

*Aportes para la realización y
circulación de videos
comunitarios*



Realización
Árbol Televisión Participativa

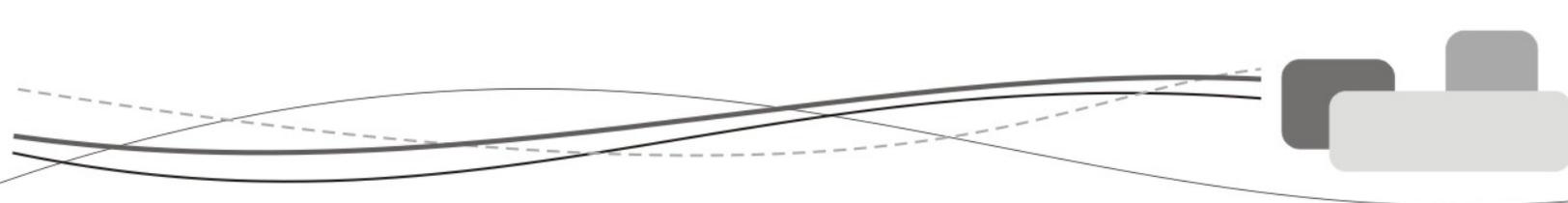
Diseño
Ignacio Quadros

www.arbol.org.uy

arbolvp@gmail.com

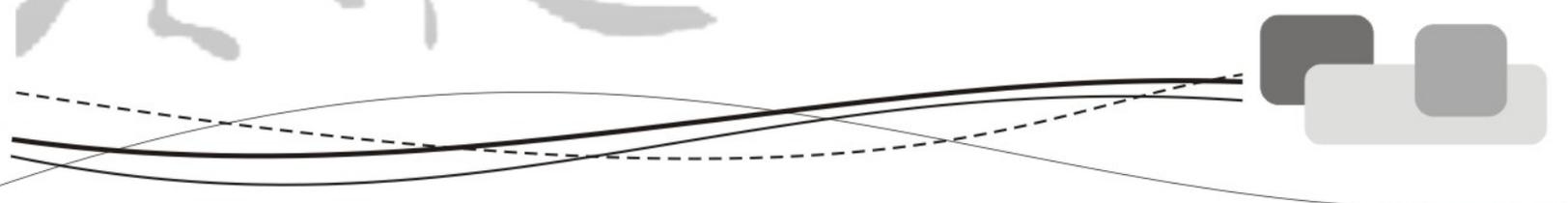
Uruguay, 2012

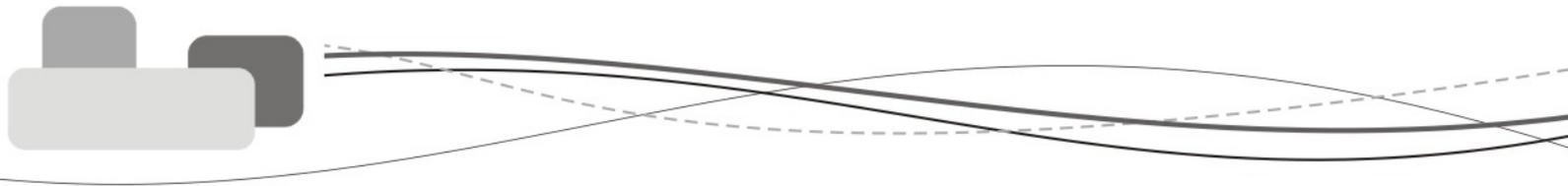




Índice

Querid@s lector@s	4
Introducción	5
Capítulo 1 - Comunicación Comunitaria	7
Capítulo 2 - Video comunitario y participativo	17
Capítulo 3 - Guía para la realización de audiovisuales comunitario y participativos	23
Capítulo 4 - Lenguaje Audiovisual	29
Capítulo 5 - Producción	37
Capítulo 6 - Fotografía y cámara	43
Capítulo 7 - Sonido	55
Capítulo 8 - Montaje y Edición	63
Capítulo 9 - Circulación	73
Libros y Materiales de Apoyo	83





Querid@s lector@s,

Estas palabras son la forma en que nos gustaría comenzar – o continuar - un intercambio, un diálogo sobre nuestras prácticas, nuestros aprendizajes, nuestras dudas y desafíos. Nos mueve la necesidad de compartir y multiplicar metodologías, prácticas y contenidos donde se entienda a la televisión y el audiovisual como herramienta dentro de un proceso, capaz de generar cambios en nuestras comunidades y en la sociedad de la que somos parte.

Desde 2003 venimos compartiendo la experiencia de realizar y hacer circular videos comunitarios, vinculándonos y encontrándonos con diversas personas, colectivos, y organizaciones de diferentes barrios de Montevideo, localidades del interior del país e inclusive del exterior. Nos unen las ganas de transformar, las ganas de convivir, la horizontalidad, el diálogo, la solidaridad, la tolerancia, la justicia y la equidad. Nos motiva crear historias que valoren nuestros saberes, que cuestionen lo que parece incuestionable, que nos permitan reconocernos, reencontrarnos con lo que somos.

Por suerte somos muchos a los que nos mueven estas formas de comunicarnos. Nuestra esencia ha sido y es ir construyendo Árbol de forma colectiva, integrando las opiniones de todos lo que son parte de una forma u otra. Es gracias a eso que cada día aprendemos un poco más, mientras nos surgen nuevas preguntas, ideas y sueños. Uno de los mayores aprendizajes es que la formación y capacitación, junto con el acceso a la tecnología, son fundamentales para lograr una real democratización del medio audiovisual.

Estos textos surgen de las ganas de aportar a esas necesidades de aprender, y potenciar con estas herramientas los procesos sociales, educativos y culturales, y lograr productos creativos y de calidad. Intentan sintetizar lo que hemos aprehendido y lo que nos han enseñado, pero están a la espera de convertirse en hechos, videos, proyecciones y acciones; para luego volver a ser textos que nos permitan seguir profundizando, seguir caminando. Verás que hay muchos espacios vacíos que buscan dar lugar a lo nuevo, a lo propio, a la experiencia particular de cada uno. Es por eso que, desde ya, sos parte de esta historia. Esperamos entonces encontrarnos luego para seguir compartiendo. Con cariño,

Colectivo ÁRBOL
Montevideo, 2012

Introducción

Árbol Televisión Participativa es una organización que trabaja en pos de democratizar el medio audiovisual, para utilizarlo como una herramienta educativa de participación, con el fin de fortalecer el derecho a la expresión, y de aportar a la convivencia y la transformación social.

Para ello promovemos la producción y difusión de audiovisuales realizados bajo metodologías participativas, facilitando el acceso a la tecnología y a los medios de comunicación, brindando formación y capacitación, con propuestas descentralizadas y de acceso gratuito.

Árbol Televisión Participativa surge en 2003 con el *Proyecto Árbol*, promovido por *tevé CIUDAD*. Desde ese entonces ha tenido una gran evolución no solo en la magnitud de convocatoria y diversidad de propuestas, sino también en su propia forma organizativa, constituyéndose en una organización gestionada de forma participativa.

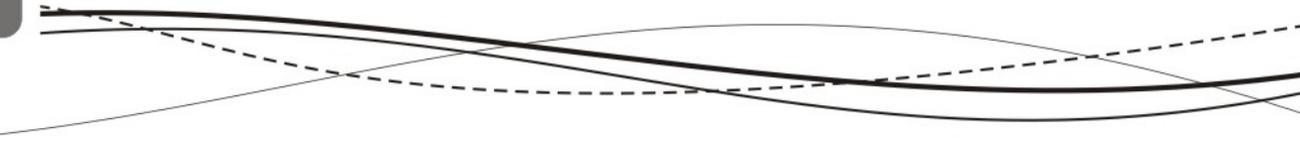
Hoy día **Arbol Television Participativa** es una Asociación Civil sin fines de lucro y es gestionada por el **Colectivo Árbol**. Bajo esta forma organizativa se llevan adelante proyectos adaptados a las distintas realidades en todo el país, junto con diferentes comunidades, organizaciones, instituciones y organismos.

Además desarrolla otras propuestas para producir contenidos de forma participativa, que van desde Ciclos como *Generando Movimiento*, hasta promos y tandas como *Te paso un pique*. A su vez, genera diversas actividades como talleres, intercambios y encuentros con experiencias nacionales y extranjeras.

A través del Proyecto Árbol, convocamos anualmente a grupalidades e instituciones interesadas en la realización de vídeos comunitarios, a vivir un proceso que incluye instancias de formación y acompañamiento en las diversas etapas de producción, así como la reflexión sobre las temáticas que los audiovisuales proponen.

También promovemos la circulación y difusión de los productos realizados, a través de proyecciones en las comunidades y la emisión en las pantallas de los canales públicos *tevé CIUDAD* y Televisión Nacional de Uruguay (TNU).

Desde el nacimiento del Proyecto a este año, han participado unas 2.600 personas de forma directa produciendo y proyectando audiovisuales, y unas 6.500 de forma indirecta; se han realizado más de 100 vídeos, proyecciones y emisiones televisivas. De los cuatro grupos capitalinos convocados en el año 2003 se ha pasado, en el año 2011, a más de 140 grupos inscriptos, de todo el territorio nacional.



A white silhouette of a tree with many branches and some leaves, positioned on the left side of the page. The background is a dark gray with some faint white lines and shapes.

CAPÍTULO 1

Comunicación comunitaria

Comunicación

"... es la relación comunitaria humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre inter-locutores en estado total de reciprocidad."

Antonio Pasquali

"Comunicar es una aptitud, una capacidad; pero es sobre todo una actitud. Supone ponernos en disposición de comunicar; cultivar en nosotros la voluntad de entrar en comunicación con nuestros interlocutores."

Mario Kaplún

Comunicación Dialógica

"En el fondo de las dos acepciones, subyace una opción básica a la que se enfrenta la humanidad. Definir qué entendemos por comunicación equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir."

Mario Kaplún

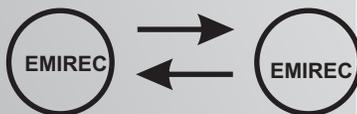
"El diálogo es una relación horizontal de A con B. Nace de una matriz crítica y genera criticidad. Cuando los 2 polos del diálogo se ligan así, con amor, con esperanza, con fe el uno en el otro, se hace críticos en la búsqueda común de algo. Sólo ahí hay comunicación. Sólo el diálogo comunica."

Paulo Freire

EMIREC

"Todo ser humano está dotado y facultado para ambas funciones; y tiene derecho a participar en el proceso de la comunicación actuando alternadamente como emisor y receptor."

Mario.Kaplún



Comunicación y comunidad derivan de la misma raíz latina: "Communis", que significa "**poner en común algo con otro**". La esencia de estos dos conceptos está en el compartir entre las personas, para lo que es necesario establecer vínculos a través de los cuales intercambiemos ideas, saberes y sueños, que den sentido a nuestras vidas y a nuestro accionar individual y colectivo.

Tanto la comunicación como la comunidad son procesos de construcción de identidad, que necesitan de al menos 2 personas que emitan y reciban mensajes para crear ese "algo en común"; este proceso es posible si existen **lenguajes y códigos** compartidos. Una **comunidad** es el resultado de ese "algo en común", que es lo que le da el sentido de pertenencia a quienes son parte de ella (por ejemplo, soy de La Teja, soy hincha de Peñarol, soy joven, soy mujer, etc.). Cada uno de nosotros pertenece a varias comunidades - aunque podemos sentir una más fuerte que otra -, ya que somos, hacemos y tenemos distintas cosas, que nos determinan grupos de referencia diversos, que pueden crearse, desaparecer o cambiar con el tiempo. Además, cada uno de nosotros es co - participante en la construcción de esos grupos - ya sea de forma consciente o no, explícita o implícita -, y lo hace a través de su escucha, su expresión, y de su accionar.

La **comunicación** dialógica denomina a ambas personas como **EMIREC** (emisor-receptor), diferenciándolo del planteo clásico de comunicación que asigna a uno el rol de emisor y a otro el de receptor. También es importante destacar que una de las claves de la comunicación dialógica es el saber escuchar y ponerse en el lugar del otro, experimentar lo que se llama "**empatía**". Antes de emitir es necesario escuchar al sujeto con el que queremos comunicarnos, y también escucharnos a nosotros mismos - cuáles son las necesidades, conocimientos y motivaciones de ambos-, para que lo que expresemos y hagamos, tenga sentido para todos los que **participamos** del proceso de comunicación.

El proceso de comunicación entonces es también un **proceso educativo**, en el cual **buscamos la transformación** de nuestra realidad. Descubrir qué cosas no nos gustan y queremos cambiar, qué necesidades tenemos como integrantes de esa comunidad; poder reflexionar sobre ellas y analizarlas, para luego volver a la realidad y actuar sobre ella.

Los aprendizajes que surgen de este proceso generan nuevos sentidos que pueden compartirse con otros a través de diferentes formas de comunicación: “cara a cara” (interpersonal) o utilizando medios (audiovisual, radial, escrito, etc.).

Los medios son un actor social más que aportan a la socialización y la construcción de identidades, y deberían contribuir a la integración, la solidaridad y la preservación de las culturas. Sin embargo, generalmente no sucede así, y estamos inmersos en programas de tv que hablan sobre otros, frecuencias de radio que se repiten a sí mismas, publicidades que nos venden productos como si fueran esenciales para nuestras vidas, etc. De esta forma el espectador (televidente, oyente, lector) queda en el rol de mero receptor, generalmente en actitud pasiva y acrítica.

Por otro lado, hay muchas experiencias que creen que la comunicación democrática y dialógica es posible y necesaria, y utilizan los medios como herramientas que aportan al desarrollo humano; las radios, televisoras y periódicos comunitarios son un ejemplo.

Es importante tener en cuenta el papel formativo de la **participación** en la comunicación, ya que los humanos aprendemos principalmente por experiencia, la palabra dicha – comunicada, adquiere un gran valor significativo ya que refiere a lo vivido y por lo tanto a lo aprehendido.

Participación

“La participación significa una contribución permanente e integral de cada individuo al trabajo colectivo, el derecho de compartir las decisiones y el usufructo también permanente y proporcional en los productos alcanzados (...) Al participar en un proceso productivo tomamos parte en una actividad; al participar en la gestión de una sociedad o un grupo, formamos parte de una organización social; al recibir recompensas, tenemos parte del producto. Tomar parte, formar parte, y tener parte integral, significa participar integralmente”.

Juan E. Díaz Bordenave

Empatía

“... es una actitud deliberadora, voluntaria; un esfuerzo consciente que hacemos para ponernos en lugar de nuestro interlocutor a fin de establecer una corriente de comunicación con él. Es la capacidad de ponernos en la piel del otro, de sentir como él, de pensar como él, de sintonizar”.

Mario Kaplún

Proceso Educativo

“La educación es praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo.”

Paulo Freire

Viene del verbo latino ducere que significa “conducir”. Educar significa “conducir hacia afuera”, “sacar desde adentro”, más que conducir hacia dentro, o poner algo que está afuera, adentro del hombre o de su mente.

DINÁMICA

La Lectura Crítica de medios

Basado en M. Kaplún y Hermosilla

Ver algún programa y/o publicidad de la televisión, y analizar sus diferentes niveles:

1. denotativo (descripción del contenido y la forma, elementos como imágenes, sonidos, personajes, información, etc.),
2. luego el connotativo (vinclando los elementos, encontrar los significados que tienen),
3. y por último el nivel ideológico (teniendo en cuenta quién produjo esos mensajes, cuál es su intención).

Comunidad

Por Leticia Folgar

“Nuevos supuestos para pensar la comunidad

- Superar el recurso de las esencias comunitarias que implica pensar la comunidad desde lo dado del ser común (sangre, sustancia, filiación, esencia, origen, naturaleza, identidad orgánica o mística)
- Pensarla como una condición de la vida de los sujetos en la cual lo común comienza allí dónde lo propio termina
- La comunidad como condición y no como valor
- Como espacio socio-simbólico aparece como lugar clave para la conformación de identidades sociales. Lugar de diferenciación y de distinción simbólica entre grupos humanos
- Lugar de producción y reproducción de sentidos.”

Filosofía neocomunitaria, la tradición comunista	Perspectiva Weberiana	R. Espósito etimología del término latino “communitas”
La comunidad como una propiedad de los sujetos que los califica como pertenecientes al mismo conjunto	Se trata de una relación social en la que la disposición a la acción reposa en una común pertenencia subjetivamente sentida por los individuos que participan en ella.	El cum es lo que vincula, nos pone frente a los otros exponiéndonos a ser con.
Un valor, una esencia que se puede perder y reencontrar	Territorio como una de las primeras posesiones de las comunidades humanas.	El munus refiere al reparto de esa tarea. Un don que se distingue por su obligatoria retribución.
Ellos tienen en común lo que les es propio y son propietarios de lo que les es común		Communitas es el conjunto de personas a las que une, no una propiedad, sino justamente un deber una deuda.
		El munus que la communitas comparte no es una propiedad o pertenencia, es una condición. Un deber una a los sujetos de la comunidad
		Adquiere sentido en oposición a “propio”, común es lo que no es propio

Lenguaje y códigos

Fragmentos de "PORQUE COMUNICARNOS ES IMPORTANTE...BUSCAMOS PISTAS" Alicia García, cátedra Comunicación comunitaria, Liccom – UdeLaR.

"EMPECEMOS POR ALGUNOS ELEMENTOS GENERALES SOBRE COMUNICACIÓN:

- Como seres humanos, nos comunicamos **todo el tiempo**, lo queramos o no, nos demos cuenta o no. Y no sólo al hablar o escribir, existen muchos **LENGUAJES**: los gestos, la forma de vestirse, la música, el baile, los olores... nos dicen algo. Por ejemplo: si sentimos un determinado olor, podemos saber dónde estamos. Si vemos a alguien con cierta vestimenta, podemos deducir algo sobre sus gustos e intereses.

- Todo nos "**dice**" cosas y nosotros podemos entenderlo (podemos "leerlo") porque compartimos **CÓDIGOS**: sistemas de reglas que nos permiten entender lo mismo (o parecido). El semáforo, el lenguaje escrito, las notas musicales, acordamos que significan una determinada cosa. Para que podamos comunicarnos tenemos que manejar **códigos comunes**. Así como los lenguajes son múltiples, y hay que conocerlos para poder tenerlos en cuenta en la comunicación, podemos destacar algunos códigos que si no son tenidos en cuenta, pueden distorsionar la comunicación (generar lo que se llaman ruidos): *La experiencia (Código Experiencial)*, ... *Las formas de pensar y ver las cosas (Códigos ideológicos)*, ... y *El sabor y el color de la gente (Códigos Culturales)*. En esta reflexión es bueno considerar también los **medios masivos**, aunque no los utilizemos habitualmente para nuestros mensajes. Porque miramos televisión, escuchamos radio o leemos diarios, y con estos elementos también nos vamos "armando una idea" de las cosas. Pero no sólo es cuando miramos, escuchamos o leemos. Esto después se comenta, desde la peluquería al boliche, hay modas que se pegan (desde cosas que se dicen hasta con lo que nos vestimos), etc. Y eso también tenemos que tenerlo en cuenta en nuestra comunicación."

Comunicación Dialógica

Fragmentos de “El comunicador popular”, de Mario Kaplún

“En el fondo de las dos acepciones, subyace una opción básica a la que se enfrenta la humanidad. Definir qué entendemos por comunicación equivale a decir en qué clase de sociedad queremos vivir. La primera acepción – la que reduce la comunicación a la transmisión de informaciones – corresponde a una sociedad concebida como poder: unos pocos emisores imponiéndose a una mayoría de receptores. La segunda, a una sociedad construida como comunidad democrática. De la una y la otra se desprenden múltiples rasgos:

COMUNICACIÓN DOMINADORA	COMUNICACIÓN DEMOCRÁTICA
Monólogo	Diálogo
Poder	Comunidad
Vertical	Horizontal
Unidireccional	De doble vía
Monopolizada	Participativa
Concentrada en minorías	Al servicio de la mayoría

PARA UNA NUEVA DEFINICIÓN

Cada vez se hace más neta la diferencia entre comunicación e información. Así Ricardo Nosedá:

- Comunicación es el PROCESO por el cual un individuo entra en cooperación mental con otro hasta que ambos alcanzan una conciencia común.
- Información, por el contrario, es cualquier transmisión unilateral de mensajes de un emisor al receptor.

Por eso, este autor rechaza que “esa irradiación de mensajes procedentes de informantes centralizados y sin retorno de diálogo, pueda ser identificada con la comunicación humana”.

Para los teóricos investigadores latinoamericanos, los medios masivos tal como en su casi totalidad operan actualmente, no son “medios de comunicación”, sino “medios de información” o “de difusión”. Podrían llegar a ser realmente “de comunicación” (y de hecho algunos pocos excepcionalmente, han logrado y demostrado serlo); pero para ello tendrían que transformarse profunda y radicalmente.

Así como Freire cuestionó la educación “bancaria”, estos investigadores han desmitificado esa falsa comunicación-monólogo y están creando una nueva conceptualización de la comunicación. O rescatando una muy antigua...

La verdadera comunicación – dicen – no está dada por un emisor que habla y un receptor que escucha, sino por dos o más seres o comunidades humanas que intercambian y comparten experiencias, conocimientos, sentimientos (aunque sea a distancia a través de medios artificiales). Es a través de ese proceso de intercambio cómo los seres humanos establecen relaciones entre sí y pasan de la existencia individual aislada a la existencia social comunitaria.

EL HOMBRE “EMIREC”, EL TERCER MODELO

Los participantes en un Seminario sobre Comunicación Social y Educación realizado en Quito en setiembre de 1982 con el auspicio de OREAL/UNESCO, retomando en sus conclusiones estas definiciones y añadieron que el proceso de comunicación debe realizarse de modo que dé a todos “la oportunidad de ser alternadamente emisores y receptores”.

Coinciden en esta certera formulación con el canadiense Jean Cloutier quien, para mejor expresarla, acuñó un término nuevo: EMIREC, amalgama de Emisor y Receptor.

Todo hombre debe ser visto y reconocido como un EMIREC, propone Cloutier; todo ser humano está dotado para ambas funciones; y tiene el derecho a participar en el proceso de la comunicación actuando alternadamente como emisor y receptor.

Tal como Freire había dicho “no más educadores y educandos sino educadores/educandos y educandos/educadores”, diríamos hoy: no más emisores y receptores sino EMIRECS; no más locutores y oyentes sino inter-locutores.

El modelo de comunicación que se desprende de esa concepción podría ser elementalmente graficado en dos o más EMIRECS intercambiando mensajes en un bidireccional y permanente.”

• Participación

ESQUEMA desde Juan E. Díaz Bordenave,

Participación PLENA:

- CONOCIMIENTO participado
- DECISIONES participadas
- ACCIONES participadas

OBSTÁCULOS para la participación:

- Se manifiestan en: el paternalismo, el autoritarismo y en el tecnicismo.
- Se expresan a nivel: personal, institucional y estructural.

VARIACIONES de la participación:

- TIPO: “de hecho” (ej: familia), “espontánea” o “impuesta” (ej: voto obligatorio)
- GRADO: desde la información, pasando por la co-gestión, hasta la auto-gestión.
- NIVEL: local o comunitario, institucional o sectorial, nacional, regional

CRITERIOS de la participación:

1. La participación es una necesidad humana y, en consecuencia, constituye un derecho de las personas.
2. La participación se justifica por si misma, no por sus resultados.
3. La participación es un proceso de desarrollo de la conciencia crítica y de adquisición de poder.
4. La participación lleva a la gente a apropiarse del desarrollo.
5. La participación es algo que se aprende y perfecciona.
6. La participación puede ser provocada y organizada sin que esto signifique necesariamente manipulación.
7. La participación se ve facilitada con la creación de flujos de comunicación y con el desarrollo de habilidades comunicativas.
8. Se deben respetar las diferencias individuales en la forma de participar.
9. La participación puede resolver conflictos, pero también generarlos.
10. La participación no es sagrada: no es panacea ni es indispensable en todas las ocasiones.

Necesidades

Fuente: Cátedra comunicación comunitaria, Liccom – UdelaR. Basado en Max Neef

POSTULADOS DEL DESARROLLO A ESCALA HUMANA según M. Max Neef

- El desarrollo se refiere a las *personas* y no a los objetos. Crítica al economicismo.
- Las necesidades humanas fundamentales son *finitas, pocas y clasificables*, son las mismas en todas las culturas y en todos los períodos históricos. Lo que cambia, a través del tiempo y de las culturas, es la manera o los medios utilizados para la satisfacción de las necesidades.
- Lo que está *culturalmente determinado* son las necesidades humanas fundamentales, sino *los satisfactores* de esas necesidades. Los problemas/necesidades no existen en “la realidad”. Son *constructos* humanos, subjetivos, plantean la diferencia entre situación actual y deseada.

Clasificación de las Necesidades según Max Neef:

1. Según categorías existenciales: necesidades de ser, hacer, tener y estar.

2. Según Categorías axiológicas

Necesidades de: subsistencia, protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad, y libertad.

Necesidades existenciales	Satisfactores
Ser	Atributos personales y colectivos.
Tener	Instituciones, normas, mecanismos, herramientas (no en sentido material), leyes, etc.
Hacer	Acciones personales o colectivas.
Estar	Espacios y ambientes.

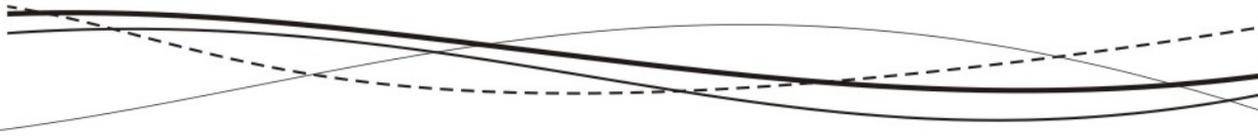
Apuntes sobre la historia de los medios

Fragmentos de “Jovens nas ondas do rádio. Manual de Radiojornalismo.” Del Centro das Mulheres do Cabo.

En sus inicios el hombre se comunicaba a través del toque de piel y el cruce de miradas; los primeros medios que usó fueron los toques de tambor, las señales de humo y las pinturas en las cavernas, que significan el comienzo de la comunicación registrada – impresa-. Luego vino la creación de las palabras para designar cada cosa, y con ella los alfabetos y la escritura, a partir de la cual dichas palabras pueden ser transportadas en el espacio y preservadas en el tiempo. Esta búsqueda de ampliar la comunicación en el espacio y el tiempo es la que impulsa la invención de nuevos medios, de la madera y las piedras como soportes para la escritura se pasa a las hojas de papiro, y luego al papel.

En la segunda mitad del segundo milenio el alemán Guttenberg permite sobrepasar los límites de la escritura a mano al inventar la imprenta, gracias a ella se registran más textos que pueden llegar a más personas, y es la que permite el surgimiento de periódicos y revistas. En el siglo XIX al descubrirse que los hilos de electricidad podían transmitir mensajes, se inventan el telégrafo y el teléfono; en el mismo período también se descubre que es posible registrar la luz, lo que trae la invención de la fotografía y el cine. Más adelante, Heinrich Hertz descubre que existen ondas electromagnéticas libres en el aire, y fue Guglielmo Marconi, quien consiguió que los mensajes codificados fueran transportados por esas ondas, lo que permitió que se inventaran la radio, la televisión, y el teléfono celular. Internet es la creación reciente que más ha revolucionado las formas de comunicación.

Más allá de las características del soporte de los medios de comunicación, lo interesante es ver cómo han influido en nuestra vida. Hoy día se dice que vivimos en un mundo globalizado donde las distancias geográficas, sociales y culturales se acortan, y cada vez más las relaciones humanas se construyen a través de los medios, por eso es necesario comprenderlos, deconstruirlos y apropiarnos.



A white silhouette of a tree with many branches and some leaves, positioned on the left side of the page. The background is a dark gray with several white curved lines, some solid and some dashed, creating a sense of movement or flow.

CAPÍTULO 2

Video Comunitario y Participativo

Lenguaje audiovisual

“Mirar no es recibir, sino ordenar lo visible, organizar la experiencia... La evolución conjunta de las técnicas de las creencias nos va a conducir a tres momentos de la historia de lo visible: la mirada mágica, la mirada estética y, por último, la mirada económica. La primera suscitó el ídolo; la segunda el arte; la tercera lo visual. Más que visiones, ahí hay organizaciones del mundo.”

Régis Debray.

Televisión

“Una sociedad no es un efecto televisivo, es el tejido construido por un todo social; la televisión es una de esas instituciones productoras de sentido. ... hacer de la tele algo productivo y positivo para la sociedad es casi imposible por fuera de las formas éticas y políticas que toma la colectividad.”

Omar Rincón

Lenguaje conocido

“Los estudios de recepción televisiva demuestran que el televidente se relaciona más afectiva que analíticamente con los programas de TV. La explicación de esta relación sustantivamente emocional es el lenguaje audiovisual concreto, dinámico, afectivo, asociativo, sintético y holístico de la TV; diferente del lenguaje verbal (oral o escrito) que es abstracto, racional, analítico, lineal, diferenciador.”

“La identificación con la narrativa televisiva exige por parte del receptor un ‘reconocimiento’ de algo suyo (...) Los datos muestran que la identificación no ocurre con lo extraño y ajeno, sino con lo propio y significativo.”

Valerio Fuenzalida

DINÁMICA

Dos dimensiones: la auditiva y la visual

Elegimos un corto con imágenes y sonidos marcados. Primero sólo lo escuchamos y comentamos sobre qué cuenta, qué historia podría desarrollar, etc.; luego sólo lo vemos y comentamos sobre los mismos puntos; por último lo vemos y lo escuchamos... ¿qué diferencias hay en cada caso? ¿qué nos aportó cada dimensión? ¿qué surge de la integración de ambos?

Video

“... un material audiovisual es válido: si moviliza interiormente a quienes lo reciben, si problematiza, si genera diálogo y participación, y si alimenta un proceso de creciente toma de conciencia.”

Hernández Galárraga

El lenguaje que utiliza el video tiene sus raíces en el cine, es el llamado **lenguaje audiovisual** que se caracteriza por ser fuertemente atractivo debido a su riqueza narrativa. Es un lenguaje conocido por la mayoría de nosotros, ya que se ha instalado en nuestras vidas cotidianas como un actor más - principalmente a través de la televisión -; con una comprensión básica de su funcionamiento y sus características, podemos descubrir sus códigos, ir conociéndolo y utilizarlo.

Lo importante es poder distinguir y a su vez integrar sus **dos dimensiones: la auditiva y la visual** (o sea el sonido y la imagen). Cada una de ellas se expresa a través de diversos elementos que veremos más adelante (ver capítulo 4), y es recibida por 2 sentidos bien distintos: el oído y la vista. La dimensión sonora - risas, música, golpes, silencio - nos envuelve y emociona, llega a nuestro mundo afectivo y nos dispara sentimientos, desarrollándose en una línea temporal casi imperceptible. Mientras, la dimensión visual - rostros, calles, dibujos, letras - nos describe y explica, llega a nuestro mundo racional con un (des)orden de datos presentados de forma simultánea. Cuando mostramos un video, **emocionamos y describimos**, contando una historia a quienes se disponen a recibirla; por eso es bueno tener en cuenta cómo integramos las 2 dimensiones, y para qué las utilizamos.

El **video** (al igual que la cámara) es una herramienta; es un medio y no un fin en sí mismo; que toma su sentido cuando la utilizamos y le damos un significado. Todo video además de ser un producto es un proceso: un antes, un durante y un después; es educativo, político, participativo, comunitario, popular, etc. Haciendo énfasis en el proceso y en los diferentes grados de participación de los involucrados (por ejemplo, el grupo puede guionar y grabar, pero es el tallerista quien edita siendo fiel a las intenciones del grupo, más allá de que aporte a nivel creativo en la narración y estética del video) -, le llamamos **video participativo**. Acentuando en la comunidad (según definiciones del capítulo 1) para y desde la que se hace el video, **video comunitario**.

Pero, ¿cómo utilizarlo?, ¿para qué?

Nuestras comunidades piensan y sienten, tienen memoria, aprendizajes y problemas, son personas, lugares, sueños e historias. El video puede o no colaborar en la construcción de ellas, por lo tanto, es fundamental tener siempre presente el promover vínculos dialógicos y sentidos compartidos, valorando y respetando lo que son

y lo que pueden ser, teniendo en cuenta su diversidad, sus conocimientos y saberes, su imaginario y sus códigos. Para ello es bueno comenzar escuchándola, nutrirnos de lo que “dice” nuestra comunidad - ya sea a nivel explícito o implícito, verbal o no verbal -; a esta etapa se le llama **pre-alimentación**, y significa el inicio de una comunicación dialógica. Además de ser importante escuchar a la comunidad, escucharnos a nosotros mismos permite dar cuenta de nuestras motivaciones, saberes e inquietudes, y tener claro desde dónde y cómo podemos escuchar al otro. Podremos así, lograr una pre-alimentación integral, que contempla tanto las necesidades y motivaciones de la comunidad, como las del grupo. Una de las herramientas a utilizar es el **diagnóstico**, que permite ver claramente y con cierta distancia las diferentes dimensiones de la comunidad.

A partir de allí, y valorando el compromiso y la creatividad individual, grupal y comunitaria, es posible discernir entre cuáles son **los temas** interesantes para desarrollar en un video, qué queremos y podemos aportar a nuestra comunidad, cuál es la mejor **historia para contar**, cómo contarla - con imágenes y sonidos propios y significativos, cómo podemos lograr que sus integrantes se involucren e identifiquen y vivan la narración como una experiencia cotidiana y a la vez extraordinaria, que les trae reflexión y amor por su entorno.

También es importante definir las características del proceso de **producción y circulación del video**, como etapas donde los vínculos y sentidos se construyen a través de acciones que le dan real sentido al producto, ya que más allá de que en él se expresen mensajes, el verdadero significado se lo da el proceso en el cual se inserta y para el cual es producido. A través de esta articulación entre **el proceso y el producto**, logramos contribuir a que nuestras comunidades trasciendan las limitaciones y la cotidianidad, y proyecten nuevas formas de hacer y ser que parecían inconcebibles, y así, podemos contribuir a transformar nuestras realidades.

DIAGNÓSTICO

“Diagnóstico es (...) una mirada atenta (sistemática) sobre la realidad a fin de conocer los síntomas (expresiones significativas relevantes) que allí se manifiestan, dando a cada uno de ellos una valoración adecuada en su contexto y su proceso histórico para determinar como conclusión los problemas, riquezas o potencialidades de una determinada situación.”

Uranga, Moreno y Villamayor.

“... el trabajo popular, los procesos de organización y de transformación social, no son posibles si todos los participantes no poseen un conocimiento adecuado de la situación o el problema sobre el que tratan de incidir.”

Prieto Castillo

Pre-alimentación

“Es corriente en Teoría de la Comunicación oír hablar de *feedback* o retroalimentación. (...) Permitaseme, en cambio, poner aquí de relieve otro componente del proceso comunitario que estimo mucho más decisivo: el que he propuesto llamar prealimentación. Esto es, la participación de los destinatarios antes de la emisión del mensaje; en su misma gestación.”

“Proponemos llamar pre-alimentación a esa búsqueda inicial que hacemos entre los destinatarios de nuestros medios de comunicación para que nuestros mensajes los representen y reflejen (...) Cuando el mensaje es difundido, el pueblo protagonista puede reconocerse en él (...) Él es de alguna manera co-autor del mensaje; comienza a hacerse EMIREC.”

Mario Kaplún.

□ DINÁMICA

Pre-alimentación

Elegir algunos lugares donde encontremos a vecinos de nuestra comunidad, e ir con la cámara a preguntarles sobre qué temas podría tratar un video sobre la comunidad, qué conoce sobre ese tema, qué le gustaría saber, con qué imágenes y sonidos lo asocia, etc... Para en esa instancia hay 2 técnicas que pueden ser útiles, una es el “hombre cámara” donde la misma persona que graba entrevista de forma individual; y la otra es la “abeja” que sirve para entrevistar a un grupo, en ella una persona graba y la otra con micrófono en mano va preguntando y dando la palabra, intentando que surjan diferentes puntos de vista sobre el tema y asociaciones que se hacen de él.

Historia para contar

“La búsqueda es por contar historias en diversidad cultural y política, para saber quiénes somos, cómo hemos venido y qué queremos ser.”

Omar Rincón.

Televisión

Fragmento de “Televisión: pantalla e identidad” de Omar Rincón

“Para superar la acción individual y esa inteligencia de estereotipo de la tele hay que comprender los contextos históricos, sociales y culturales en que actúan sus mensajes ... Una televisión que convierta en héroes a las personas del común, que brinde temáticas nuevas para hablar en la vida cotidiana, permita reflexión y genere conversación ... El imperativo es ganar la atención del público, y convertir a la televisión en un dispositivo útil para el televidente al contar historias que respondan a las necesidades y expectativas de las audiencias, brinden contexto e información que permitan al televidente actuar en su vida cotidiana, construyan mensajes que promuevan ciudadanos activos en la solución de sus problemas con los recursos que tienen a mano y creen mensajes que respeten la inteligencia y la competencia de ver televisión de los televidentes.”

Fragmentos de “Teoría y práctica de la Televisión Socialista”, de la Escuela Popular y Latinoamericana de Cine y Televisión, ViVe TV.

"Al hablar de estética socialista de la televisión, ya vemos que no se trata de *crear una televisión política sino de crear políticamente una televisión*. La producción integral no sería sino una forma más sutil de explotación del hombre por el hombre si no creará, más allá de la polivalencia de cada trabajador(a), la verdadera participación intelectual, política en todas las etapas de la producción, y si este "cerebro colectivo" no se vinculará orgánicamente con las organizaciones populares."

Diagnóstico

Fragmentos de “El Autodiagnóstico. Comunitario e institucional”, de Daniel Prieto Castillo.

El diagnóstico participativo constituye un buen camino para terminar con la falta de comunicación entre los miembros de una comunidad, falta de comunicación de experiencias, de conocimientos. (...)

Un diagnóstico es un esfuerzo sistemático, coordinado, que se realiza a partir de una determinada organización popular y con la mayor participación de la población de decisión de los temas básicos a investigar, en la manera de investigarlos y en el uso de los resultados de la investigación (...)

En un diagnóstico participativo son aprovechadas al máximo las experiencias los conocimientos de todos los integrantes de la comunidad. Por eso mismo el diagnóstico tiene un gran valor educativo, en el sentido de apropiarse de experiencias y conocimientos, de adquirir metodologías de análisis de la propia realidad y de coordinarse para realizar esfuerzos en bien de todos.

El sentido del diagnóstico es más amplio que la simple adquisición de información. Lo importante es el aprendizaje de la propia realidad, el conocimiento de las causas fundamentales de los problemas, el planteamiento de acciones a partir de análisis a fondo de los que nos pasa. Pero lo importante también es el relacionarnos, el compartir esfuerzos, el enriquecernos mutuamente con el saber y las experiencias que atesora toda una comunidad. (...)

El diagnóstico permite aclarar no sólo los problemas más inmediatos, sino también la manera en que se vienen llevando en una comunidad las relaciones sociales. (...) El diagnóstico se inscribe así en una labor de redistribución del poder de decisión dentro de una comunidad y esto supone siempre una revisión de las relaciones sociales vigentes. (...)

EL AUTODIAGNÓSTICO COMUNITARIO

Un diagnóstico comunitario consiste en el conocimiento que sobre un tema o problema desarrolla la población, a través de actividades organizadas y mediante el aprovechamiento del saber y de las experiencias de cada uno de los participantes. (...) debemos llamar la atención sobre algunos puntos:

1. El autodiagnóstico jamás parte de cero.
2. Aprovechar la experiencia y el saber comunicarlo significa, entre otras cosas, recuperar la memoria colectiva.
3. El autodiagnóstico no sólo posibilita el análisis de los problemas que vive la comunidad, permite revalorizar los elementos positivos que existen.

(...) Uno de los valores fundamentales del autodiagnóstico, sino el fundamental, es que parte de la experiencia de la gente (...) Aprovechar la memoria colectiva e individual permite recuperar lo que esencialmente ha ido constituyendo a una persona o a una comunidad. Esto último permite aclarar aquello de que el autodiagnóstico no sólo se dirige a identificar problemas de la comunidad, sino también a reconocer elementos positivos que pueden ser útiles para solucionarlos. En efecto, junto con la precisión de lo negativo, puede señalarse en una comunidad el conocimiento, las experiencias, los recursos materiales existentes para intentar una solución. Así, el diagnóstico aparece como una crítica y como una búsqueda de solución.

Esquema diagnóstico de comunicación local

Fuente: Cátedra comunicación comunitaria, Liccom - UdelaR

Mapa socio-geográfico

- Datos socioeconómicos y demográficos
- Tipos de vivienda, servicios, lugares de concentración...

Mapa organizacional/institucional

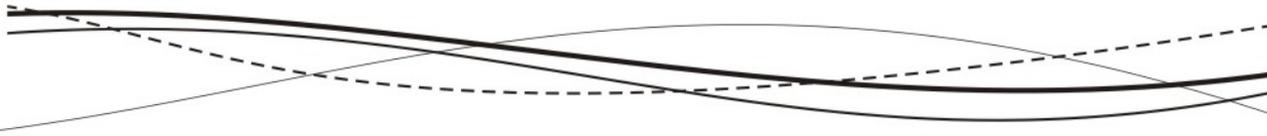
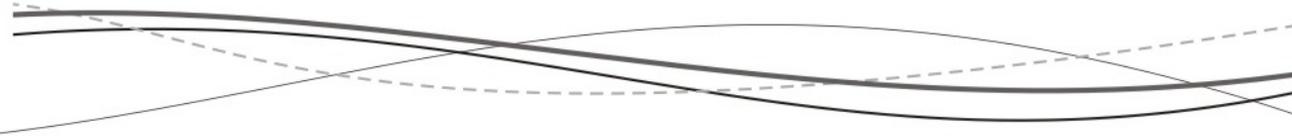
- Organizaciones, peso, influencia, alianzas
- Imágenes. Novela institucional
- Instituidos e instituyentes.
- Relación organizados - no organizados

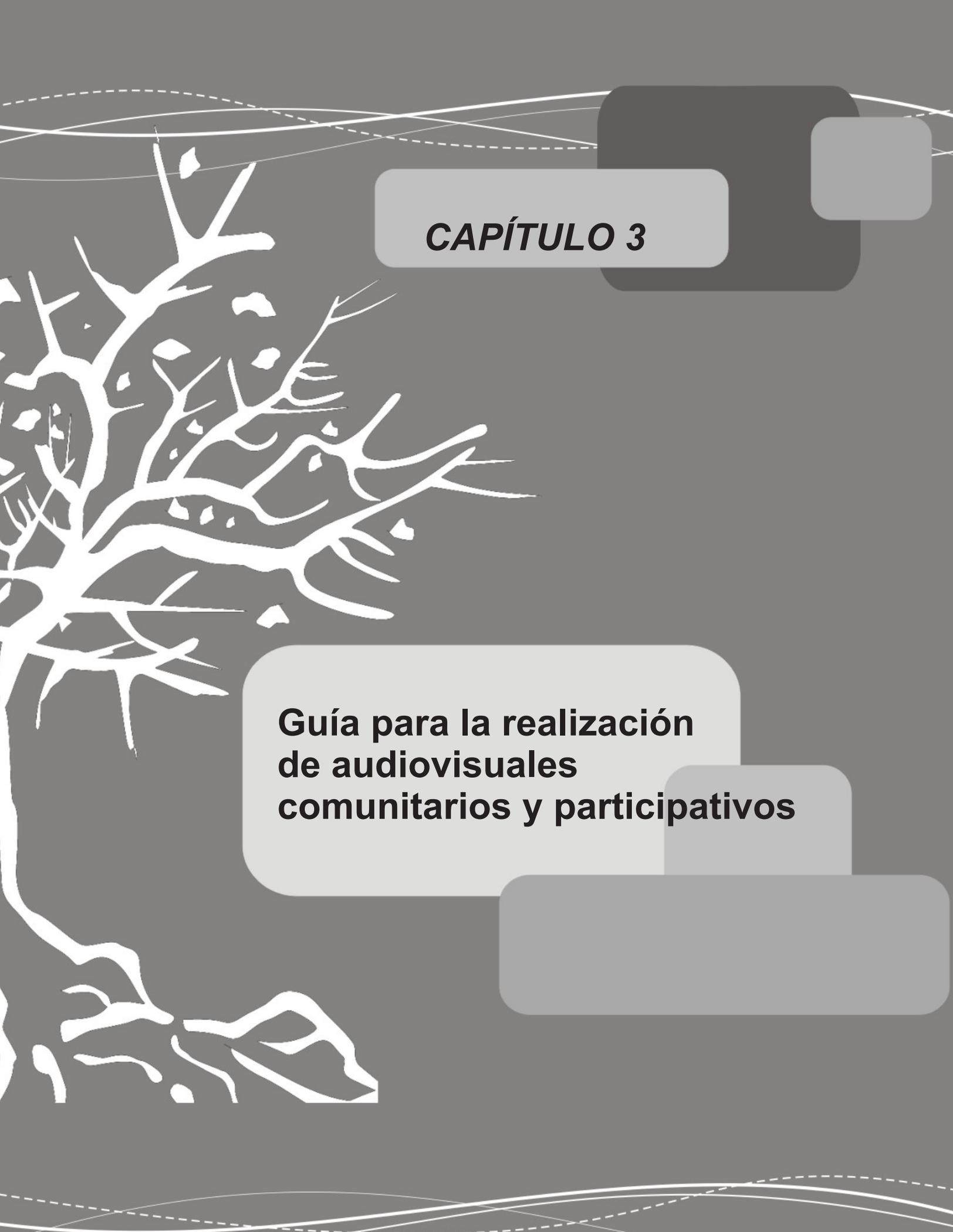
Mapa histórico-cultural

- Orígenes y desarrollo. Novela. Hitos y marcas.
- Influencias, liderazgos, caudillos, etc.
- Rutinas, momentos especiales, fiestas
- Signos de identidad: personajes, lugares, códigos
- Sentimientos de pertenencia/ajenidad

Mapa comunicacional

- Actores (individuales y colectivos), flujos y redes, nudos (porteros, voceros, etc.)
- Medios propios y consumo/usos de medios externos. Recursos.
- Escenarios/ámbitos de comunicación local (interpersonal, grupal, colectivo, masivo).





CAPÍTULO 3

Guía para la realización de audiovisuales comunitarios y participativos

Este capítulo presenta algunas observaciones y conceptos que relacionan los **procesos** de realización audiovisuales con el trabajo comunitario y participativo con la intención de buscar una posible guía que permita desarrollar el video a través de **etapas**, prestándole especial atención a sus posibilidades como producción comunitaria, que nace del trabajo colectivo y se utiliza como una herramienta de transformación para comunicarse y convivir.

Contar historias utilizando el lenguaje audiovisual con la intención de responder colectivamente a las necesidades comunitarias, requiere pensar en el video y en los procesos por etapas de una forma articulada, donde los contenidos o productos se apoyan y dinamizan.

Definición del Tema

Este proceso se inicia con la conformación del grupo, es decir, el encuentro de personas que deciden trabajar con una comunidad, y generar un diálogo que dé lugar al proceso de construcción de un mensaje audiovisual.

En esta etapa, donde se encuentran las necesidades del grupo con las de la comunidad, la pregunta clave es *¿de qué vamos a hablar?*

La **Pre-alimentación** a partir de la conceptualización de Mario Kaplún (Capítulo 2), es el momento más adecuado para centrar la atención en la **escucha** y **trabajo de campo**, es decir el relacionarse directamente con diferentes grupos y personas de la comunidad, e integrar sus visiones, opiniones y formas de sentir -así como su participación como parte del equipo o su disposición para colaborar de alguna manera- en el proceso que se inicia.

Se busca sentar cimientos organizativos y conceptuales sólidos sobre los que construir el audiovisual y obtener los insumos para elegir *qué* contar y *según quién*, definir claramente *cuál* es la **comunidad** con la que queremos trabajar y el **tema** que tratará el video.

También es recomendable definir el **punto de vista**, es decir, *desde dónde* queremos trabajar ese tema. Nunca contamos de forma neutral y objetiva, vamos tomando decisiones y elecciones desde nuestras subjetividades, que permiten construir tanto el video como el proceso en su conjunto de muchas maneras. Qué postura o posición

tomamos como colectivo realizador y desde qué punto de vista de los existentes en la comunidad o en el tema decidimos producir el video: desde el grupo, desde alguno de sus integrantes, desde algún personaje u organización.

Otro insumo que resulta útil para la definición del tema, es a *quién* va dirigido, o sea el público.

Desarrollo

Una vez elegido el tema avanzamos al desarrollo de la **historia**. *¿Cuál es la historia y cómo se va a contar?*

La historia es la anécdota que transmite el tema que se quiere tratar, por ejemplo: a través de la historia de un muchacho y una muchacha se trata el tema del amor.

- Es necesario reconocer los elementos que componen el tema y elegir aquellos que queremos que formen parte: el **lugar** y el **tiempo**, *dónde y cuándo* transcurre, el o los **personajes** que la protagonizan, *cuál* es el **conflicto** a resolver y el **hilo conductor** o la **estructura narrativa** de la historia: por ejemplo, *cómo* empieza, se desarrolla y termina. (ver capítulo 4).

- La **sinopsis** relaciona estos o algunos de estos elementos en aproximadamente 5 líneas que sintetizan la historia y permite que cualquier persona pueda conocer rápidamente de qué va a tratar el video.

- La **escaleta**: es un esquema que relaciona los elementos de la historia y ordena las acciones y las posibles formas de contarlas.

- El **guión** es lo que se verá en palabras, no contiene juicios de valor ni emociones sino que describe los planos visual y sonoro: tanto aquello que es necesario grabar como lo que puede agregarse durante la edición. Utilizando letra Courier New en tamaño 12 cada carilla corresponde a un minuto del video. Habitualmente se distingue entre guión literario (desarrollo de las acciones de la historia) y técnico (cómo se va a mostrar técnicamente). El storyboard es un recurso que ayuda a visualizar el guión técnico. Consiste en pensar la historia como historieta (comic), dibujarla o representarla a través de fotos y se utiliza para prever de qué manera se construye la acción desde el punto de vista de quienes veremos el video.

Algunos aportes sobre proyectos

Para que sea posible que las intenciones y objetivos se concreten y que la forma en que se propone trabajar para conseguirlos sea coherente, ordenada y viable, es recomendable pensar este trabajo como **proyecto**, buscando la relación lógica de objetivos, actividades, recursos y herramientas para administrarlos.

Escribir previamente el proyecto habilita al grupo a participar de forma integral, encontrar un sentido compartido y focalizarse hacia la tarea común, ya que invita a la integración de ideas, la creatividad y las capacidades de las diferentes personas. A su vez, permite organizarnos, definir tiempos, tareas y roles, y no perder el rumbo hacia el que decidimos ir (más allá de que en el camino modifiquemos un poco lo planificado al encontrarnos con situaciones o personas que nos inviten a hacerlo).

El punto de partida es la enunciación de *para qué* hacemos el video, o sea nuestras intenciones, a través de **objetivos generales**: estos expresan qué se quiere aportar a la comunidad en relación a la necesidad o tema. Los **objetivos específicos** desglosan los generales y dan cuenta de lo que nos proponemos, a través de elementos medibles y comprobables.

Esta lógica de proyecto permite tomar estos objetivos como referencias a partir de las que desarrollaremos las **actividades** como forma de acción. Estas pueden ordenarse en un **cronograma** que es una herramienta para administrar y prever ese trabajo en el tiempo. De la misma manera el **presupuesto** es la herramienta que se utiliza para la administración del dinero. Este desarrollo permite al final del proceso definir más precisamente cómo fue el trabajo, ya que brinda elementos claros para su **evaluación**.

Pre-producción

La Pre- producción es la instancia previa al rodaje, que consiste en la organización y coordinación del trabajo y del equipo (roles), la obtención de los insumos y recursos necesarios y la generación de acuerdos con todos los que participan de alguna manera.

En esta etapa, a partir del guión, se desglosan los recursos que la historia exige para ser filmada en un documento llamado desglose o **plan de producción**, y se planifica el rodaje según momentos y necesidades, como la luz y las locaciones, en el **plan de rodaje** (capítulo 5).

Rodaje

En esta etapa se graban las imágenes y sonidos que componen el video. Resultan muy útiles conceptos de fotografía y sonido para el uso de determinados equipos como la cámara y el micrófono (caps. 6 y 7), y el trabajo de análisis y organización descripto antes. Es el momento de desarrollar el trabajo previsto en las etapas anteriores, y en el que el trabajo en equipo articulado y respetuoso es indispensable.

Edición

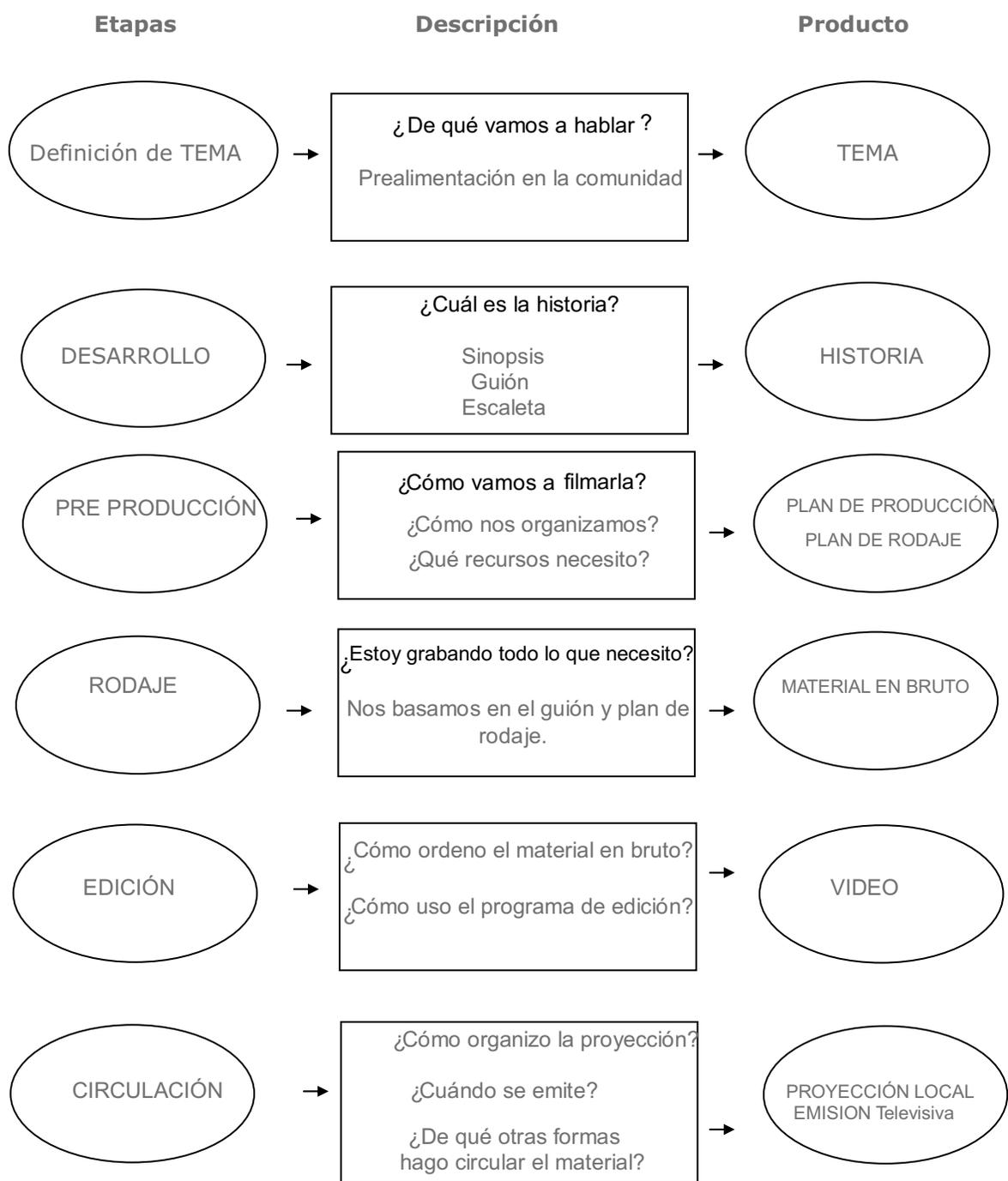
Es la etapa en la cual terminamos el video. En ella organizamos lo grabado y los otros insumos que podemos necesitar para contar la historia (por ejemplo, música, fotos o archivos que contribuyan a que sea más entretenido y agradable narrativamente y estéticamente.) Es necesario poner en juego conceptos de **montaje** que ayudan a contar (cap. ...), y conocer el programa de edición que vamos a utilizar y sus programas vinculados (capítulo 8). A través de ellos es posible también hacer mejoras en la imagen y sonido.

Circulación

Por último, el video terminado se socializa. Es posible promover el diálogo con el público, puede ser a nivel local, de la comunidad, a través de una actividad como una **proyección**; masivo, a través -por ejemplo- de la televisación, subirlo a Internet o su presentación en festivales. A esta etapa se le llama también de difusión, pero preferimos llamarla “circulación” para hacer énfasis en una comunicación dialógica (capítulo 9).



Árbol
haciendo televisión para convivir



Árbol televisión PARTICIPATIVA

Aportes para el VIDEO COMUNITARIO

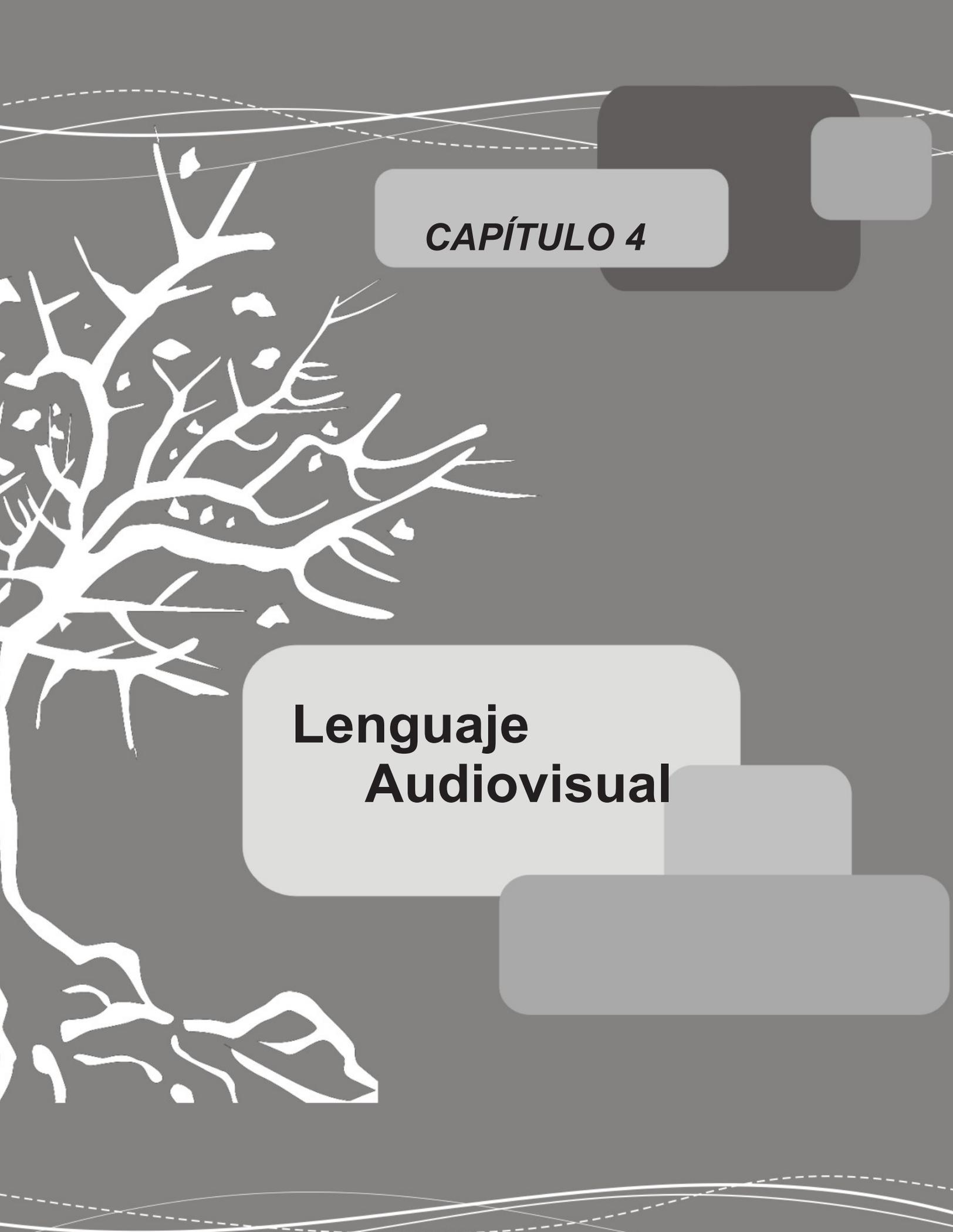
SINOPSIS (Contar la historia sintetizada en 5 líneas, datos como quién es el protagonista, dónde y cuándo transcurre la historia, cómo empieza, se desarrolla y termina, etc. Ayudándonos con el esquema anterior).

QUÉ **PERSONAJE** ES EL HILO CONDUCTOR (puede ser una persona, un grupo, un objeto, un lugar, etc.)

QUÉ **OTROS PERSONAJES** APARECEN EN LA HISTORIA

CUÁL ES EL **CONFLICTO** A RESOLVER (el conflicto de la historia se desprende de la necesidad comunitaria que eligieron, y el objetivo que se proponen como grupo)

QUÉ **TRATAMIENTO** VA A TENER (Cómo lo vamos a contar. Recursos narrativos más adecuados para desarrollar el tema; aquí es importante incluir aspectos de la identidad comunitaria, y permitirnos descubrir y crear formas propias de contar):



CAPÍTULO 4

**Lenguaje
Audiovisual**

Ficción-documental

Actualmente se utiliza la denominación “No-ficción” para desafiar las convicciones y convenciones del documental clásico.

El desarrollo de este género, ha dado este giro ante las limitaciones que encierra el género documental y el estigma con el que carga de ser asociado inmediatamente con el modo expositivo. La constante discusión realidad/representación, verdad/punto de vista, evidencia/artificio, objetividad/subjetividad, es la que ha hecho posible el desarrollo de este género, donde el documental empezó a recuperar elementos expresivos, subjetivos y reflexivos, haciendo cada vez más borrosos los límites que lo separan de la ficción y perdiendo el miedo a presentarse como algo construido. Le otorga la libertad de mezclar formatos, desmontar los discursos establecidos, para hacer una síntesis de ficción, de información, de reflexión.

Antonio Weinrichter.

Género

“Dentro y fuera de la televisión, en soporte cinematográfico o videográfico, los contenidos del género documental se han canalizado a través de una serie de ramificaciones y estructuras de distinta conceptualización. El llamado documental social (...) Las imágenes que divulgan las injusticias de la sociedad, la confusión de los tiempos (...) documentales didácticos y científicos (...) documentales culturales (...) Existen documentales de confesado carácter publicitario (...) publirreportajes (...) documental experimental (...) los docudramas (...) trata de sucesos reales, pero con una particularidad: que los hechos relatados no se grabaron en el momento justo de producirse, sino que se recrearon a posteriori (...) Y por último, el documental de archivo, trabajos de recreación histórica, formas de reconstruir una realidad a partir de documentos filmados en el pasado.”

Llorenc Soler

Contar una Historia

“La gente para comprenderse y comprender la vida necesita historias.”

Juan José Hoyos

“... poco a poco, Evita fue convirtiéndose en un relato que antes de terminar, encendía otro. Dejó de ser lo que dijo y lo que hizo, para ser lo que dicen que dijo y lo que dicen que hizo.”

Tomás Eloy Martínez

La Realización consiste en definir cómo se va a desarrollar el video, qué contamos y cómo sobre el tema que elegimos; es también la articulación durante todo el proceso de las diferentes áreas (cámara, sonido, edición, etc.), para que todas ellas se direccionen hacia el objetivo que el grupo se puso (es por eso que en muchas producciones a este rol se le llama Dirección, y puede estar compuesto por una o más personas).

Como herramientas para decidir en esta etapa encontramos la habitual diferenciación entre ficción y documental: ambas cuentan sobre la “realidad”, sólo que para la primera se crean situaciones, personajes, etc. que no pertenecen al “mundo real”, mientras para la segunda se graba directamente lo que sucede en ese mundo. Sin embargo, existen muchos debates entorno a este tema que es bueno tenerlos en cuenta, ya que más allá de qué se grabe, siempre se le da un orden y un sentido a esas imágenes y sonidos al momento de la edición, e inclusive al grabar estamos seleccionando una porción del tiempo y el espacio; según algunos autores el documental es un género que construye una ficción.

Ambos **géneros**, y los que se encuentran en cada uno de ellos – en ficción: aventura, comedia, melodrama, terror, suspenso, etc, y en documental: didáctico, cultural, experimental, docudrama, de archivo, etc. -, son estructuras narrativas que se constituyen en nuestras herramientas; y por esa razón, es que podemos elegir entre ellas para hacer nuestro video. Inclusive es muy habitual que se utilicen varias en un mismo video, siempre y cuando aporten al entendimiento del mensaje que se quiere transmitir, y logren dar la idea de verosimilitud, o sea, que parezca verdadero (más allá de que el mundo sea real o inventado).

Hacer un video es **contar una historia**; es contarla con imágenes y sonidos que se suceden a lo largo del tiempo en determinados espacios. La esencia de la historia es el **drama**, no en el sentido de tragedia sino el de acción; es muy frecuente ver videos que no nos atrapan o no entendemos, ya que no suceden cosas o suceden de forma tan desordenada que no captamos su significado. Por otro lado se dice que desde nuestros antepasados hasta hoy, la gente para comprenderse y comprender la vida necesita historias, o sea, que es una forma de vincularnos y darle sentido al mundo que vivimos.

Entonces veamos cómo se estructura una historia; uno de los elementos fundamentales es la presencia de personajes – que además de personas individuales, pueden ser grupos, barrios, países, animales, actividades, etc.-, que tienen metas en la historia, y que como en la vida real les van sucediendo cosas. A este suceder, que es la célula básica del drama, se le llama **conflicto**; y podemos dividirlo en 3 categorías:

1. el personaje entra en conflicto con una fuerza humana (otro individuo o grupo),
2. con una fuerza no humana (naturaleza, guerra, destino, etc.), o
3. consigo mismo.

Siguiendo la dramaturgia clásica creada por Aristóteles, una historia se estructura en 3 actos: el principio, el desarrollo y el final, encontramos a veces que este orden es alterado debido a fines expresivos y narrativos. En el principio se presenta lo que es necesario para que el espectador empiece a entender la historia, o sea, el tiempo y espacio donde se desarrolla, él o los personajes, el problema o situación que viven, etc.; luego se da el desarrollo de la historia que comienza cuando se presenta el conflicto, y es cómo el personaje lo va viviendo y resolviendo; hasta llegar al final que es cuando se resuelve el conflicto, y donde damos cuenta de que la situación que se nos presentó al inicio ha cambiado.

Contamos con varias herramientas a la hora de narrar; una de ellas es saber con qué elementos narrativos contamos para hacerlo, podemos distinguir entre los visuales – imágenes y acciones grabadas, de archivo, fotografías, dibujos, etc.-, y los sonoros – voces, música, silencio, efectos, etc.-, y las variantes estéticas que tiene cada uno en (ver capítulos 6 y 7), y además, contamos con los elementos propios del montaje – la puntuación, los gráficos, la mezcla de audio, etc. – (ver capítulo 8).

DRAMA y CONFLICTO

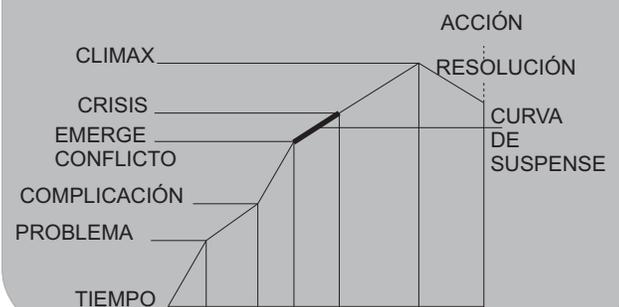
La palabra Drama procede del griego 'dran', que significa 'acción'

La estructura dramática clásica se apoya en dos conceptos, sin los cuales no hay narración posible. EL CONFLICTO Y EL DRAMA.

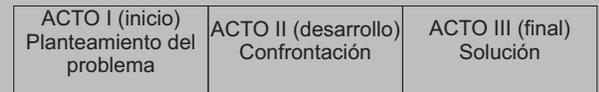
CONFLICTO designa la lucha entre personajes y tesis a través de la cual transita hacia el desenlace.

DRAMA no debe ser entendido como tragedia. La existencia humana es un drama generado por una sucesión de conflictos, sin ellos no habría nada que contar.

Instituto oficial de radio y televisión Española (IORTV)_Elementos del Lenguaje audiovisual.



3 ACTOS



Punto argumental # 1
Break point o turning point

Cambia la dirección, lleva al conflicto que se desarrollará.

Punto argumental # 2
Break point o turning point

Introduce a la solución del problema o desenlace

Nota: El esquema de los tres actos se mantiene, aunque no necesariamente en el mismo orden.

Omar Rincón

Guión

El guión es la forma escrita de cualquier narración audiovisual y se atiene siempre a tres premisas esenciales: LA FORMA, EL CONTENIDO Y EL SIGNIFICADO

LA FORMA es la estructura del guión, el <cómo> contaremos nuestra historia.

EL CONTENIDO es lo que vamos a contar: el drama, la acción.

EL SIGNIFICADO es lo que queremos transmitir al espectador, las implicaciones, lo que se quiere decir, <El mensaje>

Instituto oficial de radio y televisión Española (IORTV)_Elementos del Lenguaje audiovisual.

“Si no puedes contar la historia en una carilla, resumirla en una carilla, entonces da por seguro que a esa historia le sobra o le falta algo.”

Gabriel García Marquez

Otra herramienta es el ritmo que va a tener la historia, que va a determinarse por el orden en que aparecen los elementos, este puede ser lineal – los hechos suceden de manera ordenada siguiendo el modelo causa-efecto -, en escalera – la historia va subiendo en intensidad gracias a los elementos que van apareciendo dándole cada vez más fuerza -, laberíntica – aparentemente no percibimos un orden y el sentido aparece al final -, y de vértigo – que invita a caer en el vacío de sentido por momentos, generalmente se usa en el videoclip o el video experimental -.

La narración se divide en unidades que ayudan a estructurarla, la más pequeña es la plano que es la parte de acción filmada que se encuentra entre dos cortes de cámara (se le llama la célula narrativa), la unión de planos desarrollados en un mismo tiempos y espacio es la escena, y la unión de escenas que logra dar un sentido se le llama secuencia. Estas unidades se construyen definitivamente en la etapa de edición, pero necesitamos tenerlas en cuenta antes para producir y grabar.

Por eso es recomendable escribir un **guión**, además de una sinopsis (ver capítulo 3), que le de forma escrita a la historia, y nos guíe y organice en todo el proceso, más allá de que es bueno saber que también debe ser flexible; muchas veces es difícil anticipar lo que va a suceder, principalmente si decidimos hacer un documental, en esos casos existe lo que se llama escaleta, que ordena las acciones que suponemos acontecerán a partir de nuestro conocimiento del tema. Existen 2 tipos de guiones que son utilizados principalmente en ficción, el literario que es la redacción de la historia como si fuera un cuento, incluyendo diálogos, detalles y sensaciones; y el técnico que se escribe en una grilla donde se divide el cuento en escenas, y se las relaciona con la imagen y el sonido que le corresponde. Finalmente, en la edición también es recomendable escribir un guión o hacerlo nuevamente, sobre todo si es un documental, ya que entre lo que habíamos previsto y lo que grabamos puede haber diferencias importantes que hacen que el video sea distinto a cómo lo imaginamos, o simplemente que queramos agregar y/o sacar elementos que ayuden a contar mejor la historia.

Contar una Historia

Fragmento de Televisión: Pantalla e identidad, O. Rincón y M. Estrella.

Fragmento de Televisión: Pantalla e identidad, O. Rincón y M. Estrella.

Contar historias para televisión, tiene que adecuarse a la narración televisiva. Esto significa que la credibilidad de la información se construye con base en la verdad como compromiso ético, de la veracidad como compromiso profesional y de la verosimilitud del relato o aquella estructura que hace que sea televisión y no otra cosa. Por tanto:

Verdad + veracidad + verosimilitud = credibilidad

Contar historias para televisión significa explorar estilos, formas narrativas novedosas, creativas, originales y reconocer a la televisión como un lugar para la experimentación y con un autor-realizador. Las historias que se cuentan son casi siempre las mismas, la diferencia esta en cómo se cuentan las mismas viejas historias.

La televisión construye historias en referencia a una audiencia específica.

Esquema desde Cuéntalo bien. El sentido común aplicado a las historias, Ana Sanz Magallón

CONTAR UNA HISTORIA

1. HISTORIAS BUENAS / MALAS – NARRADORES BUENOS / MALOS
2. EN UNA HISTORIA PASAN COSAS
3. LAS COSAS PASAN POR ALGUNA RAZÓN
4. HACER ALGO HACE QUE PASEN COSAS (alguien+acción=resultado)
5. LA LIBERTAD PARA HACER UNA COSA U OTRA (alguien+acción libre=resultado)
6. HACEMOS COSAS PORQUE TENEMOS UN OBJETIVO (alguien+acción libre ¿=? resultado)
7. UN OBJETIVO FÁCIL NO ES INTERESANTE (alguien+acción libre ¿=? resultado
perseguido difícil)
8. LAS HISTORIAS INTERSANTES HABLAN DE ALGUIEN QUE ACTÚA PARA
CONSEGUIR ALGO QUE LE RESULTA DIFÍCIL

CÓMO HACERLO INTERESANTE

1. EL OBJETIVO DEBE ESTAR JUSTIFICADO (hay que entender por qué alguien quiere hacer lo que quiere hacer)
2. EL OBJETIVO DEBE ACERCARSE Y ALEJARSE PARA QUE RESULTE EMOCIONANTE
3. LAS COSAS QUE SE REPITEN PIERDEN INTERÉS
4. LOS PUNTOS DE GIRO DIVIDEN LA HISTORIA EN PARTES (presentación, desarrollo o nudo y desenlace – 3 actos)
5. PRINCIPIOS Y FINALES

-Lo mejor va al final. En las noticias, los informativos, ocurre al contrario.

-En la ficción, se reordenan los acontecimientos en un crescendo cada vez más interesante, cada vez mejor, hasta llegar a un final insuperable. En la vida real, las cosas pueden empezar siendo interesantes y después anodinas.

-Después del final no hay nada – si seguimos contando la gente esperará a que pase algo.

- El principio debe ser lo más breve posible. Un buen principio debe dar la información necesaria para entender el conflicto y situarnos. No nos importa lo que hace nuestro personaje antes de plantearse su objetivo central en la historia.
- El principio de la historia no es el principio del conflicto.
- La aparición del conflicto central tiene que estar lo más cerca posible del principio.

6. CRISIS Y CLIMAX

- Lo mejor es lo que los manuales llaman clímax, suele ser el resultado de una decisión del protagonista. Es el momento definitivo de victoria o derrota, cuando el objetivo se ha alcanzado o perdido para siempre.
- La decisión final recibe el nombre de Crisis (un dilema) y su resultado es el Clímax.
- El último dilema nos recuerda que el protagonista es responsable de lo que ocurre porque en cierto modo, lo ha elegido.

7. NADA ES PORQUE SÍ

- Las causas. La buena y la mala suerte. Las causas tienen que “colar”, que ser verosímiles.
- Cualquier elemento relevante debe anunciarse antes de que parezca relevante.
- La sorpresa se consigue ocultando información relevante.

8. SORPRESA Y SUSPENSO

- Nos sorprende lo que no esperamos. La sorpresa se consigue ocultando información relevante.
- Si sabemos que va a ocurrir, crece nuestra atención esperando el momento de que suceda. Ese es el suspense.

9. AVANZAR HACIA EL OBJETIVO

- Se dice que una buena historia es la que avanza.
- Una historia interesante es aquella que habla de alguien que actúa para conseguir un objetivo que le resulta difícil
- El conflicto rompe el equilibrio en la vida del personaje.
- La historia es cada vez mejor cuando el camino hacia el objetivo de nuestro protagonista muestra conflictos cada vez mayores, acciones cada vez más difíciles y arriesgadas.
- ¿Puede nuestro personaje rendirse ante las dificultades? Los cambios de objetivo. Los episodios. Objetivos que se superan en interés.
- En la vida, que las cosas vayan cada vez mejor, es lo interesante. Pero en una historia, que el personaje lo tenga cada vez peor, más difícil, es lo interesante.
- En una historia corta, el personaje puede tener sólo una decisión que tomar. Pero en una historia larga, debería tener muchas decisiones que tomar. Y en cada una debería arriesgar más, tener algo que perder, y esforzarse más.

Guión

“El **guión cinematográfico** es aquel que describe aquello que se mostrará y escuchará en una obra cinematográfica, típicamente una obra de ficción. Involucra división por escenas, acciones de los personajes o eventos, diálogo entre personajes, así como breves descripciones del entorno en el que van a acontecer. Un buen guión literario tiene que transmitir la información suficiente para que el lector visualice la película: cómo transcurre el diálogo, cómo actúan los personajes y con qué objetos interactúan. Intenta describir de forma visual, lo más detalladamente posible, evitando caer en lo explicativo literario. (...)

Se usa principalmente para mostrar a productores potenciales, actores, patrocinadores, miembros del equipo creativo, y cualquier otra persona que requiera conocer la historia, personajes, y sentimiento general de una película.

El guión literario tiene requerimientos de formato, que van desde la tipografía a utilizar (Courier New tamaño 12) hasta los márgenes y distinciones como los cambios de escena, si la acción sucede en interiores, exteriores, de día o de noche. También se separa claramente el diálogo de los personajes del resto de la acción. Teóricamente, si se siguen las normas de escritura, se supone que una página de guión corresponde a un minuto de película. Esto es de gran utilidad para saber la duración aproximada que va a tener un proyecto.”

Ejemplo:

ESC.1 INTERIOR . ALMACEN . DIA

El almacén es pequeño, con un mostrador antiguo y estanterías de plástico. JUANA (35 años) entra al almacén de la mano de su hija LUCIA (4 años), al entrar por la puerta se cruza con JULIO (45 años) que viene saliendo

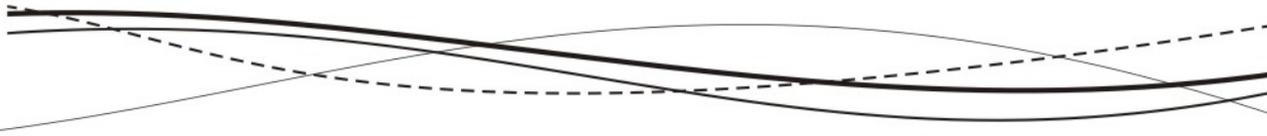
JULIO (Animado)

Buen día Juana, ¿cómo está hoy?

JUANA

Muy bien, gracias Julio,

Mande saludos a su señora de mi parte



A white silhouette of a tree with many branches and some leaves, positioned on the left side of the page. The background is a dark gray with decorative white lines and shapes.

CAPÍTULO 5

Producción

La producción implica la organización y coordinación del proceso de realizar y hacer circular un video; es un proceso largo que incluye diversas dimensiones, y en este caso se relaciona directamente con los vínculos que establece el grupo con la comunidad. Por eso es necesario utilizar diversas herramientas para ordenar el trabajo en las diferentes **etapas: Pre-producción** (antes del rodaje), **Producción** (durante) y **Post-producción** (después), y tener en cuenta que en cada una de ellas, los tiempos, espacios y formas de trabajo varían.

Una vez que sabemos de qué va a tratar la historia (ver capítulo 4), podemos definir los recursos que necesitamos para realizarla y hacerla circular. A partir de ellos desarrollamos un desglose que los incluye a todos agrupándolos en rubros (por ejemplo equipo humano, equipamiento, traslado, materiales de archivo, etc.) y los describe en relación a cuándo se precisan, cómo podemos conseguirlos, quién se encarga, etc. Este desglose lleva el nombre de **plan de producción** y es el que nos permite visualizar claramente las necesidades de cada etapa.

Otra herramienta importante es registrar ordenadamente todos los datos que vamos obteniendo, ya que a veces se necesitan en los momentos más inesperados y además, sirve para ir dejando memoria del proceso, es recomendable por ejemplo armar una agenda de contactos, escribir el contenido de cada rollo que grabamos, etc...

La producción acompaña y guía al equipo humano, respondiendo a los objetivos que se trazaron como grupo y a las necesidades que vayan surgiendo en cada etapa, también es quien va marcando los tiempos del proceso; es bueno que se establezcan roles entre los cuales se distribuyan las tareas - camarógrafo para hacer cámara, sonidista para el sonido, etc. -, que no tienen que ser asignados únicamente a individuos sino que también se pueden conformar equipos. Para poder funcionar como tales, es fundamental generar mecanismos de comunicación dentro de cada equipo y entre ellos, para poder funcionar realmente de forma colectiva y todos ir aportando mutuamente al proceso, uno de los más habituales son las reuniones.

ETAPAS DE LA PRODUCCIÓN

PRE-PRODUCCIÓN

(Organización y coordinación del trabajo y del equipo, obtención de los insumos y recursos necesarios, generación de acuerdos y relación con otros actores, etc.)

PRODUCCIÓN / RODAJE

(Grabación de las imágenes y sonidos que componen el video, para lo cual necesitamos conceptos de fotografía y sonido, y determinados equipos como la cámara y el micrófono.)

POST-PRODUCCIÓN / EDICIÓN

(Ordenamiento y montaje de las imágenes y sonidos grabados y de archivo o conseguidos de otras formas, es la etapa en la cual terminamos el video.)

PLAN DE PRODUCCIÓN

PLAN DE RODAJE

Por otro lado, la producción articula al equipo con el mundo exterior, consiguiendo los **insumos** que son necesarios - informaciones y datos, fotos y videos de archivo, gente para entrevistar, lugares donde grabar (llamados locaciones), etc. -; debe buscarlos y obtenerlos para que estén prontos cuando el proceso requiera usarlos, generando en muchos casos acuerdos con personas u organizaciones que nos proveen de ellos. Generalmente la comunidad se dispone a apoyar al conocer que es algo que se hace desde y para ella, es posible también que el grupo ofrezca algo a cambio, desde mencionarlo en el video (con un gráfico por ejemplo) hasta hacer una publicidad para pasar en la proyección. Esto último podría llamarse publicidad comunitaria, en ella se utilizan los recursos del audiovisual desde una ética que incluya valores como el respeto y la solidaridad, y es una interesante herramienta de sustentabilidad en los proyectos comunitarios. Por último, la producción es también la encargada de obtener el **equipamiento** - equipo de cámara, de edición, etc. - en el tiempo y forma que son requeridos por el proceso, podemos incluir aquí también recursos como el soporte donde vamos a grabar (dvd, mini dv, tarjeta de memoria, etc.).

La etapa que requiere mayor organización es el rodaje, ya que es cuando más gente, insumos y recursos se utilizan y articulan entre sí y con la comunidad, ya que muchos de los momentos de grabación los marca ella (ya sea por un entrevistado, o el día en que se instala la feria de la zona); además, las tomas que queremos grabar pueden estar marcadas por determinada hora del día, generalmente es mejor grabar con luz de la mañana o la tardecita, y no al mediodía que el sol está muy fuerte; inclusive sucede muchas veces que disponemos de la cámara por una cantidad de días determinado. Una herramienta para este caso es la elaboración del **plan de rodaje**, que se desarrolla a través de una grilla cronológica con el horario y lugar de cada grabación, describiendo qué y quién es necesario para hacerla; dicho orden se basa en la efectividad y optimización de los tiempos y los recursos, por ejemplo, si 2 locaciones son en la misma cuadra se graban consecutivamente, y si necesitamos determinados actores se intenta grabar con ellos en el mismo día.

Todas estas pautas son de ayuda a la hora de producir, sin embargo, es bueno que cada grupo encuentre la mejor forma de organizarse y vincularse, y además, cada video le requerirá cosas diferentes, para lo cual necesita adaptarse e ir desarrollando su propio proceso. De todos modos es bueno tener en cuenta que es fundamental el trabajo colectivo, el respeto hacia todos, y con todo lo que se vinculan, y manejar lo mejor posible los tiempos; ya que generalmente son procesos largos, en donde participa mucha gente, y por eso recomendamos poder mantener la motivación, el sentido de lo que se hace, y principalmente la creatividad individual y colectiva.





CAPÍTULO 6

**Fotografía
y cámara**

CÁMARA

CCD's

“Actualmente la mayoría de las cámaras utilizan la tecnología CCD (son las siglas de Charge Coupled Device = Dispositivo acoplado de carga). Los CCD's se parecen a los 'chips' de una computadora y funcionan a base de 'semiconductores fotosensibles', que son partículas que emiten una pequeña descarga eléctrica cuando un rayo de luz lo activa”.

ACISAM.

Manual de Producción de TV Comunitaria.

En esta etapa de rodaje nos encontramos con **la cámara**, es una herramienta, que nos permite registrar la imagen del entorno, por eso en este capítulo profundizaremos en su uso. Lo primero es tener en cuenta que más allá de qué y cómo registremos, estamos dándole significado a ese entorno; la cámara nos vincula especialmente con él, ya que implica comunicarnos con las personas y situaciones que registramos. Es importante intentar no invadirlas con la cámara, intentando que sea un actor más que pueda entrar en diálogo con ellas escuchando y respetándolas, es posible que nuestra planificación sea flexible para que nuestras ideas se integren con las de ese entorno y creativamente logren juntas algo nuevo, que obviamente se expresará en el video.

Las **imágenes** expresan, describen, y narran; son construcciones, ya que no pueden representar objetivamente la realidad al ser producidas por personas que piensan y sienten de forma diferente; estamos rodeados de ellas y permanentemente nos comunicamos a través de ellas, son formas de (re)conocer el mundo. Las imágenes se componen de varios elementos que se presentan de forma simultánea (y en general también en movimiento), y a su vez se relacionan con su contexto, o sea con las imágenes que se ubican antes y después de ella. Por lo tanto, es necesario que al construir imágenes tengamos en cuenta estos aspectos, y los utilicemos para lograr “hacer llegar” el mensaje que queremos comunicar. En el video comunitario es importante contemplar que la imagen es un espejo de la comunidad, en el cual se puede ver “linda” o “fea”, reconocerse o no, a partir de cómo la construimos; es interesante encontrar elementos significativos para ella (y el grupo realizador), que tengan que ver con su historia, sus calles, sus caras, inclusive sus colores y formas, y así contribuir a rescatar su identidad particular.

La cámara es una máquina que funciona gracias a la luz, la imagen proyecta rayos de luz que al ser captados por ella activan descargas eléctricas que quedan registradas en los **CCD's**; los conocimientos de la fotografía son tan importantes al registrar con un cámara de video.

La luz tiene una doble función: técnica y estética, o sea, es necesario que se vea lo que queremos mostrar, y que exprese lo que queremos contar. Uno de sus aspectos fundamentales es la **temperatura del color**, la cual se mide en grados Kelvin y va desde la luz de una vela – color rojo – a un cielo despejado – color azul -. La luz blanca no existe, entonces debemos ser nosotros quienes le “decimos” a la cámara con qué luz debe reaccionar como si fuera blanco, y así lograr que los colores se vean como queremos.

Esta función se logra con el “**balance de blanco**”, que en casi todas las cámaras se puede elegir activar el modo automático o el manual, en este último caso el modo práctico de lograrlo es haciendo el balance en un papel blanco. La luz tiene varias características, una de ellas es la **dirección de la luz** (puede ser de un punto o varios, o estar difusa) y cómo llega al sujeto, o sea, cómo lo ilumina, es bueno cuidar que una luz fuerte (o la única) no provenga de un punto que está detrás del sujeto en relación a donde estamos ubicados con la cámara, porque quedará en sombra y no lo veremos (a esto se le llama contraluz).

La **calidad de la luz**, es otro de los aspectos puede ser dura o difusa, la primera es fuerte y dirigida, y genera contornos marcados y contrastes fuertes, mientras la segunda es suave y disminuye el contraste entre los objetos.

Por último, otra de las características a tener en cuenta es la **fuentes de la luz**, que puede ser natural (fuego, sol, sol tapado por nubes) o artificial (lamparita de tungsteno o tubolux de neón); es posible que combinemos las dos opciones, cuidando siempre los aspectos anteriores.

Para construir una imagen necesitamos además de la luz, decidir sobre el encuadre, el plano, la composición, y el punto de vista. El encuadre es una ventana a través de la cual vemos una porción del entorno, su marco delimita el campo (lo que está dentro del marco) y el fuera de campo (lo que está fuera). A la porción seleccionada se le llama plano, que además de ese carácter espacial tiene un carácter temporal, el plano transcurre en determinado tiempo ya que se empieza y termina con la toma de grabación.

Hay diferentes tamaños de planos (también se les llama valores de plano), que se plantean en relación al sujeto principal (éste puede ser una persona, un animal, situación, lugar, etc.), su clasificación es entre plano

BALANCE DE BLANCOS

DIRECCIÓN DE LA LUZ

Dinámica

Un buen ejercicio para entender las variables de la dirección de la luz es:

Colocar a una persona enfrente a una cámara y luego usar una lampara portátil para iluminarla desde diferentes ángulos, ya sea a los costados, de frente y atrás, así como también desde más arriba y más abajo.

Podrán observar así cómo la luz incide de diferentes formas sobre la persona, generando distintos dibujos con la sombra. De esta forma podremos tener en cuál es la mejor forma de iluminar, según el efecto que queramos generar.

FUENTE DE LUZ

Dinámica

Por medio de esta dinámica podremos observar las diferencias de color y dureza de las diferentes fuentes de luz:

Grabar en modo automático un plano secuencia en el que una persona recorra ambientes iluminados con diferentes fuentes de luz (interior iluminado con lamparita, otro con tubos de luz y luego salir al exterior con la luz del sol). Luego poner en modo manual y hacer balance en una de las fuentes de luz y repetir el recorrido. Así se podrán ver como cambian los colores y los contornos que dibujan las sombras proyectadas por las diferentes fuentes de luz.

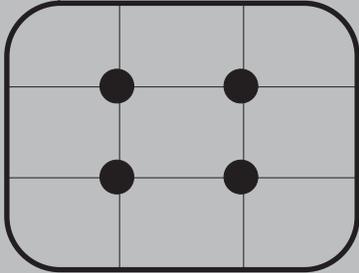
ENCUADRE y TAMAÑOS DE PLANOS

COMPOSICIÓN

Componer es seleccionar y disponer los distintos elementos expresivos en función de la idea narrativa misma, dependiendo del mundo estético del realizador. Todo aquello que no contribuya a la significación del tema, sobra.

Más allá del plano, existe la composición del mismo que se refiere a la forma cómo se establecen las relaciones entre sujetos, objetos y escenarios –al interior del cuadro- siguiendo intenciones

Regla de los tercios: Consiste en dividir la pantalla en tres partes iguales, horizontal y verticalmente, y distribuir los elementos más significativos del encuadre sobre los puntos donde se cruzan las líneas imaginarias. Estos puntos son los puntos más dinámicos del encuadre y nos permiten una mejor distribución espacial de los elementos.



Omar Rincón y Mauricio Estrella

PROFUNDIDAD DE CAMPO

“Es la distancia comprendida entre los puntos más próximo y más lejano que de la escena a filmar que puede ser reproducida nítidamente en el plano focal. Dicho de otra forma: es el espacio que vemos totalmente en nítido delante y detrás del sujeto o del plano sobre el que enfocamos el objetivo(lente)”.

IORTV

MOVIMIENTO DE CÁMARA

“El movimiento tiene tres momentos: un inicio que debe tener un encuadre estático de algunos segundos, que permitan la lectura de la imagen, luego el movimiento y un plano final estático también, debe ser fluido al comienzo y al final del movimiento y corresponder en la velocidad al movimiento de los ojos que recorren un espacio.

El movimiento debe relacionar sujetos u objetos dentro de la escena”.

Omar Rincón y Mauricio Estrella

panorámico (describe el entorno donde se encuentra el sujeto, sirve para orientar y contextualizar), general (muestra al sujeto más cerca y en relación al entorno), entero (muestra el cuerpo completo del sujeto), medio (muestra una parte del sujeto), primer plano (muestra una parte más pequeña, sirve para expresar qué siente o piensa el sujeto) y primerísimo primer plano (es un detalle del sujeto que sirve para rescatar una particularidad de éste). Existe un plano llamado plano secuencia que refiere a que la cámara se mueve sin dejar de grabar, variando los valores de plano y manteniendo una motivación clara (por ej. seguimiento de un personaje).

La **composición** es la relación entre los elementos dentro del encuadre, principalmente entre el sujeto principal, otros sujetos y el entorno, existen varias reglas que se pueden utilizar (o no) - una de ellas es la regla de tercios -, y aspectos a tener en cuenta como la **profundidad de campo**. La **posición de la cámara** nos ayuda a componer, ya que dependiendo de dónde la ubiquemos, la relación entre el sujeto y el resto de los elementos varía; la posición expresa cosas muy distintas, determinándonos el punto de vista. En este sentido una de las variantes más expresivas se da al variar la altura, el sujeto se ve muy diferente al colocar la cámara a la misma altura que sus ojos (lo muestra natural, igual que como lo vemos habitualmente), más arriba (se llama picado, y disminuye al sujeto), o más abajo (se llama contrapicado, y agranda al sujeto); otra variante interesante es la llamada cámara subjetiva, que simplemente significa mirar con la cámara como mira el ojo humano.

Los sujetos generalmente están en movimiento, y para poder seguirlos es bueno acompañarlos acercándonos o alejándonos de ellos utilizando el zoom, o moviendo la cámara. Existen varios **movimientos de cámara**, entre ellos los más utilizados son el paneo (giro horizontal sobre el eje vertical) y el basculamiento o tilt-up y tilt-down (movimiento vertical) en los cuales la cámara no se desplaza, y el travelling en el cual sí se desplaza (de forma lateral, circular, hacia adelante o atrás, hacia arriba o abajo).

La cámara puede utilizarse apoyada en un trípode o hacerse “en mano”, pero siempre es importante cuidar cada uno de los aspectos mencionados, y valerse de los accesorios (trípode, luces, rebotes de luz con espuma plast, etc.) para lograr una mejor imagen, o sea, construir la imagen que exprese lo que queremos expresar.

CÁMARA

Fragmentos de "Sobre la CÁMARA" de Martín Pressa (participante de Árbol 2008)

SOBRE EL USO DE LA CÁMARA

La jornada previa a nuestro rodaje debemos asegurarnos de contar con todos los materiales necesarios y tenerlos preparados y guardados en un lugar común cosa de que cuando llegue el momento solo debamos cargarlos: baterías cargadas, cables, extensiones, adaptadores, alargues, pilas o baterías para implementos de audio, libretos, guiones, etc.

Una vez haya terminado nuestro día de rodaje, asegurarnos de guardar correctamente todas las herramientas con las que hayamos trabajado: Quitar batería de la cámara, quitar cassette de la cámara, proteger el lente de la cámara, quitar pilas o baterías de dispositivos de audio, etc. Guardar todo en los mismos lugares de donde los quitamos para asegurarnos que no falte nada.

Al llegar al lugar desde donde parte nuestro trabajo, corroborar que no falte nada y preparar y chequear nuevamente nuestros materiales para la siguiente jornada.

LA FALTA DE UN CABLE O UNA PILA O BATERÍA PUEDE RETRASAR LA JORNADA SIGUIENTE O ECHARLA A PERDER.

Si vamos a chequear (reproducir) el material capturado conectando la cámara a un televisor reunamos a todo el equipo de trabajo para revisarlo una sola vez, si bien las cámaras nos permiten reproducir, no están pensadas con ese fin, su fin es filmar, reproducen para capturar sin tener que contar con un dispositivo a parte (reproductor), para ese fin. Los cabezales de las cámaras son de difícil reposición.

Si comprobamos que a nuestra cámara le entró agua, apagarla y esperar a que se seque.

Usar lo más posible, si la cámara lo tiene, el transformador correspondiente, de este modo ahorramos el uso de batería. Para conectar dicho transformador, corroborar que esté apagado y que la cámara lo esté también, luego enciendo el transformador y luego enciendo la cámara. Para desconectar el transformador de la cámara realizo el procedimiento a la inversa, apago cámara, apago transformador, desconecto.

MI CAMARA NO TIENE ENTRADA DE AUDIO

Si la cámara no tiene entrada de audio y trabajamos a gran distancia del entrevistado o hay mucho ruido ambiente posiblemente tengamos problemas con la calidad del audio capturado.

Dado este caso, podemos conseguir un reproductor MP4 (o cualquier dispositivo que grabe audio) y grabar el audio buscando una forma de sincronizarlo con el video. Para sincronizar ambos dispositivos necesitaremos un sonido fuerte, acercamos nuestro dispositivo de audio a la cámara, y cuando ambos estén grabando, aplaudimos fuerte, o golpeamos dos maderas, etc, tiene que ser un ruido fuerte y de corta duración. Cuando volquemos los dos audios a la computadora este registro nos ayudará a sincronizar imagen y sonido.

Si trabajamos con un MP4, seria recomendable respaldar los archivos resultantes lo antes posible, para tener espacio disponible y para no perder el trabajo (supongamos que vamos a un cyber a buscar información y nos la llevamos en nuestro MP4 con un virus de regalo que no podemos eliminar).

BALANCE DE BLANCO

Basado en textos de Internet

Generalmente las cámaras semi-automáticas o manuales tienen varias opciones a la hora de hacer Balance de Blancos o WB (White balance). La opción que elijamos va a tener que ver con la fuente lumínica predominante a la que estemos expuestos a la hora de grabar. Generalmente las opciones son:

-  Automático, es decir que la cámara elige el balance apropiado
-  Luz de día, cuando filmamos en exteriores en día soleado.
-  Nublado, para exteriores en días nublados
-  Sombra, para cuando tenemos grandes contrastes entre la luz del sol y la sombra.
-  Tungsteno, para la luz de lamparita.
-  Fluorescente, para luz de tubo o lámpara de bajo consumo no balanceados.
-  Flash, opción que tienen las cámaras de fotos para sacar con flash.
-  Manual, se realiza colocando una superficie blanca en el lugar de incidencia de la luz (sirve por ejemplo cuando incide más de una luz como puede ser el sol de una ventana y la lamparita del interior) y presionando hasta que la cámara registre el balance que elegimos.

Debemos tener en cuenta que el balance se puede manipular de diferentes formas según los fines que le queramos dar. Es decir por ejemplo que podemos lograr un balance que quede un poco más azul y de esta forma dar un clima más frío, o por el contrario, lograr una imagen más cálida en la que predominen los naranjas. Esto va a depender del uso y la estética que queramos darle.

ENCUADRE y TAMAÑOS DE PLANOS

Textos elaborados por El Tejano

El tamaño de plano

¿Qué es un plano? Es un recorte del espacio que registramos durante un tiempo determinado. El tamaño de plano es la cantidad de información que decidimos mostrar de ese espacio. Los diferentes tipos de planos que se emplean en el relato audiovisual dependen de la distancia existente entre la cámara y el sujeto fotografiado.

En una primera clasificación, encontramos cuatro tamaños de plano que cumplen con una función diferente: planos generales (PG), planos medios (PM), primeros planos (PP) y plano detalle (PD).



PLANO GENERAL

Los planos generales son más bien descriptivos. Sirven para mostrar un paisaje, un ambiente, o para ubicar un personaje en su contexto. Son planos que nos muestran la totalidad del espacio que se quiere registrar. Al presentarnos a los individuos como un elemento más del escenario pueden servir para expresar valores como la soledad, la impotencia, la desorientación. También existen planos generales interiores, como pueden ser aquellos planos que muestran el pasillo de una escuela, un aula o una habitación.



PLANO MEDIO

Los planos medios son planos de narración. Sirven para llevar adelante el relato, generalmente son planos que cuentan acciones de personajes o movimientos internos dentro del plano. Un plano medio encuadra al personaje por encima de las rodillas, en general incluye desde el pecho hasta el rostro. Nos lo muestra cercano pero nos da más pista sobre su persona (cómo viste) y le resta, en ocasiones, protagonismo. También permite la inclusión de más elementos en el cuadro (una segunda persona por ejemplo). Es un plano ideal para mostrar conversaciones. Esto nos permite ver, por un lado, información de las acciones de las entrevistadas, y por el otro, podemos ver el interior de su casa, observar el contexto en el que viven esos personajes.



PRIMER PLANO

Los primeros planos enmarcan el rostro del personaje y parte de los hombros. Son planos que sirven para mostrar las emociones o estado anímico del personaje y sus reacciones ante lo que está sucediendo. Su uso nos acerca a la comprensión de la psicología del personaje y nos lo hace más próximo. Su abuso puede hacer más lento el relato ya que generalmente es un plano estático.

**PLANO DETALLE**

El plano detalle tiene un uso mucho más expresivo. Es un plano muy cercano en el cual la cámara nos muestra un objeto, un detalle del mismo o un detalle de una persona o animal. Sirve para recalcar la presencia de una cosa (generalmente de reducido tamaño) de forma que no pase desapercibida por el espectador pues su importancia para la trama que se está contando es capital. Un ejemplo de este plano puede ser los gestos de las manos de un entrevistado mientras está narrando algún acontecimiento.

TIPO DE PLANO, DURACIÓN y RITMO.

El tipo de plano determina, por lo general, su duración, ya que es necesario dejarle al espectador tiempo material para percibir el contenido del plano. Un plano general, por ejemplo, debe durar más tiempo que un plano detalle. Los planos medios duran lo que dura la acción que intentan contar.

La duración de los distintos planos y la combinación entre unos y otros va construyendo, junto con otros elementos como la banda sonora, el ritmo de una obra audiovisual. Aunque esto se define en el momento de la edición, es importante que lo tengamos en cuenta al momento del registro. Cuando hacemos una entrevista, o tomamos imágenes de algún lugar significativo para nuestra historia, es importante que realicemos distintos tamaños de plano de una misma situación, espacio, objeto o personaje. En la edición final veremos cual funciona mejor, o si es posible la alternancia de distintos tamaños de plano para contar un mismo hecho.

En el caso de la entrevistas conviene definir un tamaño previo, para sostenerlo con los distintos entrevistados. En estos casos, ajustar el tamaño del plano, sirve también para definir cuestiones de estilo. El tipo de encuadre, y la forma en la que se registran las caras de los protagonistas que brindan su testimonio deben presentar cierta homogeneidad que define la cuestión estética de nuestro documental. Uniformar el tamaño de plano de las entrevistas contribuye a este tipo de definiciones.

A diferencia del encuadre y el tamaño de un plano que deben definirse en el momento del registro, y en algunos casos anteriormente, la duración de los planos es algo que se delimita en el momento de la edición, en la etapa de postproducción. Por esto, conviene registrar imágenes independientemente de la duración final que tengan en el documental. Es preferible hacer tomas largas, aunque nos parezca innecesario en el momento, para luego achicar. Si nos falta de tiempo de una imagen es muy difícil volver a realizarla, en cambio si nos sobra podemos recortarlo sin problemas.

POSICIÓN DE CÁMARA

Fuente: material didáctico de El Tejano

LA ANGULACIÓN

Existen diferentes tipos de angulación y todos ellos responden a unas necesidades expresivas y funcionales. La angulación de la cámara ubica el punto de vista del espectador, define desde dónde miramos la escena.

Eje perpendicular



Es la más convencional y utilizada. La cámara se coloca perpendicularmente a la acción que pretende captar. Está situada a la misma altura que los personajes. Es la angulación más realista y estable.

Picado



La cámara está situada a una altura superior a la de los personajes y los filma o graba desde arriba. Suele dar una sensación de vértigo, inferioridad del personaje que aparece, amenaza que se cierne sobre él, pequeñez del mismo, inestabilidad, etc. Esta angulación provoca que la parte superior del cuerpo parezca más grande que la inferior.

Contrapicado



La cámara se sitúa a una altura inferior a la de los personajes y los filma desde abajo. Se suele emplear para dar una apariencia colosal a los personajes o conferirles un halo de superioridad o sugerir que se hallan (físicamente) a una mayor altura que los otros actores. Su abuso o uso inadecuado (o demasiado pronunciado) suele resultar un tanto ridículo ya que deforma la figura.

EL MOVIMIENTO

Fuente: material didáctico de El Tejano

El movimiento de la cámara puede darse de dos maneras, movimientos físicos que implican un movimiento desplazamiento o movimientos sobre el eje de la cámara. Y movimientos ópticos que corresponden al movimiento de los lentes.

Existen tres movimientos físicos básicos de cámara: paneo, tilt y travelling. Un movimiento de cámara siempre debe llevarnos de un punto de interés a otro. Los elementos que une el movimiento de cámara deben ser afines y relevantes para la historia que estamos contando.

Paneo

La cámara efectúa un movimiento de rotación, es decir, gira sobre su propio eje horizontal, sobre sí misma. Los paneos pueden ser meramente descriptivos, es decir, servir para mostrar el entorno en el que se desarrolla una acción. Por ejemplo, si un entrevistado se encuentra en una habitación en la que hay objetos afines con aquello que está contando, podemos hacer una panorámica sobre ellos y tomar imágenes que luego pueden servir para vestir la entrevista.

Tilt

La cámara efectúa un movimiento ascendente (tilt up) o descendente (tilt down) sobre su propio eje. Sirve para describir acciones que se desarrollan a diferentes alturas. Por ejemplo la cámara toma desde la altura de la calle a un personaje entrando a un edificio, luego hace un tilt up recorriendo toda la altura del edificio hasta llegar a una de las ventanas más altas a donde deducimos que irá este personaje.

Travelling

La cámara efectúa un movimiento de traslación, es decir, cambia su situación sobre el suelo. Este movimiento se denomina así porque habitualmente se realiza colocando la cámara sobre unas vías sobre las cuales se mueve. Dicho ingenio se llama travelling. También se puede realizar desde una grúa o sobre cualquier otro soporte. Sirve para seguir el movimiento de un objeto o personaje de interés a su misma velocidad. Por ejemplo, si queremos acompañar el ingreso de un personaje a la escuela a la que asistió cuando era adolescente, el traveling puede servir para dar una sensación de acompañamiento y provocar una mayor identificación del espectador con ese personaje.

Cámara al hombro

Cualquiera de los movimientos que describimos anteriormente (paneo, tilt y travelling) se pueden realizar cámara al hombro, lo cual nos da garra y frescura a la narración. Sin embargo es importante tener en cuenta que el aspecto tembloroso de la imagen puede no ser agradable a todos los espectadores.

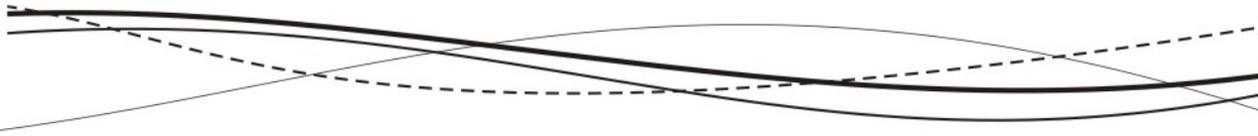
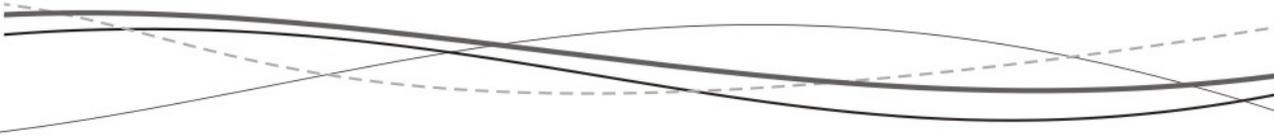
El zoom

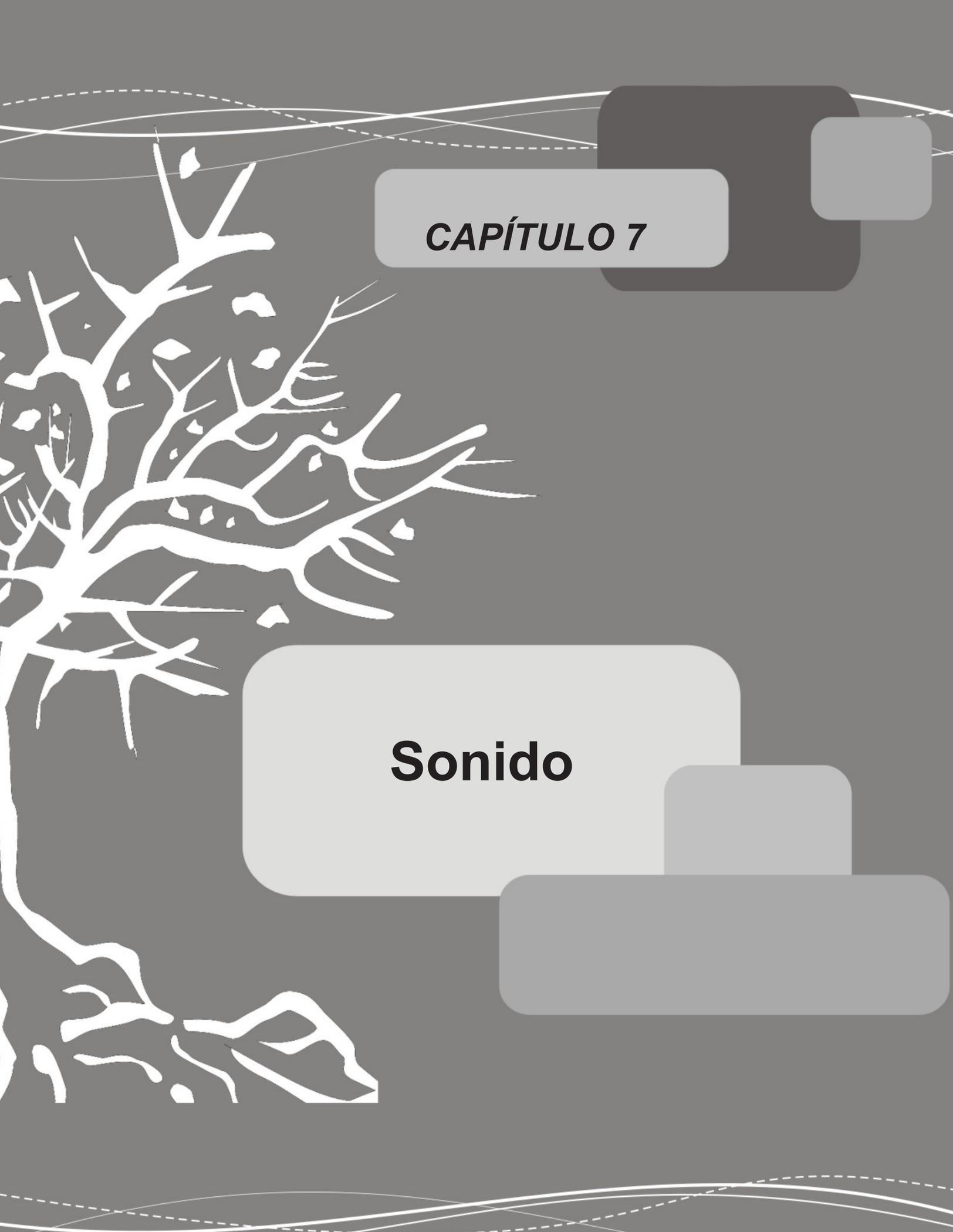
Es un movimiento óptico, ya que implica un movimiento interno de los lentes que componen el objetivo de la cámara. se puede simular un travelling de acercamiento o alejamiento (también llamado plano de avance) mediante el zoom de la cámara. Sin embargo, este recurso da como resultado un efecto muy poco realista. La perspectiva no cambia, simplemente conseguimos hacer más grande una porción de la imagen.

PIQUES PARA EL RODAJE...

Fuente: Barrio Galaxia. Manual de Comunicación Comunitaria. Centro Nueva Tierra.

1. **EL PIRATA.** No grabemos con un ojo cerrado. Eso nos impide ver lo que sucede entorno al objeto filmado y puede hacernos perder detalles valiosos.
2. **AIRE PURO NO ES “PURO AIRE”.** El espacio que rodea a las personas en la pantalla no debe ser exagerado. El objeto filmado debe aprovecharse en el “cuadro” de la cámara sin que haya “aire” en demasía.
3. **EL MANGUERO.** No zarandee la cámara como si estuviera regando. Las tomas deben ser tranquilas, claras. Esos paneos permanentes de un lado al otro dan la sensación de una ataque hiperquinético.
4. **EL “YO – YO”** El uso exagerado del “zoom” altera la visión normal que tenemos las personas. A menos que contribuya al sentido del relato, no hay que hacerlo, y si se hace, hay que llevarlo despaciosamente.
5. **“SALTA – VIOLETA”.** Es cuando el operador interrumpe la grabación y luego la reanuda sin cambiar la posición. Para evitar esos cortes, conviene variar el lugar desde donde se filma, el ángulo o la distancia focal, antes de grabar la siguiente toma.
6. **EL BOSTEZO.** El ritmo entre toma y toma tiene que tener un sentido. La duración de cada plano no debe durar más de quince segundos, ni menos de cinco, si queremos que sea bien registrados por quien ve el video. Esto hace al ritmo de todo el video.
7. **EL PARÁSITO.** No filmar cosas que no contribuyen o enriquecen la narración, sobretodo si queremos que sea disfrutada por la gente que protagoniza la acción.
8. **EL CURIOSO.** Una forma de evitar que una filmación sea aburrida es usar la cámara “subjetiva” interviniendo en la realidad como una persona más (por ejemplo: filmar el recreo desde la altura de los ojos de un chico que corre por el patio). Ojo; hay que conservar el “horizonte” del espectador y guardar la velocidad regular.
9. **NO ME ASUSTE.** Ayuda mucho acostumbrarse a usar la cámara de manera que nuestra cara quede descubierta, y podamos dialogar con los entrevistados. De esa manera acortamos la distancia que a veces provoca la cámara y los micrófonos para que la gente se exprese.





CAPÍTULO 7

Sonido

EL SONIDO

“... cuando vemos algo, nuestra visión está restringida, concentrada. Pero el sonido amplía nuestro campo, se pueden registrar muchas más cosas. Los sonidos, los ruidos, provocan imágenes en la mente que la cámara no capta. Hay que completar la imagen con los sonidos para recrearla en la mente del espectador.”

El Tejano

ELEMENTOS SONOROS

RELACIÓN DEL SONIDO CON LA IMAGEN

La relación del sonido con la imagen puede ser:

- **Sonido in:** la fuente sonora se hace visible en la imagen.
- **Sonido off:** la fuente sonora no se hace visible en la imagen, pero la lógica del relato justifica su existencia.
- **Sonido over:** la fuente sonora no es visible ni responde a la lógica del relato. En este caso la fuente y el origen del sonido se sitúan claramente fuera de la historia.

El Tejano

Como mencionamos antes (en el capítulo 2) **el sonido** es una de las 2 dimensiones del lenguaje audiovisual; sin embargo es muy común darle un lugar secundario, principalmente a la hora del rodaje. Al igual que la imagen, el sonido expresa y describe en sí mismo (la radio es un claro ejemplo de paisajes sonoros y contenidos que comunican); en el caso del video actúa estrechamente con la imagen, completando, acentuando y/o modificando su significado. En nuestras comunidades hay infinidad de sonidos, muchos de ellos hacen a su identidad, algunos son permanentes y otros puntuales, algunos son similares a los de otras comunidades y otros son particulares, además, hay varios de esos sonidos identitarios de nuestro entorno que han desaparecido. Es importante al hacer un video comunitario descubrir cuáles son y qué significados tienen, y decidir si los integramos al video o no, para lograr que la comunidad se reconozca en él.

Existen varios **elementos sonoros** que podemos utilizar, es bueno decidir sobre qué usar y cómo, al planificar el Proyecto, más allá de que se pueda ir transformando en el proceso de realización, principalmente en el rodaje y la post-producción. Los elementos son la palabra (que se relaciona directamente con un personaje), el sonido del ambiente (generan la sensación de realidad, de “estar en el lugar de la acción”), la música (sirve para acompañar, dar ambiente, y expresar sentimientos), los efectos o ruidos (se utilizan para llamar la atención sobre cierto momento o particularidad de la acción), y el silencio (que sirve como puntuación, y para hacer énfasis dramáticos en la narración). Es importante que lo que nosotros percibimos como “silencio” sea producto de una grabación, ya que se percibe la gran diferencia entre un “silencio de ambiente”, y un “sonido a silencio” que se genera en la post-producción.

Todos ellos **pueden corresponder o no a la imagen** - construyendo significados diferentes en cada caso-, y además, deben producirse en etapas diferentes - para corresponder a la imagen es necesario registrarlo durante la grabación, y si no debe corresponder en muchos casos también es necesario grabarlo, pero se integra a la imagen en la post-producción -. Como ejemplo, un recurso muy habitual es la voz en off, que genera grabando una locución que narre las imágenes que se están viendo (es muy utilizada en los informativos).

Los elementos presentan tres características: el **tono**, que puede ser grave, agudo o medio; la **intensidad**, pudiendo ser alta, media o baja (es importante diferenciarla del volumen, ya que un sonido puede ser muy fuerte pero producirse tan lejos que apenas lo oímos); y el **timbre**, que es lo que hace un sonido reconocible “como de...”. Otros aspectos importantes son la **perspectiva**, que refiere a la dirección de donde percibimos que proviene el sonido, y los **planos sonoros** (similares a los planos de la imagen), que varían al variar la distancia entre el micrófono y la fuente que emite el sonido.

El sonido es la sensación producida en el oído por ondas sonoras, que producen los cuerpos (personas, autos, viento, etc, llamadas “fuentes”), y se transmiten a través de un medio elástico (normalmente el aire). Para captarlo es necesario utilizar un **micrófono** y un lugar donde registrarlo (ya sea en la cámara o en un grabador de audio, en este último caso se debe prever la forma de sincronizar el audio con la imagen); todas las cámaras tienen un micrófono incorporado y algunas cuentan con una o más entradas de audio en las cuales podemos conectar micrófonos.

Entre los ajustes dedicados al sonido, hay algunas cámaras que cuentan con la posibilidad de tener un ajuste **Manual o Automático** del nivel de grabación. El sonido se graba con ajustes manuales porque da un mayor control técnico-artístico sobre los niveles de grabación del sonido que estamos grabando. El control automático de ganancia (AGC: Automatic Gain Control) funciona con un nivel máximo (“techo”) de grabación para evitar la saturación de sonido por exceso de señal de sonido, y un nivel mínimo (“piso”) para evitar que el sonido quede grabado con muy poco nivel.

La decisión de cómo registrar, ya sea en cómo colocar la cámara o qué tipo de micrófono usar, depende del ambiente en el que se quiera grabar; es diferente grabar en **interiores** que en **exteriores**. En interiores es bueno tener en cuenta que las **superficies duras** (mármol, vidrio, cemento), hacen que las ondas reboten y generen una “bola de sonido” que no permite distinguir los diferentes sonidos y hacen perder “legibilidad” a la palabra; a diferencia de las **superficies blandas** (madera, polifón, telas, alfombras) que absorben el sonido. En exteriores los elementos que más pueden dificultar son el viento y el volumen de los sonidos de la calle (autos, gente).

INTERIORES Y EXTERIORES Dinámica

Colocarnos los auriculares conectados a la cámara, y salir a “escuchar” el ambiente grabando. En exteriores variando la posición en relación al viento, variando la distancia en relación a un sujeto que hable, etc. y analizar las diferencias. En interiores escuchar la diferencia entre el comportamiento de la voz en un salón con superficies duras (ej: el baño) y en uno con superficies blandas (ej: casa con paredes de madera, alfombras, etc.)

TIPOS DE MICRÓFONOS

EL MICRÓFONO de la CÁMARA

“... debemos huir de usar solamente el micrófono de la cámara, ya que suelen ser excesivamente omnidireccionales y, además, captan los ruidos de la propia cámara.”

IORTV

En cualquier situación lo fundamental es escuchar cómo se comporta el sonido utilizando **auriculares** conectados a la cámara (lamentablemente hay algunas cámaras que no tienen salida para auriculares), estos son “el visor de la cámara” a nivel de audio. Recomendamos escuchar antes de grabar - analizando cuál es la mejor opción, ya sea por la posición de cámara o el micrófono (en exteriores por ejemplo una forma de que escuchemos la voz de entrevistado es que la cámara esté cerca de él para captar su voz por encima del ambiente) – y durante la grabación – chequeando permanentemente cómo se está escuchando -.

Hay diferentes **tipos de micrófono** más convenientes para cada situación; el omnidireccional (o multidireccional) que capta de igual forma el sonido que provenga de todas las direcciones (360°), el bidireccional que capta en dos direcciones (delante y/o detrás), el cardioide que capta con forma de corazón (120°), y el unidireccional (el cual gracias a su diseño discrimina los sonidos laterales y traseros, “concentrándose” prácticamente sólo en los sonidos hacia los que es dirigido, es comúnmente llamado “boom”). Entre los micrófonos más accesibles y con mayor utilidad se encuentran los omnidireccionales y los cardioides, que puede ser “de mano” (son los usados por los periodistas de los informativos) o “solaperos”, que se prenden a la ropa del entrevistado y están pensados para ser usados en interiores por su gran sensibilidad al viento. Es recomendable siempre usar los micrófonos con cubreviento, elemento de polifón que se coloca por encima de la cápsula del micrófono.

La **banda sonora** es la secuencia completa de todos los elementos y sus relaciones a lo largo del desarrollo del video. A grandes rasgos es la mezcla de los diferentes elementos sonoros que se hace en la post-producción, en la cual se va colocando cada elemento en diferentes pistas de audio dándole mayor o menor volumen a cada uno. Así vamos creando la mezcla de sonido que “uniformiza”, acentúa o suaviza el sonido final del video. En la post-producción es posible también corregir algunos de los errores que pudimos tener en el registro del audio. Una de las herramientas más usadas es el **equalizador (EQ)**, mediante el cual podemos destacar o atenuar - inclusive hacer desaparecer - determinados sonidos que “molestan” (por ejemplo el sonido del tráfico o del viento), a través de controles de ganancia y frecuencia del programa de edición.

ELEMENTOS SONOROS

Textos elaborados por El Tejano. Taller de video. Amplificá tu voz.

Desde el momento de planificar el registro de imágenes, de ser posible antes de comenzar a tomar las entrevistas, es muy importante que comiencen a pensar en el uso del sonido. Siempre deben tener en cuenta que estamos hablando de una producción audiovisual y que en la producción que están preparando el sonido, no sólo tiene el mismo valor que la imagen, sino que siempre son percibidos juntos. La importancia del sonido es pues tanta como la importancia de la imagen y un descuido o una falta de planteamiento en el sonido será tan imperdonable como un descuido o una improvisación en el registro de la imagen.

Por otra parte, cuando vemos algo, nuestra visión está restringida, concentrada. Pero el sonido amplía nuestro campo, se pueden registrar muchas más cosas. Los sonidos, los ruidos, provocan imágenes en la mente que la cámara no capta. Hay que completar la imagen con los sonidos para recrearla en la mente del espectador.

Estos sonidos pueden ser registrados junto con las imágenes o pueden ser añadidos en la etapa de la edición, lo que nos permite tener más libertad a la hora de pensar en el producto final. Estos pueden ser:

Sonido in: la fuente sonora se hace visible en la imagen.

Sonido off: la fuente sonora no se hace visible en la imagen, pero la lógica del relato justifica su existencia.

Sonido over: la fuente sonora no es visible ni responde a la lógica del relato. En este caso la fuente y el origen del sonido se sitúan claramente fuera de la historia.

Si bien se discute el concepto de banda sonora como algo separado de la banda de imagen, podemos convenir que la misma contiene los siguientes elementos: la voz, el sonido ambiente (los “ruidos”), y la música.

La voz:

Este es un elemento central a la hora de llevar adelante el relato. De hecho la voz termina subordinando a todos los otros elementos de la banda sonora. Cuando alguien habla, hacia allí dirigimos la mirada. Es por este motivo que debemos ser muy cuidadosos en el registro de lo hablado porque lo que se pierde en la comprensión de lo que se dice es muy difícil de recuperar. (de hecho suele ser más sencillo solucionar los problemas de una imagen borrosa o oscura, que las fallas en el registro de la voz). Por esto es muy importante que contemplen **el uso de los micrófonos** a la hora de grabar, en especial cuando están haciendo las tomas en exteriores. También es importante que tengan en cuenta el problema de la superposición de las voces, que torna muy confuso el relato. En resumen: traten de evitar el clásico ¿qué dice?

Voz en off:

Este recurso tan usado en el género documental tiene algunas limitaciones. En primer lugar recuerden que están trabajando con un producto audiovisual que tiene recursos propios para expresar las ideas, por lo que muchas veces, el uso de una voz en off tiende a reiterar los conceptos que ya están expresados por otros medios. Este recurso es útil cuando es necesario brindar alguna información que sólo de ese modo puede ser comunicada o cuando la misma tenga algún valor expresivo que pueda potenciarse con la imagen. Un ejemplo interesante del uso de la voz en off lo encontramos en *Sor Alice*, con la lectura de las cartas que ella había escrito. Tengan especial precaución con el uso de una locución muy formal, ya que puede terminar produciendo un relato frío y distante.

Los ruidos (sonidos ambiente):

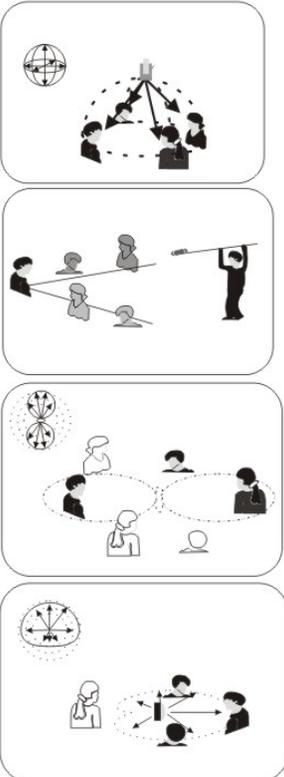
Estos elementos tienden a no ser muy tomados en cuenta, tienen una presencia constante en el registro de sonidos por lo cual es necesario pensarlos un poco. Del mismo modo que cuando encuadramos una fotografía elegimos qué objetos queremos que formen parte de la composición y no dejamos al azar que tal o cual cosa aparezca en el encuadre, así mismo en el encuadre sonoro debemos discriminar los sonidos circundantes y elegir cuales de ellos son los que nos interesan y cuales no. Estos sonidos son muy útiles para crear ambientes, acentuar ideas o para dar continuidad a los relatos. Piensen por ejemplo en el comienzo de Sor Alice con las imágenes del río y los ruidos de la selva. Sonidos de campanas, el silbato de un tren, los ruidos de pisadas, etc. son recursos muy valiosos a la hora de relacionar las distintas tomas y contar la historia que nos proponemos.

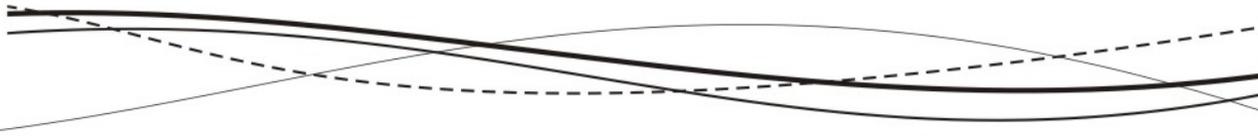
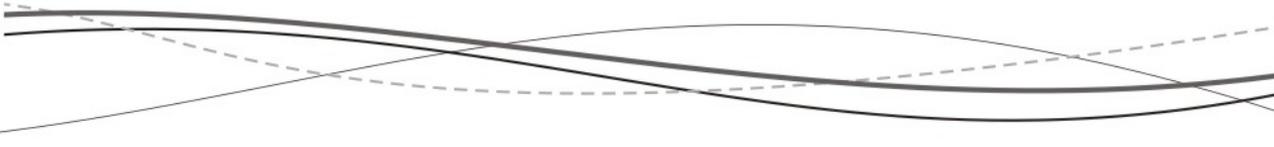
La música:

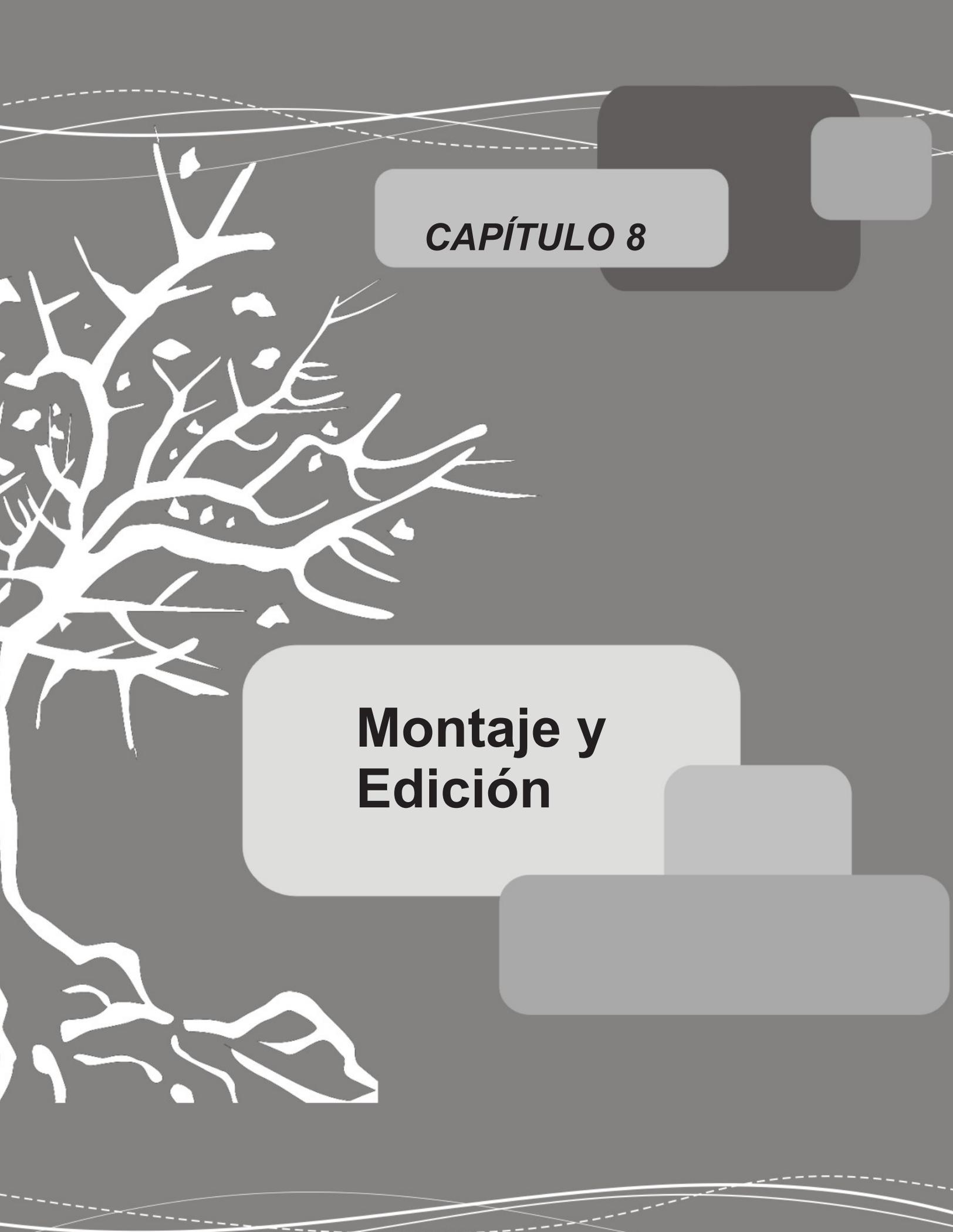
En el habla coloquial estamos acostumbrados a hablar de banda sonora cuando nos referimos a la música que acompaña una película. Desde sus orígenes el cine utilizó a la música como un recurso indispensable para darle un sentido determinado a las imágenes, esto quiere decir, en pocas palabras, que la capacidad comunicacional de cualquier imagen variará cualitativamente según el tipo de música que la acompañe. La música es, en conclusión, un elemento funcional o una función, en el sentido de que ella asigna determinados valores específicos a determinadas estructuras visuales. Esta puede provenir de una fuente visible en la pantalla: por ejemplo, una canción tocada en una radio o la música que proviene de un desfile, pero más comúnmente nos encontramos con una música que no tiene un origen en la trama y acompaña a las imágenes reforzando su sentido. Esta forma de uso tiene sus orígenes en los pianos o pequeñas orquestas que acompañaban las proyecciones del cine mudo. Generalmente esta música es instrumental pero también puede resultar un recurso interesante el uso de canciones en las que las letras se integren al mensaje que queremos transmitir. Un ejemplo de este uso es la canción La Memoria de Gieco en el video Recordamos para el futuro.

Tipos de Micrófonos

Fuente: *Televisión: pantalla y identidad. Rincón, Omar y Estrella, Mauricio.*

Propiedades físicas	El diseño, en cuanto a tamaño, tiene importancia cuando aparece en la imagen. La robustez en el manejo adecuado o no del micrófono y el ruido de mano que produce su manipulación.
Calidad de audio	En teoría, el micrófono debería cubrir uniformemente todo el espectro de audio y reproducir fielmente sin distorsiones. Pero en realidad no es así, existen matices, respuestas distintas y márgenes de tolerancia, aunque se puede modificar la respuesta del micrófono por razones técnicas.
<p>Sensibilidad y direccionalidad</p> 	<p>La sensibilidad de un micrófono está determinada por la amplitud de audio que produce para un cierto volumen de sonido.</p> <p>Las propiedades direccionales se refieren al diagrama de sensibilidad espacial:</p> <p>Omnidireccional: establece una respuesta igual en todas las direcciones, 360 grados de sensibilidad.</p> <p>Unidireccional: capta exclusivamente una forma sonora suprimiendo las demás. Es decir, recoge el sonido que hay directamente delante de él.</p> <p>Bidireccional: registra con claridad sonidos procedentes de dos direcciones, delante y/o detrás. No recoge los sonidos laterales.</p> <p>Cardioides: el modelo de captación del sonido es en forma de corazón, recibe sonidos con claridad en unos 120 grados al frente, no registra en su parte posterior.</p>
Facilidades operativas	La capacidad de maniobra en relación al sujeto, objeto y/o decorado y la simpleza en su operación ayudan a determinar la elección del micrófono. Se debe tener cuidado o anticipar la situación cuando se conectan entre sí varios equipos de sonido.
Elección del micrófono	Es muy difícil determinar cuál es el mejor micrófono y cuál su situación ideal, debido a que no existen dos situaciones idénticas. Los micrófonos se usan según los distintos propósitos, no existen un micrófono para todo uso o universal.





CAPÍTULO 8

**Montaje y
Edición**

Se construye la historia

“La edición es donde la integración entre tiempo y espacio toma su forma definitiva.”

Omar Rincón

Plano

- Ejemplos de las múltiples implicaciones de significación a partir de diferentes relaciones entre los planos (imágenes) tiene
- La imagen A conduce a la imagen B.
- La imagen A se entiende sólo por medio de la imagen B.
- Las imágenes A y B, al juntarse, dan lugar a la imagen C.
- Las imágenes A mezclada — a través de wipe — por superposición a la imagen B implica la idea X no implícita en la imagen A ni en la B.
- La reiteración frecuente de una imagen A, a lo largo del relato, crea un sentido nuevo para la misma.

Omar Rincón

SECUENCIA Dinámica

Presentamos 5 planos sobre una misma situación y proponemos que armen diferentes secuencias con ellos, luego se les puede agregar músicas diferentes, y/o una narración en off, para analizar la diversidad de historias que se pueden contar con un mismo registro

Una vez que terminamos de grabar las imágenes y sonidos que necesitamos para contar nuestra historia, es bueno volver sobre el guión o escaleta original para repensar sobre aquello que proyectamos, teniendo en cuenta lo que se fue generando en el rodaje (desde tomas que no habíamos imaginado, hasta sensaciones que nos surgieron al grabar); y a partir de esa reelaboración ver también si precisamos de otros elementos para contar (como ser música, fotos, etc.). Además, es en esta etapa donde realmente **se construye la historia**, ya que en ella se ordenan y yuxtaponen las tomas, se insertan los otros elementos, se construyen los tiempos y los espacios, se genera el ritmo y los climas, se transmiten informaciones y se expresan emociones. Todos aspectos que van dando sentido al material del que partimos, y haciendo que sea verosímil y convincente lo que contamos – o sea, que sea entendible y creíble para el espectador -. La unidad mínima expresiva es el **plano**, la unión de planos ordenados que crea un significado en sí genera otra unidad narrativa que se llama **secuencia**, y la unión de estas con un significado más amplio se llama **escena**.

Al hacer un video comunitario es necesario dar cuenta de las particularidades de nuestra identidad local, y aplicarlo también en el montaje; poder contar con sus ritmos - no es lo mismo el transcurrir del tiempo en la ciudad que en el campo -, incluir sus asociaciones - determinada imagen refiere a determinado sonido -, sus recuerdos y proyecciones - que nos permiten crear saltos en el tiempo -.

Hay 4 tipos de **montaje** que podemos utilizar para contar:

- el montaje lineal – ordena cronológicamente los hechos, desarrollándolos muy similar a cómo suceden en nuestra realidad -,
- montaje discontinuo – el relato incluye secuencias que suceden en diferentes tiempos y espacios, pero sin perder el orden cronológico de los hechos -,
- montaje paralelo – cuando los hechos transcurren al mismo tiempo, y se presentan alternadamente al espectador -,
- y
- montaje ideológico – introduce secuencias o planos que no se vinculan con el tema por el espacio o el tiempo real sino por su relación simbólica, con ello se le da significados metafóricos al relato -.

Un aspecto fundamental a tener en cuenta es el llamado **raccord o continuidad** del lenguaje audiovisual. El montaje es la construcción de la mirada del espectador y por ello debe ser continua, evitando saltos que le distraigan y le hagan perder el hilo - ya sea porque un objeto que había en un plano no se encuentra en el siguiente, porque la luz varía en una secuencia que se supone sucede en un mismo tiempo y espacio, porque el movimiento de cámara o del sujeto no nos es continuo, por un quiebre en el eje de acción, etc. -.

El **tiempo de la narración** puede construirse de forma similar a cómo sucede en la realidad (haciendo corresponder el tiempo real con el narrativo) o no; así podemos unir imágenes con sonidos que no son habituales, acelerar o enlentecer las tomas, detenerlas o repetir las, podemos también aplicar saltos narrativos al introducir elipsis, flashbacks o flash – forward. Existen además, muchas reglas que nos ayudan a contar, aunque es recomendable que una vez que se conozcan y experimenten se busquen sus quiebres, para ir creando nuevas formas de narrar. Algunas de las más aplicables refieren a los cortes y las puntuaciones.

El **significado del plano** se define entonces a partir de su relación con lo que le antecede y le sucede, por lo tanto su **tamaño** – duración - dependerá de ello. Para decidir cuál es el tamaño más adecuado debemos tener en cuenta la información que aporta y su función en el relato (descriptiva o sensitiva); y también debemos hacerlo a partir de decisiones estilísticas del relato

Continuidad

“La continuidad consiste en que todo parezca aceptable y cierto para el televidente, que la audiencia crea en la lógica del relato, en la conexión de la imágenes y las partes. Un plano, en conexión con otro necesita tener justificación visual y auditiva para colaborar con la fluidez del relato.”

Omar Rincón

Flash- backs y Flash – forward

“... el flash-back(o salto atrás), es decir, introducir en la narración en tiempo presente hechos o situaciones que sucedieron con anterioridad. En sentido opuesto, aunque menos aplicable en el terreno del documental, se puede emplear el flash – forward, salto hacia adelanten la acción que anticipa lo que ocurrirá después.”

Llorenc Soler

general (por ejemplo debe ser corto por el ritmo rápido que le queremos dar a determinada escena).

El orden que se les da a los planos responde a decisiones narrativas - generalmente se comienza con un plano general que presenta todos los elementos y sus relaciones, para pasar luego a uno medio, y por último acercar al espectador al primer plano -; sin embargo para generar suspense o intriga se puede comenzar por un plano detalle. Lo interesante es que sean decisiones que se tomen por el contexto de la narración, y no únicamente por consideraciones del plano en sí mismo.

El **corte** es el límite entre un plano y otro, y que da contundencia y dinamismo a la narración. Para crearlo hay diversas **transiciones**, la más simple es el corte en seco - se usa generalmente dentro de una misma secuencia, y tiene un efecto de naturalidad para lo cual debe pensarse bien el punto exacto donde debe empezar y terminar -, otra es el fundido encadenado (llamado también “mezcla” o “dissolve”) a través del cual una imagen se va disolviendo mientras va apareciendo la otra - si es rápida sugiere que las acciones suceden de forma paralela, si es lento sugiere elipsis de tiempo -, el fundido de entrada (llamado “fade in”) es cuando se viene de negro a la imagen - sirve para dar comienzo a la historia o la secuencia -, el fundido de salida (“fade out”) es cuando la imagen se va a negro - tiene carácter de dar fin, de “punto y aparte” -, también se puede ir a negro y volver inmediatamente dando también un sentido de separación entre las acciones. Existen también diversas transiciones con efectos (páginas que dan vuelta, círculo que se achica, etc.), es bueno utilizarlas si tienen un sentido en la narración, si no, pueden distraer más de lo que aportan.

Entonces, al tener claro estos aspectos del montaje, podemos pasar a **lo práctico**. En este sentido podemos diferenciar 2 **formas de editar: lineal** - para la cual se usan editores manuales que requieren que se trabaje el material con el orden secuencial definitivo, ya casi no se utiliza -, y **digital** - utilizando una computadora (PC o Macintosh) que nos permite trabajar sobre el material alternadamente -. Existen varios **programas de edición** (entre ellos están el Adobe Premier y el Final Cut, y la comunidad de software libre está desarrollando programas como el Cinelerra y el VLC), y cada uno presenta diferencias, ventajas y desventajas, pero lo fundamental es la experiencia que vayamos obteniendo, la que nos dará el conocimiento y la agilidad necesarios para su uso.

CORTE

Para comenzar, lo primero que tenemos que hacer es **ver y seleccionar** todo el material; mirar y escuchar lo grabado y escribir en una planilla su contenido, calidad y características, para poder recurrir a él de forma práctica, a esta tarea se le llama **visionado** y por lo tanto se llama planilla de visionado. Además es bueno tener presente los mencionados elementos con los que contamos, por ejemplo música con función explicativa o con significados simbólicos (generalmente son las canciones que tienen letra), músicas para crear sensaciones y emociones, fotos y videos de archivo que permiten traer el pasado a nuestro relato, dibujos y mapas descriptivos, etc.. Es recomendable generar un nuevo guión basado en el que elaboramos antes de grabar, y para tener clara la historia que contaremos y qué material utilizaremos; puede escribirse una planilla de edición dividida en 3 líneas: imagen, audio, y efectos (relentear o acelerar, poner en blanco y negro, etc.) y transiciones (disolve, fade out, etc.).

Una vez que dimos un orden a todos los insumos debemos abrir un **Proyecto** en el programa de edición, levantar – o sea “**capturar**” - lo seleccionado a la computadora, y cuidar de mantener ese orden organizando el material en diferentes **Carpetas** (por ejemplo, una carpeta para músicas, otra para fotos, etc.), para además colocar en ellas lo que vayamos creando, como ser gráficos, efectos, etc.. Luego podemos abrir diferentes **Líneas de Tiempo** (“time lines”) que nos permitan ir colocando en secuencias los materiales e ir armando la estructura del relato en partes, para luego ensamblarlas en una línea final. Cada línea de tiempo nos permite trabajar en una o más líneas de imagen y audio, pudiendo visualizar claramente cómo se van integrando - qué imagen con qué sonido, la voz con qué música se mezcla, cómo es la transición de un plano a otro, cómo se ubica un gráfico en relación a la imagen y el sonido, etc. -. Una vez finalizado el ensamble final debemos cuidar que el audio tenga un nivel parejo (o sea, que no haya volúmenes demasiado altos ni demasiado bajos en relación al conjunto), y que las imágenes tengan la estética que queremos, ya que con la edición digital es posible retocarlas, dándole el color, la luz y la textura que deseamos. Y por último debemos bajar – “**exportar**” - el video en el formato que tengamos (.avi, o .mov) en el soporte que deseemos (mini dv, dvd, etc.). Una vez que lo hicimos es recomendable chequear cómo se ve en un televisor, ya que muchas veces la computadora muestra de una forma y allí se ve de otra.

Cosas a tener en cuenta antes de editar

Ver y Seleccionar

SELECCIÓN DE LAS IMÁGENES

Siempre se realizan más imágenes de las que en realidad se van a utilizar (...). Al reproducir lo grabado se confirmará se cuenta con lo siguiente:

- Imágenes de buena calidad, que son las que se van a utilizar.
- Imágenes no utilizables, dañadas por defectos o errores de varios tipos, como sobre exposiciones o subexposiciones, encuadres deficientes, ruidos indeseables, mala composición, entre otros factores.
- Imágenes repetidas sin ningún valor adicional.
- Imágenes redundantes, demasiado similares a otras que se van a emplear.
- Imágenes de inserción, que se utilizarán solo en ciertos casos.

La primera etapa de la edición será ordenar las imágenes útiles y las inútiles, formando una lista adecuada - llamada planilla de visionado- (...). Para editar correctamente será necesario imaginarse a sí mismo en la situación del público, que verá una serie de imágenes, una tras otra, por primera vez.

Omar Rincón

EL MONTAJE IDEOLÓGICO

Fuente: Teoría y práctica de la Televisión Socialista por Escuela Popular y Latinoamericana de Cine y Televisión, ViVe TV.

Ejemplo: La batalla de Chile, Patricio Guzmán, Chile-Cuba, 1973-1979.



Para retratar el cortejo presidencial, el cineasta Patricio Guzmán no usa la forma de la televisión dominante sino el montaje como instrumento de análisis político. Filma el recorrido de Allende desde varios sitios y desde varios ángulos, lo que produce una información cada vez distinta sobre una misma realidad. A cada ángulo, a cada posición de cámara corresponde uno de los actores sociales que en ese momento determinaban el proceso chileno: pueblo, presidente, fuerzas armadas, prensa y personal de gobierno, por separado o relacionados a través de movimientos de cámaras. En vez de reproducir la imagen protocolar del presidente recorriendo una avenida de la capital, la sucesión de estos planos termina armando el rompecabezas político, y abre la pregunta: ¿A dónde va este proceso? ¿Cuál es el factor determinante? ¿El pueblo? ¿El presidente? ¿Las fuerzas armadas?; o ¿el pueblo con el presidente?; o ¿el pueblo con las fuerzas armadas?; o ¿el presidente con las fuerzas armadas?

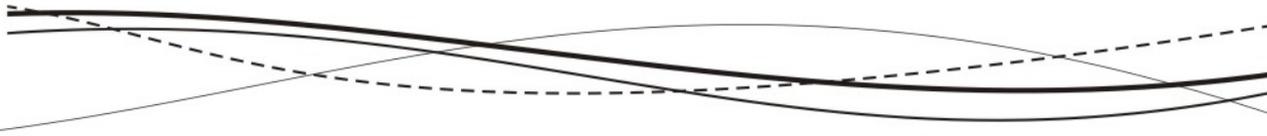


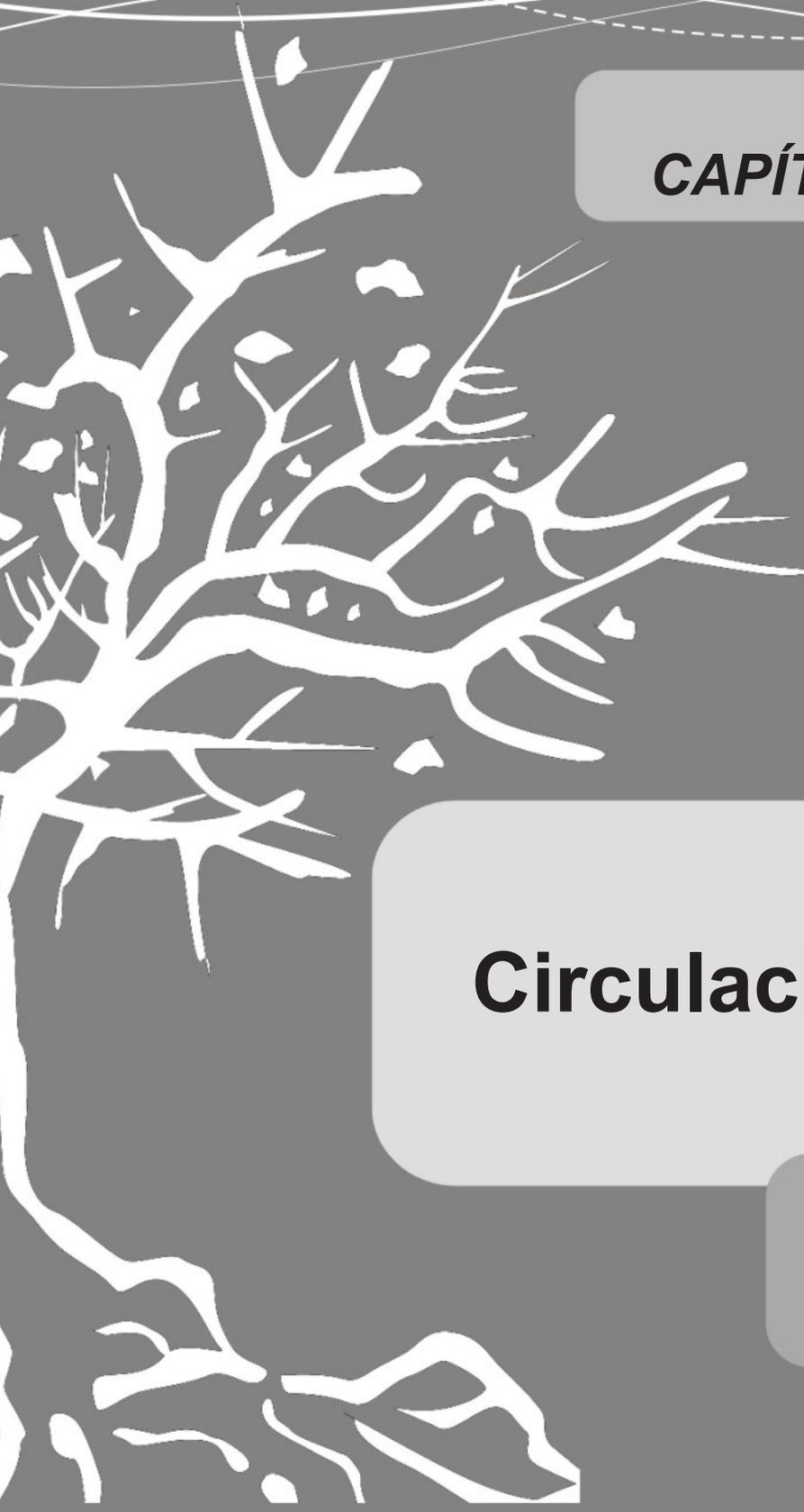
La primera imagen muestra a un Allende como figura dominante, desde su legitimidad constitucional, y la última imagen nos muestra una imagen a un Allende que ha pasado al fondo de la imagen, mientras que las fuerzas armadas ocupan un espacio mayor, hasta tapar la misma figura del presidente. Forma visual de sugerir un posible golpe de Estado.

Por qué el corte es lo más usado en la edición

Fuente: Televisión pública: del consumidor al ciudadano, de Omar Rincón.

- Es la forma más natural, más cercana de cómo miramos en la vida cotidiana. El corte imita el parpadeo. Por lo tanto, los ojos del televidente lo aceptan como la transición más fluida.
- Es la transición más simple que existe para conectar con imágenes y sonidos por cuanto no involucra ningún elemento extra a los mismos. Su potencia comunicativo está en esta simpleza que hace que el televidente mire el contenido de la imagen en lugar de concentrarse en los recursos técnicos de la construcción del relato.
- Es la forma más efectiva para darle dinamismo a la narración, pues rápida y directamente permite que la acción avance.
- Al ser tan rápido, permite establecer inmediatamente relaciones entre los elementos del relato: el sujeto con el contexto, el sujeto con otro sujeto, el sujeto con lo que está fuera del encuadre.
- Si se quiere mostrar el punto de vista de un sujeto dentro de la imagen y vincular al público con este punto de vista. El corte proporciona una manera de darle continuidad natural al relato.



A white silhouette of a tree with many branches and some leaves, positioned on the left side of the page. The background is a dark gray with decorative white lines and shapes.

CAPÍTULO 9

Circulación

La circulación del producto es el nombre que le damos a lo que sucede luego de que el video comunitario es finalizado. Es la etapa del proceso en la que la gente lo ve, o sea que está integrada por todas las instancias, ya sean a **nivel local o masivo**, en las que se muestra el video. Es cuando el mensaje realmente toma vida, distintas personas lo reciben y lo interpretan, le dan un sentido propio; y al ser un video que busca movilizar a la comunidad, se puede a partir de él promover el diálogo sobre aquel tema que habíamos elegido, buscando vincular a la comunidad entre sí y con otros.

La **interpretación** es resultado de la integración de la dimensión racional con la emocional, ya que los videos además de describir situaciones y transmitir información, disparan sentimientos, crean atmósferas, y cuentan una historia en la que podemos reconocernos. La magia del video comunitario es que es una narración que por su contenido y su forma, generalmente logra que la gente se identifique, cumpliendo una función de **espejo** en el que se ven reflejados, principalmente los integrantes de la comunidad, pero también quienes no pertenecen a ella. Son historias locales que tienen el valor de estar cerca de la **cotidianeidad** de la gente, aunque no cuenten sobre nuestra realidad podemos hallar similitudes y diferencias, o simplemente comprenderla porque podría pasarnos a nosotros. O sea que, a diferencia de las historias impersonales, abstractas o globales, sobre temas como el medio ambiente, el trabajo, la juventud, etc., las historias locales están ancladas a una realidad concreta, y eso permite encontrar un lugar que podría ser propio, ese lugar que necesitamos para sentirnos parte de la sociedad.

Es interesante pensar en diferentes maneras de difundir los videos, analizando de qué forma pueden propiciar la reflexión y el diálogo, valorando esos significados que le da la gente. En Árbol proponemos 2 formas de circulación: la emisión masiva por televisión y la proyección local en la comunidad, que buscan ser complementarias entre sí.

La emisión por televisión genera un alcance masivo que permite que muchas personas que no conocen sobre nuestra comunidad puedan hacerlo, o tal vez conocen una parte o desde el punto de vista de personas que no pertenecen a ella como los informativistas. El video comunitario muestra una mirada desde dentro de la comunidad, es ella misma quien amplifica los temas que le interesan y lo hace con una forma que le es propia. La unión de muchos videos comunitarios en el Ciclo televisivo que se genera con todos ellos, expresa una agenda pública diferente, ya que la construyen personas que viven las realidades sobre las que cuentan, con el compromiso y responsabilidad que eso implica. Es posible generar un vínculo con los espectadores a través de medios como el mail o el teléfono, y así conocer su opinión, establecer un lazo, etc., para eso se puede incluir ese tipo de datos en el mismo video. Para quienes son parte de la comunidad verse en televisión puede aportar a su autovaloración (ya que hoy día quien sale en tv es valorado), aumentando así su autoestima y su capacidad de reconocerse como actor de la sociedad y protagonista de la historia.

Espacio público

“... el espacio común afecta a la circulación y la expresión; el espacio público, a la discusión; el espacio político, a la decisión. ¿Por qué insistir en la diferencia de naturaleza de estos tres espacios, que naturalmente son sincrónicos en el funcionamiento diario? Porque esto permite reintroducir el fenómeno esencial del tiempo, en el paso de lo común a lo público y de lo público a lo político.”

Dominique Wolton

La proyección local es la instancia donde se comparte el video con la comunidad, se muestra con pantalla grande y amplificación, en un lugar al aire libre – la calle, una esquina, una plaza, un parque, etc. –, o bajo techo – un gimnasio, un teatro, un centro cultural, un sindicato, etc. -, y pueden estar enmarcadas en algún evento – el carnaval, la feria, un festival, etc. -. Con la proyección ese espacio físico cotidiano de nuestra comunidad, se transforma en un **espacio “público”**, de un lugar de tránsito pasa a un lugar donde encontrarnos y comunicarnos, a un ámbito social y único. Se abren las puertas del vínculo interpersonal directo, y con ello toda la riqueza del diálogo cara a cara, que implica no sólo la palabra hablada sino todas las formas de comunicación no verbal que existen – los gestos, la escritura, etc. -. Compartir entre los vecinos lo que les genera el video, qué piensan, qué sienten, reflexionar juntos sobre lo que cuenta y a partir de eso, sobre la propia realidad; al tratar sobre necesidades y temas de interés de la comunidad se puede también dialogar sobre qué hacer, cómo se podría responder aquella necesidad de la cual partió el video (ver capítulo 3).

Entonces es interesante pensar cómo se va a desarrollar la proyección, aquí desarrollamos algunas ideas. Recomendamos planificar esa instancia; comenzar por plantearse algunos **objetivos o metas** a alcanzar, que se relacionen con las necesidades a las que el grupo quiere aportar (algunos ejemplos podrían ser: sensibilizar a la comunidad sobre un tema, compartir conocimientos, fortalecer el sentido de pertenencia, recuperar la memoria colectiva, proyectar en conjunto algunas acciones locales, encontrarse para festejar, etc.). A partir de allí podemos definir las **actividades** que son necesarias para alcanzarlos, que van desde invitar al público a que concurra hasta la presencia de un grupo de música local en la proyección.

Una herramienta interesante a la hora de **convocar** a la comunidad es visualizar más claramente cómo es la comunicación en ella, para lo cual podemos hacer un **diagnóstico comunicacional**. En él analizamos los diferentes actores que la integran – individuos referentes, organizaciones e instituciones, redes, grupos y subgrupos -, las relaciones que hay entre ellos – formales o informales, verticales u horizontales, mediadas o directas -, y cómo son los flujos de comunicación de esas relaciones – o sea, de dónde parten y hacia dónde van los mensajes -. Este análisis nos será de gran utilidad para definir los diferentes **públicos** de interés y las posibles formas de invitarlos, y además poder comprender las características de la comunicación que se puede generar el día de la proyección.

Es bueno tener en cuenta que en cada comunidad existen formas de nombrar las cosas, existen imaginarios, recuerdos y mitos, opiniones y emociones, y muchos otros elementos que generan **códigos** particulares, conocidos y utilizados por y entre los integrantes de esa comunidad, y además existen formas de decir, de comunicarse, conformándose también **lenguajes** particulares. Es interesante también analizar los **espacios y momentos** donde se dan las mencionadas interacciones - estos pueden ser de tránsito, cotidianos o excepcionales, formales o informales, etc.- , para así conocer dónde, cuándo y cómo la gente se comunica en nuestra comunidad para comunicarnos mejor con ella - por ejemplo, la feria del barrio puede ser un buen momento para convocar-. También existen **medios** de comunicación local que contribuyen al intercambio de mensajes entre la comunidad – prensa local, radio comunitaria, etc. -, con los que es recomendable ponerse en contacto a la hora de convocar.

Más allá de todos estos aspectos, es importante buscar que nuestra invitación funcione, que sea efectiva; y para ello podemos tomar algunos conceptos de la **publicidad**: cuidar la claridad del mensaje, incluir toda la información básica necesaria, buscar formas creativas y locales de transmitirla, atraer la atención, y principalmente intentar que quien lo reciba comprenda de qué trata la instancia, y se sienta involucrado a participar, se sienta invitado. Para organizar la proyección también debemos pensar cuál es el lugar más adecuado para proyectar, ya sea por la facilidad de acceso al **lugar**, y/o porque es significativo para nuestra comunidad, ver además si necesitamos que sea cerrado o abierto; también debemos pensar en el **día y hora** para que la mayoría de los vecinos pueda concurrir. Es recomendable también entrar en contacto con actores de la comunidad que puedan colaborar con la organización y el desarrollo de la Proyección.

En relación a las actividades que sucederán durante la Proyección, contamos con **diferentes herramientas** que nos ayudan a decidir y definir. En términos generales es fundamental generar un **clima agradable y atractivo**, en el que el público se sienta a gusto y le invite a quedarse – por ejemplo ambientar con música, adornar el lugar, que se venda algo de comer y beber, contar con una persona que anime y guíe el desarrollo de la proyección, etc. -. Además **planificar** cuidadosamente la instancia, dividir roles dentro del grupo, prever los recursos necesarios y ver de qué formas los obtenemos, etc..

Una de las herramientas que les acercamos se relaciona con pensar la Proyección como un momento de comunicación y educación, para ello describimos brevemente la propuesta pedagógica de la **educación popular**.

Su planteo es experimentar una “práctica transformadora”, “renovadora”; propone partir de la realidad y de la experiencia para reflexionar sobre ella, comprenderla, y volver a la realidad para cambiarla. Toma como “**punto de partida**” lo que cada uno sabe sobre su propia realidad, iniciando así un proceso de comprensión de la misma que permita posteriormente emprender acciones transformadoras. Según esta corriente, la metodología de **taller** es la más adecuada para promover la participación de los integrantes de la comunidad, ya que considera el grupo como espacio para el intercambio de ideas y la construcción colectiva de conocimiento.

Punto de partida

“Por cierto que nuestra concepción de la práctica, parte de la propia persona. Esta tiene una experiencia, hechos vividos, un saber que es necesario que se exprese, para que emerja este sujeto como productor y hacedor de conocimientos que inciden en su realidad.”

Luis L. Ibarra

Coordinador

“El coordinador no lo entendemos sólo en su función limitante de ‘dar la palabra’, sino que necesita ordenar y sintetizar, y desafía al grupo mostrando las contradicciones. También introduce la información de acuerdo a lo que el propio grupo solicita, lo que posibilita abrir el espectro de datos necesarios para la comprensión de su propia realidad.”

Luis L. Ibarra

Para llevarlo adelante es necesario contar con un **coordinador** y un observador que acompañen al grupo en el proceso del taller; en la proyección puede ser alguien que tenga también un rol de animador de la instancia. Si es necesario contar con datos y conocimientos técnicos específicos, y si la idea es profundizar en el tema en cuestión, se puede contar con el apoyo de uno o más “informantes calificados”, estos pueden colaborar desde el armado de la instancia o simplemente aportar como un integrante más del público.

Hay muchas otras herramientas, que permiten sintetizar las ideas como por ejemplo el dibujo o un diario mural donde cada uno puede escribir sus ideas. Una muy interesante es el **teatro**, que puede utilizarse con diferentes fines aprovechando las potencialidades que tiene para sensibilizar al público, narrar hechos, conceptos, e ideas de forma entretenida y a su vez clara. Las propuestas pueden ser infinitas y debemos buscar las más adecuadas, pero les planteamos algunas de ellas: la presencia de algún personaje y la puesta en escena de alguna situación que aporte al entendimiento e identificación con el tema del video, el teatro invisible contando con la presencia de actores que colaboran implícitamente con el desarrollo de la instancia, etc.

Por otro lado es bueno contar con espectáculos artísticos locales, que hagan entretenida y dinámica la instancia, y a su vez sean un elemento más de autovaloración. También es interesante registrar las opiniones del público utilizando soportes como el video o el escrito, y luego se puede hacer un **devolución** a la comunidad, en la que se sintetice lo que sucedió, las opiniones, las reflexiones, las propuestas.

Pero más allá de estas herramientas, la **creatividad** es la mejor aliada, o sea, el buscar formas originales, locales y particulares para llevar adelante los objetivos planteados, probar y luego evaluar, dejando lugar a la innovación y la experimentación.

Para terminar, algo que puede servirnos para analizar cómo aportan el video y la Proyección a nuestra comunidad es **evaluar y valorar** lo que sucedió, tanto a nivel grupal e individual como comunitario. En este sentido sirve definir algunos aspectos, perspectivas, o ejes que se quieran analizar, como por ejemplo el tema del video, el tratamiento que se hizo de él, en qué otros temas se podría trabajar, la organización de la proyección y el desarrollo de la misma, qué significa para la comunidad este tipo de actividades en las que se encuentran y se identifican colectivamente, etc.. Esas informaciones pueden servirle al grupo como un desafío para mejorar en los aspectos que consideren que no funcionaron bien, y además reforzar los que si funcionaron, tomándolos como logros de su experiencia; es bueno tener en cuenta que siempre existen de ambos tipos (los logros y los errores), y tomarlos como oportunidades para seguir experimentando, aprendiendo, y aportando en esto de “realizar” y “poner en circulación” videos comunitarios.

LA PROYECCIÓN LOCAL

Texto elaborado por ÁRBOL 2006, "Material de apoyo para la PROYECCIÓN de Videos Comunitarios"

*La proyección.
Un reto a la creatividad.
La resignificación de nuestro espacio público.
Un momento de reflexión colectiva,
y de fortalecimiento de nuestra identidad.*

*La proyección.
La posibilidad de encontrarnos y de comunicarnos.
Una oportunidad para festejar.*

“yo lo muestro y ta!” (PARA QUÉ PROYECTAR _ “los objetivos”)

Al proponernos hacer un video comunitario necesitamos tener claro para qué lo hacemos, o sea, qué le podemos aportar a nuestra comunidad al realizarlo. En esa intención inicial, ya nos hemos planteado el para qué mostrarlo, mejor dicho para qué comunicarlo en nuestra comunidad.

Necesitamos entonces, definir algunas metas/objetivos específicos para esa instancia, que se relacionan con el tema del video y con las necesidades a las que intenta aportar; por ejemplo podrían ser: reflexionar individual o colectivamente sobre el tema, lograr organizar algunas acciones a nivel comunitario, verse en pantalla grande para fortalecer el sentido de pertenencia, reforzar ciertos valores que no son con los que habitualmente se identifica a la comunidad, recuperar la memoria colectiva, encontrarse para festejar, etc.

Cualquiera sea el objetivo, el “hacer algo” en un espacio físico, y cotidiano, significa transformarlo en un ámbito social y único, en un espacio “público” donde encontrarnos y comunicarnos. Entonces, una vez definidos los objetivos, necesitamos definir las actividades para lograrlos, pensar desde a quién invitar hasta cómo se va desarrollar el día mismo de la Proyección.

A continuación, intentamos aportar a este proceso.

“que venga el que se entere” (A QUIÉN QUEREMOS INVITAR _ “el público”)

Al definir los objetivos, comienzan a aclararse qué integrantes de la comunidad sería interesante que participaran de la proyección; podemos así diferenciar diferentes públicos – por edad, sexo, lugar de residencia, intereses, etc. -, y entre ellos quiénes integran el público principal y quiénes el secundario, o sea, diferenciar en qué integrantes de la comunidad vamos a focalizar nuestra invitación, y qué integrantes vendrán de todos modos al enterarse.

Analizar los diferentes actores que integran nuestra comunidad – como ser individuos referentes, Organizaciones e Instituciones, redes, grupos y subgrupos -, analizar además las relaciones que hay entre ellos – formales o informales, verticales u horizontales, mediadas o directas -, y cómo son los flujos de comunicación de esas relaciones – o sea, de dónde parten y hacia dónde van los mensajes -, nos permite visualizar más claramente cómo es la comunicación en nuestra comunidad. El esquema que encontremos será de gran utilidad para definir los diferentes públicos de interés, y las posibles formas de convocarlos; y además, nos permitirá comprender mejor las características de la comunicación que se generará el día de la Proyección.

“¡¡no va a venir nadie!!”

(CÓMO LOS INVITAMOS _ “códigos y lenguajes”, “espacios y momentos comunicacionales”, “medios de comunicación local”.)

En cada comunidad existen formas de nombrar las cosas, existen imaginarios, recuerdos y mitos, opiniones y emociones, y muchos otros elementos que generan códigos particulares, conocidos y utilizados por y entre los integrantes de esa comunidad. Y además, existen formas de decir, de comunicarse, conformándose también lenguajes particulares. Estos elementos conforman rasgos característicos de la identidad local, que funcionan como llamadores que atraen la atención, permiten a la comunidad sentirse involucrada, y además comprender a qué la invitan.

Además del análisis comunicacional respecto a los actores y sus relaciones, es interesante analizar los espacios y momentos donde se dan esas interacciones, y estos pueden ser de tránsito, cotidianos o excepcionales, formales o informales, etc.; lo que aporta es entender dónde, cuándo y cómo, la gente se comunica en nuestra comunidad, y a partir de allí comunicarnos con ella. Además, existen en general, medios de comunicación local que contribuyen al intercambio de mensajes entre la comunidad, ponerse en contacto con ellos para invitar a la comunidad, también puede ser efectivo.

En conclusión, para convocar hay muchos aspectos de la comunicación local que es bueno tener en cuenta, pero sobre todo construir la forma más efectiva de invitar a nuestra comunidad. Es en este sentido, que algunos conceptos de la publicidad nos pueden aportar mucho - cuidar la claridad del mensaje, incluir toda la información básica necesaria, atraer la atención, buscar formas creativas y locales de transmitirlo, y principalmente intentar que quien lo reciba se sienta involucrado e invitado a ir a nuestra Proyección.

“ta sala`o el laburo”

(CÓMO ORGANIZAR LA PROYECCIÓN _ los “temas operativos”, “alianzas y acuerdos”)

Para empezar, los equipos para proyectar el video – pantalla grande, amplificación y proyector – (tengamos en cuenta que este equipo no sirve para amplificar grupos de música por ejemplo).

Al definir las actividades que integrarán la Proyección, también debemos pensar qué día, hora y lugar son los más adecuados en nuestra comunidad; y además, en función de los objetivos ver si necesitamos un lugar cerrado o abierto, debemos tener en cuenta la oscuridad necesaria para “que se vea”, averiguar si es necesario contar con algún tipo de permiso para usar el espacio, y además buscar de dónde podremos obtener corriente para los equipos, entre otros. Respecto al día y hora, es importante pensar que los integrantes de la comunidad tengan tiempo para concurrir, y si es posible, marcar otro día por si acaso hay mal tiempo, dejando claro en la convocatoria esta posibilidad; y respecto al lugar necesitamos que sea de fácil acceso, y además es bueno que analicemos cuáles son los lugares que tienen cierto significado para nuestra comunidad, ya sea histórico, de encuentro o recreación.

Les recomendamos también entrar en contacto con actores de la comunidad que puedan colaborar con la organización y el desarrollo de la Proyección, generar así acuerdos y alianzas que les sean convenientes a ellos y a uds.; si lo necesitan, desde Árbol televisión PARTICIPATIVA les podemos otorgar certificados y/o cartas institucionales, para facilitarles esa operativa.

“¿y ahora qué hacemos?”

(EL DÍA DE LA PROYECCIÓN _ “actividades artísticas y/o sociales”, “la instancia educativa”)

En función de los objetivos que nos planteamos para la Proyección, debemos encontrar las mejores formas de llevarlos adelante, en este sentido contamos con diferentes herramientas que nos ayudan. En términos generales, uno de los elementos fundamentales es generar un clima agradable y atractivo, en el que el público se sienta a gusto y le invite a quedarse - ambientar con música, adornar el lugar, tal vez que se venda algo de comer y beber, contar con una persona que anime y guíe el desarrollo de la proyección, etc. -; y otro es planificar cuidadosamente la instancia, dividir roles dentro del grupo, prever los recursos necesarios y ver de qué formas los obtenemos, etc..

Les acercamos algunas herramientas que nos parece que pueden aportarles, pero en estas cosas la creatividad es la mejor aliada; buscar formas originales, locales y particulares para llevar adelante los objetivos planteados, probar y luego evaluar, dejando lugar a la innovación y la experimentación.

Una de las herramientas que les acercamos se relaciona con pensar la Proyección como un momento de comunicación y educación; para ello, brevemente describimos la propuesta pedagógica de la educación popular. El planteo fundamental es experimentar una “práctica transformadora”, o sea, para promover la reflexión dentro de una grupo es necesario tomar como “punto de partida” lo que cada uno sabe sobre su propia realidad, iniciando así un proceso de comprensión de la misma que permita posteriormente su transformación. Según esta corriente, la metodología de taller es la más efectiva para generar la participación de los integrantes de la comunidad, ya que toma el grupo como espacio para el intercambio de ideas y la construcción colectiva de conocimiento, y permite la apropiación del proceso por parte de los participantes;

Para llevarlo adelante es necesario contar con un coordinador que acompañe al grupo desde el mencionado punto de partida hacia la reflexión. Si es necesario contar con datos y conocimientos técnicos específicos, y si la idea es profundizar en el tema en cuestión, es bueno contar con el apoyo de uno o más “informantes calificados”, estos pueden colaborar desde el armado de la instancia o simplemente aportar como un integrante más del público.

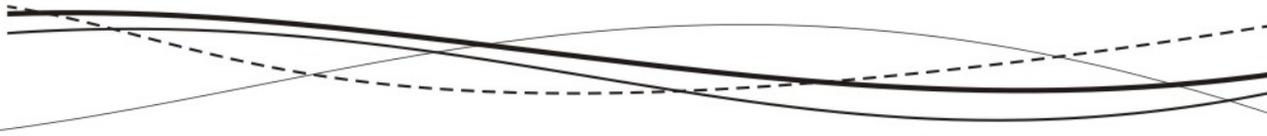
Otra de las herramientas es el teatro, que puede utilizarse con diferentes fines aprovechando las potencialidades que tiene para sensibilizar al público, narrar hechos, conceptos, e ideas de forma entretenida y a su vez clara. Las propuestas pueden ser infinitas y debemos buscar las más adecuadas, pero les planteamos algunas de ellas; la presencia de algún personaje y la puesta en escena de alguna situación que aporte al entendimiento e identificación con el tema del video, el teatro invisible contando con la presencia de actores que colaboran implícitamente con el desarrollo de la instancia, etc..

Hay muchas otras herramientas que pueden aportar a la instancia de la Proyección, como ser el soporte audiovisual o el escrito, pero cada una de ellas servirá en cuanto las apliquemos de forma adecuada y en relación funcional con los objetivos planteados.

**“ufff, ya pasó...
y mirá cuánto pasó!!”
(LUEGO DE LA PROYECCIÓN _ “la evaluación”)**

Para terminar, algo que puede servirnos para analizar cómo aportan el Video y la Proyección a nuestra comunidad, es evaluar lo que sucedió, tanto a nivel grupal e individual como comunitario. En este sentido sirve definir algunos aspectos, perspectivas, o ejes que se quieran analizar, como por ejemplo el tema del video, el tratamiento que se hizo de él, en qué otros temas se podría trabajar, la organización de la proyección y el desarrollo de la misma, qué significa para la comunidad este tipo de actividades en las que se encuentran y se identifican colectivamente, etc.. Y además, necesitamos elegir cuáles son los mejores medios para recabar las opiniones (oral, escrito, audiovisual, sonoro, etc.), y decidir cuál es el momento más adecuado, apenas finaliza el video en el día de la Proyección, o unos días después cuando a la gente le ha “decantando” un poco lo que sucedió.

Esas informaciones pueden servirle al grupo como un desafío para mejorar en los aspectos que consideren que no funcionaron bien, y además reforzar los que si funcionaron, tomándolos como logros de su experiencia; es bueno tener en cuenta que siempre existen de ambos tipos, y tomarlos como oportunidades para seguir experimentando, aprendiendo, y aportando en esto de “hacer” y “comunicar” videos comunitarios. Y valorar que lo que están haciendo también le sirve a la comunidad, verse en perspectiva, interactuar y expresarse.



LIBROS y MATERIALES DE APOYO

ACISAM. Manual de Producción de tv comunitaria.

ACISAM. Material de Reflexión sobre Comunicación Participativa.

Árbol - televisión participativa. Varios textos producidos por sus integrantes.

Bourdieu, Pierre. Sobre la televisión.

Cao, Marcelo Luis. Planeta adolescente. Cartografías psicoanalíticas para una exploración cultural.

Cátedra Comunicación Comunitaria, Licenciatura Ciencias de la Comunicación, UdelaR. Varios textos producidos por sus integrantes.

Centro Nueva Tierra. Barrio Galaxia. Manual de Comunicación Comunitaria.

Centro das mulheres do Cabo. Jovens nas ondas do rádio. Manual de Radiojornalismo.

Debray, Régis. Vida y muerte de la imagen.

Díaz Borndenave, Juan E. O Qué E Participacao

El Tejano. Varios textos producidos por sus integrantes.

Escuela Popular y Latinoamericana de Cine y Televisión, ViVe TV, Teoría y práctica de la Televisión Socialista

Feruzzo, C., Comunicacao nos movimientos populares, Editora Vozes, Petrópolis, 1998.

Folgar, Leticia. Presentación elaborada en abril 2010

Freire, Paulo. Pedagogía del oprimido

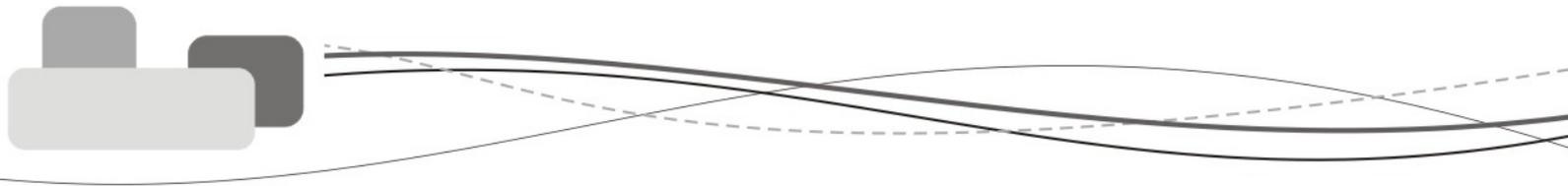
Fuenzalida, Valerio. Artículo "TV Broadcasting para el desarrollo".

García Canclini, Néstor. Cultura y sociedad. Homogeneización y Pluralidad Cultural. Universalismos y Particularismos.

Gonçalves Saldanha, Patrícia. Ponencia "Publicidade Comunitária e a ética".

Gumucio Dragon, Alfonso. Making Waves. Stories of participatory communication for social change.

Hernández Galárraga, Elina. El video como medio de educación popular.



Huergo, Jorge A.. Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y Perspectivas.

IMDEC. Pido la palabra.

Instituto Oficial Radio Televisión Española RVTE (IORTV)). Elementos del Lenguaje Audiovisual.

Kaplún, Mario. El comunicador popular.

Kaplún, Mario. A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación.

Lans, A y Col. Comunidad, Clínica y Complejidad. Colectivo Peñarol.

Lyver, Des. Principios Básicos del sonido para Video.

Martín Barbero, Jesús. La comunicación en las transformaciones del campo cultural.

Magallón, Ana Sanz. Cuéntalo bien. El sentido común aplicado a las historias.

Núñez, Carlos. Permiso para pensar...Educación popular: propuesta y debate.

Pascalé. Artículo "La metodología de la educación popular en la instancia de taller"

Prieto Castillo, Daniel. El Autodiagnóstico. Comunitario e institucional.

Rincón, Omar y Estrella, Mauricio. Televisión: pantalla y identidad.

Rincón, Omar. Televisión pública: del consumidor al ciudadano.

Soler, Llorenç. La realización de documentales y reportajes para televisión.

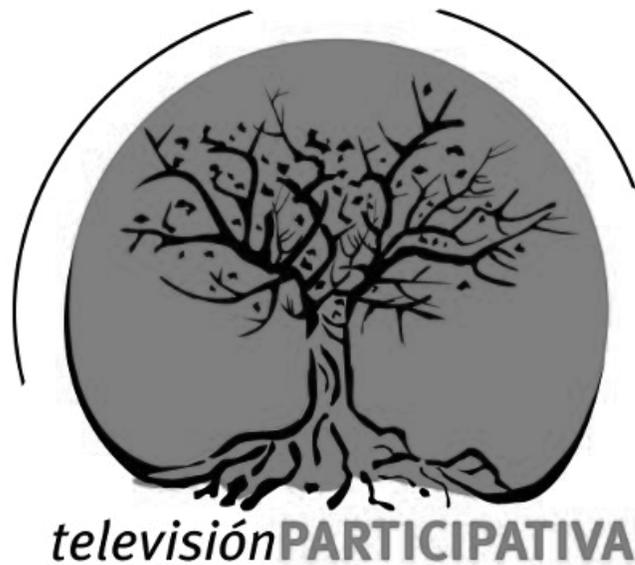
Swainson, G. y Lyver, Des. Iluminación en video. Principios básicos.

Uranga, Moreno y Villamayor. Diagnóstico y Planificación de la comunicación.

ViVe TV, Escuela Popular y Latinoamericana de Cine y Televisión, Teoría y práctica de la Televisión Socialista

Weinrichter, Antonio. Comisario del Ciclo Fronteras del documental.





www.arbol.org.uy

Uruguay, 2012