que se articularán con las imágenes. Para fines de comunicación técnica entre quienes son parte del equipo de producción es conveniente acordar algunos conceptos, procedimientos y consideraciones de alcance lingüístico.

El proceso de registro sonoro consiste en capturar el sonido que se manifiesta en forma de energía acústica y que con ayuda de un transductor (micrófono) se convierte en señal eléctrica que puede ser procesada electrónicamente (con una consola) para su registro final en sistemas analógicos o digitales (grabadoras).

Técnicamente un micrófono es un transductor electroacústico, pues convierte la energía acústica en energía eléctrica que puede procesarse electrónicamente y digitalmente para su registro.

Exigen una amplia diversidad de micrófonos que se utilizan de acuerdo al tipo de registro que se quiere lograr para conocer sus características señalaremos una clasificación por su diseño, por su sensibilidad y su direccionalidad.



Algunas cámaras y reporteras tienen la posibilidad de realizar un trabajo automático para la selección del modo de funcionamiento de sus micrófonos tomando como referencia la intensidad de los sonidos que se producen en el lugar del registro, es el caso de los micrófonos de las cámaras domésticas más conocidas como Handycam o las reporteras que incluyen la función VOR (por su nominación en inglés Voice Operated Recorder). Sin embargo, esta automatización a menudo no conforma las expectativas de trabajo de quienes producen, por ello se sugiere, en la medida de lo posible seleccionar un tipo de micrófono según los requerimientos de registro.

## 2.2.1. Cualidades físicas y alcance comunicacional del sonido

El sonido es un fenómeno físico que puede ser percibido por el ser humano con los oídos o por recursos tecnológicos. El ser humano percibe la realidad sonora comprendida en un rango de 20Hz a 20Khz. Los sonidos inferiores a 20Hz son infrasonidos y los superiores a 20Khz son ultrasonidos. Hercios (Hz) es la unidad de medición de la frecuencia (número de ciclos de una onda sonora por segundo).

El estudio del sonido se puede abordar desde la física, la psicología o la comunicación. En este caso realizaremos una combinación en la revisión de propiedades físicas que tengan aplicaciones comunicacionales y por defecto generen diversas percepciones.

### 2.2.1.1. Intensidad (*plano sonoro*)

Se refiere a la fuerza con que se emite un sonido. Los equipos de sonido regulan esta cualidad con la función de “volumen”, aunque este término está mal empleado porque hace referencia a la medida que se asocia al espacio que ocupa un cuerpo como el cilindro, esfera, cubo, etc.

En la comunicación oral una palabra o una oración pueden connotar significaciones distintas dependiendo si la pronunciación tiene intensidad fuerte o débil. Por ejemplo: ¿Puedes salir de aquí? Débil, connota una solicitud gentil o moderada, en cambio la misma oración pronunciada con fuerza (gritando) será una orden.

### 2.2.1.2. Tono

Considerando el rango de audición humana (20Hz a 20Khz), el tono es una característica física que permite diferenciar la frecuencia en la que viajan los sonidos. En gran modo las frecuencias se pueden diferenciar en tonos graves, medios y agudos, considerando que son graves los de mejor frecuencia y agudos los de mayor frecuencia. El equipo de procesamiento de sonido que regula las frecuencias o los tonos es el equalizador (EQ).

En la música el tono recibe el nombre de “altura musical”. La escala musical más conocida es “do, re, mi fa, sol, la, si” y que incluye cinco semitonos (sostenidos y bemoles), recibe el nombre técnico de escala cromática. Por ejemplo, la nota “la” de la escala central del piano se manifiesta en una frecuencia de 440Hz, que es la referencia de afinación más común. Este sonido es considerado de tono medio. La nota “do” más aguda del piano (la última tecla hacia la derecha) tiene una frecuencia de 4096Hz y la nota “mi” más grave (primer “mi” desde la izquierda) alcanza a 36Hz.

Los estudios de música hacen referencia a la existencia de muchas escalas musicales que incluso se utilizan dependiendo del tipo de música (rock, jazz, blues, etc). Por ejemplo, la música autóctona de la región andina de Bolivia solía ser interpretada utilizando una escala pentatónica (cinco notas musicales).

La combinación de distintos tonos recibe el nombre de acorde, siendo que existen acordes mayores y menores (aunque no son las únicas

posibilidades de combinación). Los acordes mayores suelen evocar sentimientos de alegría, esperanza, optimismo; en cambio los acordes menores evocan sentimientos de tristeza, nostalgia, etc. Por ejemplo, las “cuecas” tarifeñas suelen interpretarse en tonos mayores y por eso nos provocan sentimientos de alegría y festejo; en cambio, los “kantus” del altiplano suelen interpretarse con tonos menores, por eso su tristeza o esa invitación a meditar. El mérito de quienes componen música es permitir que el público transite por una serie de estados emocionales, reflexivos, pasionales, etc. Muchas piezas musicales provocan sentimientos encontrados cuando combinan tonos mayores y menores al generar la más humana de las experiencias, la vivencia de la música.

En la comunicación oral, una palabra o una frase “entonada” en formas diferentes puede generar diversas significaciones. Por ejemplo, decir “puedo salir a jugar” dependiendo de la entonación puede connotar una solicitud gentil de permiso, una propuesta para la realización de una actividad o una expresión de resignación frente a la imposibilidad de no poder hacer otra cosa que no sea “salir a jugar”. La expresión oral evita ello con la entonación “apropiada” para el fin comunicacional que se persiga.

El texto escrito soluciona este dilema de significaciones añadiendo signos imperativos o interrogativos, e incluso una explicación que describa la intención comunicacional de la frase: “dijo a su madre apretando los dientes y con la boca casi cerrada: puedo salir a jugar, mientras se resignaba a apagar el televisor” o “consciente de su mal comportamiento y sin la menor vergüenza se atrevió a solicitar a su enfadada madre: ¿puedo salir a jugar?”.

### 2.2.1.3. Timbre

Es la característica física de un sonido que permite que diferenciamos la fuente que lo produce. Por ejemplo podemos diferenciar el sonido de una guitarra o de un piano así sea que estén interpretando las mismas notas musicales, es decir, puede ser que el sonido de ambos se manifieste con la misma frecuencia (tono) y pese a ello los identificamos. El timbre es, de alguna manera, la personalidad sonora de una fuente de sonido.

En la comunicación oral, el timbre nos permite diferenciar las voces de quienes son interlocutores en nuestras conversaciones. Por ello, para el caso de mensajes sonoros es importante no incluir en un diálogo a personas con timbre parecido porque puede generar confusión. No sucede lo mismo en el caso de los mensajes audiovisuales pues es posible visualizar a quien emite un parlamento.

### 2.2.1.4. Duración

Mientras un sonido sea perceptible por el ser humano es posible establecer su duración desde el momento en que comienza hasta que ya no se lo puede escuchar. La duración suele medirse en segundos.

En la comunicación oral, dependiendo de los matices culturales en cómo se usa el lenguaje, la duración de una palabra genera significaciones distintas dependiendo del tiempo que esta dura. Por ejemplo la palabra “Gol”, que en fútbol se usa para identificar el momento en que el balón cruza la meta del arco rival. Pero cuando los cronistas deportivos en radio pronuncian “Gooooool de Bolivia” no sólo hacen referencia al significado formal sino a la representación sonora de la ovación que en la

tribuna se genera tras un gol de la Selección Boliviana de Fútbol. Además de la duración, la intensidad y la entonación completan la construcción de una imagen acústica característica del relato deportivo.

### 2.2.2. Recursos de Expresión Sonora

En el medio radiofónico es usual hablar de lenguaje radiofónico haciendo referencia al alcance comunicacional que tiene el sonido. Los textos de producción radiofónica suelen mencionar cuatro recursos de expresión sonora: palabra, música, efectos y silencio.

#### 2.2.2.1. Palabra

Es el recurso con el que más familiarizados estamos debido a nuestra capacidad de comunicación oral. Esta capacidad adquirida culturalmente es rica en recursos que pueden ser muy útiles para la construcción de mensajes como la descripción, las metáforas, analogías, etc. En términos técnicos la palabra puede clasificarse según su uso de la siguiente forma:

**Recursos físicos:** Se refiere al ámbito fónico de la expresión oral, la pronunciación. El empleo de la voz clara y fuerte hace posible un mensaje comprensible. En el caso de la actuación este recurso se ve definido por la intención comunicacional que se persiga. No es posible mencionar que hay voces buenas o malas, todas son útiles para la creación del mensaje audiovisual. La locución ha tendido a estereotipar un modelo estético de voz pero eso a veces limita el ejercicio del derecho a la comunicación. Más importante que el timbre de voz es su claridad.

**Recursos lingüísticos:** Este uso se refiere al nivel de habla en cuanto a empleo preciso del lenguaje. La precisión se puede entender como el uso de la palabra más adecuada para comunicar un mensaje. El mejor empleo de este recurso se respalda en el dominio de vocabulario y las convenciones sociales para otorgar significados a los vocablos. El contexto comunicacional y las diversas culturas de la sociedad producen formas particulares de utilizar el vocabulario y por ello mismo de generar sentidos diversos. Muchas palabras o expresiones escapan de su significado formal y adoptan formas novedosas.

**Recursos paralingüísticos:** Más allá del uso formal del lenguaje, la entonación es capaz de generar nuevas significaciones. Estas formas especiales de pronunciar las palabras pueden persuadir, seducir, etc.

Estos recursos se utilizan tanto en narraciones como en la realización de diálogos. En realidad tenemos experiencia en el manejo de estos recursos por nuestra capacidad de comunicación oral. Las precisiones conceptuales sirven para identificar los recursos a utilizarse cuando se planifica el mensaje, son apuntes para la interpretación de guiones.

#### 2.2.2.2. Música

La música ha sido definida de varias formas, su origen etimológico nos remonta al griego “mousike” y su concepción como arte de las musas. Sin embargo, incluir la variable arte conlleva sesgos de juicio para calificar una u otra producción musical como buena o mala. Al margen de la simpatía que despierte la música en el receptor es innegable que se trata de una manifestación cultural que detona los sentidos y produce respuestas emotivas de diversa índole.

El sistema musical está dividido en música instrumental y música cantada. La música instrumental es la forma más ambigua de comunicación por la capacidad de despertar diversidad de respuestas emocionales en quien escucha. La música cantada es la que incorpora una interpretación melódica o rítmica de versos, relatos o poesía. Por ello la música cantada, la canción, es más objetiva porque el significado de lo que se quiere comunicar está establecido por el mensaje que transmiten “las letras”.

Por otra parte la experiencia de recepción masiva de canciones nos ha demostrado que por lo general no se presta mucha atención a las letras, como se demuestra con un alto consumo masivo de canciones en otro idioma o incluso en el mismo idioma del receptor, pues el argumento de quien gusta de una canción suele priorizar la estética rítmica antes que el mensaje.

Es muy importante componer música para la especificidad de emociones que el mensaje audiovisual busque generar en sus públicos, pero no siempre es posible y muchas veces es necesario recurrir al archivo, cuando esta sea la única solución posible es ético consultar a quien sea autor/a de una obra para la utilización de la música y citar el crédito correspondiente o emplear música libre de derechos de copia (copy left).

**Uso Pragmático:** Se refiere al uso de música producida fuera del medio audiovisual, que no ha sido pensada para el mensaje que se viene produciendo. En el mundo de la música popular y erudita existe muchísima producción, a veces es posible encontrar piezas que nos son útiles, música preexistente. Pero recordemos que el arte musical obedece a necesidades de expresión muy particulares. El tomar música ya elaborada

es lo más práctico pero se debe tener mucho cuidado con no distraer al receptor con melodías demasiado populares y peor aún utilizar canciones como fondo de relatos, pues el receptor podría comenzar a cantar en lugar de seguir el texto narrado. En este caso la música original no es modificada. Los programas musicales incluyen piezas completas, a eso se refiere el uso pragmático.

**Uso Funcional:** Esta forma de uso introduce nuevos significados a la música, la música “original” pierde su autonomía significativa y adquiere una dimensión audiovisual al aplicarla a otro contexto comunicacional, son adaptaciones de música a intereses comunicacionales muy distintos a las motivaciones que originaron la creación de la música original. En este caso la música es incluso mutilada. Es muy común que en la producción televisiva recurra a fragmentos de música de películas o en el caso de la radio es también común que se utilicen las introducciones o secciones instrumentales de canciones populares para la producción de spots, características, sintonías. En este punto es necesario recalcar la necesidad de hacer un uso ético de la producción musical.

**Uso Asimilativo:** Se refiere a música que ha sido creada por la técnica audiovisual y destinada para el mismo medio. Se trata de un sistema sonoro propio que responde a intereses específicos que se logran con la creación de música original. Este tipo de uso busca que los públicos asimilen el entorno sonoro como identidad del mensaje audiovisual, se construye una asociación entre mensaje y la estética sonora. Muchos receptores suelen identificar series televisivas, programas radiofónicos o películas tan solo escuchando la música original de estas producciones.

La música sin la ayuda de la palabra tiene tantas significaciones como personas. Cada perceptor le da una imagen y una significación particular. Por lo que al emplear música en mensajes audiovisuales se debe considerar la respuesta emocional que se quiere lograr en el público.

### 2.2.2.3. Efectos

Es necesario diferenciar ruidos de efectos. Un ruido es un sonido molesto que carece de sentido, por ejemplo el sonido de una máquina industrial. Los efectos son sonidos que incorporados en un contexto comunicacional otorgan o refuerzan el sentido. Por ejemplo, el sonido de una máquina industrial que queda de fondo mientras el relator dice “Benjamín trabaja en un taller de mecánica industrial”. Se ilustra la escena generando una imagen mental en el público perceptor. También puede entenderse el efecto como un sonido elaborado caseramente para sustituir a otro, por ejemplo, es muy efectivo estrujar papel celofán u otro tipo de plástico para imitar el sonido de una fogata. Para fines de producción nos referimos a los efectos como los sonidos que ayudan a describir las características sonoras de un lugar o una acción.

Los efectos sirven para narrar el ambiente de una situación dramática o de un suceso, como fondo que contextualiza el ambiente en el que suceden los hechos. Es un documento sonoro que apoya o subraya algún hecho o una declaración. Es capaz de Intensificar una situación para lograr cierto clima deseado.

En producción audiovisual se suele hablar de sonido ambiente para referirse al registro del sonido “natural” del lugar en el que suceden las acciones.

### 2.2.2.4. Silencio

Este recurso sonoro a veces se considera como ausencia de información o de pensamientos, pero el silencio también puede considerarse como una acción comunicacional, una respuesta. Por ejemplo, en un diálogo entre dos amigos en conflicto uno pregunta “¿por qué me has traicionado, es por la plata que esperabas recibir a cambio?” y el amigo baja la cabeza y se queda en silencio.

El silencio también tiene valor informativo. Es la gramática del sonido y por ello ayuda a marcar el ritmo del relato audiovisual. Por ejemplo el silencio puede ayudar a magnificar el estado de tensión o suspenso en un relato audiovisual.

La combinación de estos recursos de expresión sonora y su articulación con las imágenes se constituye al interior de las posibilidades narrativas audiovisuales. La forma de organizar la exposición de sonidos e imágenes se sustenta en distintas formas de narrativa. La construcción técnica del mensaje requiere sesiones de registro de imágenes y sonidos que luego se editan definiendo el producto final. Desde ya este proceso técnico requiere la reflexión del equipo de realizadores para la identificación de las intensiones comunicacionales y sus formas estéticas.

## 2.3. Narrativa Audiovisual

Hace referencia a las estructuras de la narración en sus diferentes niveles y por otro al discurso narrativo, quiere decir, a las formas en que se articulan los elementos que aparecen en un mensaje audiovisual y construyen la historia.

La producción audiovisual permite la reconstrucción de realidades imaginarias y no imaginarias. La técnica para el registro de la realidad no imaginaria es el documental, para registrar la realidad imaginaria se recurre a la técnica de ficción. Ambas formas de construcción de mensajes audiovisuales suelen desarrollarse en torno a estructuras narrativas básicas, como se exponen a continuación.

### 2.3.1. Ficción

Por lo general una historia se divide en tres partes:

**Inicio.-** Presentación de personajes, contextualización de lugar y tiempo, descripción de problema o conflicto.

**Desarrollo.-** Inserción de eventos que se encaminan hacia la solución del conflicto.

**Cierre.-** Desenlace de la historia, puede tener un final abierto, semiabierto o cerrado.

Las formas estructurales típicas pueden ser:

**Lineal-simple.-** Se trata de una historia narrada que expone las acciones en orden cronológico.

**Lineal-intercalada.-** Intercala sucesos del presente con el pasado o el futuro, también se conoce como narración en “flash-back o flash-forward”.

**In media res.-** Se refiere a la historia que comienza en la mitad, por lo que el resto o lo anterior se describe a continuación.

**Narrativa-paralela.-** Se trata de una exposición de acciones que suceden al mismo tiempo pero en espacios distintos y que en algún momento logra que los personajes se encuentren o que el contexto resulte afín.

**Narrativa inclusiva.-** No es muy usual, sin embargo es posible que dentro de una historia se incluya otra, es la historia de quien cuenta otra historia.

**Inversión temporal.-** Se parece a la narración lineal simple, con la diferencia que comienza en los sucesos finales y termina con los eventos iniciales.

### 2.3.2. Documental

En este tipo de producción se pueden realizar varios productos audiovisuales, desde la fotografía a la televisión, en todos los casos el objetivo es documentar la realidad no imaginaria, por eso su relación con el periodismo, la política, las ciencias, la educación o el arte. El documental tiene varias posibilidades de acercarse a la realidad, así tenemos documentales etnográficos, científicos, sobre arte, institucionales, históricos, etc.

El equipo de realización puede acercarse a la realidad mediante el documental a manera de ver el mundo poéticamente, como una forma de observar a las sociedades o como una forma de generar experiencias nuevas de percepción de la realidad. En forma simple, un documental es la síntesis audiovisual de un episodio de la realidad que incluye respaldos testimoniales y “documentales” fotográficos, videográficos, hemerográficos, etc.

La forma de estructurar la información en un documental puede seguir las siguientes modalidades: narración expositiva, narración descriptiva, narración interactiva y narración reflexiva. Cabe mencionar que estas modalidades suelen combinarse, según el objetivo que persigan sus realizadores.

La narración expositiva busca presentar respaldos a los postulados que plantea el documento audiovisual, se usa generalmente en periodismo. La narración descriptiva acerca al espectador a una realidad mostrando cualidades de la misma con eficientes recursos pedagógicos, es usual en documentales educativos. La narración interactiva se logra de la mano de recursos técnicos multimedia que permiten que el usuario de un DVD

o un CD pueda decidir cómo explorar la información proporcionada. La narración reflexiva tiene como principal objetivo sensibilizar al espectador respecto de temas de orden educativo o social.

La estructura narrativa se logra organizando la exposición del tema según las partes que contenga, por ejemplo para referirnos a “Planificación familiar” podremos abordar el tema desde la cultura, la sexualidad, la religión, la biología, etc. Desde cada una de estas variables es posible acercarse al tema central. El orden de exposición de los subtemas de un documental puede responder a criterios temáticos, cronológicos, persuasivos, etc. ●



# Producción audiovisual





## Producción audiovisual



**E**n la comunicación audiovisual tenemos varias alternativas de producción. El Proceso de Producción Audiovisual para la Comunicación y el Desarrollo centra su atención en el resultado que se quiere lograr a partir de la intervención de un equipo de realizadores que tengan como fin mutuo la elaboración de un mensaje audiovisual.

El modelo de producción que a continuación se expone ha sido diseñado para aquellas personas que se inician en la labor audiovisual y ha sido elaborado para ser empleado en proyectos que demanden un trabajo colectivo y participativo, por ejemplo en favor de las organizaciones que quieren concentrar en un mensaje audiovisual la opinión que tiene la co-

munidad respecto a su situación medioambiental, política, de salud, etc.

Ya en materia, de principio es conveniente organizar el proceso de producción en tres etapas o momentos con la finalidad de hacer posible un trabajo fluido: preproducción, producción y postproducción.

### 3.1. Preproducción

Esta es la etapa de planificación del mensaje y la preparación de las sesiones de registro de imágenes y sonidos que nos servirán para elaborar los mensajes audiovisuales. Requiere una activa participación del equipo de producción que estará conformado por aquellos compañeros/as que compartan intereses comunicacionales.

### 3.1.1. Investigación

Comenzamos el proceso recolectando insumos que nos permitan elaborar un análisis de contexto situacional a partir de variables identificadas de acuerdo al tema o los temas que trataremos desde el audiovisual. Toda investigación a partir de sus conclusiones nos permite elaborar propuestas de producción. El proceso se resume en los siguientes momentos:

#### INVESTIGACIÓN



- a) **Recolección de datos:** El equipo se organiza para compilar la información referencial sobre el tema que se pretende abordar. Son útiles los periódicos, libros, artículos, entrevistas, testimonios, fotografías, etc.
- b) **Análisis de contexto situacional:** Con la información revisada se debe activar un proceso de análisis en el que participan quienes integren el equipo de producción. No está demás invitar a especialistas en el tema para que orienten la discusión.
- c) **Conclusiones:** En consenso el equipo identifica los aspectos concluyentes que son resultado del proceso de análisis. Por lo general se identifican problemas y las causas de los mismos que sirven para desarrollar una estrategia de intervención.

Existen diversas herramientas para facilitar la identificación de problemas. Una de las más utilizadas es el “árbol de problemas”, que permite establecer relaciones de causa y efecto. El ejercicio de situar el problema y conectarlo con sus causas y efectos permite llegar a distintos niveles de profundización. El enunciado del problema refleja una relación de causas y efectos sobre la cual es posible desarrollar una serie de estrategias de intervención.

Propuestas: En función a las características del problema identificado y sus causas, el equipo de producción toma decisiones sobre el abordaje del tema a tratar en el mensaje audiovisual. *Por ejemplo: denuncia, reclamo, propuesta, etc.*

### 3.1.2. Diseño de producción

(Objetivos, resultados esperados, público y mensaje)

El diseño de la producción se basa en las conclusiones de la investigación. La propuesta de intervención deberá concentrar su atención en el cumplimiento de objetivos. Dado que los objetivos responden a un problema se precisa identificar los resultados que se esperen lograr con el mensaje audiovisual y también se pueden expresar como indicadores verificables. El proyecto también define público destinatario en dos niveles: directos e indirectos y el mensaje a transmitir.

Los momentos de esta etapa son:

- a) **Formulación de objetivos:** Se redactan empleando un verbo en infinitivo y responde directamente al problema. *Ejemplo: Denunciar los altos niveles de contaminación de las aguas de la cuenca del desaguadero por la explotación minera.*
- b) **Proyección de resultados esperados:** Redactamos el resultado que se quiere lograr una vez finalizado el proceso de producción (incluida la difusión). Ejemplo: Autoridades comunales y departamentales conocen las causas que genera la contaminación de las aguas de la cuenca del desaguadero y el efecto que tiene en las poblaciones asentadas alrededor. A veces se busca lograr varios resultados sobre el mismo tema y se incluyen indicadores. *Ejemplo: Autoridades locales sensibilizadas respecto a las condiciones insalubres en las que viven 300 familias de las comunidades aledañas al Río Desaguadero.* Los resultados pueden incidir en tres niveles: conocimientos, actitu-

des y prácticas. Desde ya es más fácil generar nuevos conocimientos que cambiar prácticas, muchas veces. Cuando es resultado esperado es demasiado grande o utópico es muy probable que sean necesarias más acciones que la producción de un documental.

- c) **Identificación de públicos:** Los directos son quienes reciben nuestra mayor atención y los indirectos aquellos que son parte del entorno de nuestro público directo. *Por ejemplo si trabajamos un audiovisual para jóvenes estudiantes, el público del entorno serán docentes, familiares, etc.*
- d) **Determinar el mensaje que se comunicará:** El mensaje a ser producido busca la consecución de los resultados proyectados. *Por ejemplo si el problema fuera, que la gente no sabe reciclar, el men-*

#### JORNADA DE PLANIFICACIÓN



*saje trabajado enseñará a reciclar, a partir de la mejor definición recopilada en el proceso de investigación. Para facilitar la claridad en el enunciado es bueno redactar una oración que sintetice el propósito del proyecto; continuando el ejemplo: “no todo lo que se tira a la basura es ciertamente un desperdicio, existen objetos y materiales que se pueden reciclar o reutilizar”.*

La mejor manera de organizar la exposición de esta información para hacer visible la correlación de objetivos, resultados, públicos y mensaje es por medio de una matriz. (Cuadro 1).

### 3.1.3. Planificación estratégica

Esta etapa integra planificación para el desarrollo con creatividad y mercadeo. La planificación estratégica debe comenzar desarrollando la propuesta creativa. Se señala el género audiovisual sobre el cual se trabajará analizando objetivos, mensaje y especialmente el público destinatario. No sólo se piensa en el producto audiovisual final sino en las estrategias de distribución y características de difusión.

**CUADRO N° 1**

OBJETIVOS	RESULTADOS	PUBLICO	MENSAJE
Denunciar los altos niveles de contaminación de las aguas de la cuenca del desaguadero por la explotación minera	Autoridades sensibilizadas respecto a las condiciones insalubres en las que viven 300 familias de las comunidades aledañas al Río Desaguadero	DIRECTO: autoridades de Potosí INDIRECTO: pobladores de la cuenca del Río Desaguadero	Cerca de 300 familias viven afectadas por la contaminación que genera la explotación minera que incumple normas medioambientales, es deber de las autoridades velar por sus derechos.

Muchas producciones audiovisuales no necesariamente están pensadas para el cine o la televisión. Muchas veces las producciones educativas se distribuyen en espacios distantes de los medios masivos. Su difusión podría demandar la presencia de facilitadores de procesos de enseñanza – aprendizaje. Es un error muy frecuente pretender que la sola recepción de un video es suficiente para garantizar aprendizajes significativos. La planificación estratégica precisa, dependiendo de lo que queremos hacer, de una mirada multidisciplinaria e integral.

### 3.1.4. Guionización

Esta tarea consiste en la producción de una serie de documentos que guían lo que resta por hacer en el proceso de producción audiovisual. Existen diversas formas de documentar las ideas útiles para la producción, de manera genérica se puede decir que el guión es la herramienta fundamental para el desglose de producción y por tanto para la planificación del registro y la edición del producto final.

De acuerdo al género audiovisual que se trabaja las herramientas variarán, pero es muy frecuente realizar las siguientes tareas:

### a) Formulación de idea central

El equipo realizador debe tener la habilidad para expresar en una oración el mensaje que desea comunicar. *Por ejemplo, “las empresas transnacionales mantienen viva la práctica colonizadora de despojo de las riquezas naturales de nuestro país llevándose materia prima y dejando miserables regalías”.*

### b) Redacción de argumento

Se refiere a una redacción más extensa que la idea central y que permite conocer con mayor detalle aspectos temáticos abordados en el producto audiovisual. *Por ejemplo: La serie de documentales sobre la gran minería en Bolivia “Los Conquistadores no han muerto” documenta diferentes aspectos actuales como son los impactos*

*ambientales, los conflictos laborales, una visión histórica y social, así como esbozo de discusiones y propuestas posibles frente a esta situación.*

### c) Redacción de guión literario

Por la reconocida capacidad de expresión escrita de las sociedades resulta más fácil comenzar a documentar las ideas de forma escrita. Así una obra de ficción se redacta como un libreto radiofónico o teatral y un documental como una monografía. El guión literario para ficción incluye narraciones, descripciones de acción y parlamentos. El guión literario para documental incluye narraciones, descripciones de eventos y relato de testimonios.

A continuación incluimos un ejemplo de guión literario para ficción.

## REDACCIÓN DE GUIÓN



## XIII SECUENCIA: LA PELEA, LA MUERTE Y LA FUGA

**Locación:** Molle Molle

**Hora de Grab:** Noche  
**Fecha:** Domingo, 18 de Nov.

**Actores:** Asesino, pandilla, chico, policías

**Sonido:** Directo y musical  
“Corriendo en Círculos (continuación hasta coro final)”

**Arte:** Patrulla

*En la canchita de Molle Molle, sin mayores negociaciones se dan una paliza ambos bandos, mientras algunos vecinos horrorizados llaman a la policía. La pelea de pandillas termina con la muerte del chico en medio de gritos y desorden. Los miembros de la pandilla comienzan a correr. Entre tanto Juan, autor del crimen, recuerda las imágenes del asesinato de su padre y las asocia con la imagen de su víctima, este momento parece eterno sin embargo con la llegada de la policía, Juan escapa dejando a su víctima tendido en el suelo. La policía se detiene a auxiliar a la víctima pero ya es demasiado tarde, murió. Las luces de la sirena apenas dejan ver el rastro de la huida de Juan.*

Ahora un guión literario de documental.

## DOCUMENTAL: LA COLONIA CONTINÚA

### Primera parte

(Historia):

Imágenes de archivo histórico CEDIB

**VOZ OVER:** Tradicionalmente, Bolivia fue un país minero. La actividad minera fue permanente desde la colonia, con la explotación de la plata en Potosí. Luego vino la República con la era del Estaño, ya ligada a capitales internacionales, liderada por los barones del Estaño: Hoschill, Aramayo y Patiño. Ha sido el principal sustento de la economía nacional, antes de los hidrocarburos. Sin embargo, la economía nunca respondió a las necesidades locales. Toda la producción siempre fue orientada hacia afuera. El modelo de explotación de los minerales de la colonia se impuso y se mantiene hasta ahora.

**ENTREVISTA DIRIGENTE FSTMB:** *“en nuestro país, durante décadas, hemos tenido empresas transnacionales que simplemente saquearon nuestras materias primas y nuestra materia primasen bruto que Se lo llevaron a fuera”.*

**ENTREVISTA A EMILIO:** *“El rasgo desde la colonia hasta hoy, si bien han cambiado en metales, el tipo*

*de metales, el tipo de tecnología hay un rasgo que se mantiene de manera constante: es una explotación de materia prima, es una explotación que no responde a la necesidad de metales de nuestro país sino a la necesidad del mercado internacional, de otras economías eso es el rasgo que se ha mantenido desde la colonia hasta ahora. Eso lo hace altamente vulnerable a la situación de los precios internacionales. Cada crisis que ha vivido la minería ha sido relacionada con las crisis de los precios internacionales”.*

**VOZ OVER:** A partir de 1952, con la nacionalización de las minas agotadas se creó la COMIBOL- Corporación Minera de Bolivia- una gran empresa del estado y así se desarrolló durante más de 30 años una fuerte minería estatal. Pero fue infiltrada por los llamados mineros medianos, uno de ellos Goni Sánchez de Lozada, que se han desarrollado a costa de la COMIBOL y finalmente terminó por eliminarla.

Obsérvese que los guiones literarios ya pueden incluir referencias a locaciones y referencias a la estructura del documento. Recordemos que la narrativa nos permite organizar las ideas según consideremos más útil para los fines comunicacionales que se persiguen.

Una forma simple de entender la estructura narrativa de un documental es comparar la estructura de un producto audiovisual con el

índice de un libro. Los libros tienen partes, capítulos, subtítulos, etc. jerarquizando y ordenando la exposición de temas. Un guión literario organiza del mismo modo la exposición de temas, es decir que plantea una estructura.

En el caso de la estructura de un trabajo de ficción se compara con el libreto teatral que contiene actos, escenas y cuadros. En la historia

audiovisual tenemos secuencias, escenas y tomas. Y este detalle de segmentación de la historia se trabaja con más cuidado al construir el guión técnico.

En el caso del guión documental, se depende casi por completo del material o de los insumos que se pueden conseguir y de los que se

dispone. La segmentación (estructura) puede hacerse a partir de los sub-temas que componen el tema central o puede organizarse en función de un orden cronológico de eventos registrados. *Por ejemplo: En caso de haber hecho registro audiovisual de alguna manifestación, de una huelga, o de un evento público.*

**CUADRO Nº 2: EJEMPLO A**

TOMA	VIDEO	AUDIO
1	Personaje camina hacia la cámara velozmente	MUSICA: de suspenso NARRADOR: el indignado hombre se dirigió hacia su agresor PERSONAJE: Espera, no huyas de mi

**CUADRO Nº 3: EJEMPLO B**

TOMA	PLANO	MOVIMIENTO	ANGULO	VIDEO	AUDIO	PLANO SONORO
1	Plano Americano	Dolly out	Contrapicado	Personaje camina hacia la cámara velozmente, mientras ésta retrocede	MUSICA: de suspenso NARRADOR: el indignado hombre se dirigió hacia su agresor PERSONAJE: Espera, no huyas de mi	Segundo plano Primer plano Primer plano

#### d) Interpretación audiovisual de guión literario (guión técnico)

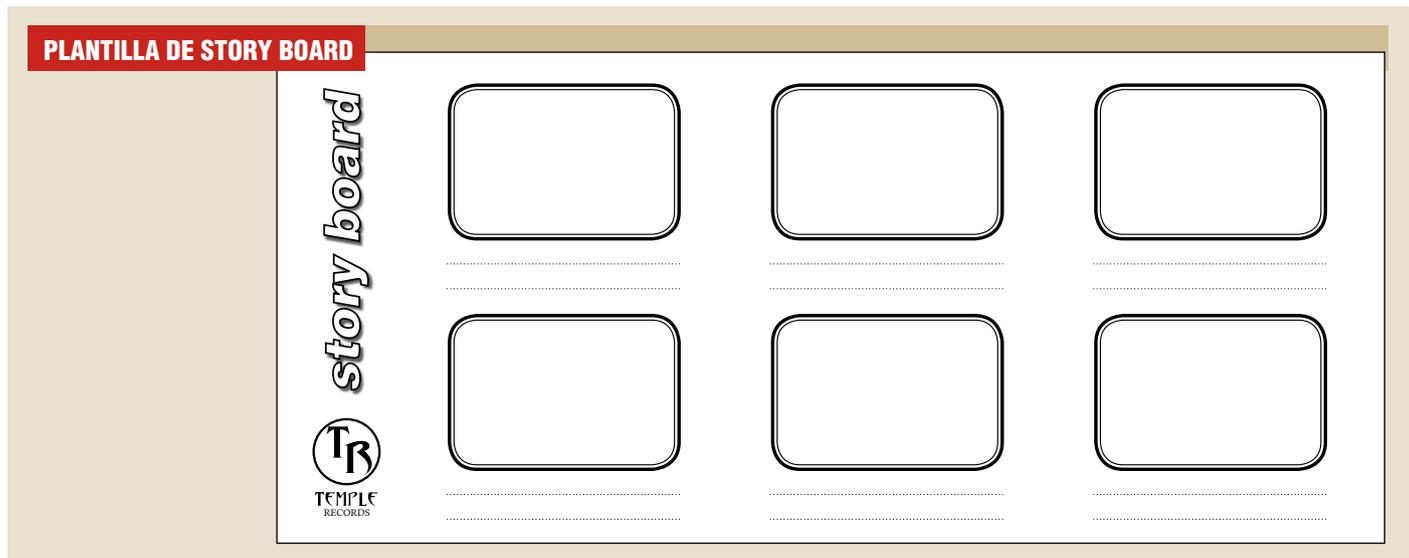
Esta es la fase en que la descripción literaria de nuestras ideas debe ser adaptada a imágenes y sonidos. Es el resultado de una traducción de lenguajes, el guión literario se convierte en información para el registro de imágenes y sonidos, es el documento en busca de la construcción de un mensaje audiovisual.

En éste se incluyen descripciones de lo que se verá y se oirá en el producto. El guión técnico incluye referencias técnicas respecto del

tratamiento de la imagen y el sonido. A continuación vemos dos ejemplos, el primero simple y el segundo con mayor información.

#### e) Realización de story board (historia en la pizarra)

Este recurso es muy utilizado en la producción de programas de animación o spots propagandísticos y publicitarios. También sirve para describir con mayor precisión el resultado del manejo de las imágenes. Es una forma gráfica de exposición de la información del guión técnico. Se puede realizar según el siguiente ejemplo.



### f) Realización de plantilla de grabación

Este documento es muy útil para organizar tomas que incluyen mucho movimiento de personajes en la locación o para describir la forma en que la cámara se desplazará por el lugar de registro. Se realiza sobre la base de una referencia cenital del lugar a manera de plano arquitectónico, en él se identifican las posiciones de los personajes, cámaras y otros equipos. Con la ayuda de líneas puntuadas o continuas se describen los desplazamientos de personajes y cámaras.

### 3.1.5. Desglose de producción técnica

Una interpretación técnica y administrativa del guión técnico nos permite identificar aspectos vitales para la viabilidad del proyecto. El desglose de producción nos muestra la demanda de recursos técnicos y humanos necesarios para las tareas de producción y postproducción del proyecto audiovisual. En esta etapa se estudian las escenas para identificar necesidades y dependiendo del proyecto las categorías de análisis serán menores o mayores.

**CUADRO Nº 4: DESGLOSE PRODUCCIÓN TÉCNICA**

“LÁGRIMAS DE SANGRE”								
			PRODUCCIÓN: Jorge Noriega	DIRECCIÓN: Claudia Áñez y Carla Arrieta		FACILITADOR: Juan Augusto Quiroz		
ESC.	LUGAR ESCENOGRAFÍA	ILUM.	HR.	PERSONAJES	VESTUARIO	DÍA	UTILERÍA	PEINADO Y MAQUILLAJE
1	INT/HABITACIÓN ROBERTA	DÍA	08:00	ROBERTA, MERCEDES	R: PIJAMA, BATA DE BAÑO, ROPA CASUAL.(A) M: ROPA CASUAL	2	SET DE MAQUILLAJE, CEPILLO, SECADORA, TOALLA DE BAÑO	R: MOÑO M: SUELTO
2	INT/COMEDOR CASA ROBERTA	DÍA	09:00	MERCEDES, CARLOS, ROBERTA	M: ROPA CASUAL C: TERNO Y LENTES R: TRAJE	2	VAJILLA DE DESAYUNO RADIO, MALETÍN	M. SUELTO R. MOÑO
3	EXT/PATIO KINDER	DÍA	09:30	ROBERTA, NIÑOS	R: (A) NIÑOS: UNIFORME	3	MOCHILAS, ÚTILES.	R: MOÑO
4	INT/ SALÓN DE CLASES	DÍA	10:30	ROBERTA, NIÑOS	R: (A) NIÑOS: UNIFORMES	3	ÚTILES ESCOLARES, MOCHILAS	R: MOÑO
5	EXT/ PATIO ESCUELA	DÍA	11:00	ROBERTA, ÁNGELA	R: (A) ÁNGELA: UNIFORME	3	MOCHILA, OSO DE PELUCHE	R: MOÑO A: MEDIA COLA CON UN MOÑO EN LA CABEZA
6	EXT/PUERTA KINDER	DÍA	12:00	ROBERTA, PEDRO, NIÑOS	R: (A) P: CAMISA Y JEAN	3	ROSA	R: MOÑO, MAQUILLAJE NATURAL P. LENTES OSCUROS

**Nota.** - en todas las escenas se requiere equipo de registro audiovisual: cámara 3CCD, micrófono boom, consola, 2 rebotores y trípode.

**a) Identificación de demandas técnicas:** Es necesario conocer el requerimiento de equipos de registro (cámaras, micrófonos, luces), necesidad de locaciones (estudios, exteriores, interiores), arte (maquillaje, vestuario, escenografía), utilería (accesorios) y logística (transporte, hospedaje, refrigerios).

**b) Identificación de recursos humanos:** A partir de las necesidades técnicas y en base al guión literario se debe conocer con precisión qué cantidad de gente necesitamos para el registro de cada escena como técnicos, actores, actrices, entrevistados/as, (camarógrafo, iluminador, sonidista, intérpretes, músico, extras, coreógrafo, etc.)

Con la información organizada en esta etapa quienes se responsabilicen de la producción deben conocer la disponibilidad de los recursos

técnicos y humanos, con esta información es posible planificar las sesiones de registro.

### 3.1.6. Plan de registro

Una vez elaborado el desglose de producción es necesario planificar la etapa de registro y para ello se elabora un cronograma que es el resultado del cruce de horarios y agenda tanto de los recursos humanos como de la disponibilidad de los recursos técnicos. Una vez socializado con el equipo y validado se espera la ejecución de actividades de registro. Para cada sesión de registro se elabora una “hoja de llamado” que sirve para convocar a quienes son necesarios y a la vez es útil como herramienta de seguimiento.

**CUADRO Nº 5: CRONOGRAMA DE GRABACIÓN “CORRIENDO EN CÍRCULOS”**

HORA	LUGAR	ACTORES	SECUENCIA
<b>Sábado 17 de noviembre</b>			
15:00 17:00	Cementerio de Cochabamba Mercado Chino	Luis Flores Gustavo Alemán, Jhamil Andrade	XIV - Cementerio III – Mercado chino
<b>Domingo 18 de noviembre</b>			
19:00 21:00 23:30	Pretecnificación SOS Cancha Molle Molle Exterior discoteca	Roly Campero Pandilla, Patrulla, Policía Roxanna R., Roly Campero	XI - Teléfono XIII – pelea y fuga IV – juntos a bailar
<b>Lunes 19 de noviembre</b>			
16:30	Exterior Tiquipaya	Alberto Valenzuela, 2 señoras extras	VII – Colocando letrero

## 3.2. Producción o etapa de registro

Son muchas las formas de registro de imágenes y sonidos tanto por su naturaleza como por su origen. Por ello es necesario considerar varias actividades de registro que permitan la obtención de todo el material necesario para la realización del trabajo audiovisual.

### 3.2.1. Registro de sonido e imágenes en directo

Se refiere a la grabación de sonido e imagen sincrónica y simultánea como: interpretación actoral, entrevistas y/o imágenes de apoyo con audio sincronizado.

Al momento de grabar es recomendable verificar que todos los equipos estén listos (luces, sonido y filmadora). Se suele correr la grabación varios segundos antes y después de la acción que nos interesa. En ficción se recurre a la instrucción de “acción”.

En el caso de registro de entrevistas es importante generar condiciones de comodidad y un clima de confianza para que el momento del registro se constituya en un diálogo y no en un interrogatorio. Es importante que los recursos técnicos como micrófonos y luces queden fuera

de cuadro así como es útil realizar distintos planos del personaje para hacer posible una dinámica visual de percepción al momento de editar el proyecto. De no ser técnicamente posible cuidar que la presencia de estos equipos no obstruya rostro o elementos que se quieran registrar.

Ya sea que se trate de ficción o de un proyecto documental, es importante realizar el registro de imágenes y sonidos considerando las posibilidades narrativas que ofrecerán durante la etapa de edición.



### REGISTRO DE GRABACIÓN EN ESTUDIO



### 3.2.2. Registro de sonido en estudio

Se refiere a la grabación de: doblajes, música para la musicalización y efectos sonoros. Para ello es conveniente acceder a un estudio de grabación o habilitar un espacio en la sala de producción que esté libre de ruidos molestos que puedan “ensuciar” los registros.

### 3.2.3. Registro o producción de imágenes fijas

Las imágenes fijas pueden registrarse con una cámara fotográfica analógica para luego digitalizarlas empleando un scanner, o puede hacerse uso de cámaras digitales. En cualquiera de los casos, las imágenes fijas son una herramienta útil de registro del proceso de producción y pueden llegar a ser de gran apoyo para el producto audiovisual, ya que es posible incluirlas para reforzar e ilustrar la narración del tema que se esté trabajando.

### SESIÓN FOTOGRÁFICA



### 3.2.4. Producción de imágenes en movimiento (Animación)

Otra forma de hacer producción audiovisual es la producción de imágenes en movimiento con la técnica de animación denominada *Stop Motion* o cuadro por cuadro. Éste tipo de animación generalmente se realiza de forma artesanal empleando modelados en plastilina, muñecos, u otros objetos a los que los realizadores deciden dar movimiento.

La técnica de Stop Motion, basa su trabajo en la reproducción del movimiento, de lo que se trata es de elaborar una serie de fotografías

(alrededor de 24 o 30 por segundo) mientras para cada una de esas fotografías se acomoda o se mueve sutilmente al muñeco de plastilina o al objeto en una posición diferente. Una vez obtenidas todas las fotografías necesarias y por lo tanto todos los movimientos del muñeco o el objeto, las fotografías se reúnen en un programa de edición manteniendo el orden cronológico para producir la ilusión de movimiento. A esta categoría se puede incluir películas como “Pollitos en Fuga”.

Una técnica que no ha perdido su popularidad desde que se hizo posible su realización es la técnica de animación 2D, para esta técnica es necesario dibujar y colorear en papel todos los cuadros (entre 24 y 30 por segundo) que representaran el movimiento de un personaje o de un objeto para luego digitalizarlos mediante un scanner y organizarlos de la misma forma en la que se organizarían las fotografías de un trabajo en Stop Motion (vale decir cronológicamente). En esta categoría de animación pueden incluirse caricaturas como Tom y Jerry, el Pato Lucas, Los Simpsons, Los Thundercats, etc.

Otra técnica de animación o método para crear imágenes en movimiento es la técnica de animación en 3D, una de las técnicas más populares de los últimos 10 años que ha hecho posible el abaratamiento de los costos de grandes y pequeñas producciones gracias a su fácil acceso y la casi ilimitada capacidad

de crear, reproducir y de construir. Ésta técnica en particular requiere de un trabajo especializado que de alguna manera responde a todos los requerimientos de una producción audiovisual regular (fotografía, iluminación, construcción de ambientes artificiales y naturales), pero exige el aprendizaje de programas de computadora especialmente diseñados para este fin.



En este tipo de trabajo los personajes y objetos no se dibujan sino que son “modelados” en un mundo virtual (como si se tratara de arcilla), luego es preciso dotarlos de textura y color, otorgarles articulaciones y huesos para finalmente lograr darles movimiento. En el caso del 3D el movimiento no se elabora cuadro por cuadro sino que se trabaja sobre *cuadros clave*, básicamente el animador selecciona el primer (A) y el último (B) punto de un movimiento y los señala con la finalidad de que el programa de computadora procese el movimiento que debería suceder entre el punto A y el punto B. En esta categoría de animación pueden incluirse trabajos como Los Increíbles, Buscando a Nemo, etc.

### 3.3. Postproducción

Suele pensarse que en esta etapa sólo se realiza la edición pero como se verá son muchas más las actividades necesarias para concretar esta parte de la producción audiovisual. Antes que nada, es preciso entender que el trabajo audiovisual no culmina con la finalización del trabajo, sino que su propósito final es en todo sentido el enfrentamiento con el o los públicos a los que se quiere llegar, esta idea puede ser de mucha mayor importancia cuando el trabajo que se realiza lleva consigo una carga social, es en este punto que el documental se transforma en una herramienta de comunicación y de expresión completa.

#### 3.3.1. Pauteo

Es el estudio de los registros de imagen y sonido en el que se plantea una organización previa a la edición para optimizar la fluidez y ritmo de trabajo del o los editores/as. Para ello se revisan los materiales, se selec-

**CUADRO Nº 6: CASSET 006: POTOSÍ 6 / Duración: 45 min.**

TIEMPO	DETALLE / TEMA	OBSERVACIÓN
00 – 11.00	Dentro museo- entrevista guía Miguel	
	BOCAMINA DEL COOPERATIVISTA EN EL CERRO	
36.13 –	VISTA GRAL POTOSI- CON PANEÓ	
36.31 –	ENTRADA BOCAMINA COOP-	BUENA
36.44 –	Detalle rocas	SOBREEXPUSTA
37.09 –	Vista gral Potosi- idem	Caminando
37.20 –	Vista de los cerros- gral	
37.31 –	Paneo en otro sentido – vista gral	Bonito – colores
37.38 – 37.55	Paneo gral desde mas lejos	
37.56 – 38.38	Detalles explotación cerro y alguien subiendo en el cerro	Bueno- usar fija
38.39 – 38.46	Otra vista gral – buena	Muy bonito
38.48 –	Camino en cerro	
39.04 –	Vista general	
39.24 –	Casucha en el cerro	Caminando
39.50 –	Otras vistas cerro	
39.55 –	Camino en cerro	Puede servir
40.00 –	Mujer minera con su hijo delante de su bocamina Pequeña bocamina.. con riel- cerca casita mujer minera- paneo	BUENA
41.20 –	Niños sentados en cerro- de lejos y paneo a los cerros	Ok
41.35 –	Idem- mas cerca- varias tomas	
41.50 – 42.55	CASA BOCAMINA	
42.55 –	vista gral cerro mas abajo..	BUENA
43.10 –	Niños corriendo a casita – de espalda	
43.25 –	^vista gral desde cerro- zoom atrás	
43.45 –	Niño jugando con perro-	
43.58 –	45.01_ niño con llanta	
	Vista cerro- coche bajando del cerro y paneo del cerro rico.	
45.13 –	Vista general y paneo desde cerro rico- varios	Bueno

cionan las partes útiles y se los identifica por su compatibilidad con los sub-temas del trabajo realizado y su conexión con los otros sub-temas involucrados en el trabajo.

Como se ve en el cuadro se pueden marcar las tomas que se consideran útiles para su posterior digitalización o captura. Este cuadro puede incluir una referencia de tiempo para identificar la ubicación de las imágenes, detalle de lo que se tiene registrado y un sector de observaciones para incluir apuntes de la revisión o su utilidad.

### 3.3.2. Edición

Este es el procedimiento mediante el cual son re-seleccionados y organizados todos los insumos visuales y sonoros, de este procedimiento tecnológico resulta tanto la sucesión de los conceptos como la definición integrada del mensaje audiovisual final. En esta etapa se toman las últimas decisiones sobre la estética y el discurso, encarando ya el mensaje audiovisual de manera que forma y contenido sean complementarios y no dos caras diferentes de una moneda.

Como proceso técnico o práctico, la edición requiere de la utilización de equipos tecnológicos, en la actualidad la tecnología informática nos permite realizar este trabajo mediante el uso de una computadora, una herramienta de relativa accesibilidad que armada

de las herramientas correctas nos permite controlar de cada una de las partes del trabajo (audio y video).

Por lo general la edición de un documental (del tipo reportaje) comienza con la narración (voz over) del texto que nos sirve para constituir la estructura sobre la que organizaremos los capítulos de nuestro trabajo. Cuando se tiene la narración completa comienza el montaje de imágenes sobre el audio de la narración y se intercalan las entrevistas según sea necesario. En esta etapa se deben tener en cuenta las sugerencias de trabajar la dinámica de la narrativa incorporando música, efectos de sonido, silencios y pausas.

#### SESIÓN DE EDICIÓN



## PRUEBA DE RECEPCIÓN



## MATERIALES DE PROMOCIÓN



Para profundizar el conocimiento de este proceso sugerimos revisar el DVD adjunto a este manual.

### 3.3.3. Prueba de recepción

Este momento es el más delicado, nos da una información preliminar de la respuesta que tendremos ante la exhibición de nuestro trabajo. Las productoras profesionales utilizan esta actividad y la información que de ella sale para certificar y/o garantizar la efectividad de su producto. En cierta manera nos dice si estamos cumpliendo con los objetivos trazados. Muchas veces en este momento se advierten fallas que podrán ser corregidas antes de considerar la distribución y difusión del producto final.

La técnica más efectiva y económica de realizar una prueba de recepción es trabajar con un grupo de discusión conformado por una muestra de la población a la que dirigimos el mensaje. Se puede trabajar en una sesión en la que al comienzo se recoge información de diagnóstico que permite establecer un punto de referencia para posterior evaluación. Luego se muestra el material y se recopilan todas las opiniones del público con la finalidad de hacer correcciones donde se vea necesario además de recopilar preocupaciones nuevas a respecto del tema que talvez hayan escapado al abordaje inicial y que podrían incluirse para reforzar el proyecto audiovisual.

### 3.3.4. Diseño de promoción

Una vez validado el producto se deben elaborar materiales para la promoción de la producción como: artes gráficos, afiches, tapas para DVD, y otros materiales audiovisuales como trailers.

### 3.3.5. Distribución, difusión y monitoreo

Con el material producido se ejecutan las actividades definidas en la estrategia y necesariamente se hace un seguimiento. Por otro lado,

cuando el proyecto concluye es necesario considerar hacer un archivo de todos los materiales producidos para su intercambio.

#### EXHIBICIÓN ALTERNATIVA EN PLAZA PÚBLICA



### 3.3.6. Evaluación de resultados esperados

En este momento sabremos si hemos logrado los resultados esperados. A través del uso de instrumentos de verificación evaluamos

el impacto o incidencia de la producción en la población determinada. Para ello podemos emplear sondeos de opinión, encuestas, grupos de discusión y entrevistas con la población meta del proyecto audiovisual •

#### EVALUACIÓN DE RESULTADOS ESPERADOS



# Trabajando la producción colectiva





## Trabajando la producción colectiva



**H**asta hace poco se consideraba que el acceso a medios de producción de mensajes audiovisual era un privilegio reservado a quienes tenían la oportunidad de estar estrechamente relacionados con productoras audiovisuales o medios de comunicación, sin embargo, la “era digital” ha traído consigo adelantos tecnológicos y abaratamiento de costos de equipos de producción, por ello ahora pensar en producir un mensaje audiovisual es alentadoramente accesible, de tal forma que con la herramienta en la mano nos disponemos a trabajar en la capacitación para la producción colectiva de mensajes audiovisuales.

Para trabajar la producción colectiva debemos entender que el producto audiovisual no es atribuible a una sola persona, como generalmente nos lo presenta la industria al reducir un producto colectivo a una mar-

ca de mercado con frases como “una película de...”. Ese es un mal del capitalismo que desconoce el aporte de técnicos y otra gente involucrada en la creación de mensajes audiovisuales y que provoca que mucha gente no se considere capaz de ejercer su derecho a la comunicación porque esta estaría reservada para gente erudita. La producción audiovisual colectiva es resultado de interacciones humanas en torno a temas de interés que pueden sistematizarse en producto con soporte en Yuyariqhaway, un recurso multimediático para ver, escuchar y recordar las cosas que pensamos, necesitamos, exigimos, soñamos, etc. La producción audiovisual colectiva es la única forma de comunicación audiovisual posible, la producción audiovisual individual es sólo información que si bien puede despertar interés colectivo y es innegable su don artístico, no recupera el pensamiento de la comunidad ni sus intereses comunicacionales.

Así como las organizaciones de la sociedad civil se ponen de acuerdo para usar el texto escrito como herramienta de información para hacer proclamas, pronunciamientos y otros documentos de su interés, también es posible tomar la herramienta audiovisual como medio de expresión política y artística. La producción colectiva, como una manifestación de la sociedad civil necesariamente debe incluir la participación equitativa de hombres y mujeres en el proceso de creación del mensaje pues la colectividad incluye intereses de género muchas veces inadvertidos por la cultura machista, la producción colectiva recompone el desequilibrio histórico en la toma de decisiones al interior de organizaciones e institu-



ciones de la sociedad civil, la producción audiovisual colectiva no es ni masculina, ni femenina, es fundamentalmente humana.

Se requiere conocer la herramienta audiovisual y emplearla con fines de fortalecimiento de la sociedad civil, junto a nuestras organizaciones, a través del ejercicio del derecho a la comunicación.

A continuación se explica el procedimiento de realización del proceso de formación desarrollado por CEDIB para su ejecución en 10 talleres. Se debe considerar que los textos, diapositivas y material audiovisual empleados en estos procesos de capacitación se encuentran en el disco adjunto a este libro.

#### 4.1. Introducción y Comunicación Audiovisual

**Objetivos:** Presentar el programa de formación.  
Familiarizar a participantes con equipos de registro audiovisual.  
Brindar herramientas conceptuales sobre comunicación audiovisual.

**Recursos:** Cámara filmadora, micrófonos, trípode, computadora, proyector y equipo de sonido.

**Presentación de programa de capacitación.-** El personal facilitador de la capacitación realiza una explicación de los alcances del programa de capacitación audiovisual, que son los 10 talleres.

**Tiempo:** 15 minutos

## PRESENTACIÓN



**Presentación de participantes.-** Para brindar una experiencia inmediata de contacto con los recursos audiovisuales, la presentación de cada participante se realiza recurriendo a entrevistas que son registradas con cámara.

Las preguntas para la entrevista pueden ser:

- *¿Cuál es su nombre y a qué institución representa?*
- *¿Cuál es su experiencia en la elaboración de mensajes?*
- *¿Cuál es la expectativa que tiene respecto a esta experiencia?*

Un participante toma la cámara, otro sostiene el micrófono y un tercero hace de entrevistado y se presenta compartiendo la siguiente infor-

mación: nombre, comunidad de origen, organización a la que pertenece y expectativas frente al proceso de capacitación. Los/as participantes se turnan los puestos de cámara, micrófono, entrevistado/a y luego se comparte la grabación en plenaria. Para el éxito de esta primera sesión el equipo facilitador explica el funcionamiento básico de la cámara, el uso de micrófono y trípode.

**Tiempo:** 75 minutos

**Taller Comunicación audiovisual.-** Se abordan los temas: percepción de la realidad, comunicación participativa, comunicación audiovisual y derecho a la comunicación.

**Tiempo:** 90 minutos

## 4.2. La herramienta audiovisual (Imagen y sonido en armonía)

**Objetivo:** Conocer los alcances comunicacionales de la imagen y el sonido, y sus posibilidades de construcción.

**Recursos:** Computadora, proyector y equipo de sonido.

**Mecanismos de expresión audiovisual.-** Se explican los alcances comunicacionales de las imágenes y los sonidos para la construcción de mensajes audiovisuales. La sesión incluye demostraciones visuales y sonoras que se desarrollan en una clase dialogada. Se usan diapositivas adjuntas en disco.

Los temas que se tratan son los siguientes:

**Tratamiento de la imagen:** escala de planos, ángulación, movimientos de cámara, simbología.

**Tiempo:** 45 minutos

**Tratamiento de sonido:** cualidades físicas con alcance comunicacional, palabra, música, efectos de sonido y silencios.

**Tiempo:** 45 minutos

**Técnicas de reproducción de la realidad.-** La producción audiovisual tiene la posibilidad de reconstruir la realidad empleando técnicas de ficción o técnicas de documentación. Por lo general la ficción reconstruye realidades imaginarias y la documentación reconstruye realidades concretas no imaginadas. La sesión se desarrolla con la exposición de varios trabajos de referencia seleccionados según el tema que se quiera trabajar y sesión dialogada en la que las personas participantes intercambian opiniones según la experiencia de vida que tienen.

**Tiempo:** 45 minutos

**Géneros audiovisuales.-** Se pone énfasis en la exposición de las diversas formas para la producción de documentales y las posibilidades narrativas para su realización. La sesión se desarrolla analizando diversos ejemplos de trabajos de producción colectiva. Los temas abordados mediante los ejemplos pueden estar relacionados con la temática que quiera trabajar el equipo. También se sugiere introducir trabajos desde la perspectiva de género.

**Tiempo:** 45 minutos

### 4.3. Definición de la temática documental

**Objetivo:** Definir el mensaje que se quiere comunicar.

**Recursos:** Tarjetas, papelógrafos, computadora y proyector.

**Definición de la temática.-** En respuesta a las necesidades comunicacionales de las organizaciones participantes en el proceso de capacitación se identifican los temas a abordar, luego se profundiza el manejo de la información y se discute respecto al enfoque temático, desarrollando una postura colectiva.

La sesión puede incluir una exposición de contexto inicial sobre los temas a tratar y luego una sesión de debate sobre la postura organizacional al respecto. Para el desarrollo de esta sesión es conveniente invitar a una persona que tenga conocimiento sobre la temática para que haga el trabajo de moderar las discusiones y ayude a construir un discurso compilando los aportes y acuerdos de todos y todas las personas participantes.

El resultado final de la sesión será la identificación del tema y los subtemas a tratarse en el producto final y la identificación en síntesis de los que se quiere decir en cada una de las partes.

Por ejemplo, si hablamos de Violencia Familiar, los subtemas pueden ser: violencia física, violencia psicológica, violencia económica y violencia sexual. En cada uno de los subtemas pueden existir variables, por ejemplo en el caso de violencia sexual pueden ser: abuso deshonesto, violación, sanciones que prevé la ley, atención a víctimas de violencia, etc.

**Tiempo:** 180 minutos

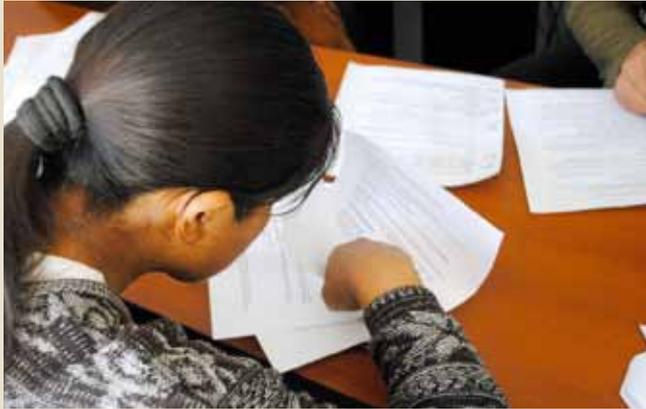
#### 4.4. Definición de la estructura del mensaje a producir (guionización)

**Objetivos:** Definir la estructura del mensaje a producir.  
Elaborar guía de preguntas.  
Identificar a fuentes informativas.

**Recursos:** Tarjetas, papelógrafos, computadora y proyector.

**Construcción de la estructura temática.-** Una vez identificados los subtemas y las variables que se incluirán en el mensaje audiovisual. Se ordena la sucesión de cada una de las partes de acuerdo a criterios de impacto, lógica, cronología u otro que defina la mejor forma de exponer los temas de interés de la organización.

#### ELABORACIÓN DE PREGUNTAS



**Tiempo:** 90 minutos

**Elaboración de guía de preguntas.-** Según los subtemas a tratar y la necesidad comunicacional de la organización se formula una guía de preguntas para cada sección del trabajo a realizar, son preguntas de investigación. Se debe tener cuidado al elaborar las entrevistas, es preciso evitar aquellas preguntas que induzcan a una respuesta, es decir que estén dirigidas a obtener una respuesta determinada, de la misma forma se deben formular preguntas abiertas que eviten respuestas cortas o respuestas de “sí” o “no”. Este trabajo de selección de preguntas se hace con objeto de recolectar tanta información como sea posible del entrevistado/a en favor de la calidad del tema que se está trabajando. A la vez es necesario que cada entrevista busque respuestas precisas y concisas para facilitar el proceso de edición.

**Tiempo:** 90 minutos

**Identificación de fuentes.-** Dependiendo desde dónde se quiere abordar el tema se identifican las fuentes informativas que serán entrevistadas, pudiendo ser éstas: vecinos/as, autoridades, profesionales, funcionario/as públicos, participantes de talleres, etc.

La única condición en la selección es que se considere una fuente que satisfaga las necesidades informativas u opinativas que el equipo busca. En el caso en que el equipo productor quiera ser fuente primaria de su mensaje se considera que cada participante puede hacer un trabajo de vocería, representar la opinión acordada por el equipo en la sesión de definición del tema.

**Tiempo:** 30 minutos

**Redacción de pre-guión.-** Con la estructura definida, las fuentes identificadas y las preguntas elaboradas es posible construir un pre-guión que nos dará una referencia aproximada de cómo podría quedar estructurado el mensaje audiovisual. Desde ya no se conocen las respuestas pero el pre-guión puede considerar el tipo de información que se persigue.

**Tiempo:** 60 minutos

#### 4.5. Planificación de registro y primer taller de edición

**Objetivos:** Organizar las sesiones de registro audiovisual.  
Introducir a participantes con el proceso de edición.

**Recursos:** Tarjetas, papelógrafos, computadora y proyector.

**Identificación de requerimientos de personal y equipamiento.-** Tomando en cuenta las características de las fuentes, los lugares de dónde proviene y los eventos que nos sirven como apoyo o recursos, se identifica el personal necesario para la realización y el equipo requerido. En el capítulo de producción del presente libro se incluyen ejemplos que se pueden tomar como referencia. El resultado final es un lista con las personas y equipos que son necesarios para la producción

**Tiempo:** 30 minutos

**Agendamiento de entrevistas.-** Se toma contacto con las fuentes informativas y se definen fechas para la realización de entrevistas, se conviene fecha, hora y lugar. Es importante proporcionar la guía de preguntas a las fuentes para que preparen información requerida. Por ello

también es importante generar condiciones de confianza en la realización de la entrevista.

**Tiempo:** Durante toda la sesión

**Elaboración de plan de registro.-** Después de acordar la realización de entrevistas y de identificar los recursos a grabar como apoyo o para describir sucesos se elabora un cronograma para el registro tomando en cuenta disponibilidad de gente y equipos.

**Tiempo:** 30 minutos

**Primer Taller de edición.-** Se presenta la herramienta de edición a utilizarse en el proceso de producción pudiendo ser programas de Sony o Adobe como Vegas Pro o Premier CS4. Lo importante en esta sesión es describir la lógica de trabajo en la máquina. Se introducen nociones de montaje y se explica el proceso de trabajo de los programas (capturar, organizar archivos e importar a línea de tiempo). Es importante realizar ejercicios básicos con cada participante.

**Tiempo:** 120 minutos

#### 4.6. Taller de registro y entrevistas

**Objetivo:** Conocer diversas técnicas de registro de entrevistas e imágenes de apoyo o recursos que serán parte del mensaje audiovisual.

**Recursos:** Cámaras, trípodes, audífonos, micrófonos, computadora y proyector.

**Técnicas de registro de audio y video.-** El equipo facilitador explica técnicas para el manejo de equipos para registro audiovisual. Es un taller de aplicación práctica de los conocimientos adquiridos en el taller de “La Herramienta Audiovisual”, con el cuidado de garantizar una manipulación aceptable de equipos por parte de quienes participan del proceso de capacitación.

**Tiempo:** 90 minutos

**Tratamiento de la entrevista.-** Se proporcionan sugerencias para la realización de entrevistas considerando criterios estéticos y discursivos. Se realizan ejercicios de registro de entrevistas utilizando cámaras y micrófonos. La sesión incluye visionado de materiales producidos que tienen entrevistas.

**Tiempo:** 90 minutos

#### 4.7. Sesión de registro y entrevistas

**Objetivo:** Registrar entrevistas e imágenes de apoyo para la elaboración del mensaje audiovisual

**Recursos:** Cámaras, trípodes, audífonos, micrófonos

Este taller está destinado a realizar el registro de las entrevistas y las tomas de apoyo. Es necesario el despliegue de equipo humano y técnico. Sin duda es una de las experiencias más interesantes en la realización del

#### ENTREVISTAS



mensaje audiovisual. Se debe tener cuidado de grabar pensando en el proceso de edición, evitando tomas que corten muy justo las entrevistas o los apoyos y permitiendo dejar espacios para las transiciones al iniciar cada toma y al finalizar. Se debe considerar que en algunos casos será necesario extender el tiempo de grabación de acuerdo a la disponibilidad de las fuentes.

**Tiempo:** 90 minutos

## 4.8. Segundo taller de edición y primera jornada de edición

**Objetivos:** Profundizar el conocimiento técnico de la herramienta de edición.

Seleccionar tomas útiles para la producción del audiovisual.

**Recursos:** Computadoras, cámaras, equipo de sonido y proyector.

**Taller de edición.-** Este taller avanza formas de paso de la imagen (transiciones), introducción de voces y música, introducción de textos, proceso de exportación de archivos. Se realizan prácticas individuales, para lo que se deben instalar varios ordenadores que permitan agilizar las prácticas.

**Tiempo:** 90 minutos

**Pauteo.-** Se revisan los registros y se seleccionan las tomas que serán útiles para la edición. En esta etapa se puede revisar el pre-guion y consolidar una estructura en base a los materiales obtenidos.

**Tiempo:** 60 minutos

## 4.9. Jornada de edición (primer corte)

**Objetivos:** Realizar la edición del trabajo audiovisual.

**Recursos:** Computadoras, cámaras, equipo de sonido y proyector.

## EDICIÓN



**Digitalización, copia o captura.-** Se procede a bajar la información de las cámaras a la computadora en la que se realizará la edición del mensaje audiovisual. Las cámaras digitales con disco duro o memoria interna descargan su información por proceso de copia, las cámaras con soporte de cinta deben activar un proceso de captura o digitalización de imágenes y sonidos.

**Tiempo:** 60 minutos

**Edición (primera jornada).-** Esta sesión está destinada al proceso técnico de montaje para definir la sucesión de las imágenes y sonidos que componen el mensaje. Recurriendo al software y a la guía (estructura)

definida en el Taller 4 se procede a componer el mensaje audiovisual organizando y repensando la valía de cada una de las partes visuales y sonoras en función de su combinación con las demás y a favor del tema que se está trabajando.

**Tiempo:** 120 minutos

#### 4.10. Primer corte, Exhibición y Evaluación

**Objetivos:** Culminar el trabajo de edición.  
Exhibir el primer borrador y evaluar.

**Recursos:** Computadoras, cámaras, equipo de sonido y proyector.

**Edición (segunda jornada).**- Se continúa el trabajo iniciado antes y culmina la jornada con un primer corte (primer borrador). Como resultado de esta jornada de edición es un primer borrador del producto audiovisual.

**Tiempo:** 120 minutos

**Exhibición y evaluación.**- El fin último de la producción es la exhibición, la difusión de las ideas vertidas en un recurso audiovisual. El proceso de capacitación culmina con la muestra del primer corte del proceso. En esta sesión se evalúa el cumplimiento de objetivos comunicacionales en sus sentidos de contenido y estéticos sin dejar de lado la evaluación del proceso de producción.

**Tiempo:** 60 minutos

#### 4.11. Perspectiva de género en la producción audiovisual

Se debe considerar que el producción colectiva incluye espacios que pueden aprovecharse para el intercambio de valoraciones originadas en la diversidad cultural de quienes participan en la experiencia. Género se refiere a las diferencias socio-culturales entre mujeres y varones que han sido aprendidas en procesos de socialización familiar, escolar, etc. y que cambian con el tiempo, a la vez presentan significativas variaciones entre diversas culturas.

La producción audiovisual con perspectiva de género se propone analizar la información con la que trabaja preguntándose si ésta afecta de manera diferente a mujeres y varones considerando la construcción social de sus roles. La perspectiva de género se materializa como una mirada transversal que atraviesa todo el proceso de producción: la discusión de los temas, la construcción de historias, los procesos de registro y postproducción, etc.

La perspectiva de género en el trabajo colectivo no se reduce a la participación equitativa de hombres y mujeres en los procesos de producción, va más allá, porque la idea es que se pueda observar los hechos teniendo en cuenta su diversidad.

El abordaje de la temática de género no es atribución exclusiva de las mujeres que es como comúnmente se considera, pues la construcción de relaciones equitativas de género en la sociedad requiere la sensibilización de hombres y mujeres respecto a una lectura que toma en cuenta las diversidades.

Finalizando este capítulo, recordemos que este documento tiene un DVD de apoyo que incluye respuestas a las interrogantes más frecuentes que surgen en el proceso técnico de producción de mensajes audiovisuales.

La ejecución de 10 talleres dentro de un proceso de formación no es suficiente para garantizar la adquisición de destrezas en la elaboración de mensajes audiovisuales, pero sí garantiza conocer la herramienta y abrir un camino de exploración hacia el empoderamiento de la sociedad civil ejerciendo el derecho a la comunicación audiovisual. Como sucede con toda herramienta, el dominio de la misma se adquiere cuanto más uso se

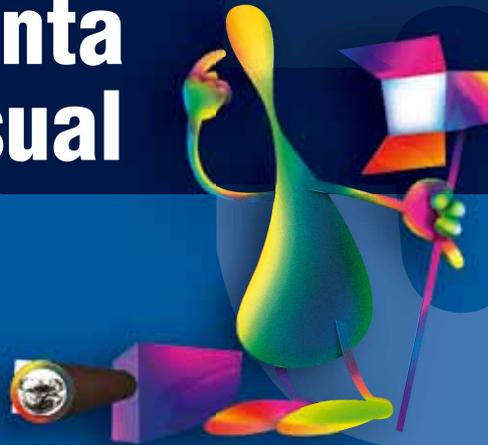
hace de la misma y en lo que le toca al audiovisual, no es posible encontrar recetas para su empleo efectivo, eso depende de muchos factores de orden estético, semántico, discursivo, etc. Si hay un éxito posible no es volcar taquilla en salas de alfombra roja, la mayor gratificación colectiva

### PRODUCCIÓN CON PARTICIPACIÓN EQUITATIVA



que se puede esperar es dejar de ver el audiovisual como ventana para acercarnos al mundo exterior y convertirla en espejo para vernos a nosotros mismo, con nuestros defectos, con nuestras virtudes, con nuestra dignidad humana retratada con imágenes y sonidos en movimiento ●

# Profundizando sobre la herramienta audiovisual





# Profundizando sobre la herramienta audiovisual

# 5

**E**ste apartado está destinado a quienes quieran profundizar el conocimiento técnico para el tratamiento de imágenes y sonidos.

## 5.1. Tipos de cámaras

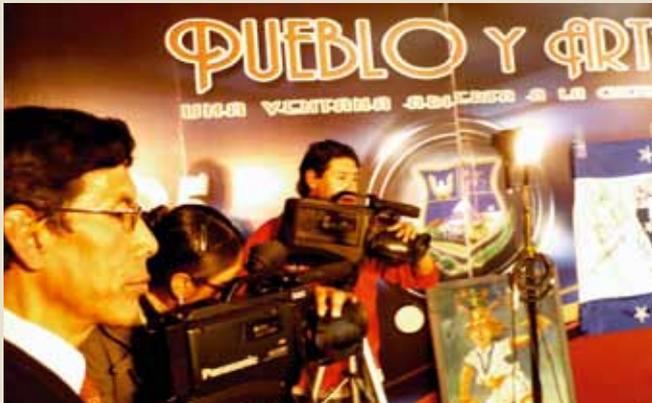
**Domésticas:** Han sido diseñadas para el uso del aficionado o amateur, generalmente incluye una gran cantidad de funciones de control automático de tal forma que quien opere el equipo pueda hacerlo sin mucho conocimiento técnico.

### TIPOS DE CÁMARAS

*Producción con cámara doméstica*



## TIPOS DE CÁMARAS



▲ Cámaras semiprofesionales



▲ Cámara profesional

**Semi-profesionales:** Incluye las funciones automatizadas de una cámara doméstica, sin embargo también permite cierto nivel de control manual para el ajuste de varias funciones.

**Profesionales:** Poseen algunos controles automáticos pero está diseñada para realizar ajustes precisos por lo que es preciso operar la cámara de forma manual, muchas de estas cámaras disponen de facilidades como lentes intercambiables, filtros y otros.

Pese a la variedad existente de cámaras, para la construcción de un mensaje audiovisual es más importante que el tipo de cámara, tener claridad sobre aquello que se quiere comunicar. Si bien la tecnología puede

proveer de una estética rica en características, es necesario generar un equilibrio entre la forma (estética) y el fondo (contenido) de los mensajes audiovisuales.

## 5.2. Formatos y ajustes para el registro

**Analógico:** Registra imágenes y sonidos en cinta magnética. Por ejemplo: VHS, C-VHS, Hi8, U-matic.

**Digital:** Registra imágenes y sonidos en cinta magnética o disco duro, ambos con la capacidad de ser decodificados por medio de equipos digitales. Por ejemplo: Hi8 digital, MiniDV, DVC, HDV, Disco Duro, tarjeta SD.

**Velocidad de Obturación:** Haciendo una emulación del tiempo de exposición de las tomas fotográficas es posible lograr imágenes con mayor detalle para la descripción de imágenes en movimiento. Por ejemplo la molesta intermitencia de la luz fluorescente o las pantallas de computa-

doras o televisores puede eliminarse ajustando el Shutter (disparador) en 1/100. La velocidad rápida de exposición logra “congelar” elementos en movimiento y la velocidad lenta logra imágenes barridas.

## FORMATOS Y AJUSTES PARA EL REGISTRO

▼ *Velocidad de obturacion: LENTA*



▼ *Velocidad de obturacion: RÁPIDA*



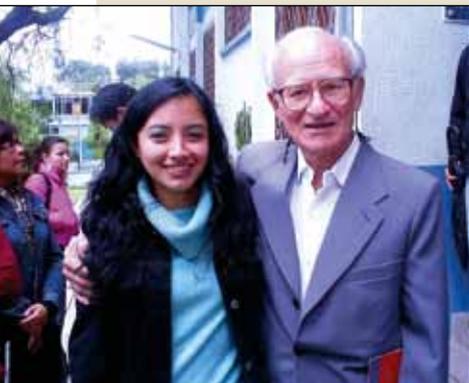
**Balance de Blanco:** Señalado en las cámaras como White Balance o W.B. sirve para ajustar la decodificación de color según un parámetro de referencia que es el color blanco. La cámara toma información de un objeto en blanco y según su temperatura se calibra para descomponer los demás colores, por eso antes de grabar se utiliza una lámina de color blanco que la cámara toma como referencia en base a las características

de iluminación del lugar donde se realiza el registro. Las cámaras suelen tener alternativas de balance predeterminadas. Por ejemplo para lograr una temperatura de color cálida, con predominio de colores rojos y amarillos, o una temperatura de color fría con predominio de colores azules y verdes. La decisión del balance corresponde a una decisión estética que toma el equipo realizador del mensaje audiovisual.

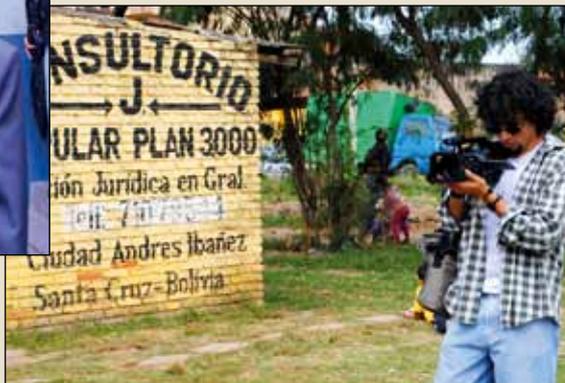
## FORMATOS Y AJUSTES PARA EL REGISTRO

### BALANCE DE BLANCO:

#### ▼ Balance frío



#### ▼ Balance en blanco



#### ▼ Balance cálido



**Corrección de Color:** Algunas cámaras y casi todos los programas para la edición digital incluyen herramientas para modificar la temperatura del color. Con esta herramienta es posible re-balancear la imagen para distribuir correctamente el color y darle una apariencia natural o darle nuevos tipos de balance si la intención fuera resaltar un color en particular.

**Saturación de Color:** Algunas cámaras y todos los programas de edición tienen la posibilidad de modificar la saturación de color. Eso permite tener imágenes de un color intenso o incluso blanco y negro, según se manipule la saturación.

## FORMATOS Y AJUSTES PARA EL REGISTRO

### SATURACIÓN DE COLOR:

▼ *Escala de grises*



▼ *Saturación media*



▼ *Alta saturación*



**Contraste y Brillo:** La administración de luz en la imagen puede realizarse durante el registro pero también es posible corregirla en varios de los programas de edición actuales.

Muchos de los ajustes e incluso movimientos internos (salvo el zoom) se pueden realizar de forma automática. Prácticamente todos los equipos modernos poseen esta posibilidad de trabajo que generalmente se identifica con una letra A o la señal AUTO.

## FORMATOS Y AJUSTES PARA EL REGISTRO

### CONTRASTE Y BRILLO:

#### ▼ Bajo contraste



#### ▼ Contraste medio



#### ▼ Alto contraste



### 5.3. Grabar, magnetizar, digitalizar o registrar

El verbo grabar se emplea en las tareas de registro magnetofónico pues literalmente se grababa sobre vinilo la información que luego con ayuda de un agujero se podía reproducir sonido.

Con la aparición de las cintas magnéticas el registro de sonido se realizó por medio de una impresión magnética activada por un cabezal y sistema electrónico especialmente diseñado para tal fin. Con la llegada de la tecnología digital la información sonora se registraba codificando la señal analógica de micrófonos o cámaras en un código numérico que puede ser decodificado con ayuda de otros medios digitales, por tanto se dijo digitalizar para referirnos al registro de la realidad con cámaras o micrófonos.

Considerando que la innovación tecnológica no se detiene y que sin lugar a dudas el futuro nos depara nuevas formas de luchar contra la fragilidad de documentación de la realidad, nos referiremos a esta acción con el verbo “Registrar” y se aplicará para imagen y sonido.

Para activar el registro de una cámara se presiona el botón rojo que dice REC, en el visor aparece una luz roja. Para detener el registro se presiona el mismo botón y en el visor aparece una señal de “pausa”, generalmente son dos barras verticales de color verde.

La acción de iniciar y luego detener el registro se conoce en el nombre toma. Es recomendable hacer la toma 5 o 10 segundos antes de lo que se quiere registrar y dejar correr el registro 5 o 10 segundos después para fines de edición y porque ello asegura que no se realicen cortes no deseados durante el registro.

### 5.4. Iluminación

Comenzaremos diferenciando dos términos: alumbrar e iluminar. El primero hace referencia a un ejercicio básico de proporcionar luz a un lugar sin la necesidad de un criterio de composición que incida conscientemente en la construcción de un mensaje visual. El segundo es el uso que se le da a la luz con el propósito de generar artificialmente una composición de imagen que decide sobre los aspectos visuales a ser destacados. Este uso también permite modificar la estética de lo que se registra logrando incluso niveles de plasticidad artística.

Las cámaras para registro de imágenes necesitan luz para poder activar sus sensores de registro. Por lo que para fines formales solo los objetos iluminados (o alumbrados) pueden registrarse. Tanto la cinematografía como la fotografía han experimentado alternativas de iluminación que más allá de permitir el registro documental de las imágenes son capaces de sugerir interpretaciones visuales distintas del mismo objeto dependiendo de la forma en que se ilumine. Veremos algunas aplicaciones de la iluminación y su impacto en el receptor de las imágenes logradas.

#### 5.4.1. El viaje de la luz y su intensidad

La luz viaja de forma recta, se refleja y refracta, por ello es posible controlar su dirección con ayuda de reflectores que incorporen un sistema de “pestañas” o “cañones” que permitan decidir sobre la direccionalidad y el área de incidencia de la luz.

La luz se manifiesta en la naturaleza con diversas intensidades. La cantidad de luz en un campo abierto por incidencia directa del Sol no es

## ILUMINACIÓN



Uso del  
fotómetro para  
medir la luz

Luz "dura"



la misma que la luz directa del Sol mediada por una sombra. La luz de una vela no tiene la misma intensidad que la luz de un poste de alumbrado público o los faros de un automóvil.

Para medir la cantidad de luz en cualquier locación (lugar), podemos emplear un instrumento de la fotografía que se conoce como Fotómetro. Este instrumento permite calcular la apertura del diafragma de la cámara fotográfica relacionando la intensidad lumínica con el tiempo de exposición de una toma que se mide en segundos. Por ejemplo, para lograr una fotografía en un día nublado los valores de tiempo de exposición y apertura de diafragma serán distintos que para la realización de una toma en un día soleado. A ello además se incorpora un criterio que tiene que ver con la sensibilidad de la película (ASA 100, 200, 400).

Una cámara fotográfica doméstica con funciones automáticas, por lo general emplean película de ASA 200, tiene la distancia focal calibrada para registro de objetos hasta el Infinito, una velocidad de obturación promedio de 1/250 y una apertura de diafragma 5,6. Incluso las cámaras de uso doméstica incluyen una fotocélula que calcula la cantidad de luz y si es deficiente activa automáticamente un "flash". Las fotos siempre "salen" aunque no siempre como quisiéramos.

Las cámaras de Video poseen sensores que permiten procesar la información de distancia focal, intensidad de luz y con estos valores hacen un cálculo automático que permite lograr registros generalmente efectivos.

Los realizadores aficionados suelen activar el ajuste manual de ingreso de luz de las cámaras para decidir, guiados por la referencia del vi-

## ILUMINACIÓN



◀ *Toma sobre expuesta*

▼ *Toma sub expuesta*



sor, que actualmente tiene un nivel de precisión aceptable, por ello muchas veces se deciden valores estéticos guiados por el sentido común y una sensibilidad artística natural en el ser humano. Esta modalidad de trabajo es muy efectiva si el objetivo de registro es la documentación, como en el caso del periodismo.

Pero si se tiene la oportunidad de reflexionar comunicacionalmente sobre la imagen y la iluminación con la intención de generar un mensaje predeterminado conviene tomar apunte de criterios y formas básicas de iluminación.

La administración de luz en una cámara es ambigua, es imposible calificar una toma como buena o mala, como apropiada o inapropiada, porque ese campo de análisis estético puede caer en convencionalismos casi fundamentalistas de las diversas corrientes estéticas. Lo que por lo menos podemos acordar es que una imagen con demasiada luz se considera sobre-expuesta y una toma con poca luz se denomina sub-expuesta. La utilidad de este tipo de registros está en relación a la intención comunicacional que persigue el equipo realizador.

La calidad de la luz se puede introducir en una escala que transita entre la luz “dura” y la luz “suave”. Siendo que la luz dura es producida por una fuente que emite rayos relativamente paralelos. Esto da a la luz una apariencia dura, vigorosa y definida. Por ejemplo, una bombilla eléctrica o la luz del sol en un día despejado. Este tipo de luz produce sombras definidas. Al utilizar una luz dura sobre el rostro de una persona, las imperfecciones de la piel se ponen en relieve. Es más adecuada para registrar texturas o relieves.

La luz suave es también conocida como luz difusa y produce el efecto contrario a la luz dura. Disimula las irregularidades de la superficie. Se logra utilizando un difusor delante de una fuente de luz dura. Por ejemplo, delante de una luz halógena podemos poner una tela muy delgada o un papel semi-transparente. Este procedimiento reduce la intensidad de la luz.

Al manejar las luces es bueno considerar la naturalidad de las sombras, por lo que no es bueno eliminarlas por la iluminación. Se deben mantener bajo control porque ayudan a dimensionar los objetos. El registro de imágenes es el arte de administrar luces y sombras.

### 5.4.2. Disposición de luces para el registro

Se pueden utilizar hasta cuatro puntos de luz para lograr obtener buenos resultados con cualquier objeto tridimensional. Las luces a utilizar son: luz principal, luz de relleno, contraluz y luz de fondo.

#### Luz principal

Esta luz define y afecta en mayor medida la apariencia del sujeto. En estudio, se utiliza generalmente un Fresnel.

En la fórmula de las tres luces, debe situarse la luz principal en un ángulo de  $45^\circ$  en relación al eje que forman la cámara y el sujeto, ubicando el Fresnel a la derecha o la izquierda de la cámara. Esta posición produce una mejor descripción del volumen del objeto y resalta las texturas. Para decidir si la luz se colocará a la derecha o a la izquierda se debe consi-

derar lo siguiente: favorecer al sujeto, relacionar la consistencia con la iluminación de otros objetos de la locación y aspectos de orden práctico, por ejemplo los impedimentos físicos para poner la luz en una determinada posición. El ángulo vertical para la ubicación de la luz principal, generalmente es de  $45^\circ$  en relación al sujeto que se está registrando. Esta forma de “elevar la luz” hace que las sombras caigan en el suelo, y no distraigan sobre el fondo.

#### El sol como luz principal

En una sesión de registro en exteriores de día, lo usual es que la luz del Sol trabaje como luz principal. Sin embargo, la luz directa del sol en un día despejado produce sombras muy duras. Si se registra a medio día se produce un efecto de luz cenital, con sombras muy oscuras en los ojos, debajo la nariz y en el mentón. Por lo general esta forma de trabajo no favorece al sujeto.

Para evitar estos efectos es preferible realizar los registros entre las 9 y 11 de la mañana y entre las 15 y 18 de la tarde, cuando el Sol se encuentra en una elevación entre los  $30^\circ$  y  $45^\circ$ . Se consiguen mejores resultados si además del Sol como luz directa recurrimos a una luz de relleno para suavizar las sombras. Otra forma de reducir las sombras duras es el empleo de un rebotador de luz.

En días nublados, el sol produce una luz difusa suave. Sin embargo causa problemas con los equipos que funcionan en modo automático para la regulación de Iris. Para evitar la sub-exposición en el sujeto es recomendable activar la función “backlight”.

## LUCES Y REGISTRO



*Luz principal  
con reflector o  
Fresnel*



*La luz solar*



### Luz de relleno

Este tipo de luz se emplea para suavizar las sombras duras que genera la luz principal sin la necesidad de eliminarlas. La luz de relleno requiere una fuente de luz difusa. Se ubica formando  $90^\circ$  en relación al eje que forma la luz principal con el sujeto. Es decir formando un ángulo de  $45^\circ$  con el eje de la cámara.

También se la puede ubicar a la misma altura que la cámara para que esté levemente más baja que la luz principal, logrando rellenar las sombras creadas por la luz principal. El buen uso de la luz de relleno permite una mejor percepción de tridimensionalidad de los sujetos y objetos registrados.

La fuente habitual de luz de relleno son cuarzos portátiles con difusores, porque suavizan y reducen la intensidad. Un error común es utilizar dos luces con la misma intensidad y por consecuencia se generan varias sombras duras sobre el mismo objeto, por ejemplo, dos sombras de nariz. Cuando no se cuenta con una fuente de luz de relleno, se puede utilizar parte de la luz principal reflejándola sobre el sujeto, siempre y cuando el haz de la fuente de luz principal sea amplio.

### Contraluz

La función de la contraluz es separar el objeto registrado del fondo creando un borde de luz alrededor. Esta luz termina de trabajar sobre la tridimensionalidad de la imagen que se compone.

La contraluz se coloca detrás del sujeto. La elevación de esta luz está condicionada a su intromisión en el cuadro que toma la cámara. Si está demasiado baja puede deslumbrar a la cámara o producir un efecto

## LUCES Y REGISTRO

*Luz de relleno.  
Luz solar con rebotador*



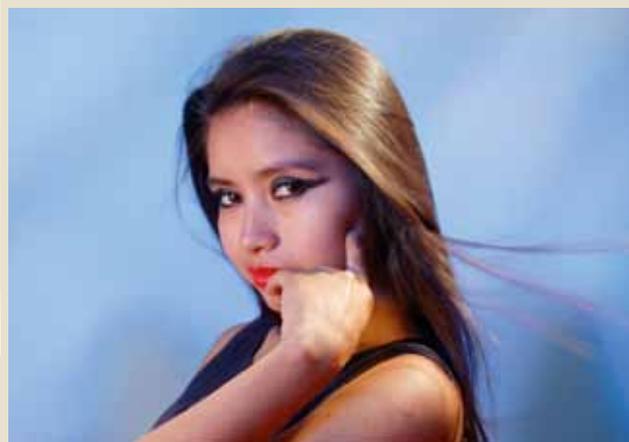
*Contraluz con reflector*



*Contraluz con luz solar*



*Luz de fondo*



“Flear”. Si está demasiado alta iluminará la parte superior de la cabeza del sujeto creando un efecto desagradable.

La fuente luminosa para la contraluz suele ser más pequeña y menos potente que para la principal debido a que se ubica más cerca del sujeto y porque se debe tener mayor precisión en incidir en el área a iluminar. Cuando se usa sólo la contraluz, se crea un efecto de silueta.

### Luz de fondo

Esta luz se dirige hacia los fondos añadiendo profundidad a la imagen. Para lograr esta luz se puede utilizar cualquier tipo de luz cuidando que proporcione una iluminación uniforme y que no afecte al sujeto principal. Si el fondo está cargado de texturas esta luz se ubica en el mismo lado que la luz principal para mantener la descripción de texturas con la dirección de las sombras.

## 5.5. Tipos de micrófonos

Saber como trabaja un micrófono a simple vista es un poco difícil, es necesario conocer algunas bases técnicas para seleccionar el micrófono más apropiado para el trabajo que se quiera realizar. Los micrófonos se pueden clasificar por varios criterios, veremos los más importantes.

### 5.5.1. Clasificación de micrófonos por su tecnología

Son varias las soluciones tecnológicas que se han desarrollado para convertir la energía acústica a energía eléctrica, algunas incluso han quedado obsoletas frente las innovaciones.

**Micrófonos de cinta:** De diafragma de metal, incluye un imán permanente con las piezas polares encima y un transformador. El voltaje de salida se genera cuando el diafragma vibra en el campo magnético. Por la tecnología que emplea tiene respuesta bidireccional.

**Micrófonos de bobina móvil:** Con bobina fijada al diafragma e imán permanente. En este micrófono el movimiento de la bobina sobre el polo central produce el voltaje de salida. Es el micrófono más común.

**Micrófonos de condensador:** Su diafragma consiste en una membrana ligera y flexible. Incluye una placa trasera rígida y cable conectado a un amplificador y alimentador de energía. Trabaja con la presión de aire que hace variar la capacidad entre el diafragma y la placa trasera. Esta variación se convierte en un voltaje de salida en el amplificador. Son micrófonos de muy buena calidad, resaltan el brillo y potencia del sonido.

**Micrófonos electrets:** Son los micrófonos corbateros, los que se incorporan a grabadoras portátiles o los que se usan habitualmente en computadoras. Son una versión del micrófono de condensador. Existen de variada calidad, entre muy buenos y malísimos.

Por su tecnología los micrófonos se dividen entre los que necesitan una fuente auxiliar de energía eléctrica (micrófonos de condensador) y los que generan una respuesta por sí mismos (micrófonos de bobina móvil).

### 5.5.2. Clasificación de micrófonos por su diseño

El diseño de los micrófonos se ha desarrollado considerando el uso que se le dará, a continuación se mencionan los más usuales.

**Dinámico o de mano:** Como su nombre lo indica ha sido diseñado para sostenerlo con la mano. Es dinámico porque permite que quien haga la locución pueda moverse. Es ideal para cantantes o reporteros. Muchas veces se utiliza como micrófono fijo con la ayuda de pedestales.

**Lavalier o corbatero:** Es un micrófono diseñado para mimetizarse entre el decorado o en el vestuario de locutores/as. Se conoce común-

mente como corbatero o solapero porque puede prenderse de la corbata o el la solapa del vestuario del locutor. Permite liberar las manos de presentadores/as de televisión.

**De contacto:** Son micrófonos fijos situados muy próximos a la fuente que origina el sonido, están en contacto. Los más conocidos son los micrófonos de instrumentos musicales como guitarras eléctricas.

## CLASIFICACIÓN DE MICRÓFONOS POR SU DISEÑO

### ▼ Micrófonos dinámicos



### Micrófonos Lavalier ►



### Micrófono de contacto ►



**Shoot gun o Boom:** Es un micrófono pensado en que no puede acercarse demasiado a la fuente de sonido y que desde cierta distancia sea capaz de capturar la realidad sonora. Es utilizado en producción audiovisual, es dinámico y usualmente se sostiene con un pedestal largo, comúnmente conocido como “caña” o “jirafa”. Estos micrófonos permiten el registro en modo omnidireccional o unidireccional según se requiera.

**Micrófonos de estudio:** Por la naturaleza del comportamiento de ciertos sonidos y las características de las fuentes de origen se han diseñado variedad de modelos de micrófonos con la finalidad de aprovechar

de la mejor forma posible el diseño para la captura de sonidos. Por lo general no son dinámicos porque se han pensado para utilizarlos en estudios de grabación que tiene control sobre la estabilidad de la fuente y el contexto sonoros.

**Micrófonos inalámbricos:** La utilización de sistemas de radiocomunicación hizo posible que los micrófonos supriman el uso de cables conectores. Existen abundantes versiones de micrófonos de mano o lavialier que trabajan de modo inalámbrico. Estos micrófonos requieren un receptor de radio para recibir la señal y decodificarla para su posterior procesamiento electrónico.

## CLASIFICACIÓN DE MICRÓFONOS POR SU DISEÑO



▲ *Micrófono Shoot Gun*



▲ *Micrófono de estudio*



▲ *Micrófono inalámbrico*

### 5.5.3. Clasificación de micrófonos por su direccionalidad

Los micrófonos son sensibles a la energía de su entorno y son capaces de direccionar su respuesta. Por esta característica los micrófonos se clasifican por su direccionalidad.

#### Micrófonos Omnidireccionales

Captan el sonido proveniente de cualquier dirección. Sin embargo, tienden a ser direccionales para las frecuencias más altas, y por ello los sonidos provenientes de la parte posterior son más “apagados” que los que llegan de forma frontal, aunque aparentemente tengan el mismo nivel de intensidad. Un inconveniente es que captan tanto lo que queremos como lo que no, por lo mismo que son omnidireccionales. Requieren una manipulación más cuidadosa.

#### Micrófonos Bidireccionales

Este micrófono capta sonidos que provienen por su parte frontal, como por la parte posterior. No captan los sonidos que llegan por los laterales.

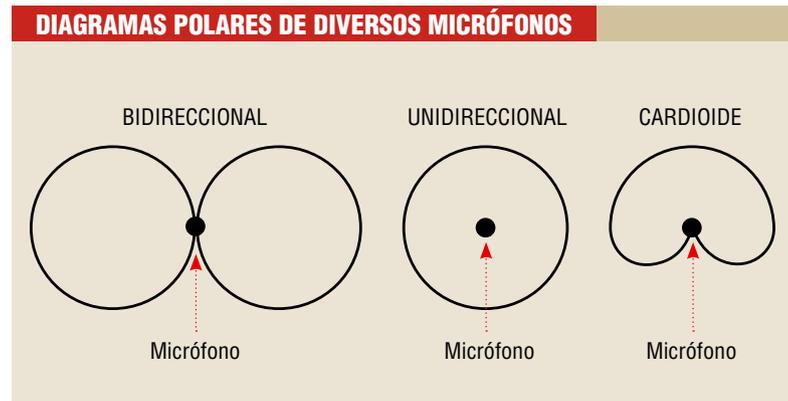
#### Micrófonos Unidireccionales

Estos micrófonos son sensibles hacia una única dirección. Ciertamente son más direccionales cuando se trata de frecuencias agudas y tiene respuesta menor cuando recibe señales graves. Permiten una captura localizada del sonido. Existen varios tipos: cardioide, supercardioide y hipercardioide:

**Cardioide:** Son micrófonos con un diagrama en forma de corazón, por ello su nombre. Puede alcanzar los  $160^\circ$  de ángulo preferente, resultan ideales para la captación general de sonido desde un punto de vista frontal.

**Supercardioide:** Ofrece un ángulo de respuesta menor que un micrófono cardioide,  $115^\circ$ , por lo que representa un mayor rechazo al sonido ambiental. Estos micrófonos, bien colocados, pueden en general reducir el ruido de ambiente y estar mejor dirigidos a la fuente del sonido que se desee (la voz humana por ejemplo).

**Hipercardioide:** Posee una respuesta cardioide modificada, con un lóbulo frontal más estrecho. Se le considera, en general, como el micrófono que establece el mejor equilibrio entre el sonido incidente (el que se quiere captar) y el ambiental.



Los micrófonos comerciales habitualmente responden al patrón unidireccional, pero determinados usos requieren repuestas específicas, por ello es que conocer la respuesta de los micrófonos nos brinda la posibilidad de una elección más adecuada según los sonidos que se quieran registrar.

La selección de un tipo de micrófono depende de varios factores como son su aplicación, las condiciones acústicas del lugar donde se utilizará, la distancia requerida y el tipo de sonido que usted desea lograr.

Los micrófonos omnidireccionales son normalmente mejores frente al ruido del viento y a los golpes mecánicos en relación a los unidireccionales. Los omnidireccionales también son menos susceptibles al ruido causado por la pronunciación de consonantes explosivas, como la “p”, la “b” y la “t”.

Se sugiere que para las sesiones de registro se cuente con ambos tipos de micrófonos para aplicarlos según demanden las distintas situaciones en una producción.

#### 5.5.4. Registro sonoro

Cuando se registra un sonido se convierte en un archivo de Audio.

##### Analógicos

Registran audio en cintas magnéticas, son muy utilizados en el periodismo por su ágil manejo y bajo costo. Los equipos analógicos de registro también pueden reproducir el audio grabado. Ejemplo: Cassette de audio, etc.

##### Digitales

Registran audio codificado en un sistema informático que requiere un reproductor digital o una computadora para su procesamiento. Los formatos de registro se definen por la compresión que realizan y el sistema de reproducción. Ejemplo: CD, MiniDisk, DAT, WAV, WMA, MP3.

Un capítulo muy poco trabajado en los manuales y textos sobre producción audiovisual es el tratamiento del sonido. Por ello tomaremos la experiencia de exploración narrativa que hicieron músicos y radialistas para aprovechar el área de expresión sonora del mensaje audiovisual.

Consideramos el sonido como materia prima del mensaje audiovisual, por ello es importante conocer sus características físicas que tengan implicaciones comunicacionales y los elementos del área de expresión sonora que son la palabra, la música, los efectos y el silencio.

### 5.6. Un poquito más sobre música para audiovisuales

En el proceso de creación artística de música, el compositor responde a intereses personales, los trabaja y hace madurar sus ideas para luego interpretarlas sonora o rítmicamente. En la comunicación social la música circula las sociedades recogiendo y dejando sentidos en los actores involucrados en el proceso comunicacional. La música como arte puede comunicar, en la medida en que el compositor se conecte con el mundo del receptor, o puede ser sólo un informante unidireccional. Muchas veces el receptor no entra en diálogo con el emisor, sólo recibe, no es

actor comunicacional, sino destino de la información musical. Por eso es importante componer para la especificidad de cada mensaje persiguiendo una intención comunicacional predeterminada.

La música puede ser compuesta de manera original o ser preexistente. Cada una tiene sus características y subclasificaciones.

### **Música original**

Es la música compuesta especialmente para mensajes audiovisuales. El compositor se sirve de melodía, arreglos e interpretación para componer una pieza que debería identificar inmediatamente las distintas situaciones comunicacionales de un mensaje audiovisual. Revisaremos dos formas de música original:

**El jingle:** Es una pieza musical con ritmo y melodía original que incluye letra, es decir, es un mensaje cantado. Este tipo de música original es muy utilizado en publicidad y televisión para generar piezas que se instalan en la memoria de las audiencias para asociar la música con algún producto o servicio. La radio y la TV usan el jingle para la publicidad y para la producción de características de identificación de programas, series o la sintonía de las emisoras. La mayor ventaja del jingle es su capacidad para facilitar la transmisión del mensaje mediante el aprendizaje de la letra de la canción y su relación con la melodía que activan su fácil retención en la memoria.

**La música genérica:** Se trata de un tema instrumental corto o largo que sirve para identificar productos, servicios o situaciones comunicacionales. En este tipo de música se inscriben la diversidad de géne-

ros musicales que se practican en todo el mundo. Sin embargo, cuando quienes producen el mensaje audiovisual no tienen mucho conocimiento de géneros musicales o producción musical es usual realizar descripciones como “sound alike” que sería componer “música al estilo” de algún género o autor. El sound alike es música que por algún elemento estructural, estético o interpretativo recuerda a estilos o géneros musicales ya conocidos. Por ejemplo arreglos de salsa, folklore, new age, heavy metal, jazz, etc. Se trata de piezas que recuerdan a otra pero que no se considera plagio. Es música que se guía por estereotipos musicales. Muchas comedias usan composiciones de este tipo para generar efectos graciosos por ejemplo introducir música parecida a “Misión Imposible” o a “James Bond” para acompañar escenas de acción.

### **La música preexistente**

Es importante reiterar que para utilizar música preexistente (uso pragmático) se debe conseguir el permiso del autor. Existen dos grandes tendencias en el uso de música preexistente. Por una parte, la utilización de temas conocidos y, por otra, la utilización de temas poco populares.

**Cover version:** Es una grabación reinterpretada de un tema elegido que es casi igual a una versión original. Sólo se necesita la autorización del compositor.

**La adaptación:** Una vez obtenido el permiso del compositor, se modifican aspectos como la letra, rasgos de la música, o ambos.

**Preexistente en sí:** También conocidas como los temas musicales “fondo” son las que recurren al uso de música conocida original. Muchos

largometrajes usan música preexistente en sí e incluso se publican CDs compilatorios con temas populares insertados en películas, es el caso de “Forrest Gump”, “Romeo y Julieta”, “La Bamba” y otros.

**La música de archivo:** Es música que proviene de las muy populares “music library” o librerías de música. Son archivos de música organizados por características de género, estilo y otras categorías que se ofrecen a posibles compradores y que incluye los derechos de utilización comercial. Es música más barata que la producción original o la música preexistente, y no necesita trámites para su utilización. Cuando se carece de recursos económicos o humanos para la producción de música original la música de archivo es una muy buena opción.

## 5.7. Tipos de sonidos en mensajes audiovisuales

El sonido puede clasificarse en dos categorías: diegético y no diegético.

### 5.7.1. Sonido Diegético

Se denomina sonido diegético, cuando es un elemento sonoro incorporado a la historia narrada. Es un sonido que se origina en las locaciones en las que se realizan los registros, por ello mismo tiene distintos orígenes o fuentes, que se tipifican de la siguiente forma:

**Sonido “in”:** Cuando la fuente que origina un sonido es visible en el cuadro. Por ejemplo se escucha marcha de soldados y se observa a los soldados marchando y produciendo los sonidos con las botas. El sonido

es percibido junto con la imagen de la acción que lo origina. El sonido esta en el cuadro (in).

**Sonido “off”:** Cuando la fuente que origina el sonido está en la locación en la que se realiza el registro pero no logra verse en el cuadro. La fuente sonora está fuera (off) del cuadro. Por ejemplo una conversación de una pareja en un boliche, se sabe que existe una banda de rock tocando pero el cuadro se ha cerrado y mantiene la atención en la descripción de las acciones de la pareja. El plano sonoro puede favorecer tanto a los diálogos (in) de la pareja como al sonido de la banda que está de fondo y al margen del cuadro.

**Sonido “out”:** Es el sonido que es percibido por el receptor pero que no resulta audible para los personajes que intervienen en la acción. Por ejemplo, la voz del pensamiento que es un parlamento “fuera” de la comunicación oral entre los personajes y que sin embargo es parte de la historia narrada.

**Sonido “through”:** Se trata de un sonido que está presente en la locación en la que se realiza la acción pero se oculta en algún elemento dentro del cuadro, por ejemplo cuando un personaje habla de espaldas a la cámara y no se aprecia el movimiento de sus labios. Se escucha el diálogo “a través” de una persona que da la espalda a la cámara.

### 5.7.2. El sonido no diegético

Se refiere a sonidos que son ajenos al espacio de la representación. Se los entiende como sonidos que no tienen relación con las acciones, los diálogos o el contexto que rodea a los sujetos de la narración, sonidos

que pueden incluso contradecir la realidad sonora de aquello que se ve en pantalla. Pero sin embargo son muy útiles para generar formas fantásticas de percepción, una forma de sonido no diegético muy utilizado es la narración.

**Sonido “over”:** Es un sonido que acompaña o se superpone a las imágenes e incluso al sonido capturado en las locaciones. Por ejemplo, la voz de un narrador o la música incidental o de clima que se incorpora sobre (over) los registros. En la práctica se suele confundir voz over con voz en off, es común que productores se refieran a las voces de narración como voz en off, cuando en realidad son sonidos que se superponen a los registros logrados en la locación.

### Banda sonora

En celuloide y en la cinta magnética se incluye una banda que registra todo el trabajo sonoro, en esta banda se incluyen voces, música, efectos y silencios. Muchas veces se confunde banda sonora con música original del mensaje audiovisual por frecuentes errores de marketing que ofrecen la venta de la música de películas, sin embargo la banda sonora incluye toda la información del área de expresión sonora de un mensaje audiovisual.

## 5.8. Conceptos sobre narrativa

Los medios audiovisuales han sido fuertemente influidos por la narrativa novelesca y teatral. El relato hace referencia a algo que ha sucedido en el pasado, es un recurso que activa la memoria de sucesos reales y ficticios.

**Gramática:** Toda narración incluye historia y discurso. El qué de la narración y el cómo, que es la forma en la que se plantea la historia.

**Punto de vista narratológico:** Toda narración es trabajada en base a una estructura narrativa desde la cual se presenta una historia como el conjunto de acciones, personajes, espacio y tiempo presentados desde un punto de vista determinado.

La narración tiene los siguientes elementos: narrador, historia, punto de vista, acciones, espacio en el que se desarrollan las mismas, tiempo en el que suceden los eventos y personajes que conducen la historia

En el proceso de construcción del mensaje, el lugar en el que suceden las acciones usualmente requiere acondicionado según demande la historia.

**Locación:** Se refiere al lugar donde se realizan los registros. Es posible registrar en interiores (dentro de habitaciones) o exteriores (naturaleza, calles, etc).

**Decorado:** Tiene la función de proporcionar una dimensión estética específica al espacio, contextualiza el lugar de la acción.

**Escenografía:** Son los elementos de decorado que se incluyen en la locación con el fin de construir un contexto en el que se desarrolle la acción. Es utilizada en locaciones controladas como un estudio, por lo que su función es representar un lugar.

**Espacio:** La narración comienza con la fragmentación del espacio unitario, por lo que se transcurre en espacios descompuestos según de-

mande la historia. Esta fragmentación también segmenta el discurso y subraya la unidad del lugar en el que se desarrolla la acción. En ocasiones el espacio puede ocupar un papel protagonista en la historia.

**Ámbito:** Es el lugar de encuentro para las relaciones humanas. Es un espacio simbólico.

**Tiempo de proyección:** Se refiere a la duración de la película.

**Tiempo de percepción:** Se refiere a la sensación de duración notada por el espectador de forma intuitiva, desde ya con una valoración subjetiva.

**Tiempo de acción diegética:** Es la duración diegética de la historia que se narra, se refiere al tiempo en el que suceden las historias.

**Tiempo de acción discursiva:** Tiempo real (útil en el producto) para llevar a cabo los fragmentos seleccionados de la acción diegética.

El tiempo de acción diegética y el tiempo de acción discursiva pueden coincidir cuando no se altera el tiempo representado, es muy usual en trabajos documentales.

Según los estudios de semiología hacen referencia al tiempo enunciado, el tiempo de enunciación, tiempo de percepción. Por otra parte desde la psicología se tiene:

**Tiempo referente:** Es el tiempo objetivo en que suceden los hechos, también se conoce como tiempo cronológico.

**Tiempo pragmático:** Es el tiempo en el que se realiza la lectura del mensaje audiovisual.

**Tiempo psicológico:** Es el tiempo que depende de la conciencia individual en la que el tiempo se percibe y se vive. También se conoce como tiempo interior.

## 5.9. Contenidos formales de la historia

Los elementos de contenido formal de una historia son: acción, personajes, espacio y tiempo. El espacio influye sobre la acción dependiendo del lugar, los decorados y las locaciones elegidas, por ello el sentido de la historia puede cambiar.

La noción de imagen, desde la percepción sensorial de información de nuestro entorno, es bastante amplia. Somos capaces de generar una imagen visual, sonora, olfativa, etc. en base a la experiencia previa de contacto con las fuentes que generan información. Por ejemplo el sonido de una guitarra evocará la imagen de una guitarra. En este caso nos referimos a una imagen acústica.

Los elementos de las áreas de expresión visual y sonora se articulan construyendo relatos que resultan interesantes y atractivos para quienes son espectadores. El aporte de la narrativa en ámbitos como el educativo presenta una oportunidad de uso alternativo más allá de la tradicional forma de producción y consumo mediático. Al mismo tiempo el audiovisual incide en los procesos educativos pues estos deberán considerar el entorno de los educandos y considerar que la educación debe ir más allá del aula. Es necesario tomar conciencia de la pedagogía audiovisual, es decir, del audiovisual como recurso de fortalecimiento de la práctica docente, como recurso para facilitar los procesos de enseñanza - aprendizaje.

## 5.10. Funciones narrativas de la Música

La música contribuye a la configuración del relato audiovisual, tanto en el plano del contenido como de la expresión. La música se une a la acción funcionalmente conservando su independencia expresiva, sin embargo al tomar como medida la sensibilidad individual no son posibles distinciones y clasificaciones lógicas. La música define la receptividad emotiva del mensaje audiovisual. En los usos que se hacen de la música en los relatos audiovisuales esta tiende a ser descriptiva. La música crea o determina emociones porque no opera a partir de sí, sino debido al origen que tiene en la sensibilidad de sus creadores. Su recepción es más emocional que racional.

Para el manejo de la música no existen fórmulas dadas. La música, frente a la imagen no está sujeta a un marco estricto, pues la imagen también es dinámica y ambas están sometidas a las necesidades específicas del discurso en construcción.

En principio su potencial gramatical le da capacidad para unir y separar escenas, acentuar o atenuar ambientes e incluso técnicamente puede esconder o matizar ruidos e imágenes que no funcionan o que son defectuosas. Una gran virtud de la música es su capacidad para activar la narración.

### 5.10.1. Funcionalidad narrativa respecto a los personajes

La música por su carácter subjetivo es capaz de actuar en los ámbitos de construcción del personaje. Su presencia humanizadora permite darle

fluidez a las emociones sentidas por un personaje que incide en la emotividad reflejada por el espectador.

**Referencialidad:** La música actúa como un denominador de los personajes. La música es capaz de dar vida al personaje incluso cuando este no se visualiza en pantalla o está implícito en el relato.

**Caracterización:** La música puede enfatizar y anunciar la disposición del personaje en la acción, define sus rasgos de actuación. Es capaz de caracterizar cada personaje, con sonidos o melodías especiales que se le asigne, o representa estados de ánimo, acompaña su dinámica psicológica.

### 5.10.2. Función de la música en la narrativa

La música es capaz de activar la trama. Las formas de aplicación de la música en la narrativa son:

**Comentario:** Se refiere a la capacidad cognitiva que tiene la música para ilustrar las funciones del narrador (comunicativo, metanarrativo, explicativo, emotivo, evaluativo, abstracto y modal) desarrollando la trama y transversalizando el texto narrativo para que se definan sus intenciones comunicacionales. La música en su papel protagónico.

**Subrayado:** Trabaja como la gramática marcando la puntuación del audiovisual por medio del narrador y sus funciones: explicativa (como conductor) y evaluativa (como autoridad moral). Es la función más utilizada, técnicamente se puede lograr de variadas formas, como elemento de señalización de acciones y división de secuencias. También ayuda en la descripción del movimiento visual y la acentuación dramática.

**Ambientación:** La música cumple una función ornamental y refuerza la intencionalidad expresiva de las imágenes. A la vez concentra la expectativa del público e incluso la administra, llama su atención sin necesidad de racionalizar lo que se escucha, actúa como arquetipo sobre la base de una decodificación casi natural fuertemente anclado en la respuesta emocional.

**Especificación:** La música, por su presencia empírica en la cultura del receptor, es capaz de revelar y anticipar la solución de ciertas acciones. De alguna manera esta característica también está asociada a la especificidad de cada género audiovisual.

### 5.10.3. Función de la música respecto al tiempo

Dada la esencia temporal de la música, las posibilidades de su aplicación en el mensaje audiovisual son varias.

Consideraremos que el cine nunca fue mudo y que es el sonido sincrónico el que ha logrado convertir el tiempo fílmico en un valor absoluto, la música aporta de forma sustantiva y adjetiva en la narrativa y su definición final discursiva.

**Función transitiva:** La música sirve para la unión y separación de secuencias, el marcado de las diferencias cronológicas, y favorece las elipsis, que son omisiones de textos, relatos u otros recursos en beneficio de la claridad y concisión del mensaje, según como se empleen las siguientes formas de transición: unión por fundido encadenado (crossfade), unión por fundido a corte (fade out), unión por corte y unión por corte a fundido (fade in). En lugar de fundido también se suele decir disolvencia.

**Función constitutiva:** En este caso la música impulsa a la imagen, activa el ritmo interno y los distintos elementos que componen la imagen. De esta forma organiza los ritmos del audiovisual. Puede configurar el tiempo de la enunciación y/o el tiempo del enunciado, al formar parte de la historia.

**Función indicativa:** Se utiliza para expresar el valor argumental, indicar el tiempo audiovisual, ambientar épocas, etc. En este caso la música explica el valor nominal del tiempo en el espacio representacional, es de cierta forma una función topográfica.

**Función hagiográfica:** Se aplica para el caso en que sea necesario que la música influya en el tiempo de lectura del mensaje controlando su dinámica, así será veloz o lenta. La música se separa de las funciones de nexo y concatenación.

### 5.10.4. Música y espacio narrativo

La narrativa del mensaje audiovisual tiene carácter escénico por lo que está ligado a un espacio y un tiempo en el que se desarrollan las acciones. El mensaje, en su componente musical, se construye a través de la sucesión de los diferentes elementos de expresión musical que van componiendo el total de la estructura sonora mediante el uso de diferentes dinámicas, armonías, ritmos y compases que se sustentan de la versátil capacidad de articulación que tiene la música.

Muchas veces la música sustituye el sonido de la locación registrada, en esta tarea utiliza sus propios códigos expresivos y define una espacialidad independiente a otras referencias visuales.

**Función referencial:** Se presenta cuando el contexto histórico cultural y demográfico está inscrito en el código musical. Es el caso de la música típica o que pertenece al lugar en el que se realiza la acción. Por ejemplo, escuchamos música de diablada y se muestran vistas de la ciudad de Oruro.

**Función focalizadora:** La música aporta a definir el punto de vista del mensaje y la voz narrativa. La música transita entre el mundo de los personajes y el mundo del narrador. Por ejemplo en muchas películas existen melodías que les son propias a ciertos personajes, o en los reportajes o documentales hay un tipo de música especialmente destinada a focalizar al narrador. Esto sirve para evitar confundir narración con parlamentos de los personajes.

**Función formante:** La música genera un ambiente que nos habla del modo en que habitan y usan el espacio los personajes.

**Función expresivo/emotiva:** La música anima y moviliza al espectador para que comparta la acción de los personajes. Plantea una forma de participación.

## 5.11. Signos audiovisuales

Si bien el receptor no tiene conciencia de las estrategias que emplea el emisor para elaborar su mensaje, sí tiene una experiencia en la decodificación audiovisual que le permite participar de forma efectiva en el proceso comunicacional. Pero hasta ahora la retroalimentación, la respuesta, no se ha dado con el mismo soporte para el mensaje, es decir, el receptor no

contesta con otro video al emisor, por lo menos no es usual que cualquier persona pueda emplear el recurso audiovisual para construir una respuesta utilizando los mismos códigos comunicacionales que le emisor, pero esto puede cambiar con capacitación y acceso a medios audiovisuales.

El cine, la televisión y el video operan con una serie de significantes sonoros y visuales, muchos de ellos pertenecientes a formas expresivas como el habla, oral o escrita, la iconografía de la pintura y la fotografía y otros significantes propios que en un trabajo armónico hacen un lenguaje relativamente nuevo y todavía en construcción, el audiovisual.

Cuando se compone el mensaje audiovisual es necesario que cada área de expresión (sonora y visual) extienda su territorio. El audiovisual toma lenguajes para mezclarlos, superponerlos y articularlos con una identidad propia con la finalidad de capturar la atención visual y sonora del receptor.

Los signos se pueden considerar como los soportes físicos de la significación. En el llamado lenguaje audiovisual el signo va más allá de sus características físicas como referente que activa los sentidos, por ejemplo una palabra será abstracta o concreta según se escriba o se pronuncie indistintamente, normalmente depende del contexto narrativo de la naturaleza del mensaje que se compone.

En el caso de querer lograr un retrato fiel de un personaje o un lugar tenemos dos opciones claras, la primera emplear significantes visuales como una toma fotográfica o una toma en movimiento que sería una descripción puntual y documental, la segunda opción es emplear significantes sonoros, para ello se puede realizar una descripción verbal con ayuda de un personaje o un narrador. En ambos casos es posible retratar

el objetivo e incluso se puede combinar significantes, de forma que la relación que se establezca con los referentes y significados permitan la construcción del mensaje deseado.

### 5.11.1. Signo índice

Un signo índice es un recurso que testimonia la existencia de un objeto o sujeto, pero no lo describe objetivamente, no lo muestra. Por ejemplo, un sonido de bala disparada será el indicio de la existencia de una crimen, el suelo mojado es índice de que ha llovido.

### 5.11.2. Signo ícono

Un signo ícono reproduce e informa sobre las cualidades de un objeto visual o sonoro. Por ejemplo, la imagen de la pistola que emana humo del cañón nos dice de qué clase de arma se trata, su calibre, su tecnología, etc. y claro, el humo es indicio de que fue disparada recientemente, un guitarrista toca el instrumento y se observa y escucha la fuente sonora.

### 5.11.3. Signo símbolo

El signo símbolo en realidad es un signo convencional que se basa en una correspondencia codificada que se designa sobre la base de una norma convenida entre emisores y receptores, por ejemplo, cuando Chaplin, en la película "The Kid", incluyó una toma fotográfica de Cristo cargando una cruz, quiso decir que para el personaje de la historia que representaba a una madre soltera su calvario comenzaba. Esto es comprensible sólo porque el espectador tiene conocimiento de la pasión de Cristo y por ello no le resulta difícil decodificar el mensaje según a

intención del director. Ciertos sonidos pueden funcionar como símbolos dependiendo el contexto en el que se producen, por ejemplo el sonido de una sirena de bomberos o el golpe de campanas pueden simbolizar la presencia del peligro.

### 5.11.4. Símbolos y arquetipos: Del símbolo al sentido

El símbolo es un signo de referencia dual porque presenta un significado real y otro añadido referencial, quiere decir una mirada directa y objetiva a su origen y otra hacia una intencionalidad determinada. El símbolo en audiovisuales puede ser entendido como una representación o copia de la realidad con mayores pretensiones que lo concreto.

#### ARQUETIPO OSCURIDAD



El arquetipo es un tipo de signo símbolo que posee una relación subliminal con la realidad que presenta. Por ello mismo muchas veces pasa desapercibido y dirige sus armas lingüísticas al instinto y a la emotividad, su destreza se centra en que sirve para significar algo plenamente concreto, pues es un signo natural que cobra valor por sí mismo. Un arquetipo representa la relación básica y natural entre el mundo y lo absoluto, toma sus elementos comunicacionales de lo cotidiano e instintivo, de las relaciones fundamentales de seres humanos con la naturaleza. A diferencia del símbolo su decodificación no suele ser consciente sino emotiva.

Arquetipos como: sexo, muerte, vida, agua, fuego, viento, tierra y sombra son ejemplos sencillos que se toman de lo cotidiano. Una toma oscura inconscientemente nos predispone al miedo, la incertidumbre.

### 5.11.5. Los códigos audiovisuales

Una primera debilidad que se puede observar en los códigos audiovisuales es que las imágenes y los sonidos aparentan comunicar más de lo que el emisor espera o planifica, sin embargo existen posibilidades de estructurar conjuntos en los que los elementos tienen valores recurrentes que permiten construir mensajes efectivos, vale decir claros. Cuando la producción de mensajes no tiene suficiente reflexión o cuando se descuidan detalles es posible que perdamos control sobre la información con la que se trabaja, especialmente en lo referido a símbolos y arquetipos que por su naturaleza operan emocionalmente.

La combinación de significantes y signos en la producción de mensajes audiovisuales no trabaja sobre un código específico, por lo que es necesario analizar los distintos componentes y resolver cómo asimilarlos

y articularlos en beneficio del mensaje audiovisual. En ese mismo sentido, todo mensaje audiovisual hace posible la interacción de sus componentes según una estrategia que deriva de la planificación y que tiene como objeto la comprensión del mensaje final, esto quiere decir que son diferentes códigos los que intervienen simultáneamente para lograr un resultado positivo.

Todo material (audible o visible) empleado en un mensaje audiovisual se convierte automáticamente en un componente que opera en conjunto con el resto de los materiales, su tratamiento, combinación e interacción depende únicamente de realizadores (as) audiovisuales y de los procesos reflexivos que anteceden y guían su uso.

Los mensajes audiovisuales son el resultado del empleo de recursos expresivos visuales y sonoros con los que se recuperan pensamientos, opiniones, emociones y creencias del equipo realizador, es resultado tangible de la intención comunicacional de sus emisores/as, por lo que la claridad y la efectividad de los mismos está en concordancia con lo planteado por el equipo, pero no necesariamente compartido de la misma forma con sus públicos. Si bien es posible lograr un nivel de significados comunes entre quienes emiten y reciben, no siempre la significación, como valor subjetivo, será compartida. En el momento en el que se tiene elaborado un producto audiovisual comienza un proceso de difusión y consumo de sus mensajes, en forma y fondo, que abre un abanico muy grande de opciones de respuesta que podrá ser de aceptación, apropiación, rechazo o indiferencia. Es por ello que el mensaje audiovisual deja de pertenecerle a sus creadores/as, porque en el momento de la difusión, yuyariqhaway es para quien lo necesite. ●

## Bibliografía

- ALSINA THEVENET, HOMERO Y ROMANERA I RAMIÓ, JOAQUIM (1980) (EDS.): "Dziga Vertov, el cine ojo y el cine verdad" y "El documental y sus modalidades" en *Fuentes y documentos del cine*, Barcelona, Gustavo Gili.
- AUMONT, J. et al. (1989). *Estética del Cine. Espacio fílmico, montaje, narración, lenguaje*. Barcelona: Paidós comunicación.
- AMOUNT, J (1993) y MARIE, M. "Análisis del film", 2a Ed. Paidós, Barcelona.
- BARTHES, Roland. (1970). *Retórica de la Imagen*. Tiempo Contemporáneo.
- BARTHES, Roland. (1990). *Elementos de Semiología: La aventura semiológica*. Barcelona: Paidós.
- BRESCHAND, JEAN (2004): "Primera parte" en BRESCHAND, JEAN: *El documental la otra cara del cine*, Barcelona, Paidós.
- CASSETTI, FRANCESCO Y DI CHIO, FEDERICO (1994) *Cómo analizar un film*: Barcelona, Paidós.
- CASSETTI, F (1996) y DI CHIO, F. "Cómo analizar un film", Ed. Paidós, Barcelona
- CHION, MICHELLE. (1993). *La audiovisión*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- CHION MICHELLE. (1997). *La música en el cine*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- ESPINAL, Luis (1988). "Lenguaje Cinematográfico", 3ª Ed. Don Bosco, La Paz, 1988.
- ESPINAL, Luis (1982). "Narrativa Cinematográfica", 2a Ed. Don Bosco, La Paz, 1982.
- ESPINAL, Luis (1982). "Simbología en el cine", 2a Ed. Don Bosco, La Paz, 1982.
- GARCÍA JIMENEZ, J. (1995). *La Imagen Narrativa*. Madrid: Paraninfo.
- GÉRTRUDIX BARRIO, M. (2003) *Música, narración y medios audiovisuales*. Madrid: Ediciones del Laberinto.
- GUIJARRO, T. y MUELA, C. 2003. *La música, la voz, los efectos y el silencio en la publicidad*. Madrid, Cie Inversiones Editoriales Dossat 2000.
- PADROL, J. (1994). *Pentagramas de película. Entrevistas a grandes compositores de bandas sonoras*. Madrid: Nuer.
- POLIONIATO, Alicia (1992). "Comunicación y Cine", Ed. Trillas, México, 1992.
- VALLS GORINA, M. y PADROL, J. (1990). *Música y Cine*. Barcelona: Ultramar.

# Agradecimientos

A quienes fueron parte de experiencias de producción colectiva y que pensaron el audiovisual como un espejo desde hace mucho y que sin querer fueron dando forma a esta propuesta de trabajo con imágenes y sonidos:

- Taller Iberoamericano de Televisión Comunitaria – Comunitarias TV.
- Noticiero Intercultural de la Asociación para la Cooperación con el Sur (ACSUR Las Segovias) – Wayna Tambo – DEMA – AMUTED.
- Noticiero Internacional de Barrio de ACSUR con vecinos y vecinas de barrio y organizaciones sociales de Colombia, Venezuela, Brasil, Bolivia, Francia, Bélgica y España.
- Centro de Documentación e Información Bolivia
- Programa de Pre-tecnificación de Aldeas S.O.S. (Alberto Valenzuela)
- Programa Educativo y Cultural Pueblo y Arte
- Logo Digital
- Instituto Técnico Nuestra Señora del Pilar (Jorge Grigoriú)
- Colectivo Audiovisual ITP
- Carrera de Comunicación Social de la Universidad Católica Boliviana – Cbba.
- Centro Educativo Púrpura (Jahel Taboada y Jorge Campos)
- Temple Records (Sergio Terán)

A amigos y amigas que son parte del CD y fotos del Yuyariqhaway:

Mayra Ovando, Rodrigo Guzmán, Dayan Aranda, Pedro Chucamani, Rodrigo Ergueta, Jorge Pol, Luis Guevara, Elizabeth Quiroz, Guillermo Guevara, Violeta Guevara, Abraham Bellota, Fundación Sinfónica Cochabamba, La Temible Cochabamba, Karen Saavedra, Lobotomy, Andrea Arandía, Josué Veizaga, Thomas Korschil, Cecilia Illanes, Grecia y Michelle Oliva, Gustavo Tobar, Roxana Saravia, Carmen Tavera, Giovanni Silva, Adolfo Taborga, Fabricio Castro, Álvaro Jáuregui, Edward Montaña, Litzí Achá, Ramón Yapura, Miguel Gonzales, Oliver Fernández, Cristian Carvallo, Lorena Saavedra, Consuelo Montaña, Argos, personal de CEDIB, Willy Rocabado, Adda Dávila, amigos y amigas de ISCOD, David Antonio, Fuad Zimeri, Gróver y Henry Véliz, Ivette Mercado, Juan Díaz Bordenave, Roger Orellana, Carlos, Roger y Fantina Guevara, Walter Quiroz, Juan Coria, Carlos Peralta, Radio CEPJA, Temple Records, Centro Púrpura y Proyecto mARTadero.

A quienes dieron el primer paso en la denominación Yuyariqhaway:  
Adda Dávila, Francisca Revollo y Cecilia Salazar.

E.G.Q.



# Yuyariqhaway

## Ver y escuchar para recordar

Esta publicación concibe el audiovisual como recurso comunicacional, como medio que activa la opción crítica respecto a temas que son de interés de la comunidad y como una herramienta que puede ser empleada por toda organización para responder a la dinámica social con un mensaje construido a base de imágenes y sonidos en movimiento.

Yuyariqhaway es la conjunción de tres verbos del quechua: uyariy (escuchar), qhaway (ver) y yuyariy (recordar), entendiendo que la producción audiovisual es un recurso tecnológico que tiene por fin ver y escuchar para recordar. Así esta teoría joven propuesta en las faldas de la cordillera oriental de Bolivia retorna al génesis del registro audiovisual, una herramienta que lucha contra la fragilidad de la memoria que es capaz de reconstruir o inventar toda suerte de realidades.