

Video a la Escuela

Guía práctica para la incorporación y uso pedagógico
del video como ambiente de aprendizaje



Bogotá una Gran Escuela



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
Secretaría
Educación

Luis Eduardo Garzón
ALCALDE MAYOR DE BOGOTÁ, D.C.
Abel Rodríguez Céspedes
SECRETARIO DE EDUCACIÓN DISTRITAL
Francisco Cajiao Restrepo
SUBSECRETARIO ACADÉMICO
Isabel Cristina López Díaz
DIRECTORA DE GESTIÓN INSTITUCIONAL
Elsa Inés Pineda Guevara
SUBDIRECTORA DE MEDIOS EDUCATIVOS
Vivianne Bernal Rojas
ASESORA PROYECTO TV Y VIDEO ESCOLAR
SUBDIRECCIÓN DE MEDIOS EDUCATIVOS

PROYECTO REALIZADO POR: **Dirección:** Subdirección de Medios Educativos de la Secretaría de Educación del Distrito Capital
Coordinación: Paulinas – Centro de Comunicación Social

AUTORES: **Presentación:** Francisco Cajiao Restrepo
Introducción: Elsa Inés Pineda Guevara
Uso Pedagógico del Video: Alma Montoya Ch. y Rigoberto Solano Salinas
¿Cómo hacer un video?: Débora Pérez Serna
Mucho más que una videocámara digital y un computador: Vivianne Bernal Rojas y Rigoberto Solano Salinas
Aprendizajes, recomendaciones y propuestas: Vivianne Bernal Rojas y Lucelly Villa Betancur, Fsp.
Sinopsis: Roberto Sepúlveda Romero

COMITÉ EDITORIAL: Elsa Inés Pineda Guevara, Fernando Rincón Trujillo, Vivianne Bernal Rojas, Lucelly Villa Betancur, Fsp. y Rigoberto Solano Salinas.

CORRECCIÓN DE TEXTOS: Roberto Sepúlveda Romero.

COLABORADORES: Heber Haydín Coronado Escobar, Carlos Bedoya Yepes, Ana Lucía Acuña, Jorge Ramírez

ILUSTRACIÓN: Jhoan Leandro Ruíz Guevara

DIAGRAMACIÓN: Raúl Palacios Ariza (Buenos & Creativos), Luis Gabriel Lancheros Núñez (Paulinas)

IMPRESIÓN: Buenos & Creativos

Secretaría de Educación del Distrito Capital
AV. Dorado No. 66 – 63 Piso 4º Conmutador: (57-1) 3241000 Ext. 2409 - 2412 - 2413
[http:// www.sedbogota.edu.co](http://www.sedbogota.edu.co)
[http:// www.redacademica.edu.co](http://www.redacademica.edu.co)
epineda@sedbogota.edu.co - vbernal@sedbogota.edu.co

Paulinas – Centro de Comunicación Social
Kra. 9 No. 13 – 33 Piso 3
Tel. (57-1) 3414096 - Tel/Fax: 2435885/87
[http:// www.paulinas.org.co](http://www.paulinas.org.co)
centro@paulinas.org.co / centrop@andinet.com

ISBN: 978-958-8312-15-6
Primera edición, mayo 2007
Impreso en Bogotá, Colombia.

Prohibida la reproducción parcial o total de esta guía sin permiso escrito de la Secretaría de Educación del Distrito Capital.



Contenido

Presentación	5
Introducción	9
I. Uso pedagógico del video: Leer y crear imágenes para hacer otro mundo posible	13
El video escolar en tiempos de la “sociedad de la información” y su utilidad pedagógica.....	17
Lectura crítica de la comunicación (LCC).....	18
El FORO: una metodología de análisis crítico grupal.....	21
De la lectura crítica de la comunicación (LCC) a la percepción activa (PA).....	24
Herramientas educacionales para la apropiación y uso pedagógico del video escolar.....	25
Televidentes activos: lo público, un asunto de todos.....	28
Organizaciones estatales y sociales relacionadas con el control de la televisión.....	29
A manera de conclusiones: construyendo el futuro desde lo audiovisual.....	32
Bibliografía	33
Anexos	36
2. ¿Cómo hacer un video? Construyendo imágenes y sonidos	41
La imagen	44
Planimetría.....	44
La composición.....	45
<i>La Regla de los Tercios</i>	45
La profundidad de campo.....	46
La direccionalidad de la imagen.....	46
La perspectiva de la imagen.....	46
Movimientos de cámara.....	47
La cámara de video.....	48
Componentes de la cámara.....	48
La iluminación y el color.....	49
El Sonido	50
Tipos de sonido.....	50
Nivel de audio.....	51
Planos de grabación de sonido.....	51
Captura del sonido.....	52
La Narración Audiovisual	52
El género documental.....	52
El género argumental.....	54
Géneros híbridos.....	54

La estructura narrativa.....	55
La intensidad narrativa.....	55
Elementos de la narración.....	55
El tratamiento narrativo.....	56
Etapas de la realización de un video.....	57
Preproducción.....	57
Producción.....	70
Recomendaciones para la grabación.....	72
Postproducción.....	74
Bibliografía.....	77
3. Mucho más que una videocámara digital y un computador	
Requerimientos de infraestructura técnica y locativa para una Unidad de Producción de Video Escolar.....	79
¿Qué es una Unidad de Producción de Video Escolar?.....	81
Criterios fundamentales que se deben tener en cuenta para adquirir los equipos.....	82
Bueno... y ¿qué compramos?.....	83
Infraestructura física para la Unidad de Producción de Video.....	83
Mobiliario para la Unidad de Producción de Video.....	84
Infraestructura técnica para la Unidad de Producción de Video.....	85
Equipo portátil de producción de video.....	85
Equipo de postproducción de video.....	87
4. Aprendizajes, recomendaciones y propuestas.....	91
El video escolar desde una perspectiva institucional.....	93
La pedagogía y lo audiovisual.....	95
La creatividad como aporte al cambio social.....	95
Algunas referencias para construir el camino.....	96
5. Sinopsis.....	97
Producciones audiovisuales del Proyecto ¡Ojo al Zoom!.....	100
Producciones audiovisuales del Proyecto ¡Uy... qué Video!.....	105

Presentación

Educación, identidad cultural y oportunidades económicas

Es evidente que si niñas, niños y jóvenes no tienen acceso desde sus primeros años al dominio de los medios de comunicación habrá mucha menor posibilidad de que el país sea capaz de expandir y fortalecer su propia industria cultural. La identidad nacional y las identidades locales solamente se pueden encontrar mediante el reconocimiento de la propia cultura, y eso sucede cuando ella es capaz de recrearse mediante una producción continua que pueda circular en contextos más amplios. El conocimiento y reconocimiento de un pueblo, sus costumbres, sus problemas, sus angustias, sus ambigüedades y complejidades, sólo se logra cuando quienes hacen parte de ese pueblo son capaces de convertir el relato de su propia experiencia vital individual y colectiva en películas, documentales, programas de televisión, libros, fotografías...

Jamás será igual la versión de quienes pertenecen a otros pueblos o naciones. Basta ver la forma como el cine norteamericano muestra el resto del mundo, deformado a su gusto, convertido en un cúmulo de estereotipos simplistas y no ajustados a la realidad. Otro tanto ocurre con la televisión que distribuyen para todo el mundo por satélite. Los noticieros ingleses, italianos, franceses, norteamericanos y españoles dan sus versiones del acontecer diario a través de las redes mundiales, pero no hacen lo mismo los países latinoamericanos, caribeños o africanos, porque no tienen la capacidad para hacerlo ni encuentran el espacio en los grandes monopolios.

Lo propio ocurre dentro de cada país, donde el poder de uso de los medios de comunicación se concentra en unas pocas personas y en los grandes centros urbanos, mientras la mayoría de la gente queda marginada de su utilización. Una buena parte de este monopolio obedece a la concentración de la riqueza, pero otra corresponde a la concentración de la inteligencia. Con esto pretendo señalar que aunque el dinero es un condicionante muy fuerte, la ausencia de capacidad colectiva para crear alternativas de uso se vuelve aún más limitante que los recursos económicos. La prueba de esto está en el mundo de la radio —usualmente más sencilla de usar, ya que tolera ciertos grados de espontaneidad—, donde han surgido cientos de iniciativas de radio local que operan al margen de las grandes cadenas financiadas por los principales grupos económicos. Por todos los rincones de Colombia hay pequeñas emisoras que recogen las inquietudes de la gente, tocan la música que les gusta a sus oyentes, dan noticias locales, anuncian los acontecimientos de la comunidad y, con frecuencia, contribuyen a la reconstitución de la paz y el fortalecimiento del tejido social.

No sucede lo mismo con la televisión y el video. No hay canales universitarios y los pocos canales regionales siempre parecen en crisis. En los colegios aparecen periódicos y emisoras, pero no se hacen programas de televisión. Es verdad que una parte de esto se origina en los muy altos costos de la producción televisiva, pero también es verdad que hay muy poca gente en el país que domine las condiciones técnicas y narrativas de un medio mucho más complejo y más resistente a lo improvisado y espontáneo.

Es muy interesante ver que países como Argentina tienen programas ambiciosos de medios de comunicación como parte de las políticas del Ministerio de Educación. Hacer este trabajo con niñas, niños y jóvenes no es un lujo, ni un capricho marginal, sino una responsabilidad muy seria de países que pretendan consolidar su identidad y competir en los mercados globales de la industria cultural. Al mismo tiempo que los y las escolares aprenden a manejar los lenguajes a través de los cuales circula la cultura universal, se forman para algún día tener acceso al trabajo que la industria produce para quienes tienen el conocimiento y la habilidad de insertarse en ella. Todo esto tiene un particular significado cuando se piensa en niños y niñas de los sectores más pobres o más

aislados de la población, pues mientras menos posibilidad tengan de acceso a estos medios, más marginados serán y menos oportunidad tendrán de expresar su propia visión del mundo en que viven.

En el marco de esta reflexión cobra sentido y relevancia el esfuerzo que la Secretaría de Educación del Distrito Capital viene realizando con el proyecto de Video Escolar en el que las y los estudiantes de nuestros colegios son los creadores, cuyos logros presentamos con orgullo y satisfacción en la presente publicación.

Francisco Cajiao Restrepo



Introducción



Conocer las formas de producción de los medios masivos de comunicación, sus códigos y lenguajes, es permitirle a la escuela encontrar nuevas formas de expresión por medio de los cuales puede circular el saber y el conocimiento; es acercar al maestro a las fuentes que hoy privilegian la información y la comunicación; es aprovechar su potencial en la enseñanza y el aprendizaje; es proporcionarle al estudiante nuevas maneras de reconocer y re-presentar la realidad.

Es así como, una de las estrategias fundamentales del Plan Sectorial de Educación 2004 – 2008, *Bogotá: una Gran Escuela*, ha sido transformar pedagógicamente la escuela y la enseñanza y dentro de ésta aprovechar el potencial de información y conocimiento de los medios masivos de comunicación con el fin de que las comunidades educativas puedan establecer relaciones más significativas con su entorno mediático, que les permitan apropiarse, de manera crítica y creativa, el cúmulo de información y de saberes que circulan a través de ellos, respondiendo así, como lo señala el mismo plan, “a una Bogotá moderna, humana e incluyente, que garantice el derecho pleno a la educación, que cualifique y mejore la calidad de ésta, que promueva y fortalezca currículos que respondan adecuadamente a las exigencias de una sociedad del conocimiento, pero también a un desarrollo integral del individuo, que construya y fortalezca múltiples redes de tejido social solidario, que consolide una democracia basada en el reconocimiento de la diversidad, que contribuya a generar dinámicas de reconciliación de la ciudad con sus habitantes y de estos entre sí...”.

En ese orden de ideas, la Secretaría de Educación del Distrito Capital, por medio de la Subdirección de Medios Educativos, viene desarrollando desde el año 2004 proyectos de Video Escolar, entre los cuales podemos mencionar: ¡Ojo al Zoom!, ¡Uy...qué Video! y Video a la Escuela; en estos procesos se sensibilizaron, formaron y asesoraron estudiantes, maestros(as), coordinadores(as) y rectores(as), de 60 colegios oficiales de todas las localidades del Distrito Capital, con el fin de que incorporaran, usaran y apropiaran los saberes comunicativos conceptuales y técnicos de la producción de Video, teniendo como eje temas de ciudadanía, participación, Derechos Humanos y valores.

Esta importante y significativa experiencia pedagógica no habría sido posible sin el apoyo decidido del cuerpo directivo de la Subsecretaría Académica de la SED y el compromiso y la vasta experiencia de Paulinas – Centro de Comunicación Social, quienes con un

calificado equipo asesor y profesional han desarrollado este proyecto, bajo la dirección de la Subdirección de Medios Educativos de la Secretaría de Educación del Distrito Capital.

En este documento presentaremos una aproximación al video escolar desde cuatro ángulos diferentes. En el primer capítulo “Uso pedagógico del video: leer y crear imágenes para hacer otro mundo posible”, se aborda un tema fundamental para la escuela: el video como ambiente de aprendizaje. En el segundo, “¿Cómo hacer video?” se presentan los conceptos básicos de la gramática audiovisual y de la producción de video, a fin de servir de guía en los procesos de construcción y multiplicación de conocimientos, a través de este medio, en el colegio. El tercer capítulo, “Mucho más que una videocámara digital y un computador...”, encontrarán algunas recomendaciones y criterios para la conformación de la unidad básica de producción de video en la escuela (UBPV). En el capítulo cuarto, se plantean algunas propuestas y recomendaciones sobre los procesos de formación, a partir de los aprendizajes realizados en los proyectos de video escolar “¡Ojo al Zoom!”, “¡Uy... qué video!” y “Video a la escuela”.

Por último, se entrega una sinopsis de las ochenta producciones audiovisuales realizadas, en el marco de los proyectos señalados, para que las diferentes comunidades educativas de Bogotá los conozcan, reproduzcan y socialicen de manera pedagógica con sus colectivos escolares.

Quienes han participado en estos proyectos nos han enseñado mucho con sus ires y venires, con sus angustias y conflictos, con sus éxitos y alegrías en sus preproducciones, producciones y post-producciones audiovisuales. Esta guía está dedicada a ellas y ellos, quienes nos recuerdan con cada nuevo proyecto que vale la pena trabajar por la incorporación de la lecto-escritura audiovisual, al interior de la escuela, con el fin de fortalecer no solo el quehacer docente y el aprendizaje de los niños, niñas y jóvenes, sino propiciar aquellas acciones que permitan reflexionar y participar activamente en proyectos educocomunicativos que hagan su apuesta por construir un mundo mejor.

Finalmente, el reto que nos queda, es establecer y estipular formalmente el tema de los tiempos, espacios, recursos y responsables en el ámbito escolar, por cuanto una vez que nuestras comunidades educativas aprendieron a soñar, tenemos que buscar la forma y el camino para hacer realidad esos sueños.

Elsa Inés Pineda Guevara

1. Uso pedagógico del video

Leer y crear imágenes para hacer otro mundo posible

Alma Montoya Ch. *
Rigoberto Solano Salinas **



* Comunicadora Social. Especialista en Comunicación para el Desarrollo. Asesora educomunicativa de Paulinas-Centro de Comunicación Social en los proyectos de video escolar “¡Ojo al Zoom!”, “¡Uy... qué video!” y “Video a la escuela”.

** Comunicador Social-Periodista. Especialista en Planificación y Administración del Desarrollo Regional. Formador del proyecto “¡Ojo al Zoom!” y Coordinador asistente de Paulinas-Centro de Comunicación Social para los proyectos de video escolar, “¡Uy... qué video!” y “Video a la escuela”.

Uso Pedagógico del Video

“En la medida en que una propuesta se centra en el aprendizaje (autoaprendizaje e interaprendizaje) y no en la enseñanza, el rol protagónico del proceso se desplaza del docente al educando. Este sólo hecho abre el camino al acto educativo, entendido como construcción de conocimientos, intercambio de experiencias, creación de formas nuevas. Y es precisamente ese protagonismo, ese quehacer educativo, el que permite una apropiación de la historia y la cultura”.

Francisco Gutiérrez y Daniel Prieto Castillo¹

Sus razones y orígenes

En este capítulo se hará una aproximación al Uso Pedagógico del Video desde sus fundamentos, historia y metodologías. Además, se tratarán temas referentes a las formas de organización desde las que es posible interactuar para hacer control social de los medios.

Es importante señalar que este documento pretende ser un camino-propuesta el cual hemos recorrido juntos desde el 2004, comunidades escolares, directivos y profesionales asesores de la Secretaría de Educación de Bogotá y el equipo de Paulinas-Centro de Comunicación Social, a través de los proyectos “¡Ojo al Zoom!”, “¡Uy... qué video!” y “Video a la escuela”. Esperamos que sirva a cada comunidad educativa para la construcción de su propia ruta, de manera creativa y autónoma.

¿Qué es uso pedagógico de los medios?

Es el diseño y desarrollo de dinámicas educomunicativas en el que se utilizan las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) como ambientes de aprendizaje. En este caso, el medio será el video. Los estudiantes, al apropiarse

el lenguaje audiovisual, hacer lecturas críticas y realizar productos, construirán conocimientos multidisciplinares que les permitirán ampliar sus saberes de manera innovadora.

¹ GUTIÉRREZ, Francisco, PRIETO CASTILLO, Daniel. *La mediación pedagógica: apuntes para una educación a distancia alternativa*. Radio Neederland Training Centre. San José. 1991.

Orígenes del uso pedagógico del video en Latinoamérica

Si bien en los últimos años se han comenzado a debatir públicamente y con mayor interés temas relacionados con comunicación educativa, vale la pena reconocer que hay antecedentes muy valiosos en Latinoamérica que han sido determinantes al respecto. En esta experiencia continental, educadores, comunicadores y agentes sociales, a lo largo de los últimos 35 años, han hecho desde sus prácticas de comunicación popular ejercicios de lectura, promoción humana y de medios grupales para incentivar el diálogo, las relaciones interpersonales y el sentido crítico por la vía de una metodología participativa, cuando el tema aún no era de interés manifiesto para los campos académicos ni estatales.

Por ende, estas reflexiones no son una creación única y reciente, hacen parte de otros y otras que han pensado y trabajado sobre lo mismo. Son cientos de formadores, investigadores y activistas latinoamericanos que en el contexto de la producción de conocimiento se han comprometido con lo que hace 35 años el educador brasilero Paulo Freire propuso: construir procesos de formación y educación liberadora².

Aunque las investigaciones y el estudio académico sobre el periodismo y la comunicación en América Latina fueron influenciados casi siempre por investigaciones y estudios realizados en Europa y Estados Unidos, en las últimas cuatro décadas, en algunos de nuestros países se asumió una trayectoria propia para contextualizar mejor los estudios a nuestra realidad y necesidades.

En la actualidad, la comunicación educativa, en el ámbito de la comunicación y la educación en general, es una de las líneas más desarrolladas en lo que a realización de programas y proyectos en Latinoamérica se refiere, en cabeza de organizaciones eclesiales, grupos de investigación, organizaciones sociales, así como gobiernos locales y nacionales. Así que una preocupación de unos pocos hace más de 20 años, hoy es un tema central para muchas personas dedicadas a la comunicación y la educación.



² Véase anexo A (páginas 36-37), en donde agregamos un documento sobre los principales autores latinoamericanos.

El video escolar en tiempos de la “sociedad de la información” y su utilidad pedagógica

La sociedad contemporánea está caracterizada por una constante de rápidos cambios, generados por los avances tecnológicos y científicos; particularmente, por los que tienen que ver con información. En este orden de ideas, es claro que no alcanzamos a comprender y apropiarnos crítica y creativamente de los mensajes de los medios de información, porque, en primer lugar, no hemos aprendido del todo a consumirlos inteligentemente, a decodificar sus mensajes y significados, a reflexionar sobre los impactos, a conocer lo positivo y negativo que aportan a diario a nuestras vidas.

De otro lado, nuestras posibilidades de replicar, de hacer propuestas, de retroalimentar esa información, tienden a ser limitadas por razones de tiempo, pero además, por la propiedad de los medios de producción y socialización de imágenes y sonidos.

Si las personas comprenden cómo se produce esta información y están en capacidad de producir otros mensajes, serán mucho más hábiles respecto a establecer comunicación con otros. Allí es determinante el papel de la escuela, que tiene como función social construir conocimientos que preparen a la niñez y a la juventud en la comprensión de la sociedad en la que viven; una sociedad en la que los medios contribuyen de manera estratégica en la construcción de sentidos.

La innovación pedagógica se da dentro del aula por medio del uso creativo y crítico del video. Ésta se hace necesaria, especialmente cuando los jóvenes, niños y niñas viven una formación “descentralizada”, pues la información que reciben ya no procede sólo de los conocimientos planteados desde el colegio, sino de los medios masivos de comunicación.

Por ello, es preciso profundizar en los conocimientos audiovisuales de modo que este saber haga parte de la cotidianidad de las personas —particularmente de los actores educativos— para que puedan ampliar sus horizontes, desarrollar hábitos de Lectura Crítica de la Comunicación (LCC) y Percepción Activa (PA) de los mensajes que ofrecen los medios, particularmente audiovisuales y multimediales debido a que estos son los que más hacen presencia y se cuentan entre los más influyentes en la vida cotidiana de nuestra sociedad.

La escuela como escenario de construcción de conocimiento debe considerar que docentes, directivas, padres y madres de familia y demás miembros de la comunidad académica, también deben ser concebidos como sujetos de interaprendizaje. El trabajo con medios escolares puede articular saberes diversos, no sólo entre estudiantes, sino en la comunidad educativa entera. El video escolar es un proceso que contribuye a fortalecer acciones de conocimiento integral que fusionan lo ético, estético y técnico en la construcción de mensajes.

Este medio favorece la creatividad de los miembros de la comunidad escolar al involucrarlos en acciones comunicativas que requieren procesos de investigación, así como de producción de conocimiento. En ese orden de ideas, Jesús Martín Barbero invita a insertar en la escuela un ecosistema comunicativo, que es al mismo tiempo “experiencia cultural, entorno informacional y espacio educacional difuso y descentrado” que a la vez sea escenario de: a) Iniciación en los “secretos del saber”, b) Desarrollo de procesos de análisis y crítica, c) Creación³.

³ BARBERO, Jesús Martín. “Heredando el futuro: pensar la educación desde la comunicación”. Publicado en: NÓMADAS (s.f.)

De tal modo, nos proponemos que en cada colegio se lleve a cabo un proceso en el que sea preciso, como dice Rosa María Alfaro:

“(…) asumir el rol de creador de imágenes, del que propone a otros, de quien selecciona lo que se quiere decir, de quien se acomoda a las demandas de otros. Son aventuras comunicativas difíciles, pero altamente seductoras y gratificantes, de gran significación educativa. (...) Aprender los aspectos técnicos ayudará a comprender cómo

se hace comunicación y cómo se podría asumir. Es decir, entender el proceso de producción y manipulación lógica que este siempre despliega. Explorar y jugar con el color, la forma, el movimiento, la combinación de imagen y sonido, la edición narrativa, son aspectos que ayudarán a los niños (así como a padres de familia, docentes y directivos) a valorarse a sí mismos, así como a entender mejor los procesos de producción y comunicación”⁴.



Lectura Crítica de la Comunicación (LCC)

La lectura audiovisual es el medio por el que nos aproximamos a entender, a decodificar los mensajes propuestos en un video o una película. Para ello, es preciso tener conocimientos básicos de gramática audiovisual y de entender cómo se hace un producto de esta naturaleza.

De otra parte, la Lectura Crítica de la Comunicación (LCC) es el proceso por medio del cual, con el fundamento de nuestros saberes audiovisuales,

académicos y vitales, valoramos lo que vemos y emitimos juicios al respecto.

Este apartado, da cuenta de cómo para leer imágenes se precisa de algunos conceptos y técnicas básicas que trataremos aquí, como complemento al capítulo “¿Cómo hacer un video?” En primer lugar, abordaremos la lectura de imágenes, posteriormente se dará una guía de la metodología de la Lectura Crítica de la Comunicación (LCC) por excelencia: EL FORO.

⁴ ALFARO MORENO, Rosa María; MACASSI LAVANDER, Sandro. “Seducidos por la Tele: huellas educativas de la televisión en padres y niños”. Calandria, 1995. Lima, PERÚ.



Para hacer procesos de lectura crítica, es importante responder primero algunas preguntas relacionadas:

¿Qué es una imagen?

La imagen es una representación de un determinado objeto o sujeto con cierta semejanza con el referente, o al menos con la idea que tenemos de él. Por ejemplo, la imagen de un helado nos puede mostrar la forma, el color de la crema, pero no su sabor, ni su temperatura.

La imagen permite ofrecer datos visuales con los que se pueden reconocer las cosas representadas en correspondencia con la idea que se tiene de ellas. Así, la representación de la realidad es la forma que va a guiar el modo de reaccionar ante las imágenes. La imagen es un modo de mirar, es un punto de

vista. Una imagen es una producción humana que depende de las ideas, de las intenciones, de la educación y modo de ver de las personas.

¿Qué es un símbolo?

El símbolo es un signo de “reconocimiento”. Desde los primeros seres humanos, las comunidades han tenido símbolos a través de los cuales determinan su identidad, su origen, sus características. El símbolo se origina porque al signo icónico, o sea a la imagen, no sólo se le atribuye un “significado analógico”, en relación con el parecido con la cosa representada, sino porque le atribuimos un nuevo sentido convencional. El caso más elemental para ejemplificarlo es la paloma blanca, como símbolo de paz.

En el sentido estricto, un animal como la paloma no tiene relación alguna con la paz. Sin embargo, en diversas culturas de occidente se le ha relacionado de una u otra manera con sentimientos de plenitud como el amor (en la antigua Grecia, la mascota de Afrodita era una paloma); la paz (en el Génesis, de tradición judía, después del Diluvio, la paloma con el ramo de olivo indica la nueva alianza entre Dios y los hombres) y la fuerza (en el cristianismo representa al Espíritu Santo). En la actualidad, para casi cualquier sociedad, la paloma blanca simboliza la paz.

¿Las imágenes y sonidos que vemos son “reales”?

Ante el hecho de que las imágenes no son la realidad que representan, habrá quienes se preguntan: ¿Es falso lo que muestran los noticieros, los informativos, las fotos de los diarios, las escenas de una película? La respuesta, aunque parezca algo extraña, sería que no se trata de si es falso o cierto.

Recordemos que los productos audiovisuales se dividen, básicamente, en dos: argumentales y documentales. Los del género documental muestran “partes” o aspectos de la realidad (como los noticieros, documentales o reportajes); los argumentales hacen recreaciones, representaciones de la misma (telenovelas, películas, etc.).

Sin embargo, en ambos casos es importante tener en cuenta que el director, la directora o el equipo de producción son quienes deciden cuáles imágenes y sonidos se muestran y que lo hacen con unas intenciones determinadas (generar miedo, solidaridad, odio, entre otros), que pueden afectar o manipular las valoraciones de la información que hacen las personas que observan y escuchan.



¿De qué manera se leen las imágenes?

Para que un mensaje sea entendido, es preciso hacer una lectura, una decodificación de los elementos que lo componen; sea este una imagen fija, una imagen en movimiento, una imagen visual o una imagen sonora. Para este efecto, hay básicamente dos categorías:

Lectura denotativa

Se lleva a cabo cuando tomamos como lectura los elementos que representan una significación directa, obvia, cuando los datos que expresa son explícitos. Para una correcta lectura de la imagen es necesario conocer los elementos que integran el código que la estructura: líneas, formas, colores⁵, planos, encuadres, perspectivas, campos focales, movimientos de cámara, ritmos, relaciones de fondo/figura, géneros, formatos, estilos.

Lectura connotativa

Además de los aspectos denotativos que transmiten las imágenes, estas contienen y transmiten otros significados que no se expresan explícitamente, pero que se sugieren a los públicos lectores de los mensajes. La lectura connotativa es más de tipo asociativo, lo que implica que las connotaciones están referidas a públicos concretos y a los contextos de los mismos.

En este campo cobran relevancia las lecturas a nivel ideológico⁶, que pretenden indagar sobre la manera en que ciertos mensajes están dados para influenciar a las personas hacia visiones de la sociedad desde valores y perspectivas éticas específicas.

⁵ Al final de este texto se adjunta una tabla-guía sobre los colores y sus significados (Véase anexo B, página 38).

⁶ El surgimiento de las lecturas a nivel ideológico data de las tensiones mundiales generadas durante la Guerra Fría, así surgieron múltiples estudios comunicativos y de análisis del discurso de simpatizantes de los bloques socialista y capitalista que pretendían analizar procesos de penetración ideológica del opositor por la vía de la cultura, siguiéndole la pista a sus rasgos semánticos. Entre los estudios más conocidos, podríamos citar "Para leer al Pato Donald", de Ariel Dorfman y Armand Mattelart.

¿Por qué es importante hacer lecturas críticas de la imagen?

Como decíamos al inicio, los medios masivos de información están entre las principales guías en la construcción de significados y sentidos en la sociedad contemporánea; por ende, es determinante formar desde la escuela conceptos y prácticas, así como posturas críticas y autónomas sobre los contenidos de esos mensajes. Para ello, es determinante que los estudiantes tengan la capacidad de llevar a cabo tres acciones cognitivas:

- Comprender buena parte de los códigos audiovisuales (planimetría, color, iluminación, sonido, efectos

especiales, entre otros) es fundamental para poder interactuar formalmente con la imagen y el sonido.

- Asumir desde la percepción y la creación que todo producto audiovisual y/o escrito es intencional y se genera en contextos particulares.

- Entender que los seres humanos tenemos diferentes miradas del mundo, las cuales no son únicas, por ende, discutir las con otros y otras construye conocimiento y optimiza los saberes.

El FORO: una metodología de análisis crítico grupal

Una vez los estudiantes tienen claros los procesos de lectura de imagen, es importante desarrollar metodologías grupales que desarrollen procesos de interacción con otros estudiantes o miembros de la comunidad educativa.

El FORO es una metodología de análisis en el que un grupo de personas se reúne para discutir y comentar unos contenidos audiovisuales, previamente seleccionados por un facilitador o facilitadora. En términos generales, es la metodología más usada en la escuela para desarrollar procesos de Lectura Crítica de la Comunicación (LCC) de medios audiovisuales.

¿Cómo se hace un FORO?

Socializar un material audiovisual determinado constituye el primer paso para generar un ambiente de aprendizaje: es el referente común de los asistentes al FORO. Una vez compartido, se procede a generar la discusión desde la mirada que cada uno de los y las participantes tiene del mundo y a enriquecerla con los planteamientos de otras propuestas audiovisuales o textos relacionados con el objetivo del encuentro, con el fin de generar procesos de conocimiento relacional, de intertextualidad.

En ese proceso de interacción, de interaprendizaje, está implícito el reconocimiento de los otros, de las diferencias... Es preciso recrear conflictos entre los asistentes, expresar disensos y procurar acuerdos en cuanto a versiones construidas de la realidad sujeto de análisis.

Estos son los pasos para desarrollar un FORO:

Paso I: Diseño y planeación

Para comenzar, es preciso anotar que el éxito o fracaso de un FORO depende, en buena medida, de este primer paso. Para ello es clave:

- Formular claramente los objetivos del FORO.

- Identificar el grupo de personas al que va dirigido (niños y niñas, jóvenes, ancianos, líderes comunitarios, empresarios, entre otros).

- Escribir el diseño metodológico, es decir, los objetivos y las actividades que se van a desarrollar durante el FORO y su sentido.

- Designar un lugar propicio para el desarrollo (espacio, acústica, temperatura, entre otros) y contar con los medios y equipos necesarios para la socialización del material.

- Elegir el documento audiovisual apropiado (que corresponda a los objetivos y al público).
- Asignar un dinamizador o dinamizadora que conozca el diseño metodológico del FORO y se comprometa con el mismo; además que tenga carisma, así como disposición a aprender de los y las demás para articular sus saberes entre sí.

Paso 2: Ejecución

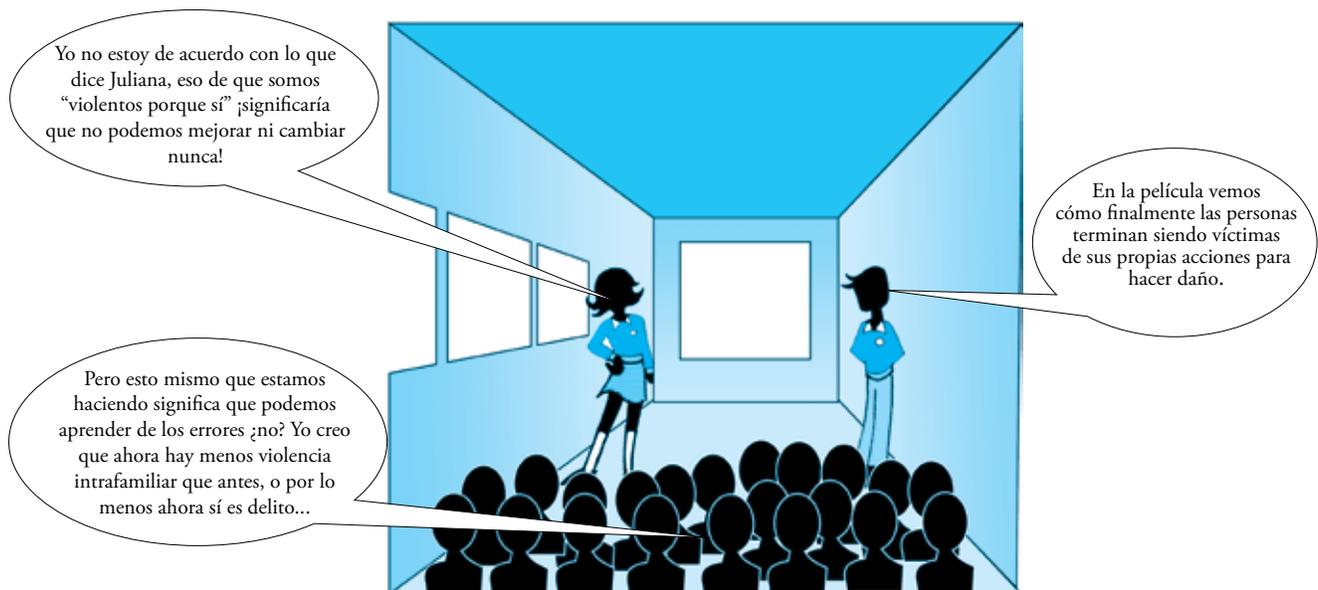
Es el “momento de la verdad”. En la ejecución se desarrollan las acciones planeadas, pero también se enfrentan situaciones no previstas que, bien sorteadas, pueden enriquecer aún más la interacción entre los y las participantes del FORO.

En cuanto al desarrollo de esta fase, se sugiere la siguiente secuencia:

1. Breve exposición del tema que se va a discutir o del problema que se va a tratar en el FORO, así como de los objetivos del mismo.
2. Socialización del material.
3. Participación y debate.
4. Conclusiones

Como resulta evidente, la labor del facilitador(a) es determinante. Por lo tanto, he aquí unas funciones específicas:

- Conocer el material que se va a socializar y tener claridad del objetivo que se quiere lograr.
- Saber quién es el público que va a participar en el FORO.
- Una vez hecha la proyección, acordar con los y las participantes las reglas de juego para la participación.
- Promover las intervenciones de todos los participantes en el diálogo por la vía de preguntas amplias y profundas que puedan generar debate.
- Conducir el diálogo de manera que su desarrollo sea lo más democrático y participativo posible, para que los asistentes aporten y adquieran elementos o ideas claras.
- Respetar las opiniones del público, aunque no las comparta y generar debate, evitando la polarización en las discusiones y la monopolización de la palabra y de las intervenciones.
- “Recoger” las conclusiones del FORO. Esto no quiere decir que existan al final ideas homogéneas, sino que por el contrario, si es preciso, se explicita que hubo puntos en los que no se dieron acuerdos entre los asistentes y se aliente a seguir reflexionando.



De otra parte, hay diversas maneras de generar participación y debate. Estos se articulan, como mencionábamos anteriormente, por medio de preguntas bien sea de manera oral o por la vía de la creación de guías de análisis mediático⁷, de acuerdo con los objetivos del FORO. Hay quienes diseñan cuestionarios, otras personas plantean socio-dramas, juegos de roles, entre otros; lo importante aquí es no perder la perspectiva crítica y creativa. Sin embargo, existen fundamentalmente dos enfoques:

- El primero busca correlaciones, similitudes y diferencias entre los contenidos audiovisuales propuestos y las realidades (contextos) de los y las participantes del FORO. Estos son los pasos:

- Reconstrucción de los contenidos del audiovisual.
- Análisis de los mensajes propuestos.
- Relaciones con la realidad de los y las participantes.
- En el segundo enfoque, más cercano a la lectura ideológica, reflexiona sobre los propósitos (intencionalidades) del producto audiovisual desde dos aspectos:
 - Contenidos (qué dicen en realidad el argumento, mensajes, alusiones, relaciones con otros documentos, con la historia, entre otros).
 - Construcción técnica del producto (si hay conocimiento audiovisual).

Paso 3: Evaluación

Este paso es determinante para cualificar cada vez más el desarrollo de los FOROS. Se recomienda, desde la planeación diseñar una ficha de evaluación con unos criterios que nos permitan establecer si se cumplieron los objetivos del FORO y si la calidad del mismo fue la que deseamos. La evaluación se puede hacer de forma verbal o escrita, depende

del público, el tiempo y otros factores; en general, recomendamos que se haga escrita, para tener la información a través del tiempo.

Para finalizar lo que respecta al FORO, vale la pena aclarar que estas son propuestas, no recetas. Hay quienes proponen FOROS que mezclan diversas técnicas de animación sociocultural y hacen desarrollos metodológicos interesantes, pero insistimos: lo que hace exitoso un FORO es que se convierta en ambiente para el interaprendizaje.

Ventajas del FORO

- Creemos que en términos de habilidades, esta metodología de análisis grupal:
 - Facilita la oratoria, la expresión oral y escrita. Induce a expresarnos mejor, con más propiedad y a perder el miedo a hablar en público.
 - Hace descubrir que el diálogo democrático, sincero y fraterno propicia aprendizajes significativos.
 - Instruye en el ejercicio de la comprensión y el respeto a la diferencia, dos elementos fundamentales en el ejercicio de una sana convivencia.
 - Permite la reflexión, el aprendizaje colectivo y el intercambio de saberes.
 - Facilita entender los diversos roles que juegan los participantes, los escalones que ayudan u obstaculizan el diálogo, las normas que mejoran la convivencia y las que la dificultan.
 - Ofrece atractivas formas de presentar la realidad con una fuerza que abarca no sólo los aspectos intelectuales, sino también los emocionales.
 - Orienta hacia la vida en grupo y en comunidad, plantea a los participantes el papel de maestros y estudiantes del resto del grupo, en una propuesta de comunidad de aprendizaje.

⁷ Véase anexo C: Guías de Análisis Mediático (Ficha No. 1: Esquema Básico y Ficha No. 2: Análisis de película) págs.39 y 40

De la lectura crítica de la comunicación (LCC) a la percepción activa (PA)



Si bien la Lectura Crítica de la Comunicación (LCC), de por sí ya implica el conocimiento de los códigos audiovisuales, la capacidad de discernimiento, las lecturas connotativas, denotativas e ideológicas de lo audiovisual, lo cierto es que está limitada a cierto rango de acción: la valoración y toma de posiciones éticas y estéticas respecto a los mensajes.

Como respuesta a esta dificultad, surge la Percepción Activa (PA), que se refiere a la capacidad de emprender acciones colectivas que operen como respuesta-crítica-propuesta frente a los mensajes que nos son dados.

¿Cómo se hace Percepción Activa (PA)? Articulando el aprendizaje de la Lectura Crítica de la Comunicación (LCC) con el de la Producción Creativa; es decir, mediante el uso de los lenguajes técnico-conceptuales

propios de los medios de expresión visual, audiovisual y multimedial. En resumen, la Percepción Activa (PA) implica que las personas que tradicionalmente han ejercido el rol de espectadoras, con base en sus propios criterios éticos y saberes audiovisuales, elaboren piezas comunicativas (en este caso, videos) como manifestación de su condición de sujetos críticos con capacidad de respuesta y propuesta.

Es importante anotar que esta propuesta surge en oposición al clásico modelo de comunicación mecanicista que asume la relación emisor-receptor, en donde se presumía cierta pasividad del segundo. Con el fin de hacer más clara esta diferenciación, ajustamos la siguiente tabla de la propuesta del Equipo de Trabajo de Comunicación y Educación de Cochabamba (Bolivia):

RECEPTOR(A)	PERCEPTOR(A) ACTIVO(A)
<ol style="list-style-type: none"> 1. El “receptor” asume el mensaje pasivamente. 2. Se identifica con los modelos que presentan los mensajes de los medios masivos de información y trata de imitarlos. 3. Es tele-dependiente. 4. Es un número más entre los receptores del mensaje. 5. Copia, imita, repite. 6. Carece de disciplina y de capacidad de selección, frente a los mensajes mediáticos. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. El “perceptor” interpreta el mensaje e incluso lo transforma y genera nuevos mensajes. 2. Es crítico frente a los modelos que nos presentan los medios masivos, los confronta. 3. Es libre frente a los mensajes de los medios. 4. Se juzga a sí mismo como un interlocutor que tiene formada su propia opinión, cuestiona, investiga. 5. Observa, analiza, discierne y propone 6. Sabe seleccionar lo que le conviene, sus elecciones están subordinadas a su propia decisión, estética y ética.

Quien se asume como perceptor(a) activo(a) puede actuar en forma individual, pero sus posibilidades de discernimiento aumentan en la medida en que actúa grupalmente. La capacidad crítica se desarrolla en términos cuantitativos y cualitativos. Una de nuestras propuestas fundamentales es que Percepción Activa (PA) debe desarrollarse a nivel familiar, escolar y comunitario, como células básicas de las relaciones sociales.

En términos de nuestra relación como usuarios-consumidores con respecto a los medios masivos, es

pertinente reconocer las asimetrías entre las industrias culturales y la ciudadanía. La capacidad de producir mensajes de respuesta en los segundos es mínima, aunque los costos de producir audiovisuales cada día son más asequibles.

Por lo anterior, la Percepción Activa (PA) está íntimamente ligada con la apropiación y uso pedagógico del video, pues esta propuesta en sí misma hace una opción por la democratización de los medios de información a fin de enriquecer el panorama comunicacional de la escuela, la ciudad y el país.

Herramientas educomunicativas para la apropiación y uso pedagógico del Video Escolar

¿Qué necesitamos para implementar proyectos de Percepción Activa (PA) y uso pedagógico del video en la escuela? A continuación proponemos cinco herramientas:

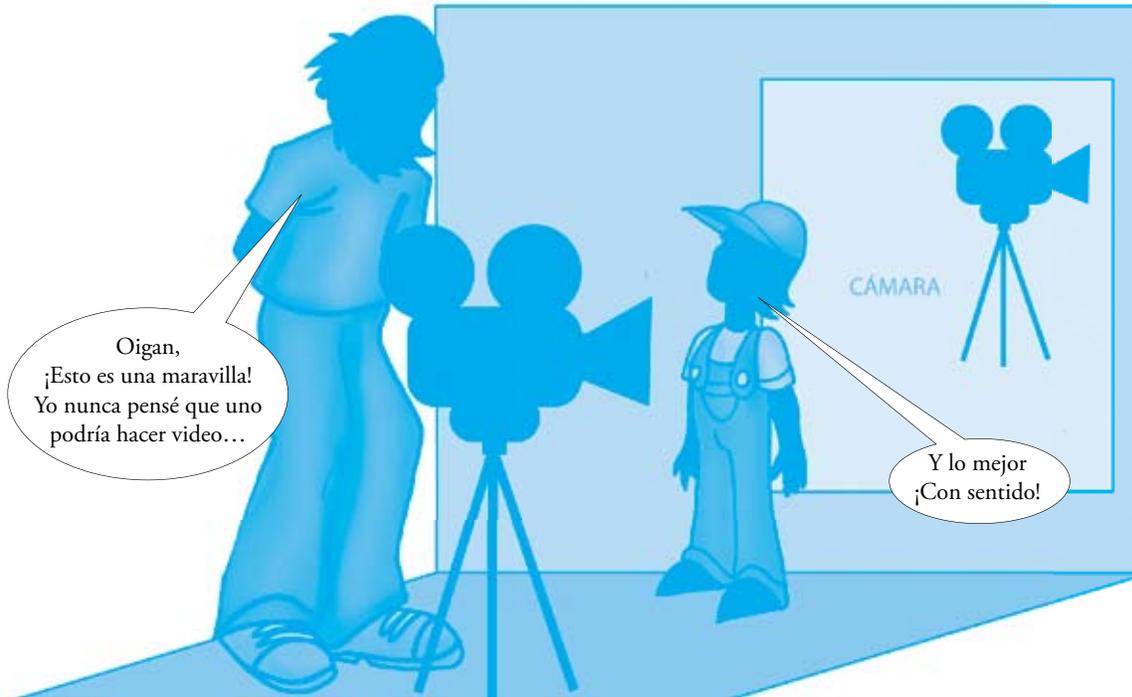
Alfabetización audiovisual

Este es uno de los primeros pasos por desarrollar con las comunidades educativas. Por razones generacionales, la población adulta en su mayoría ha tenido menos acceso a los códigos audiovisuales que los niños, niñas y jóvenes, quienes tienen muchas habilidades al respecto por razones obvias.

Por ende, los primeros que deben beneficiarse de un proceso de alfabetización audiovisual son los adultos: padres y madres, así como docentes y directivas, quienes tienen bajo su responsabilidad la orientación pedagógica de los y las estudiantes.

Proyecto de uso pedagógico del Video Escolar

Es la carta de navegación que orienta cualquier proceso educomunicativo en la escuela. Aunque parezca una posición radical, es preciso tener clara la intencionalidad, la perspectiva política, del uso pedagógico del video escolar: ¿Lo queremos implementar como dispositivo de difusión del pensamiento y la visión del mundo adulto en la escuela? ¿Lo asumimos simplemente como una herramienta didáctica que atrae sólo por su novedad? ¿Vemos en la producción de piezas comunicativas



una posibilidad de hacer mediaciones pedagógicas benéficas para áreas curriculares consideradas de “difícil acceso”? ¿Deseamos que el video escolar sea un escenario de encuentro y aprendizaje de las diferentes miradas del mundo que se dan en la institución escolar y su entorno, con la respectiva dinamización de los conflictos y la construcción de convivencia?

El proyecto debe ser explícito, no sólo por razones éticas, sino por asuntos presupuestales. Cada vez más, las instituciones educativas tienen más responsabilidades en cuanto a los procesos de autogestión para la consecución de recursos que les permitan llevar a cabo sus objetivos. La consolidación de una propuesta educomunicativa en un proyecto es señal de seriedad, de compromiso institucional, de trabajo, de capacidad de gestión.

Un proyecto escrito de manera coherente y con buena argumentación tiene más peso que una serie de ideas expresadas verbalmente y sin una ilación clara. Lo mismo ocurre con las instituciones gubernamentales y no gubernamentales que pueden apoyar estas innovaciones pedagógicas. Estas precisan de propuestas atractivas y serias que

aborden las preguntas básicas de qué se quiere hacer, durante cuánto tiempo, cuánto cuesta y cómo nos beneficiamos de manera clara.

Unidad básica de producción de video para la escuela

Aunque en otro apartado de este documento se abordan las especificaciones técnicas, es preciso comprender cuál es el sentido de la existencia de una unidad de producción de video en la institución educativa. Como lo mencionamos anteriormente, la Percepción Activa (PA) está comprometida con la democratización de los medios, la producción de mensajes y la construcción de sentidos; en este orden de ideas, que los miembros de la comunidad educativa se den a la tarea de construir sus propios mensajes tiene unas implicaciones bastante importantes porque:

- Consolidan procesos de construcción de identidad y pertenencia.
- Explicitan problemas de las dinámicas escolares y su entorno social.
- Construyen conocimiento territorial.

- Ponen en práctica los conocimientos referidos a los códigos audiovisuales.
- Integran diferentes tipos de saberes y actores escolares.

Socialización de las producciones audiovisuales

Además del proyecto de Uso Pedagógico del Video y la Unidad de Producción Básica de Video es determinante pensar y desarrollar un sistema de socialización y circulación de las producciones audiovisuales. Existen diversas maneras:

- Organizar festivales y concursos audiovisuales en el colegio o la localidad.
- Enviar los materiales producidos a encuentros y concursos locales, distritales, nacionales e internacionales.
- Intercambiar material con canales locales, públicos y comunitarios.
- Socializarlos con la comunidad académica para que sean usados en clase o en FOROS.
- Montar un cine-club con ciclos temáticos.
- Implementar un circuito cerrado de televisión escolar⁸.

En este punto, lo importante es saber que se deben mostrar las producciones, con el fin de que se dé una verdadera apropiación social del Uso Pedagógico en la escuela.

La incorporación del video y la TV en las áreas curriculares

En los trabajos desarrollados desde 2004, en 60 colegios del Distrito Capital, hemos encontrado dos posiciones al respecto. La primera, que la

comunicación y el apoyo de las tecnologías de la información deben ser ejes transversales de los nuevos diseños curriculares y lugar de encuentro de las distintas disciplinas y campos de conocimiento. La segunda, considera que el video o los medios en general, deben ser incorporados como asignaturas, pues la sociedad contemporánea no puede soslayar la necesidad de conocimientos específicos respecto a un tema tan relevante en la construcción de representaciones y sentidos.

Los críticos de la primera propuesta temen que la transversalidad termine en una carencia de compromiso y formación técnico-conceptual específica, pues no habría una responsabilidad institucional que obligara a invertir en recursos para la formación en comunicación y tecnologías de la información. Quienes están en contra de la segunda propuesta afirman que no existe el número requerido de docentes con las habilidades precisas para instruir a los estudiantes en los temas referidos. Además de los aprendizajes, la creatividad estaría mediada por las calificaciones y dejaría de ser un aprendizaje al que se llega por interés propio. De otra parte, sería probable que en aras de darle espacio a la comunicación y las tecnologías de la información, se afectaran las intensidades horarias de otras áreas del conocimiento.

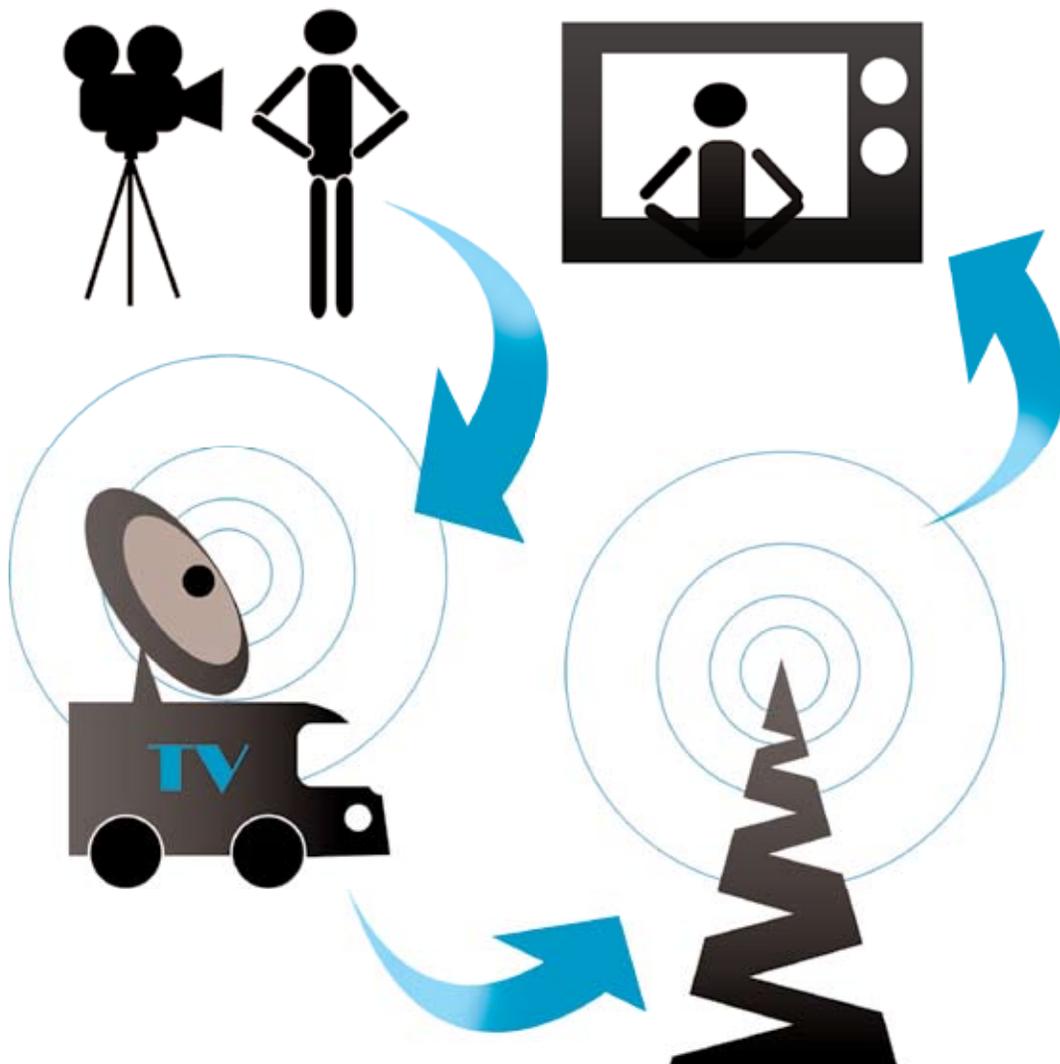
No pretendemos concluir este debate en este documento, pero es importante que se piense. Por nuestra parte, consideramos que lo fundamental respecto al tema de comunicación y nuevas tecnologías de la información es tener presente que la formación en cuanto a Percepción Activa (PA) es determinante para darles herramientas a los estudiantes, que les permitan interactuar inteligentemente en sus entornos sociales.

⁸ En caso de ser implementado, es preciso designar una junta de programación que organice de manera sistemática los diferentes programas realizados y apoye los procesos de producción y emisión.

Televidentes activos: lo público, un asunto de todos

El espectro electromagnético por el que se irradia la televisión es un bien público que nos pertenece a todos los ciudadanos y ciudadanas; su uso lo regula el Estado y es entregado a concesionarios (empresas comerciales o sin ánimo de lucro), pero también debe ser controlado por la sociedad.

Por lo tanto, como ciudadanos activos debemos conocer los espacios y mecanismos de control social de los medios de información, para hacer valer los derechos y deberes que tenemos como usuarios de estos canales y medios.



El marco jurídico colombiano y los medios de comunicación

En lo que hace referencia al control de los medios informativos, es preciso tener en cuenta la Constitución Nacional, fundamentalmente, en los artículos 20, 75, 76 y 77.

En el artículo 20⁹, por ejemplo, la Constitución Nacional le da posibilidades a cualquier persona, independientemente de su formación o condiciones sociales, para fundar medios. De otro lado, llama la atención sobre el tema de la responsabilidad social de

los mismos, es decir, que es consciente de su influencia en la opinión pública.

Como se mencionó anteriormente, en el artículo 75¹⁰, se explicita que el espectro electromagnético es un bien público que será protegido e intervenido por el Estado por medio de la Comisión Nacional de Televisión (artículos 76 y 77¹¹ de la Constitución Nacional, así como la Ley 335 de 1996).

Organizaciones estatales y sociales relacionadas con el control de la televisión

A manera de inventario, relacionamos a continuación algunas instancias e iniciativas de carácter público y privado que de una u otra manera tienen injerencia sobre la televisión en Colombia:

Estatales

Comisión Nacional de Televisión (CNTV)

La Comisión Nacional de Televisión (CNTV) es una entidad estatal encargada del control y vigilancia del servicio de televisión en lo que concierne a la defensa y participación los derechos e interés de los televidentes.

La CNTV fue creada en el año 1995, en desarrollo del artículo 76 de la Constitución Nacional, donde se señala: “La intervención estatal en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión estarán a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía

administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a régimen legal propio”. Así que, en resumen, La CNTV debe tener en cuenta:

- Que prime el interés público sobre el privado.
- Que la televisión tenga transparencia y responsabilidad social.
- Que se dé la objetividad e imparcialidad de la información.
- Que se respete el pluralismo religioso, social y cultural, así como los demás derechos que consagra la Constitución Política.

⁹ Artículo 20. “Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura”.

¹⁰ Artículo 75. “El espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a su uso en los términos que fije la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopolísticas en el uso del espectro electromagnético”.

¹¹ Artículo 76. “La intervención estatal en el espectro electromagnético utilizado para los servicios de televisión, estará a cargo de un organismo de derecho público con personería jurídica, autonomía administrativa, patrimonial y técnica, sujeto a un régimen legal propio. Dicho organismo desarrollará y ejecutará los planes y programas del Estado en el servicio a que hace referencia el inciso anterior”.

Artículo 77. “La dirección de la política que en materia de televisión determine la ley sin menoscabo de las libertades consagradas en esta Constitución, estará a cargo del organismo mencionado. La televisión será regulada por una entidad autónoma del orden nacional, sujeta a un régimen propio. La dirección y ejecución de las funciones de la entidad estarán a cargo de una Junta Directiva integrada por cinco (5) miembros, la cual nombrará al director. Los miembros de la Junta tendrán período fijo. El gobierno nacional designará dos de ellos. Otro será escogido entre los representantes legales de los canales regionales de televisión. La ley dispondrá lo relativo al nombramiento de los demás miembros y regulará la organización y funcionamiento de la Entidad.

Parágrafo. Se garantizarán y respetarán la estabilidad y los derechos de los trabajadores de Inravisión”.

- Que se protejan los intereses de los consumidores y fomente la competencia sana y regular los monopolios.

Pero como sociedad civil estamos llamados a crear espacios de participación y de exigencia del cumplimiento de los derechos, así como a implementar estrategias de control social. Veamos algunas iniciativas:

Organizaciones ciudadanas

Ligas de televidentes

Son asociaciones, sin ánimo de lucro, que buscan hacer valer los derechos como ciudadanos activos ante los medios masivos de información; sirven como mecanismos de presión en instancias de decisión. Su principal objetivo es promover el ejercicio pleno de los derechos de la comunicación por medio de la movilización de la sociedad civil.

Estas buscan:

- Que la gente se organice.
- Que los televidentes sean personas de acción y propositivas.
- Que los ciudadanos y ciudadanas ejerzan y propongan una ciudadanía consciente y participativa.
- Que se escuche la voz de los públicos y usuarios de los medios, sus necesidades, estéticas, gustos y propuestas

Club de televidentes

Suelen llamarse Club de televidentes las organizaciones sociales que buscan espacios de estudio y análisis de los programas, producciones y programación televisiva en general. Utilizan las metodologías de Análisis Crítico, Lectura Crítica de la Comunicación (LCC) de los Medios, Foros, entre otras; además, de técnicas de análisis y monitoreo de noticias e informativos en general. Existen Clubes de Televidentes especializados en análisis de “reallity shows”, noticieros, cine nacional, musicales, entre otros.

Existen experiencias mundiales de monitoreo muy significativas, que sirven como referencia por su metodología para nuestro trabajo pedagógico de acompañamiento y análisis de la televisión, video y demás producciones mediáticas.

Observatorios de medios

Es la dinámica de observación sistemática y seguimiento del comportamiento de los mensajes, de los propietarios, de la finalidad y de los usuarios de los medios. Suelen ser apoyados por algunas universidades y centros de investigación. Se proponen objetivos como:

- Reflexionar sobre las agendas informativas.
- Analizar las culturas mediáticas.
- Estudiar las construcciones y representaciones sociales del ejercicio ciudadano desde los medios

Estos equipos de investigación suelen describir y analizar los modos de producción informativa, de construcción de sentido y reflexionar sobre las problemáticas que se dan en las esferas comunicativas de la democracia.

Defensores de los televidentes

• En Colombia, esta figura se ha creado a través del artículo 11 de la Ley 335 de 1996, dando origen a que cada operador privado debe designar un defensor del televidente, cuyas funciones son:

- Servir de intermediario(a) entre el canal y los televidentes.
- Revisar que los contenidos de la programación no afecten la moral y las buenas costumbres.
- Fomentar la televisión con calidad y profesionalismo.
- Canalizar las quejas de los televidentes que se refieren a un trato injusto de un determinado tema.



El día de la NO Televisión

Esta es una iniciativa liderada en nuestro país por la “Corporación Comunicar”, experiencia que se encuentra extendida en 30 países. Consiste en elegir un día en el año donde los usuarios de la televisión, los televidentes, en calidad de ciudadanos y en ejercicio de su autonomía y derechos de elección de mensajes, deciden unir sus voluntades y **no encender la televisión** para dar espacio a otras iniciativas de entretenimiento e información. Esta iniciativa invita, además, a que se realicen eventos simultáneos en los que docentes, padres de familia, académicos y ciudadanía en general sumen actividades para analizar el papel de la televisión en la vida de las personas, de las comunidades y del país.

Es una invitación a que los ciudadanos frente a las pantallas lean o exijan que las cadenas y noticieros en general coloquen como advertencia antes de las emisiones el siguiente mensaje:

“Este noticiero es una mirada subjetiva de la realidad nacional e internacional, producido por una entidad con intereses comerciales. Algunas de nuestras notas periodísticas las hemos dramatizado con efectos sonoros y movimientos de cámara, la emisión de extensos contenidos de farándula y deporte es política de esta empresa privada”¹².

En términos generales, es preciso reconocer que en nuestro país aún hace falta adoptar posiciones más críticas y activas frente a los mensajes que por la vía de los medios recibimos a diario. Creemos que lo importante es saber de la existencia de estas organizaciones y mirar si los intereses de cada usuario de la televisión coinciden con las actitudes de aceptación, crítica, resistencia o aporte a los medios informativos, sean estos masivos, comunitarios o escolares.

¹² Informes: www.comunicar.org

A manera de conclusiones: Construyendo el futuro desde lo audiovisual

A medida que el tiempo va pasando, el acceso a los equipos de realización audiovisual se hace cada vez más cercano a sectores de la población tradicionalmente marginados por la imposibilidad de tener los medios de producción audiovisual. En este proceso de masificación al que hacemos referencia subyace una gran pregunta: ¿Qué le vamos a decir al mundo cuando tengamos la oportunidad de tener la tecnología y equipos en nuestro colegio? Mejor aún ¿Con qué intención elaboraremos nuestros mensajes?

Cuando tenemos la oportunidad de crear o re-crear imágenes y sonidos podemos mostrar el mundo en el que deseamos vivir. Podemos influir a los demás, pero aunque las opciones sean infinitas, el compromiso con la comunicación -no sólo con la información- implica la construcción de un mundo donde las personas sean reconocidas en medio de la diferencia, donde sea posible que convivan diversas versiones de desarrollo, de calidad de vida, de interés público. Por definición, la comunicación es exactamente lo contrario a la violencia; formarnos en ella es adquirir un compromiso en ese sentido, es una opción de vida en la que vemos en cada ejercicio dialógico con

los demás una posibilidad de entendernos como individuos y como colectivo.

A lo largo de tres proyectos de video escolar en los que hemos estado involucrados los equipos de la Secretaría de Educación de Bogotá y Paulinas– Centro de Comunicación Social en “¡Ojo al Zoom!”, en 2004, “¡Uy... qué video!”, entre el 2005 y 2006, y “Video a la escuela”, entre el 2006 y el 2007, podemos decir que hay una serie de aprendizajes y valores agregados como: el reconocimiento de talentos y habilidades en los estudiantes; la dinamización de la convivencia escolar y gestión de conflictos cotidianos, el incremento de relaciones de horizontalidad entre los diversos protagonistas de la comunidad educativa; la inserción de estudiantes y maestros en colectivos y procesos de comunicación local; acciones de Percepción Activa (PA) de los medios de comunicación; el fortalecimiento de valores como la autonomía, el liderazgo, la responsabilidad y la creatividad de las comunidades educativas en sus procesos de aprendizaje y la producción de materiales audiovisuales que dinamizan la formación de habilidades ciudadanas.

Ese es el mundo en el que queremos vivir.

Bibliografía

- AGUDELO CORREDOR, Álvaro. “Nuevas tendencias pedagógicas. Aportes para el siglo XXI”. Paulinas 2000. Bogotá, Colombia.
- ALFARO MORENO, Rosa María; MACASSI LAVANDER, Sandro. “Seducidos por la Tele: huellas educativas de la televisión en padres y niños”. Calandria 1995. Lima, PERÚ.
- ANDER-EGG, Ezequiel. “Los medios de comunicación al servicio de la educación”. Editorial Magisterio del Río de la Plata, 1992. Buenos Aires, Argentina.
- ARGÜELLO YOFRE, Beatriz; DONNERFELD, Walter. “Como hacer un video”. Colección Generando Comunicación No. 18. Paulinas y PROA. Segunda Edición, 2000, Bogotá, Colombia.
- BARBERO, Jesús Martín. “Heredando el futuro: pensar la educación desde la comunicación”. Publicado en: Nómadas (s.f.)
- BERNSTEIN, Steven. “Producción cinematográfica”. Editorial Alhambra, 1997, México.
- BIBE LUYTEN, Sonia M. “Historias em quadrinhos. Leitura critica”. Edicoes Paolina 1990. Sao Paulo, Brasil.
- BUCKINHAM, David. Educación en Medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea. Paidós. Barcelona, 2005.
- CARRIL, Jaime. “El Video grupal, manual del monitor”. Fundación Educacional Roberto Bellarmino, Ediciones Paulinas, 1990, Santiago, Chile.
- CERVANTES, Cristina y MAZA P. Maximiliano. “Guión para medios audiovisuales: Cine, Radio y Televisión”. Pearson, 1994, México.
- DACYNGER, Ken. “Libreto. Cómo escribir comedias, dramatizados y documentales para radio y TV”. Serie Medios de Comunicación. Editorial Voluntad, 1993, Bogotá, Colombia.
- DALLERA, Osvaldo Alfredo. “Mirar y comprender el Cine”. Colección Generando Comunicación No. 12., Paulinas y PROA. Segunda Edición, 2000, Bogotá, Colombia.
- DALLERA, Osvaldo Alfredo. “Mirar y comprender el Cine”. Colección Generando Comunicación No. 12. Paulinas y PROA, Segunda Edición, 2000, Bogotá, Colombia.
- DALLERA, Osvaldo Alfredo. “Para mirar los dibujos animados de la televisión”. Colección Generando Comunicación No. 10. Editorial Don Bosco, 1998, Buenos Aires. Argentina.
- DAMIAN, Juan. “Las Palabras son de nosotros, guía pedagógica de ejercicios críticos creativos a partir de mensajes masivos”. Grafiservice 1. Consejo Latinoamericano de Iglesia, CLAI, Montevideo, Uruguay.
- DE LA TORRE HERNÁNDEZ, Francisco Javier, DE LA TORRE ZERMEÑO, Francisco J. “Taller de análisis de la comunicación”. Volumen I, Editorial Mc Graw Hill, 1994 y 1995 México.
- EQUIPO “COMUNICACIONES DB. “Para mirar la imagen”. Colección Comunicación No. 2, Editorial Don Bosco, 1986, Buenos Aires, Argentina.
- EQUIPO DE ECOSAM. “Propuesta de Educomunicación para la Familia Salesiana”. Págs. 80-82, Publicaciones Monfort C.A., 2002, Caracas, Venezuela.
- EQUIPO DE ECOSAM. “Propuesta de Educomunicación para la Familia Salesiana”. Publicaciones Monfort C.A., 2002, Caracas, Venezuela.
- EQUIPO de Trabajo Radio Nederland. “La Televisión propone... y tú dispones: Una propuesta de Lectura Crítica de la Comunicación (LCC) para chicos no tan chicos”. Manuales de Formación Proyecto Childmedia-PLAN ROCCA, 2003, Radio Nederland, San José, Costa Rica.
- EQUIPO de Trabajo Radio Neederland. “Video Joven”. Manuales de Formación Proyecto Childmedia-PLAN ROCCA, 2003, Radio Neederland. San José, Costa Rica.
- GONZÁLEZ TREVIÑO, Jorge Enrique. “Televisión y Comunicación. Un enfoque teórico práctico”. Pearson Editorial, 1994, México.
- GREE, Alain. “La Televisión”. Colección Panorama. Editorial Juventud, 1990. Barcelona, España.
- GUTIÉRREZ, Francisco, PRIETO CASTILLO, Daniel. La mediación pedagógica: apuntes para una educación a distancia alternativa. Radio Neederland Training Centre, 1991, San José, Costa Rica.
- HILLIARD, Robert. “Guionismo para radio, televisión y nuevos medios”. Editorial Thompson, 1999, México.

HUERGO, Jorge Alberto. FERNÁNDEZ, María Belén. “Cultura escolar, cultura mediática. Intersecciones”. Universidad Pedagógica Nacional, 1999, Bogotá, Colombia.

HUERGO, Jorge Alberto; OSIN, Luis. “Comunicación humanismo y nuevas tecnologías en el espacio escolar”. Universidad Pedagógica Nacional, 2000, Bogotá, Colombia.

GMMP Proyecto de Monitoreo Global de Medios. www.whomakesthenews.org y www.wacc.org.uk

KAPLÚN, Mario. “A la educación por la Comunicación”. Colección INTIYAN No. 41 CIESPAL, 2001, Quito, Ecuador.

KAPLÚN, Mario. “Lectura Crítica de la Comunicación (LCC) de la publicidad”. UNESCO y ECOS, 1998, Montevideo, Uruguay.

KAPLÚN, Mario. “Una pedagogía de la comunicación”. Ediciones de la Torre, 1998. Madrid. España.

LA PERLA, Franco. “Cómo leer las historietas: una propuesta para enseñar a leer y crear historietas”. Colección Comunicación No. 7 Editorial Don Bosco, 1997. Buenos Aires, Argentina.

LIZARAZO ARIAS, Diego. “La reconstrucción del significado: ensayos sobre la recepción social de los medios”. Editorial Addison Wesley Longman, 1998, México.

LOPEZ DE LA ROCHE, Maritza; GÓMEZ FRIES, María Griselda. “Los niños cuentan. Libro de prácticas comunicativas”. Ministerio de Comunicaciones y UNICEF, 1998. Bogotá, Colombia.

LUHMANN, Niklas. Poder. Madrid: Universidad Iberoamericana, 1997.

MESA, Juan Esteban. “TV, Video y Educación: una aproximación multidimensional”. Módulo Conceptual del seminario-taller de TV Educativa de la Especialización en Comunicación Educativa. Uniminuto, 2003, Bogotá, Colombia.

MICHEL Guillermo. “Para leer los medios: prensa, radio, cine y televisión”. Editorial Trillas, 2000, México.

MORÁN, José Manuel. “Cómo ver televisao, Leitura critica dos meios de comunicasao”. Edicoes Paulina, 1991, Sao Paulo, Brasil.

OLIVEIRA SUARES, Ismar. “Comunicacao e criatividade na escola”. Edicoes Paulina, 1990, Sao Paulo, Brasil.

OLIVEIRA SUARES, Ismar. “Para uma leitura critica da publicidade”. Edicoes Paulina, 1990, Sao Paulo, Brasil.

OLIVEIRA SUARES, Ismar. “Para uma Leitura critica dos jornais”. 3ª. edicion Edicoes Paulina, 1990, Sao Paulo, Brasil.

ORSINI, Marta y IRIARTE, Gregorio. “Conciencia crítica y medios de Comunicación. Técnicas de análisis”. Colorgraf impresores, 1997, Cochabamba, Bolivia.

ORSINI, Marta y IRIARTE, Gregorio. “Realidad y Medios de Comunicación. Técnicas e instrumentos de análisis”. Paulinas, 1993, Cochabamba, Bolivia.

ORSINI, Marta. “Análisis de Películas y Video: Elementos básicos de los Films, esquema para el analizar una película o un video”. Editora ILAM, 1999, Cochabamba, Bolivia.

ORSINI, Marta. “Educación y Medios de Comunicación Experiencias en el aula”. Editora ILAM, 1990, Cochabamba, Bolivia.

ORSINI, Marta. “Educación y Medios de comunicación”. CEPROMI, 1996, Cochabamba, Bolivia.

PÉREZ TORNERO, José Manuel (compilador). “Comunicación y educación en la sociedad de la información: nuevos lenguajes y conciencia crítica”. Paidós, papeles de Comunicación No. 27. Barcelona. España.

PÉREZ TORNERO, José Manuel (compilador). “El desafío educativo de la televisión”. Paidós, papeles de Comunicación No. 6. Barcelona, España.

PISANO, Juan Carlos. “Dinámicas de Grupo para la Comunicación”. Editorial Boum 4ª. Edición, 1997, Buenos Aires, Argentina.

POSADA, Humberto Pablo y NAIME, Alfredo. “Apreciación de cine”. Prentice Hall, 1997. México.

PRIETO CASTILLO, Daniel. La formación de comunicadores sociales. En UNESCO Nuevas Tecnologías y Comunicación, Bogotá: Universidad Javeriana, Departamento de Comunicación, 1997.

PRIETO CASTILLO, Daniel y VAN DE POL, Meter. E-learning, comunicación y educación. RNTC. San José, 2006.

TOSTADO, Verónica. “Manual de producción de Video. Un enfoque integral”. Alambra Mexicana, 1995, México.

VAN TILBURG, Joao Luis. “Para uma leitura critica da televisao”. Edicoes Paulina, 1990, Sao Paulo, Brasil.

VARIOS. “Barrio Galaxia, manual de comunicación Comunitaria”. Centro Nueva Tierra, Minigravf, 2000, Buenos Aires, Argentina.

VARIOS. "Competencias Comunicativas: escenarios de la comunicación". CEDAL, Ediciones Kimpres, 2000, Bogotá, Colombia.

VARIOS. "Comunicación - Educación: coordenadas, abordajes y travesías". IDUC. Universidad Central, 2000, Bogotá, Colombia.

VARIOS. "Comunicación y Escuela", Serie Estudios y Avances. Secretaría de Educación del Distrito Capital Programa RED de la Universidad Nacional de Colombia, 2004, Bogotá, Colombia.

VARIOS. "Cultura audiovisual, cultura escolar" No. 41 revista Investigación en la Escuela No. 41. Díada editores, 2000, Sevilla, España.

VARIOS. "Educación para la Comunicación: manual latinoamericano de educación para los medios de comunicación". Editorial CENECA 1992, Santiago, Chile.

VARIOS. "El cine en el aula, lectura y expresión cinematográfica". Editorial Narcea 1990, Madrid, España.

VARIOS. "Experiencias pedagógicas en comunicación, medios y nuevas tecnologías". Universidad Pedagógica Nacional, 1999, Bogotá, Colombia.

VARIOS. "Luces en el laberinto audiovisual. Educomunicación en un mundo global". Grupo Comunicar, Universidad de Huelva, 2003, Sevilla, España.

VARIOS. "Luces en el Laberinto Audiovisual: Educomunicación en el mundo global". Grupo Comunicar y Universidad de Huelva, 2003, Huelva, España.

VARIOS. "Palimpsestos y recorridos de la comunicación en la educación". Universidad Pedagógica Nacional, 1999, Bogotá, Colombia.

ZAÑARTU, Mario. "El Uso del video en pastoral". Ediciones Paulinas, 1988, Buenos Aires, Argentina.

ZAÑARTU, Mario. "El uso del Video en Pastoral". Ediciones Paulinas, 1990, Buenos Aires, Argentina.

ZAÑARTU, Mario. "Técnicas del Video grupal". Fundación educacional Roberto Bellarmino, Ediciones Paulinas, 1990, Santiago, Chile.

ZECCHETTO, Victorino. "Comunicación y actitud crítica". Colección Comunicación No. 5, Ediciones Paulinas, WACC, 1990, Buenos Aires, Argentina.

ZECCHETTO, Victorino. "El espectáculo testimonial en TV". Colección Comunicación No. 16, Editorial Don Bosco, 1994, Buenos Aires, Argentina.

ZECCHETTO, Victorino. "TV y familia". Colección Boletín Salesiano No. 2, Editorial Salesiana, 1994. Lima, Perú.

ZENICH, Roberto. "TV y familia". Colección Comunicación No. 14, Editorial Don Bosco, 1992, Buenos Aires, Argentina.

ZETTL, Herbert. "Manual de producción de Televisión". Editorial Thompson editores, 2000, México.

Anexos

Anexo A

PIONEROS PARA INVESTIGAR

La historia del paso de Lectura Crítica de la Comunicación (LCC) a Percepción Activa (PA) en América Latina, está registrada en las múltiples publicaciones de folletos, cartillas, textos populares y luego en libros y revistas especializadas antes de la aparición y la amplia divulgación en Internet.

A continuación, listamos los autores más reconocidos para que sean consultados en investigaciones y trabajos de profundidad:

No.	NOMBRE	PAÍS	AÑO
1	Paulo Freire	Brasil	1963
2	Antonio Pascuali	Venezuela	1963
3	Augusto Salazar Bondy	Perú	1966
4	Armando Mattelart	Chile	1970
5	Eliseo Verón y Victorino Zecchetto	Argentina	1973
6	Mario Kaplún	Uruguay	1985

Estos investigadores han marcado, en varios aspectos, el estudio de la comunicación en nuestros países. Algunos de ellos siguen aportando ideas nuevas, enfoques originales, visiones novedosas de la sociedad y de los medios. Gracias a estos pioneros se impulsó el trabajo de la producción científica y de la investigación.

La idea de una comunicación con finalidad social y educativa con sentido, nació en Latinoamérica antes que en otros lugares del mundo. Aunque son cientos de hombres y mujeres que se han dedicado al estudio crítico de la comunicación, adjuntamos una pequeña selección de ellos y ellas:

No.	NOMBRE	PAÍS
1	Héctor Schmucler, Daniel Prieto Castillo, Oscar Steinberg, Néstor García Canclini, Oscar Landi, Heriberto Murano	Argentina
2	Luis Ramiro Beltrán, Mauricio Antezana, José Luís Aguirre, Marta Orsini, Gregorio Iriarte	Bolivia
3	José Marques de Melo, Muniz Sodré, Regina Festa, Luis Gonzaga Motta, Linz da Silva, Ismar de Olivera Soares, Pedro Gomes	Brasil
4	Jesús Martín Barbero, Armando Silva, Elizabeth Fox	Colombia
5	Fernando Reyes Matta, Diego Portales, Valerio Fuenzalida, María Helena Hermosilla, Eduardo Contreras	Chile
6	José Ignacio López Vigil, Pablo Ramos	Cuba
7	Marco Ord�nez	Ecuador
8	Enrique Sánchez, Jesús Aguirre, Javier Esteinou, Raúl Fuentes Guillermo Orozco, Ligia Ma. Fadul	México
9	Juan Díaz B	Paraguay
10	Rafael Roncagliolo; Juan Gargureuich, Teresa Quiroz	Perú
11	Eduardo Santero, Oswaldo Carriles. Eleazar Díaz R.	Venezuela
12	Gabriel Kapl�n	Uruguay

Anexo B

LOS COLORES Y SUS SIGNIFICADOS

No.	COLOR	EXPERIENCIAS REALES	EFFECTOS PSICOLÓGICOS	SIMBOLISMO
1	<i>Blanco</i>	Alegría	Alegría, seguridad, higiene, pulcritud.	Divinidad, vida, inmaterialidad, santidad.
2	<i>Negro</i>	Noche, oscuridad, tinieblas	Tristeza, angustia, sueño, inconsciencia, miedo: “ver negro”	Mal, muerte, sentido de misterio o de la nada.
3	<i>Rojo</i>	Fuego y sangre	Calor, euforia, dinamismo, fuerza, agresividad, poder.	Espíritu, caridad, vida, amor, lujo, valentía, violencia, homicidio.
4	<i>Amarillo</i>	Luz, sol, fuego	Alegría interior, paz, entusiasmo, calma.	Divinidad, potencia, amor, sabiduría, fe incorruptibilidad.
5	<i>Naranja</i>	Fuego, ocaso	Calor, comunión, amistad, vivacidad, intimidad.	Gloria, audacia, amor desconcierto.
6	<i>Verde</i>	Vegetación, planta, hoja	Sentido vital, frescura, calma, reposo, juventud, inmadurez.	Vida, esperanza, fecundidad, cortesía, ira, envidia.
7	<i>Azul</i>	Firmamento, cielo, agua	Serenidad, claridad, liviano, libertad, paz, tranquilidad.	Sentido de infinito, divinidad, sinceridad, inteligencia.

Anexo C

GUÍAS DE ANÁLISIS MEDIÁTICO

FICHA NO. 1

ESQUEMA BÁSICO VIDEO/CINE FORO

La Narración

- 1. Se debe hacer un resumen a grandes líneas del contenido de toda la película.
- 2. Luego se busca hacer la división de los episodios para una mayor comprensión del tema y descubrir su estructura.
- 3. Búsqueda de personajes principales (sean personas grupos de personas, animales...) que tienen internamente un papel individual y unitarios.

Tema

- 1. Búsqueda de las características, de las cualidades que son expresadas por el director a través del protagonista y las relaciones de este con los demás personajes principales.
- 2. Destacar y resaltar las cualidades de los personajes y de los hechos que adquieren un carácter general y universal convirtiéndose así en valores, en líneas temáticas.
- 3. Formulación del tema en una frase que resuman el sentido, y las significación de la película, video analizado y que exprese el mensaje central.

Algunas preguntas que nos ayudan a identificar el tema principal:

- ¿Cuál es el tema central? ¿cuáles son los temas secundarios?
- ¿La película tiene un hilo conductor?
- ¿Se desarrolla un solo tema, existen otros, cuáles?
- ¿Algunas escenas están demás, algunas no son esenciales?
- ¿Cuáles son las escenas, las secuencias más dicentes y por qué?
- ¿Cuál ha sido la intención del director al realizar este producto mediático?
- ¿Hay escenas particularmente negativas? ¿Si? ¿No? ¿Por qué?
- ¿La película ha ofrecido nuevas experiencias, psicológicas, espirituales, sociales, culturales, morales, cívicas, otras?

FICHA NO. 2

ANÁLISIS DE PELÍCULA

1. ¿Quiénes son los protagonistas de este filme?

2. ¿Cuáles problemas (conflictos) se plantean en la película?

Temas principales _____

Temas secundarios _____

3. ¿Cuál es el papel o la intención del director? ¿Productor?

4. ¿Qué actitudes éticas podemos anotar?

No.	PERSONAJES	VALORES	ANTIVALORES

5. ¿Cuáles aprendizajes rescata de la película?

¿Cuáles eliminaría? _____

¿Cuáles sugiere? _____

2. ¿Cómo hacer un video?

Construyendo imágenes y sonidos

Débora Pérez Serna *



* Comunicadora Social-Periodista. Magíster en Antropología Social. Asesora de video del proyecto *¡Uy...qué video!*

¿Cómo hacer un video?

“Realmente si, es tenso, es fuerte, es intenso, hay una responsabilidad, pero no deja de ser muy divertido. Ahora que lo veo digo: qué maravilla, me gustaría estar filmando y editando. (...) No me lo tomo tan en serio, me encanta, me fascina, es vital, pero si tengo esa distancia. No deja de ser cine, es una alquimia, es un juego contar una historia, me gusta”.

Alejandro González Iñárritu ¹

El solo hecho de observar que en el mundo hay una gran cantidad de imágenes y sonidos, que nos llegan a través de los medios de comunicación, nos pueden hacer pensar que estas imágenes son fáciles de construir.

Sin embargo, cuando nos enfrentamos directamente a una videocámara, nos damos cuenta que elaborar un video como lo hemos imaginado exige conocimientos específicos, así como técnicas y metodologías de trabajo; especialmente, si queremos hacer un producto audiovisual que comunique los conceptos e ideas de lo que queremos mostrar.

En este capítulo se exponen los elementos fundamentales del lenguaje y de la narración audiovisual (imágenes y sonidos en movimiento), así como los pasos que se deben tener en cuenta para producir un video.

El Lenguaje Audiovisual

El lenguaje del video está constituido por tres elementos fundamentales:

- La imagen
- El sonido
- El movimiento

Dichos elementos al ser capturados a través de la cámara de video adquieren unas características específicas que, al articularse entre sí, conforman el lenguaje audiovisual.

¹ Entrevista a Alejandro González Iñárritu, director de cine mexicano, que ha realizado películas como “Amores Perros”, “21 gramos” y “Babel” entre otras. En: DAICICH, Osvaldo. Apuntes sobre el nuevo cine latinoamericano. Ed. Fundación Nuevo Cine Latinoamericano-Diputación de Córdoba. Córdoba, 2004.

La imagen

Para entender las características de una imagen de video, lo primero de se debe tener en cuenta es que la imagen, al ser capturada por una cámara y luego ser reproducida en una pantalla, es plana y bidimensional y está delimitada por el visor o la pantalla. A esta delimitación, la vamos a denominar cuadro o campo de imagen.

La impresión de realidad de dicha imagen la dan varias características del lenguaje audiovisual como son: los planos, la composición, la profundidad de campo, los sonidos, la luz, el movimiento y la narración, entre otros aspectos que trabajaremos a continuación:

Planimetría

Es la forma de estructurar las imágenes por medio de la articulación de varios planos. El plano es la unidad mínima de la imagen en movimiento.

Tipos de planos

Existen diferentes tipos de planos cuya clasificación la delimitamos a partir de la imagen del ser humano. La tipificación de los planos desde sus intencionalidades y tamaños es variada; sin embargo, en esta guía se señalan los planos más utilizados para realizar una producción audiovisual.

Primerísimo Primer Plano (PPP)

Es el plano más cerrado; delimita el cuadro de imagen a una parte específica del cuerpo humano. Por ejemplo, el primerísimo primer plano de la expresión de una mirada, la forma de las uñas en una mano, entre otros. Tiene intención psicológica.

Plano de Detalle (PD)

Este plano muestra una característica específica de una persona u objeto. Da énfasis a la imagen, aclara, describe, connota. Por ejemplo, la salida de una lágrima, puede connotar tristeza; un anillo mágico, puede sugerir misterio; el hueco en la suela de un zapato, puede indicar pobreza o descuido. Es un plano que tiene una intención narrativa específica.



Primer Plano (PP)

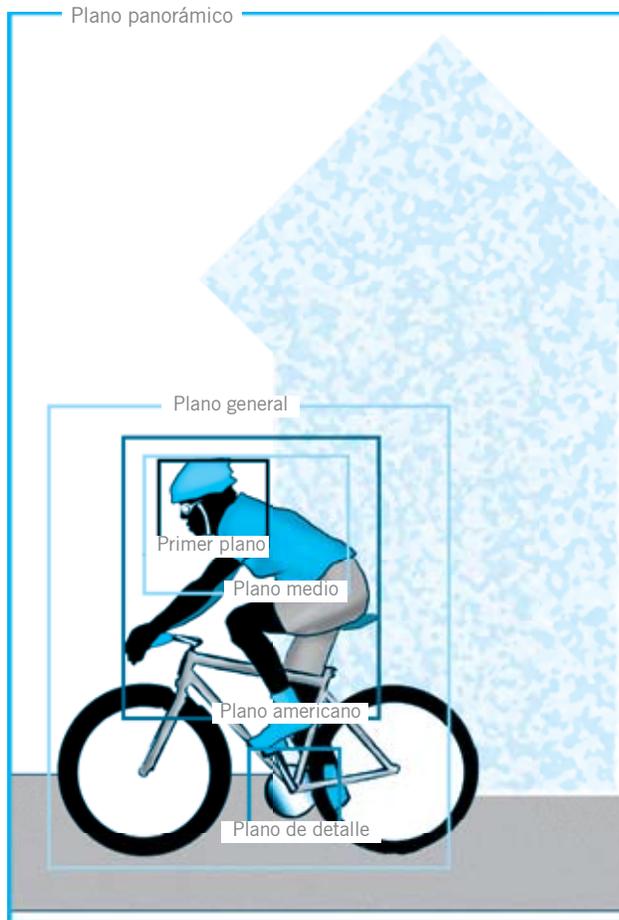
En este plano se delimita el cuadro de imagen a la altura de los hombros de la persona registrada. Resalta actitudes y emociones.

Plano Medio (PM)

Delimita el cuadro de la imagen a la altura de la cintura de la persona que queremos registrar. Por ejemplo, se puede utilizar para mostrar el intercambio entre dos personas. Describe otros elementos además de la persona que protagoniza la imagen.

Plano Americano (PA)

Este plano se encuadra desde las rodillas del sujeto. Por ejemplo, se utiliza para describir movimientos de las personas.



Plano General (PG)

En este plano se delimita el cuadro a la imagen completa del sujeto, lo que implica mostrarlo en el entorno que se encuentra. Por ejemplo, se utiliza cuando queremos referenciar el sujeto con otras personas, objetos y/o ambientes.

Plano Panorámico

Es el registro general de ambientes o paisajes. Por lo general, se usan para establecer transiciones de tiempo o de lugar entre una imagen y otra. Para enmarcar espacialmente la situación que describe la imagen.

Plano Secuencia (PS)

Es el plano que nos permite el registro continuo de una situación, con movimiento de cámara pero sin cortes. Esto quiere decir que en un plano secuencia

pueden registrarse diversos planos. El plano secuencia se usa por lo general en la realización de documentales, en los que el registro de la realidad hace necesario un seguimiento constante de la cámara, sin detener la grabación.

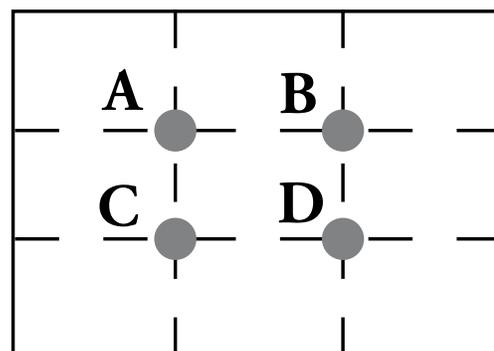
La composición

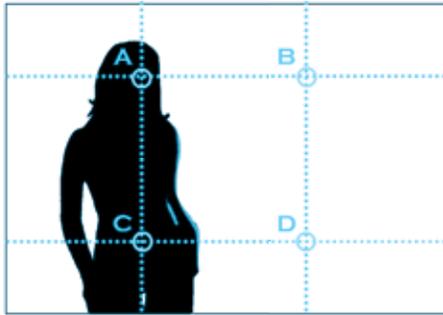
La composición es un concepto heredado de la pintura y de la fotografía fija que consiste en determinar una serie de características que permiten situar los puntos de interés dentro del plano. Para componer una imagen de video es necesario tener en cuenta las siguientes reglas:

- La regla de los tercios.
- La profundidad de campo
- La direccionalidad de la imagen
- La perspectiva de la imagen

La Regla de los Tercios

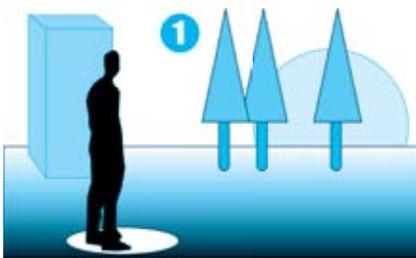
Es una regla apropiada de la pintura renacentista que busca darle simetría y profundidad a la imagen a partir de la forma de mirar del ser humano. Esta norma consiste en dividir el cuadro de imagen en dos líneas simétricas horizontales y dos líneas verticales. Los puntos de intersección entre estas líneas serán los de mayor atención para el ojo humano.





La profundidad de campo

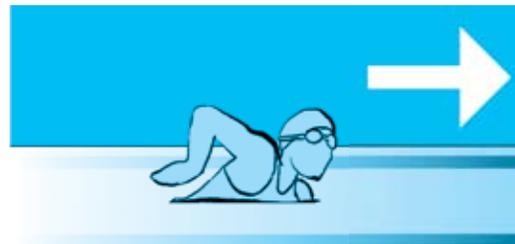
La profundidad de campo es la distancia que hay entre la imagen principal y el fondo, así como la impresión de realidad que se genera para darle una apariencia tridimensional, puesto que la imagen de video es plana o bidimensional, como se mencionó anteriormente. En las siguientes ilustraciones, nótese como en la número 1 se percibe más profundidad de campo que en la número 2; esto nos da una idea de la relación entre perspectiva y profundidad.



La direccionalidad de la imagen

En occidente se leen las imágenes del mismo modo que los textos impresos: de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. La impresión de movimiento en una imagen de video, se genera cuando al cambiar de un plano a otro se establece una coherencia en la línea de direccionalidad que se le ha indicado al espectador.

Por ejemplo, si en el primer plano un personaje entra a la sala de la casa y se dirige hacia una habitación, el personaje deberá entrar por izquierda del cuadro y salir por derecha y en el plano siguiente, deberá entrar por la izquierda del plano nuevamente, porque de lo contrario, sería como si el personaje se estuviera devolviendo.



La perspectiva de la imagen

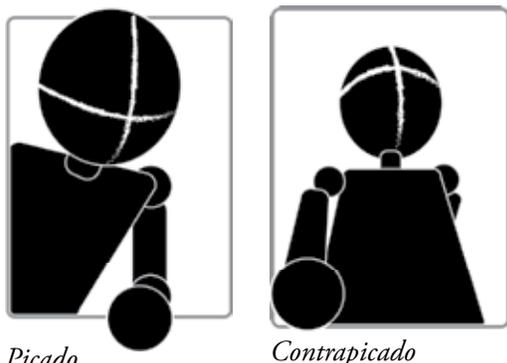
Es el ángulo de visión o la posición desde la cual se ubica la cámara para capturar la imagen. Esta posición indica una perspectiva o punto de vista, es decir, da cuenta de la intención de los realizadores.

Ángulo Picado

Captura la imagen de arriba hacia abajo y se logra ubicando la cámara por encima del sujeto. Esta perspectiva nos permite indicar inferioridad, dado que el personaje, por la posición de la cámara, se ve pequeño.

Ángulo contrapicado

Captura la imagen de abajo hacia arriba y se logra ubicando la cámara por debajo del sujeto. Esta perspectiva nos permite indicar superioridad, debido a que el personaje, por la posición de la cámara, se ve más grande.



Movimientos de cámara

Paneo

Movimiento de la cámara que se realiza sobre el eje horizontal, puede ser de izquierda a derecha o de derecha a izquierda. El paneo es útil para describir imágenes de manera horizontal. Este tipo de movimiento es muy común en los cubrimientos deportivos como, el fútbol, el tenis, entre otros.

Tilts

Los movimientos tilts sirven para describir cómo están vestidos los personajes o algún detalle en especial que sea importante para la historia que se está contando. Hay dos tipos:

Tilt Up

Movimiento de la cámara sobre el eje vertical de abajo hacia arriba.

Tilt Down

Movimiento de la cámara sobre su eje vertical, de arriba hacia abajo.

Travelling

Este movimiento se logra desplazando la cámara de izquierda a derecha o de derecha a izquierda,

hacia delante o hacia atrás o, en diagonal. Existen diversas maneras para realizarlo: a) a través del desplazamiento a pie del camarógrafo, b) por medio de un dispositivo denominado Dolly, u otro aparato que se desplace sobre ruedas, por ejemplo, un automóvil, una silla de ruedas, una patineta, entre otros.

En las superproducciones audiovisuales de cine y televisión se utilizan aparatos como la grúa, en donde el camarógrafo se sienta en un gran brazo y parece que la cámara volara. Este tipo de imágenes registra movimientos a gran velocidad desde el aire. También hay helicópteros para las cámaras que permiten captar imágenes a gran velocidad.

Subjetiva

Este movimiento simula lo que está mirando un personaje, como si la cámara fuera los ojos del mismo. En este caso, por ejemplo, la videocámara se puede ajustar al hombro del personaje; incluso hay cámaras que parecen sombreros que el personaje ajusta a su cabeza.

El Zoom

Es un movimiento óptico de la cámara que consiste en acercar o alejar la imagen a través de la lente. Los zoom son poco usados en producciones audiovisuales, porque son un movimiento superficial de la cámara que no simula la mirada humana. Por lo general el zoom ayuda a encuadrar un objeto, pero el encuadre lo hace el camarógrafo antes de comenzar a grabar; es decir, el movimiento zoom no queda registrado frente al espectador. Algunos realizadores usan el zoom como una forma de manifestar su propio estilo.

Zoom In

- Acercamiento óptico al sujeto u objeto.

Zoom Out

- Distanciamiento óptico del sujeto u objeto.

La cámara de video

La cámara de video es un dispositivo a través del cual se capturan las imágenes convirtiéndolas en señales eléctricas, que interpretan el color como una combinación de rojo, verde y azul (RGB, del inglés *Red, Green, Blue*).

Las cámaras de video se clasifican en análogas y digitales. En las cámaras análogas, las imágenes capturadas se reproducen a partir de líneas de resolución (525 líneas en el sistema estadounidense de transmisión televisiva National Television Standard Committee-NTSC). Las cámaras digitales convierten la imagen que se captura en información o datos denominados píxeles, éstos son puntos, que agrupados, conforman la imagen; así que entre más píxeles, más calidad de imagen.

Las cámaras de video análogas y digitales se identifican por el tipo de formato de grabación.

Formato de video análogo

- VHS (Súper, Estándar, Compacto)
- Hi 8
- Video 8
- Betacam

Formato de video digital

- Mini DV
- DV CAM
- DVC PRO
- HDV
- DVD
- MICRO DV
- BETACAM DIGITAL

De los formatos antes mencionados, aquellos con denominaciones “PRO” y “CAM”, son formatos de uso profesional. Hay cámaras tanto profesionales como de uso aficionado o casero de los otros formatos. Sin embargo, la tecnología digital avanza a tal velocidad que el uso recurrente de ciertos formatos varía en tiempos muy cortos.

Así mismo, hay cámaras caseras y cámaras profesionales, tanto análogas como digitales, que se diferencian entre sí por la calidad de la imagen y el sonido capturados, por sus accesorios, por el tipo de cinta de grabación de imagen y sonido, así como por el mecanismo de funcionamiento. En la actualidad, los formatos aficionados más usados son Hi8, Video 8, Mini DV y HDV.

Componentes de la cámara

Una cámara de video está compuesta por la óptica, el visor y el cuerpo.

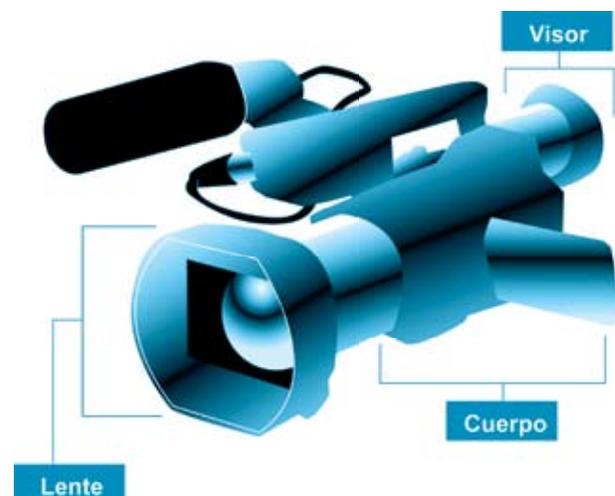
La óptica: Es el sistema compuesto por los lentes, los cuales permiten encuadrar y enfocar la imagen. Los lentes se dividen en teleobjetivos y angulares.

• **Los teleobjetivos** se caracterizan por tener un ángulo de visión más corto.

• **Los angulares** tienen un ángulo de visión más amplio.

El cuerpo de cámara: Es donde están las partes electrónicas encargadas de la captura y conversión de las imágenes.

Visor de la cámara: Es el dispositivo a través del cual el camarógrafo visualiza, encuadra y enfoca la imagen.



La iluminación y el color

En video, el registro de la luz está determinado por el color que ésta tiene y que le da una característica propia a la imagen. Como se explicó anteriormente, la luz que registra la cámara de video resulta de la combinación de tres colores (rojo, verde y azul - RGB), de tal manera, que el aumento o disminución de uno de estos componentes, produce un cambio de color.

Tipos de luz

Luz exterior: Está determinada por la luz del sol; es así como la luz del amanecer tiene predominancia del color amarillo, en la del atardecer prevalece el color rojo y al anochecer predomina el color azul.

Luz artificial: Es la que producen las bombillas, que pueden ser de tungsteno, halógenas, fluorescentes o de luz día.

Temperatura del color

La temperatura del color es la medición que se hace del mismo a partir de los tipos de luz. Esta medición se hace en grados Kelvin y se tiene en cuenta para utilizar filtros que permitan simular la luz natural o artificial.

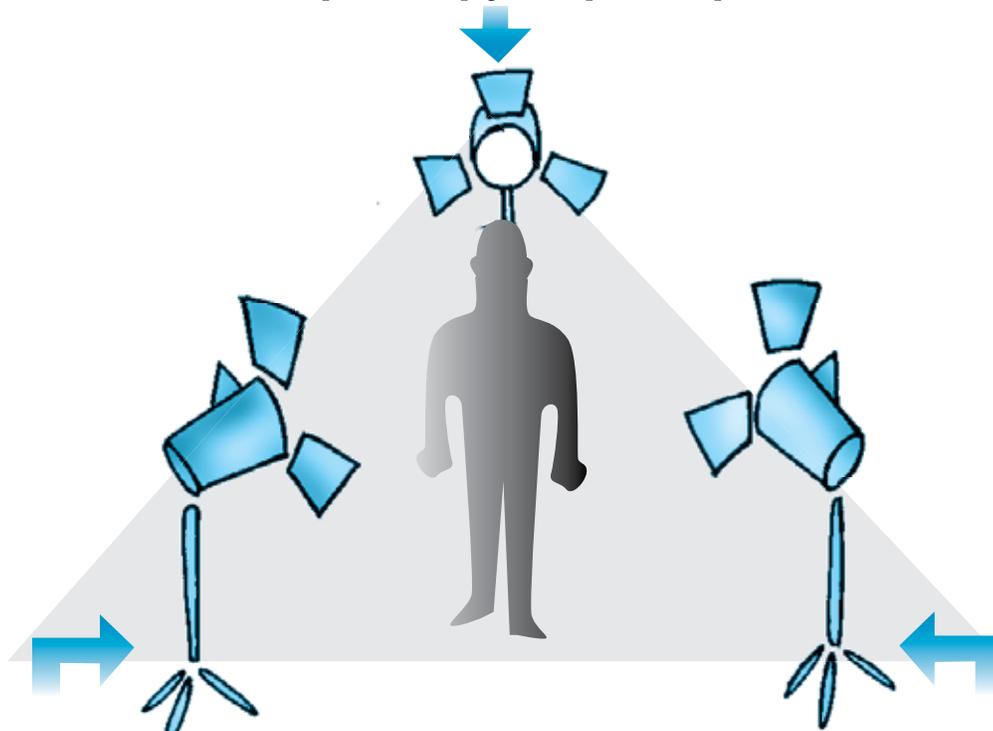
- La temperatura del color de la luz natural es 5.600 Grados Kelvin.
- La temperatura del color de la luz artificial es 3.200 Grados Kelvin.

La iluminación

La iluminación es la que nos permite, de manera natural o artificial, dar luz, color y volumen a la imagen. Existe una forma básica de iluminación que se denomina triángulo básico de iluminación, conformada por:

Luz de atrás (*Back Light*):

La luz que se ubica detrás y permite darle “volumen” al personaje u objeto, es decir, permite darle profundidad a la toma; elimina la sensación de que este se ve pegado a la pared o a la pantalla.



Luz de relleno (*Fill Light*):

La luz destinada a iluminar los otros objetos o el resto del espacio.

Luz principal (*Key Light*):

La que ilumina al personaje u objeto principal que se va a destacar.

Balance de Blancos (*White Balance*)

Es un mecanismo que tienen las cámaras para estandarizar la temperatura del color y nivelar la luz. Es decir, si estamos en un interior, la cámara lo que hace es darle un poco más de azul a la luz amarilla que tienen los interiores. Para realizar un balance de blancos, se debe enfocar un objeto blanco (una pared, una hoja, una tela) y presionar el botón o dispositivo de la cámara para realizar este balance. La cámara considera este color blanco y a partir ahí logra un equilibrio en los colores.

Es muy importante que cada vez que haya un cambio de escena o de luz se haga el balance de blancos; pues de lo contrario, el video puede resultar

con diferentes tonalidades de color y eso le resta calidad. Por ejemplo, si se necesita mostrar una prenda roja en diferentes escenas (interiores y/o exteriores), y no se realiza el balance de blancos, el resultado será que en algunas tomas el rojo no se verá como se pretende.

Nota: *Algunas cámaras análogas no poseen este dispositivo, pues lo hacen automáticamente; sin embargo, se sugiere adquirir cámaras que lo tengan a fin de ampliar nuestras posibilidades de manipular y controlar la calidad del color en el registro de las imágenes.*

El sonido

La cámara de video tiene un registro simultáneo de imagen y sonido. No obstante, en ocasiones el registro de la imagen se puede separar del registro sonoro. El sonido le da vida y verosimilitud a las imágenes por cuanto ayuda a enfocar la atención en los personajes o acciones.

Tipos de sonido

Sonido directo: Es el sonido que se captura directamente de la cámara o del micrófono en el momento de la grabación y queda impreso en la cinta.

Sonido indirecto: Es el sonido que se graba por separado de la cinta de imagen. Existen aparatos para grabar este sonido tales como DAT, MINI DISC y grabadoras de audio, entre otros. Estos aparatos graban el sonido en los mismos tiempos de la imagen y tienen una lectura o temporizador que permite identificar el tiempo exacto de la grabación.

Sonido incidental o sonido ambiente: Es el registro de los sonidos que ocurren en el momento de la grabación y contribuyen a la ambientación de la escena registrada. Por ejemplo, los sonidos de pájaros, carros y viento, entre otros, se pueden grabar en una cinta

diferente para luego, en la etapa de postproducción, priorizar algunos de estos sobre los otros.

Música: La música es uno de los sonidos que se puede utilizar para ambientar un video. Complementa la imagen, da atmósfera y aporta sentimientos. Por ejemplo, música romántica en una situación de amor. La música se puede grabar en el mismo momento de captura de las imágenes o se puede adicionar en el proceso de edición.

Efectos Sonoros: Se pueden crear para simular situaciones que en el momento de grabación no fueron capturados. Estos se pueden realizar con objetos al alcance de la mano: ollas, tapas, agua, papel. Sin embargo, también hay efectos sonoros especializados que utilizan en las salas de edición.

Nivel de audio

Es la intensidad de entrada del sonido al aparato de captura de audio. Si un sonido es débil parece siseo, si es muy fuerte se distorsiona. Las cámaras de video profesionales tienen un medidor de volumen que indica el nivel de audio, con este medidor se puede controlar la entrada del mismo. Para medir el nivel de audio, se utiliza un aparato con medidor de sonido o consola de audio, con el que se identifica

si este está alto, medio o bajo y se gradúa el nivel de entrada según el interés. Éste nivel se mide en Decibelios (Db).

Nota: Las cámaras caseras no tienen este medidor, lo mejor en cualquier caso es que se usen audífonos para determinar la calidad del sonido. Un sonido distorsionado o sobre modulado no puede corregirse una vez se haya grabado.

Planos de grabación de sonido

El oído humano está en capacidad de registrar varios sonidos a la vez; sin embargo, según el grado de atención, se establece prioridad entre unos sonidos y otros. Un plano sonoro es la relevancia que se le da al sonido en un video. Existen diversos tipos de planos:

Primer plano sonoro: Es el sonido protagonista, sobre este se concentra la atención. Hay énfasis y volumen.

(Ej. Diálogo)

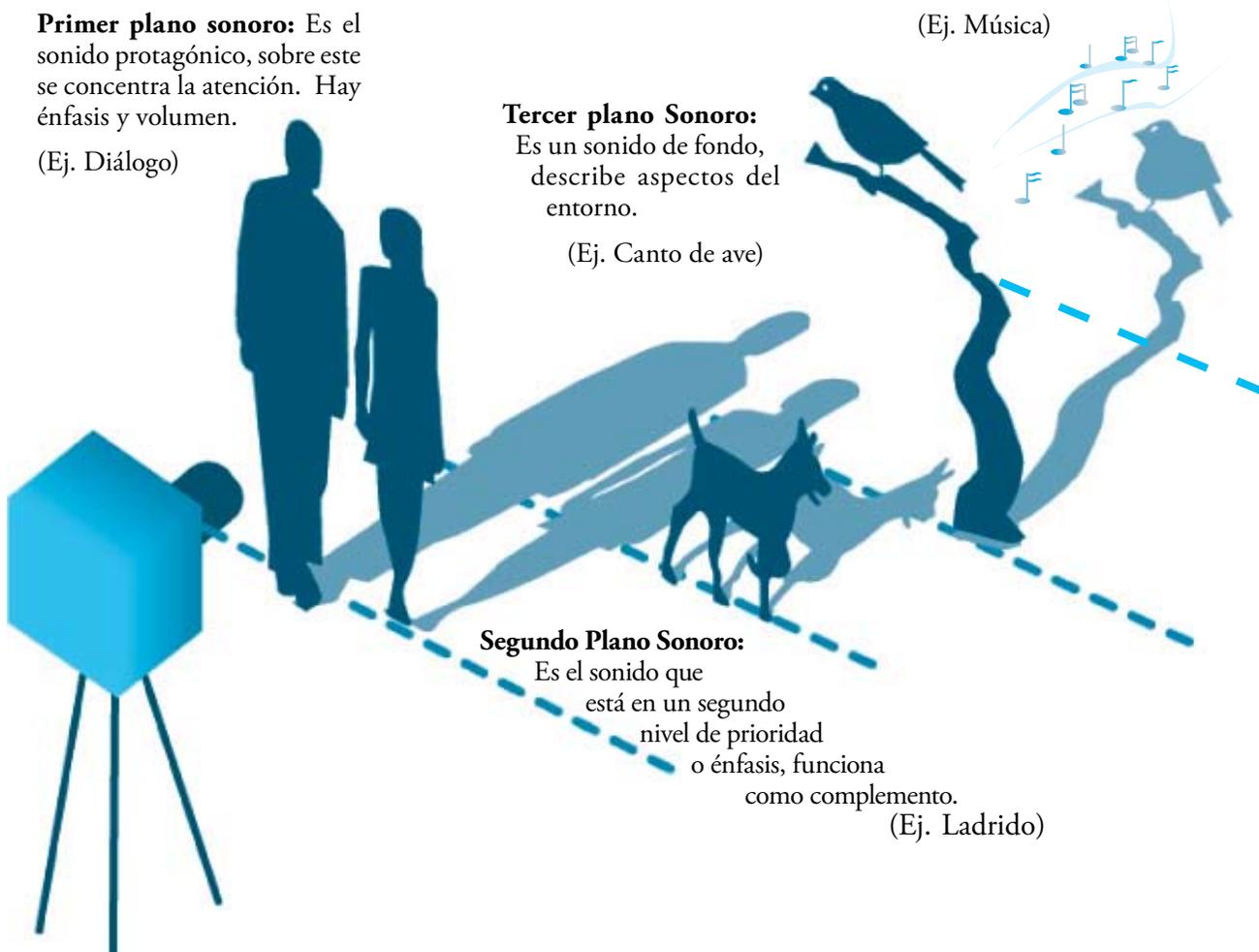
Tercer plano Sonoro:

Es un sonido de fondo, describe aspectos del entorno.

(Ej. Canto de ave)

Cuarto Plano Sonoro: Es un sonido de fondo que sirve para ambientar la imagen.

(Ej. Música)



Segundo Plano Sonoro:

Es el sonido que está en un segundo nivel de prioridad o énfasis, funciona como complemento.

(Ej. Ladrado)

Captura del sonido

Aunque la cámara registra el sonido, para darle énfasis a este y registrar de una manera óptima los diálogos de los personajes, se pueden utilizar diversos tipos de micrófonos:

Micrófono direccional: Se utiliza para hacer énfasis en un sonido específico. Cubre sonidos en un ángulo de 40 grados y por lo general se usa para capturar el sonido de una sola persona.

Micrófono omnidireccional: Recoge toda clase de sonidos, ambientales y/o de personajes. Se caracteriza porque tiene una cobertura de 360 grados.

Micrófono cardioide: Cubre sonidos en un ángulo de 180 grados y se suele usar para capturar el sonido de dos personas (entrevistas, diálogos, entre otros).

Micrófono boom direccional: Captura sonido de una persona a distancia

Micrófono boom omnidireccional: Captura el sonido del entorno.

Entradas de micrófonos

Los cables de los micrófonos tienen conectores en cada extremo para transportar el sonido de un lugar a otro. Los tipos de conectores se diferencian entre sí por el tamaño y el mecanismo de acceso a la cámara y/o a la consola de audio. Entre los cuales podemos mencionar:

- CANNON O XLR
- FONET
- MINI FONET
- RCA

La narración audiovisual

Es la manera como construimos un relato audiovisual, teniendo en cuenta los elementos y la forma en que queremos mostrarlos. Existen dos grandes formas de narrar:

- A partir del registro de “aspectos de la realidad”.
- A partir de la recreación o representación de la realidad.

Los géneros audiovisuales

Son las convenciones u orientaciones que han creado los realizadores audiovisuales para diferenciar las formas de narrar. Hay dos grandes géneros: documental y argumental (o de ficción).

El género documental

Se caracteriza por registrar la vida de las personas y su naturaleza, así como los acontecimientos del mundo. Es un género que se inició desde

principios del Siglo XX, a partir del invento del cinematógrafo.

Este género se complejiza a partir de la reflexión que el director puede hacer de la realidad que registra, por cuanto está interpretándola y mostrando aspectos con una intencionalidad. El documental contribuye a preservar la cultura humana y a establecer reflexiones sobre las relaciones que el hombre establece con su entorno.



Variaciones del género documental

- El documental científico trata sobre naturaleza o seres humanos.
- El documental etnográfico aborda relatos de culturas o comunidades regionales.
- El documental de viaje registra una determinada travesía o describe un lugar.
- El reportaje es un documento periodístico de análisis a partir del contraste entre la evidencia de los hechos y la entrevista a profundidad de uno o varios personajes.
- La crónica es un relato periodístico que hace énfasis en hechos organizados de una manera cronológica y en la descripción de los personajes que los protagonizan.
- La noticia es un relato corto que describe un acontecimiento de actualidad a partir de la combinación de entrevista corta, imágenes del suceso y descripción del periodista.

El género argumental (o de ficción)



Es el género que se basa en la simulación de la realidad o invención y creación de mundos imaginarios para el espectador. El género de ficción adopta características narrativas del drama, melodrama y la épica, entre otras, con el fin de construir un relato a partir de personajes y ambientes que no son reales.

Variaciones del género argumental

- El melodrama es una expresión exagerada del drama, caracterizada por la excesiva emotividad de los personajes y de sus acciones.
- La comedia se caracteriza por contener personajes, acciones y situaciones que causan hilaridad por sus componentes humorísticos.
- El suspenso es un tipo de narración que se estructura a partir de la solución de un gran misterio.

Géneros híbridos

Son aquellos que surgen de la combinación de características de la realidad y de la ficción. Entre ellos podemos mencionar:

- El video clip: producción que en la mayoría de los casos, promueve a través de imágenes y sonidos, una canción por medio de un relato audiovisual de la misma.
- El concurso: se caracteriza por tener personajes que compiten para ganar premios.
- El magazín: es un formato de entretenimiento que alterna notas informativas de actualidad, moda y variedades, con la conducción de presentadores.
- El reality show: es el relato de la interacción de personajes reales enfrentados a situaciones creadas con el fin de generar espectáculo y entretenimiento para el espectador.

La estructura narrativa

¿Cómo contar una historia desde cualquier género? La estructura más usada en la narración audiovisual es heredada del drama aristotélico y está compuesta por las siguientes partes:

- **El planteamiento o la introducción de la historia o hecho:** aquí se presenta a los protagonistas de la historia o se realiza una descripción introductoria del hecho que se va a narrar.
- **El nudo o conflicto principal:** Es la parte más importante en la que los personajes principales se enfrentan con alguna situación en especial.
- **El desenlace:** cuenta el final de la historia y la forma como los personajes u otros elementos externos resuelven el conflicto o dilema presentado al comienzo de la misma.

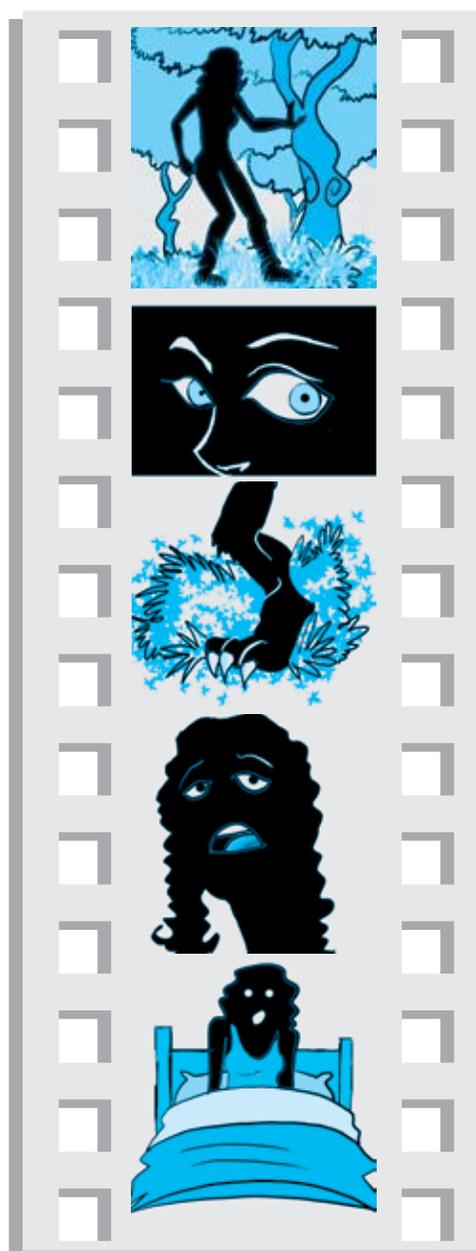
La intensidad narrativa

En la medida en que la narración está determinada por una secuencia de acciones, la intensidad narrativa se determina por la forma como una acción lleva a otra y ésta a su vez a otra, para que al relacionar las acciones, el espectador interprete o comprenda la historia. La intensidad narrativa está determinada por la emoción que se quiere generar en el espectador (suspense, alegría, terror, conmoción, entre otros).

Por ejemplo, si lo que se quiere generar en el espectador es conmoción y mantenerlo en suspense, entonces las acciones son pistas que sólo al final se resuelven. Por lo general, estas intensidades se combinan dentro de una misma narración.

Elementos de la narración

- **Los personajes.** Son quienes protagonizan las historias o situaciones. Los personajes pueden ser de la vida real o de la ficción. Los personajes de ficción por lo general tienen unas características bastante fuertes que los diferencian entre sí.
- **Los estereotipos o roles.** Son características basadas en contrastes, que los guionistas eligen de la vida real para crear a los personajes. Por ejemplo, la bonita-la fea, el bueno-el malo, el policía-el ladrón, el pobre-el rico, entre otros.



- **Los conflictos.** Son la contraposición o el choque de acciones o de personajes. Los conflictos están determinados por la lucha de los personajes contra sí mismos, contra el destino, contra la naturaleza, contra otros seres, contra la realidad. Por ejemplo, dos personajes en desacuerdo, un accidente, el sufrimiento de alguien porque algo le pasó.
- **Las acciones.** Son las actividades que realizan los personajes y describen un hecho. Por ejemplo, el hombre que se marcha, la mujer que llora, el carro que se estrella, un grupo de personas trabajando. Es importante destacar que no siempre a mayor cantidad de acciones, hay mayor emoción del espectador. Las acciones deben evidenciar la realidad interna de los personajes y sus deseos. Esto es coherencia narrativa.
- **Los diálogos.** Son el apoyo de las acciones y el medio a través del cual los personajes verbalizan o no sus sentimientos. Los diálogos dinamizan la acción, comunican hechos que las acciones por sí solas no comunican, aclaran las relaciones de los personajes, entre otros.
- **El contexto.** Es el espacio físico en el que sucede la historia o el hecho. Se refiere a la realidad o la ficción de los personajes, es el ambiente en el que viven o se desenvuelven dentro de la historia. Los contextos, deben ser creíbles; por ejemplo, si la historia es de una época pasada, la ambientación, el vestuario y el diálogo de los personajes deben remitir a ese ambiente, porque de lo contrario no es verosímil.
- **Verosimilitud.** Es la credibilidad que adquiere el video frente a los espectadores, porque la historia es coherente debido al uso apropiado de los códigos y elementos tanto del lenguaje como de la narración audiovisual. Aunque el video sea de ficción, el mundo que se construye

para el espectador “es verosímil”, porque hay convenciones compartidas entre el realizador y su público.

- **El tiempo.** Las narraciones audiovisuales por lo general tienen tiempos cronológicos, que son aquellos que determinan momentos específicos de la vida o de la historia en la que viven los personajes: día y noche, pasado y presente, mañana y tarde, ayer y hoy, entre otros. Existen imágenes de referencia que facilitan la comprensión del paso del tiempo. Por ejemplo, un plano donde se oculte el sol, un reloj que marca las horas, entre otros.
- **La voz en off.** Es un elemento de la narración que contribuye a estructurar el relato y más allá de ser sólo un registro de sonido, compromete una intencionalidad narrativa y un punto de vista desde el cual se narra o elabora la historia. Esta voz que se utiliza para complementar y explicar las imágenes; el narrador no se ve en la pantalla, sólo se escucha su voz, la cual adquiere una personalidad amigable y cercana al espectador, pues muchas veces tiene información que los personajes del video no tienen.

El tratamiento narrativo

Es la forma como se narra la idea y la temática identificada. Es una modalidad de acercamiento al espectador y manifiesta el punto de vista. Este tratamiento se expresa a través del uso que se dé a los elementos de la narración, a la forma como se combinen y prioricen entre sí.

En el tratamiento narrativo se evidencia la valoración que el realizador hace de la realidad en términos éticos, así como los diferentes caminos que se pueden tomar haciendo uso de recursos narrativos para elaborar una idea. Con el tratamiento audiovisual se determina un estilo particular de narrar, como también se plasma la visión estética de los realizadores.

Etapas de la realización de un video

Para realizar un video es necesario tener en cuenta varios pasos o procedimientos orientados a organizar el trabajo. Estos pasos se han estructurado en tres grandes etapas: preproducción, producción y postproducción.

PREPRODUCCIÓN

Es la etapa en la que se define el tema, el género y la historia o realidad que se va a representar así como los recursos humanos, técnicos y financieros necesarios para realizar el video.

Comprende el trabajo de creación y planeación. En la preproducción se desarrolla la idea, se investiga, se escribe el guión en el que se definen los elementos y la forma narrativa y técnica del video. Por último, en esta etapa se planifica toda la producción.

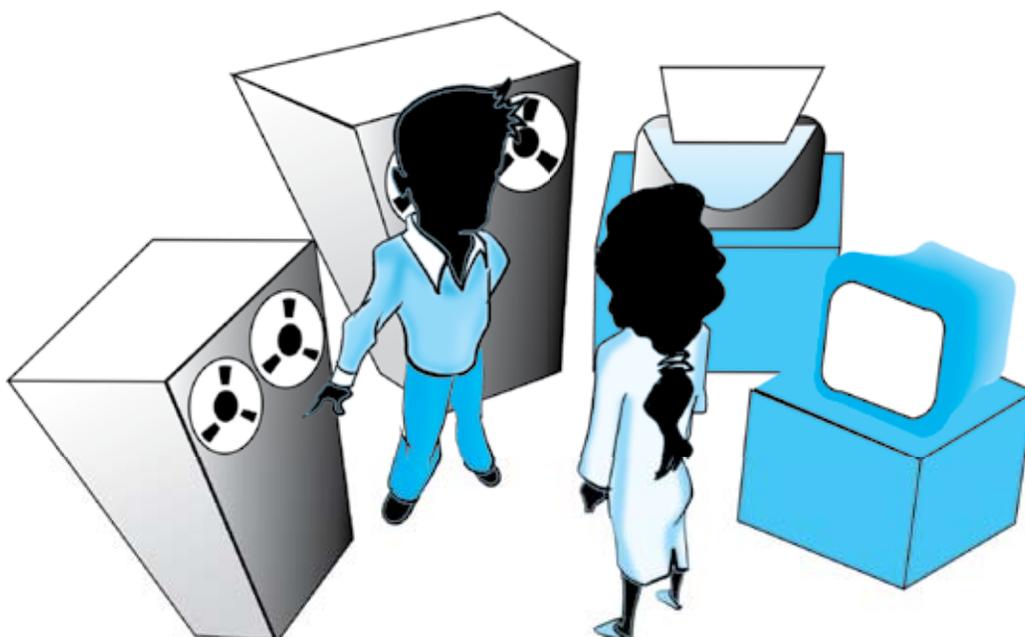
Investigación e Indagación

¿Cómo encontrar, definir e investigar el tema del video?

El primer paso para construir un guión es encontrar una idea alrededor de la cual se quiere narrar. Esta idea puede llegar a través de una imagen, una situación, una percepción o una necesidad sentida. De aquí en adelante se debe realizar un trabajo colectivo, para definir y concretar si esa idea es

igualmente apreciada por los otros integrantes del equipo y, en especial, si el espectador se puede sentir interesado.

Para darle fundamento al tema ya definido, se precisa investigar sobre el mismo con el fin de enriquecerlo y “darle peso” a los argumentos de la narración.



Tanto en un video de ficción como en un documental, es necesario pasar por un proceso de investigación; desde la búsqueda de lugares para la grabación que correspondan con la temática, hasta la definición del vestuario y la identificación de un lenguaje apropiado para los personajes.

Si el tema del guión se remonta a otra época será necesario recurrir al archivo documental que haya sobre la misma. Si es de la época actual, debe responder a un tipo de realidad en el que es necesario, igualmente, investigar; de modo que lo representado en el video sea verosímil para el espectador. Por ejemplo, si se está haciendo un documental sobre un personaje o una comunidad, se debe indagar sobre sus formas de pensar, observar lo que pasa en su entorno y realizar entrevistas para obtener información. Esto permite fundamentar el trabajo y ampliar la visión que se tiene de la realidad con el fin de que al recrearla en un video expresemos elementos de análisis y reflexión para el espectador.

Instrumentos de la investigación

La entrevista

Es una estrategia para obtener información sobre lo que las personas saben, piensan o creen. Hay entrevistas dirigidas que se aplican con un cuestionario; y semi-estructuradas o semi-dirigidas, que dan pie a establecer un diálogo que sugiere nuevas preguntas.

La entrevista es importante porque ayuda a obtener información verificable de una fuente directa. La información obtenida en la entrevista se puede comparar con otros datos de información documental, como textos, bibliografías, etc. Así mismo, ésta información nos ayuda a comprender el mundo, desde la visión de otras personas.

Las preguntas que se realizan en la entrevista son de tres tipos:

- **De aclaración**, para conocer más datos sobre el tema (¿qué es?, ¿qué pasó?).



- **De análisis**, para comprender mejor los problemas y profundizar respuestas superficiales (¿por qué?, ¿para qué?).

- **De acción**, para proponer y desarrollar soluciones frente a los problemas analizados (¿qué hacer como solución?).

La observación y la vivencia

Son herramientas que los guionistas o realizadores de video utilizan para captar imágenes, hechos y acciones que sirven para representar la realidad que van a grabar. Un buen observador, tiene capacidad de análisis y escucha, relaciona la información que tiene para buscar nuevos hechos y para responderse nuevas preguntas.

La observación ayuda a tener una comprensión global de una situación y a comparar e identificar varios puntos de vista. A partir de la percepción de actitudes, lenguajes no verbales y/o costumbres, podemos ampliar nuestra comprensión de un grupo o comunidad.

Para desarrollar una buena observación, es necesario dejar a un lado los prejuicios y tener una mente abierta, tratar de inmiscuirse en las situaciones sin que se note mucho que estamos en un proceso investigativo. Esto no impide que participemos y compartamos de manera vivencial con las personas



o grupos sociales que estamos observando. Es recomendable tener un diario de campo o guía que sirva como ayuda de memoria para identificar elementos importantes de la realidad observada.

Elaboración del guión

El guión es el documento de guía básico que contiene la descripción, tanto de imágenes como de sonidos de lo que sucederá en el video. Aquí también se plasma la manera de articular la coherencia entre unas y otros.

Es una guía que todo el equipo de producción debe conocer y analizar con el fin de identificar tareas, roles, requerimientos técnicos y humanos, entre otros.

Pasos para construir un guión

Primer paso: Story line

Es el texto en el cual resumimos la historia en pocas líneas para describir lo que pasa en el video y aborda principio, clímax (o nudo) y fin. Ejemplo:

“Un adulto mayor observa un álbum fotográfico en cuyas imágenes son evidentes las violaciones a los derechos fundamentales en Colombia, un niño habitante de la calle recicla el álbum que el anciano lanza a la calle”.

Segundo paso: Sinopsis

Es la descripción de la historia de una manera más detallada, cuenta y describe situaciones y personajes de una manera específica. Ejemplo:

“Una lágrima brota del rostro de un niño habitante de la calle. Un anciano se sienta sobre la sombra plácida de un árbol a observar un álbum fotográfico y a medida que pasa las hojas, las imágenes van adquiriendo movimiento, convirtiéndose en situaciones reales, las cuales muestran violencia, desempleo y

pobreza en Bogotá. El adulto mayor cierra el libro y en la tapa aparece el título “Constitución Política de Colombia”, el hombre desilusionado bota el álbum al piso y se va de allí. Entonces pasa el niño reciclador, quien toma el libro y lo pone entre sus cartones”.

Tercer paso: La escaleta

Es el argumento, separado y escrito por escenas, secuencias o acciones. Por ejemplo:

Escena 1- Exterior. Día. Parque

Un niño habitante de la calle sentado en un área verde se encuentra empacando papel periódico en un saco de fibra para reciclar; es perceptible su tristeza.

Escena 2- Exterior. Día. Montaña con panorámica.

Collage de panorámicas de Bogotá D.C.

Escena 3- Exterior. Día. Parque

Un anciano sentado bajo de un árbol lee un álbum fotográfico.

Cuarto paso: La escena

Es la unidad narrativa mínima del guión en la cual, en un mismo ambiente, se desarrollan diferentes acciones de los personajes. Hay cambio de escena cuando cambia el ambiente o la temporalidad. Ejemplos:

Escena 4- Exterior. Día. Parque

Interior del álbum fotográfico en el que se muestran los contenidos de la escenas 5, 6 y 7.

Escena 5- Exterior. Día. Barrio marginado

Imágenes de casas de cartón y madera.

Voz en off: “Colombia es un país en el que todos tenemos derechos. Derecho a la vida, a un trabajo bien remunerado y a una vivienda digna...”

Escena 6- Exterior. Día. Barrio Santa Inés

Habitantes de la calle que viven en condiciones indignas, como dormir en la calle y comer desperdicios.

Voz en off: “... el Estado protegerá especialmente a aquellas personas que por su condición económica, física o mental se encuentren en circunstancias de debilidad y sancionará los abusos o maltratos que contra ellas se cometan...”

El guión literario

El guión literario es la unión entre la sinopsis, la escaleta y los diálogos. Cuenta paso a paso lo que sucede en la historia y separa las secuencias por escenas o momentos. Ejemplo:

Escena 1-Interior. Día. Oficina de la revista

Dario trabaja en el computador, juliana entra preocupada

–Juliana:

Qué hubo Dario, ¿qué ha pasado?

–Dario:

Qué tiene Jenny, ¿está preocupada?

El guión técnico

El guión técnico es el desglose que el director del video hace del guión literario especificando aspectos técnicos, como tipos de planos o movimientos de

cámara, así como los efectos o aspectos especiales que tiene cada escena, con el fin de tenerlos en cuenta para registrarlos o adecuar la grabación.

GUIÓN TÉCNICO

Video: Estado crítico

Realización: Colegio Pablo de Tarso (Loc. 7)

Proyecto ¡Ojo al Zoom! (2004)

ESCENA	PLANO	IMAGEN	SONIDO	OBSERVACIONES
7	1	PG de Conjunto de trabajadoras sexuales en una calle. Perspectiva frontal.	Primer plano. Voz en off: “...para que la igualdad sea real y efectiva...” Segundo plano. Música incidental	
7	2	PG trabajadora sexual habla con un hombre en la calle. Perspectiva frontal.	Primer plano. Voz en off “...y adoptará medidas a favor de grupos discriminados o marginados”. Segundo plano. Música incidental	
8	1	PPP de adulto mayor (que en las gafas se vea el reflejo del álbum) que gesticula como negándose a creer lo que se ve. Perspectiva levemente picada.	Primer plano. Música incidental	Cuidar que la cámara no se refleje.
9	1	PD de álbum con foto-fija del plano 2 de la escena 7 y TILT DOWN a una foto-fija del plano 2 de la escena 9 (niño) que está debajo.	Primer plano. Música incidental	
9	2	PP de Niño en un lugar solitario. Perspectiva picada.	Primer plano. Voz en off “En nuestro país los niños serán protegidos...” Segundo plano. Música incidental	
9	3	PM de Niño 2 que levanta su pulgar (saludando). Perspectiva picada y ZOOM OUT que incluye a niño 1.	Voz en off “...los niños serán protegidos...” Segundo plano. Música incidental	
10	1	PG de menor de edad que hace malabares en un semáforo. Perspectiva frontal	Voz en off “...contra toda explotación laboral o económica y trabajos riesgosos...” Segundo plano. Música incidental	

El Story Board

Es una especie de guión técnico que consiste en dibujar de manera detallada, en planos, la forma cómo se desarrollan las acciones enunciadas en el guión literario. El story board le permite al realizador plasmar las posiciones de la cámara y de los personajes, los movimientos y la forma final como aspira que quede el video.

El story board se asemeja a los dibujos de las historietas; allí vemos en cada cuadro un plano y el énfasis que tiene cada imagen, las cuales son complementadas con el lenguaje escrito. Este documento es importante en la medida que clarifica la propuesta visual de las tomas que se van a grabar.

STORY BOARD

Video: Estado crítico

Realización: Colegio Pablo de Tarso (Loc. 7)

Proyecto ¡Ojo al Zoom! (2004)

ESCENA/ PLANO	DESCRIPCIÓN	IMAGEN	SONIDO
8/1	PPP de adulto mayor (que en las gafas se vea el reflejo del álbum) que gesticula como negándose a creer lo que se ve. Perspectiva levemente picada.		Primer plano. Música incidental
9/1	PD de álbum con foto-fija del plano 2 de la escena 7 y TILT DOWN a una foto-fija del plano 2 de la escena 9 (niño) que está debajo.		Primer plano. Música incidental
9/2	PP de Niño en un lugar solitario. Perspectiva picada.		Primer plano. Voz en off “En nuestro país los niños serán protegidos...” Segundo plano. Música incidental
9/3	PM de Niño 2 que levanta su pulgar (saludando). Perspectiva picada y ZOOM OUT que incluye a niño 1.		Voz en off “...los niños serán protegidos...” Segundo plano. Música incidental
10/1	PG de menor de edad que hace malabares en un semáforo. Perspectiva frontal		Voz en off “...contra toda explotación laboral o económica y trabajos riesgosos...” Segundo plano. Música incidental

Planificación de la producción

Es la parte de la preproducción en la que se revisa el guión para identificar las actividades y recursos técnicos y humanos necesarios para realizarlo. En esta etapa es preciso definir y organizar el equipo de trabajo, así como las funciones de cada uno de ellos. Adicionalmente, es importante elaborar el presupuesto requerido y buscar apoyo o financiación, así como seleccionar las locaciones y útiles necesarios, entre otros aspectos.

Organización del equipo de trabajo: roles de una producción

En cine y televisión, los equipos de trabajo varían de acuerdo con las necesidades y posibilidades de la producción. Las personas trabajan en departamentos o áreas encargadas de desarrollar funciones específicas de la producción audiovisual: la imagen, el sonido, la narración, la investigación, la planificación y la postproducción, entre otros.

Área de dirección

Se encarga de guiar y coordinar todos los departamentos. El área de dirección define el guión técnico y a partir de este, la forma como se van a desarrollar los planos, los movimientos, las acciones de los personajes. En esta área tenemos los siguientes cargos:

- **Director(a).** Lidera el departamento y la producción audiovisual desde el punto de vista creativo. Organiza todo el equipo de trabajo de la producción en el momento de desarrollar la grabación o filmación (en el caso del cine). Trabaja con los personajes con el fin de lograr el objetivo plasmado en el guión.

- **Asistentes de Dirección.** Ayudan a elaborar el guión técnico y a controlar la organización de la grabación. Realizan un plan de grabación que contribuya a desarrollar las escenas o secuencias de la mejor manera posible. Coordinan al equipo de producción que está en el momento de la grabación para que se organice en función de la escena o secuencia que se va a grabar.

- **Script.** Se encarga de la continuidad de las escenas, las cuales registra de una forma sistemática durante la grabación y procura que estas no tengan alteración de vestuario o maquillaje, pues por lo general no se graban en orden. Lleva el reporte de las tomas que se han grabado en cada casete y de los tiempos de grabación.

- **Director(a) de Casting.** Coordina con el director y los asistentes de dirección el proceso de selección de actores o personajes que va a aparecer en la producción.

- **Área Creativa y de Investigación:** Se encarga de elaborar la idea y desarrollarla, indaga sobre ella, investiga y elabora la propuesta de guión. En esta área trabajan:

- **Investigadores(as).** Son quienes realizan la investigación documental y de campo para enriquecer la temática trabajada en el guión.

- **Guionista.** Es la persona encargada de elaborar el guión sobre el tema seleccionado, teniendo en cuenta la información que tiene y la suministrada por los investigadores; en otras ocasiones, su tarea consiste en adaptar piezas literarias para el lenguaje audiovisual o sencillamente en crear y escribir historias para cine, televisión o video.

Área de fotografía

Coordina la iluminación, el color y la imagen. Con las indicaciones del director, ubica las cámaras, elige los equipos adecuados para lograr la intención narrativa, cuida que la imagen sea bien registrada. Diseña la ubicación de las luces, de acuerdo a la posición de las cámaras, con el fin de generar profundidad de campo y lograr una composición adecuada. Cuida que los colores sean acordes a la intención definida en el guión. Por ejemplo, si es luz exterior atardecer, el área de fotografía ubica los elementos para lograr este color en la imagen.

Dentro del área de fotografía están los siguientes roles:

• **Director(a) de fotografía.** Es el encargado de dirigir la calidad de la fotografía en cada escena; es decir, tendrá a cargo generar atmósferas de luz e imagen de acuerdo con el análisis de los espacios y ambientes que defina el director.

• **Luminotécnicos(as).** Son quienes ejecutan las indicaciones del director de fotografía y ubican las luces en los espacios de grabación.

• **Camarógrafos(as).** Son los encargados de operar la cámara para realizar los encuadres (delimitación de la imagen en el cuadro) y planos que indican el director de fotografía y el director general.

Foto fija. Es la persona responsable de las fotografías de la grabación con el fin de que estas imágenes sirvan como material promocional del producto.

Área de arte

Es la dependencia que trabaja sobre los espacios, ambientes, decorados y personajes para generar la atmósfera enunciada en el guión. Por ejemplo, si el video es sobre una situación acaecida hace 20 años atrás, el departamento de arte se encarga de elegir el vestuario, los decorados y ambientes adecuados que permitan darle a cada escena las características de la época a la que se hace referencia en el guión. En el área de arte están:

• **Director(a) de arte.** Define la propuesta de arte y estilo de la producción en coordinación con el director; delega y da instrucciones al resto del equipo que trabaja en esta área.

• **Escenógrafo(a).** Diseña y elabora la escenografía, constituida por espacios, implementos y muebles, entre otros, con el apoyo de pintores, carpinteros y electricistas.

• **Ambientador(a).** Trabaja sobre los espacios, los decora y les da la utilidad deseada.

• **Utilero(a).** Maneja los objetos de los espacios de grabación, los mueve y manipula. Consigue objetos indispensables para el desarrollo de la escena.

• **Vestuarista.** Es el encargado de crear, adecuar y conseguir el vestuario de los personajes, de acuerdo con las indicaciones del director de arte. Cuida la continuidad del vestuario de acuerdo con los días que transcurren en el guión.

• **Maquilladores(as) y peinadores(as).** Buscan, a través del maquillaje y el peinado, caracterizar a los personajes de acuerdo con la intención narrativa.

• **Efectos especiales.** Son los encargados de crear los artificios o efectos enunciados en el guión. Por ejemplo, explosiones, apariciones, disparos, lluvia, entre otros.

Área de producción

Se encarga de organizar el equipo de trabajo y de coordinar que estén los recursos técnicos, humanos y materiales necesarios para el desarrollo del guión; organiza el tiempo de trabajo y optimiza los recursos; desarrolla la planificación de la producción, como los desgloses de producción y los presupuestos, así como gestiona todos los recursos económicos y financieros necesarios para que se haga realidad el proyecto.

Aunque en esta área existen diferentes clasificaciones de productores(as), que aumentan o disminuyen según la dimensión del trabajo audiovisual que se va a realizar, a continuación indicamos los cargos de producción básicos:

• **Productor ejecutivo.** Es el que administra los recursos, desarrolla la planificación general, trabaja con los directores de las otras áreas para identificar necesidades y también posibilidades de realizarlas. Los productores ejecutivos realizan un trabajo de gestión de la idea con otras empresas o instancias con el fin de conseguir recursos o patrocinadores.

• **Productor de campo.** Administra los recursos en el momento de la grabación, vela por el buen desempeño de la misma y por la efectiva organización del trabajo de todo el equipo.

• **Asistentes de producción.** Realizan las tareas de apoyo que les designa el productor de campo en la grabación.

Área de sonido

Se encarga de la captura todos los sonidos necesarios para complementar la imagen, sonidos ambiente y diálogos. Maneja los niveles de sonido y controla la calidad del mismo. En esta área trabajan:

• **Sonidistas.** Son quienes capturan directamente el sonido y controlan las consolas de audio

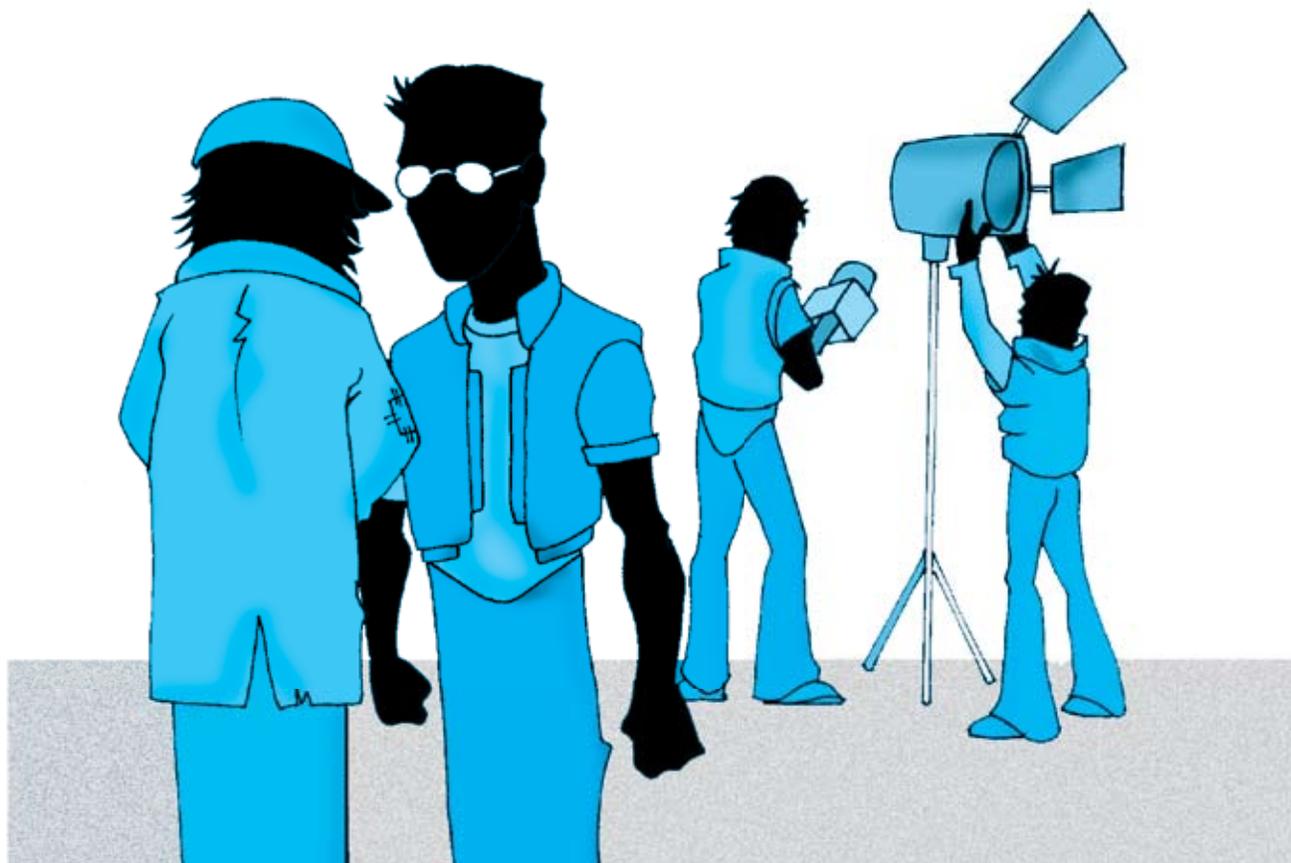
• **Microfonistas.** Son quienes manipulan y conectan los micrófonos.

Área de postproducción

• Organiza el material de la grabación y le da forma a partir del proceso de edición y montaje. En esta área trabajan:

• **Editor.** Es el encargado de hacer la articulación final de las imágenes y los sonidos previamente grabados y seleccionados a través del equipo y el programa de edición elegido. El editor desarrolla su trabajo con base en el guión y las orientaciones del director.

• **Compositor digital.** Realiza los efectos digitales del video. Utiliza técnicas electrónicas para transformar o generar el efecto deseado en las imágenes grabadas.



• **Musicalizadores.** Son los responsables, junto al director, del diseño sonoro del video. Es decir, son quienes buscan, seleccionan y organizan las pistas musicales que harán parte del video o película.

Los anteriores son los roles más comunes en un proceso de producción industrial. Sin embargo, es necesario tener en cuenta que en la realización de videos, muchas veces no se puede trabajar con el presupuesto de una película de cine o una producción televisiva. Esto exige más creatividad y estrategias para organizar un equipo de trabajo que cumpla los roles necesarios para el desarrollo de la producción audiovisual.

En este orden de ideas, una persona por lo general se encarga de desempeñar dos o más roles. A continuación, proponemos los roles más comunes en la producción de video:

- Productor(a) general.
- Asistente de producción (o producción de campo).

- Director(a) general o realizador(a)
- Asistente de dirección y/o Script.
- Guionista y/o investigador(a).
- Camarógrafo(a) y Fotógrafo(a).
- Sonidista
- Arte: ambientación, utilería, efectos, maquillaje
- Editor.

Desglose de producción

Es el proceso de análisis del guión con el fin de realizar la lista de tareas, el plan de grabación y el presupuesto necesario para su realización. Todo video siempre exige costos, recursos y tiempo y es el desglose de producción la actividad que nos permite identificar los insumos y acciones necesarias. Por ejemplo:

DESGLOSE DE PRODUCCIÓN

Video: Estado crítico
 Realización: Colegio Pablo de Tarso (Loc. 7)
 Proyecto ¡Ojo al Zoom! (2004)

ESC	INT /EXT	DIA/ NOCHE	LOC.	PERSONAJES	VESTUARIO	EFECTOS	UTILERÍA	EQUIPOS
1	Ext.	Día	Parque	ANDRÉS Niño habitante de la calle	-Saco gris claro en algodón perchado -Pantalón gris oscuro -Tennis negros (Todo el vestuario sucio, raído)	Maquillaje: rostro sucios	-Papel periódico y otros materiales reciclables -Saco de lona	-Cámara -Micrófono boom
2	Ext.	Día	Montaña con panorámica.	Ninguno, tomas de apoyo	Ninguno, tomas de apoyo	Ninguno, tomas de apoyo	Ninguna, tomas de apoyo	-Cámara -Micrófono boom
3	Ext.	Día	Parque	DON MARIO Adulto mayor	-Gorra vasca gris -Gafas -Camisa azul -Chaqueta beige -Pantalón café -Zapatos negros	Ninguno	-Álbum fotográfico -Fotografías	-Cámara -Trípode -Micrófono boom

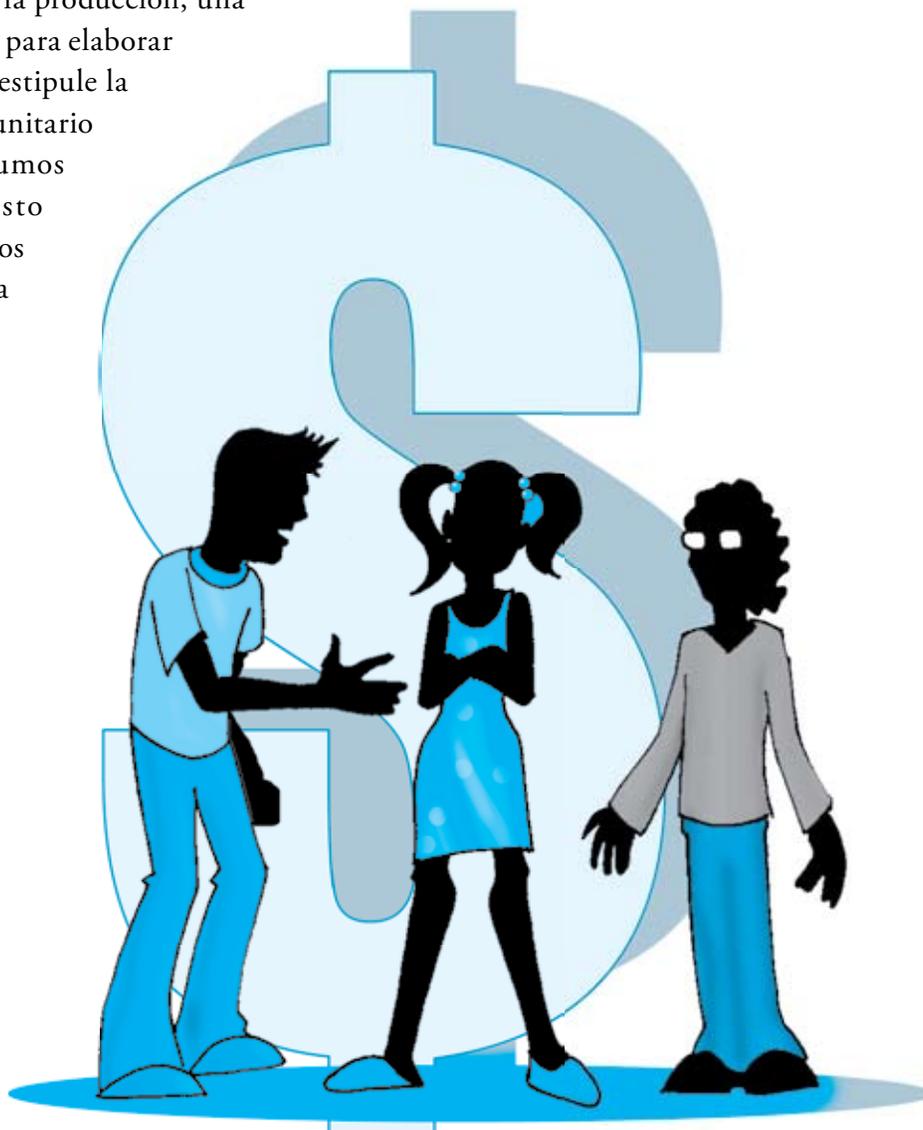
Elaboración del presupuesto

Los recursos necesarios para la producción, una vez listados, se deben costear para elaborar un presupuesto en donde se estipule la cantidad, el tiempo, el valor unitario y el valor total de los insumos señalados. Este presupuesto puede hacerse de acuerdo a los costos que tiene cada etapa de producción o por los recursos humanos, técnicos, materiales, de transporte, entre otros.

Por ejemplo, existe un promedio en la cantidad de casetes para las grabaciones: un casete de 30 minutos alcanzaría para hacer un minuto de video editado. De ahí que si el video dura 3 minutos, es posible que se gasten tres casetes de 30 minutos. De igual manera, hay un promedio de tiempo para el uso de la sala de edición; por lo general, una hora de edición por minuto editado en estándares profesionales.

Sin embargo, estos promedios tienden a cambiar si se tiene en cuenta que, por ejemplo en una grabación, muchas veces una escena no necesita más de una repetición y que al primer intento sale bien. De otra parte, en la edición, es posible que un minuto de video tenga muchos efectos especiales de imagen o sonido que extienden el tiempo previsto para su edición.

Lo importante es que los productores identifiquen cada uno de los aspectos de la grabación, para hacer un presupuesto real. Este presupuesto se



puede hacer teniendo en cuenta las etapas de la realización de video.

A continuación se presenta un ejemplo de los ítems que se pueden considerar en una grabación de video para sacar los costos de la producción:

Es necesario tener en cuenta que los presupuestos se deben hacer sobre bases reales, de ahí que sea necesario hacer estudios de mercado en varios lugares para establecer un promedio de los costos de cada ítem requerido.

PRESUPUESTO

EQUIPO DE TRABAJO ² (Costos fijos de la producción del video)				
RUBROS	CANT	UNIDAD	VALOR TOTAL	VALOR TOTAL
Productor(a) general.	15	Días	20.000	300.000
Asistente de producción (o producción de campo).	15	Día	15.000	225.000
Director(a) general o realizador(a)	15	Día	20.000	300.000
Asistente de dirección	15	Día	15.000	225.000
Script	3	Día	13.000	39.000
Guionista y/o investigador(a).	10	Día	20.000	200.000
Camarógrafo(a) y Fotógrafo(a).	15	Día	14.000	210.000
Sonidista	5	Día	15.000	75.000
Dirección de Arte: ambientación, utilería, efectos, maquillaje.	15	Día	20.000	300.000
PREPRODUCCIÓN				
Taller creativo para el desarrollo de la idea	1	Global	200.000	200.000
Papelería y fotocopias	1	Global	56.000	56.000
Transportes para la investigación	1	Global	100.000	100.000
Casting	1	Global	50.000	50.000
Llamadas telefónicas	1	Global	37.000	37.000
Almuerzos	10	Almuerzos	4000	40.000
Refrigerios	50	Refrigerios	25.000	1.250.000
PRODUCCIÓN				
Equipo portátil de grabación (cámara, kit de luces, sonido, entre otros)	3	Días	250000	750.000
Transporte de los equipos y el talento humano de la producción (2 carros por 3 días)	6	Días	130000	780.000
Honorarios del elenco (si es argumental)	0	Global	0	-
Alquiler de locaciones (si es necesario)	0	Global	0	-
Utilería, vestuario, ambientación.	1	Global	30000	30.000
Casetes MINIDV	6	Casetes	18000	108.000
Almuerzos	57	Almuerzos	4000	228.000
Refrigerios	84	Refrigerios	2.500	210.000
POSTPRODUCCIÓN				
Transfer de visualización (casetes de VHS)	6	Casetes	5000	30.000
Musicalización	1	Global	0	-
Edición	1	Global	600000	600.000
Copias Betacam	3	Multicopiado	100000	300.000
Evento de socialización	1	Global	300000	300.000
Almuerzos	24	Almuerzos	4000	96.000
Refrigerios	48	Refrigerios	2500	120.000

² Vale la pena recordar que los honorarios del equipo no se van a pagar, porque son miembros de la comunidad educativa, pero a la hora de gestionar proyectos, es importante reconocer el trabajo que aporta el colegio.

Financiación del proyecto

Hay varias formas de financiar un video, en especial cuando demostramos que la idea responde a una necesidad sentida de un determinado grupo de personas o comunidad. Para lograr la financiación del proyecto es necesario tener clara la validez de la propuesta, su importancia y la pertinencia para quien la va a financiar así como el presupuesto y los costos de lo que se está solicitando.

Para financiar un proyecto se pueden realizar las siguientes actividades:

- Buscar patrocinio de nuestra idea con una entidad o empresa que pueda verse beneficiada con el video o que tenga intereses altruistas.
- Realizar bazares, fiestas y eventos que permitan recoger fondos.
- Participar en concursos locales e internacionales que permitan acceder a financiación.
- Buscar el apoyo de personas de la comunidad o el barrio.
- Realizar intercambios o canjes.
- Buscar apoyo de los entes oficiales.
- Conseguir permisos y materiales gratuitos.

Selección de locaciones y ambientación

Las locaciones y ambientes que se requieran deben corresponder a la intención narrativa plasmada en el guión y ser aptas para los equipos de grabación que se vayan a utilizar. Así, una vez identificadas, el productor, director, ambientador y camarógrafo, deben visitarlas con anticipación para:

- Elegir las posiciones de la cámara y las necesidades de luz (Director, Camarógrafo y Fotógrafo).
- Realizar una lista de los elementos necesarios de ambientación (vestuario, muebles, decoración).
- Calcular los costos de transporte del equipo tanto humano como técnico.

- Gestionar los permisos necesarios para utilizar las locaciones

- Analizar la seguridad de las locaciones.

Casting

El *casting* es el proceso de selección de los actores o personajes que aparecen en el video. Este proceso lo hace el director con apoyo en muchos casos del guionista o del asistente de dirección, con el fin de buscar a quienes, por la descripción del guión, correspondan a las expectativas estéticas o técnicas que se tienen del video.

El *casting* es un proceso necesario y de este depende la identificación del espectador con la historia, puesto que no todas las personas que quieren actuar saben hacerlo o responden a las necesidades del guión. Del mismo modo, en el género documental, no todos los personajes son televisables por interesantes que resulten sus historias, debido a que, por ejemplo, les da miedo salir en cámara, no tienen tiempo para las grabaciones o no desean que su historia sea conocida públicamente, entre otros.

Para este proceso de selección, el director debe tener una cualidad de observación muy desarrollada que le permita encontrar el potencial que pueden llegar a tener los actores o personajes que se presenten en el *casting*.

Plan de producción

El plan de producción es la organización que hace el productor del video sobre las necesidades que surgen para su desarrollo tales como:

- Permisos necesarios para el préstamo de las locaciones requeridas para la grabación. Así como la cantidad de ellas, direcciones, encargados de estas, contratos y/o pagos de las mismas, en caso a que haya lugar.
- Cantidad y tipo de equipos técnicos como: cámara(s), trípode(s), Kit de luces, micrófonos, entre otros.

- Disponibilidad de actores y/o entrevistados (fechas, lugares y horas), así como cantidad y honorarios de los mismos.

- Cantidad y costos de: materiales y elementos de utilería, cintas, filtros, casetes, baterías, transporte de personal y equipos, refrigerios y almuerzos, entre otros.

PRODUCCIÓN

La producción es la etapa en la que se graba el video; es decir, cuando se realiza la historia que se va a narrar. Aquí se pone a prueba el proceso de planeación, el análisis del guión, el desglose y el plan de producción que se ha elaborado en la preproducción.

Éste es un momento de acción en el que es indispensable trabajar en equipo, transformar conflictos y establecer acuerdos, con disciplina y solidaridad.

Verificación y pruebas de los equipos para la grabación

Antes de salir a grabar es necesario comprobar la lista del equipo de grabación y su funcionamiento (cámara, revisar cables y conectores, baterías cargadas, casetes suficientes y en buen estado, luces necesarias, tipos de micrófonos). Esta lista de

verificación la debe hacer el director con el sonidista y el camarógrafo o fotógrafo. Esto para evitar que en el momento de la grabación, algún equipo se dañe por falta de precaución y revisión.



Plan de Grabación

El plan de grabación es el orden de las imágenes para grabar, según los espacios y las necesidades de luz. Este plan de grabación debe contener un resumen del guión, que todo el equipo pueda entender, separado por actores, materiales, locaciones o ambientes,

tipo de luz y de escena. Así, de una manera muy resumida, todos tienen la misma información y la utilizan según su función dentro de la grabación.

PLAN DE GRABACIÓN

Video: Una carrera peligrosa
Realización: Colectivo Suspenso
(Año 2005)

ESC	FECHA Y HORA DE GRABACIÓN	LUGAR	SITIO	PERSONAJES	OBSERVACIONES DE VESTUARIO, MAQUILLAJE Y ESCENOGRAFÍA	OBSERV.
1	17 DE JULIO 7:00 AM A 12 M.	Carro Juan Pablo	Interior	Rocío, Erika, Leonardo, Juan Pablo	Ropa 1 de Rumba	Cama baja
2	17 DE JULIO 1:00 PM A 3:00 PM	Carro Juan Pablo	Interior	Rocío	Ropa 2 Traje formal	Narración off - Cama baja
7	17 DE JULIO 3:15 PM A 5:30 PM	Carro Juan Pablo	Interior	Rocío y Leonardo	Ropa 1 de Rumba	Off: Gritos Erika y Juan Pablo/ Cambio de ritmo - Steady Cam
5	18 DE JULIO 3:00 AM A 5:00 AM	Carro Juan Pablo	Interior/ exterior	Rocío, Leonardo, Erika y Juan Pablo	Ropa 1 de Rumba - trapo - maquillaje (vómito)	
8	18 DE JULIO 7:00 AM A 9:00 AM	Calle - Puente	Calle	Rocío, Leonardo, Erika, Juan Pablo	Ropa 1 de Rumba	Grúa y Cabeza Caliente

La continuidad en la grabación

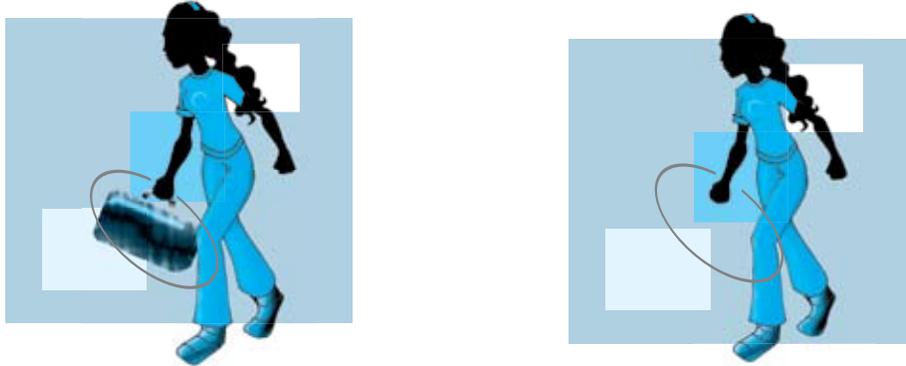
Es la forma de orientar e integrar toda la grabación debido a que las imágenes no se capturan en el mismo orden señalado en el guión. Por facilidad para el desarrollo del rodaje, estas se realizan de acuerdo con la disponibilidad de locaciones, personajes y ambientes. Es así como en un mismo lugar, en la misma jornada, se pueden grabar varios días cronológicos de la historia que estamos relatando.

Para controlar la continuidad es necesario hacer seguimiento a los siguientes aspectos:

- *Elementos del entorno*
- *Posiciones de cámara*
- *Expresiones*
- *Ropa*
- *Maquillaje*
- *Objetos*
- *Condiciones climáticas*
- *La direccionalidad de los personajes*

Por ejemplo, en una producción el martes en la mañana se graban todas las escenas del parque y el miércoles

se graban otras escenas en el interior de una casa. Si en una secuencia hay una situación en la que un personaje en el mismo día, sale de su casa al parque, el script debe vigilar que aunque la escena del parque se grabe en un momento diferente, el personaje se vea (vestuario, maquillaje, entre otros) de la misma manera.



Un ejemplo de ello sería la ausencia de algún objeto, como lo muestra la ilustración anterior; la maleta expresa un salto de continuidad si la situación se da de un desplazamiento al otro en el mismo tiempo.

A continuación, un formato que nos puede servir para llevar la continuidad en la producción:

SCRIPT Video: Un investigador con olfato Realización: Colectivo Suspenso (Año 2005)									
CST	ESC	TOMA	T. INICIAL	T. FINAL	TOTAL	DESCRIPCIÓN	OBSERVACIONES	HORA INICIO	HORA FINAL
1	2	1	0:15	1:30	0:45	Raúl y Andrea están en la oficina, tienen una discusión.	No queda. Olvidamos conocer el cuadro de fondo y andrea estaba peinada de otra manera	8 a.m.	10 a.m.
1	2	2	1:32	2:18	0:46	Raúl y Andrea están en la oficina, tienen una discusión.	Andrea tiene vestido blanco. Sale por derecha. Ojo con el cuadro del fondo	8 a.m.	10 a.m.

Recomendaciones para la grabación

En cuanto a la continuidad

Es muy útil usar la claqueta para marcar el número de veces que se repite un plano o escena; es decir, el número de tomas por escena o plano, también para sincronizar audio y video cuando se tiene más de una cámara.

Nota: Recuerde el concepto de continuidad, que si un personaje salió por derecha, entre por izquierda, si salió por arriba, entre en el siguiente plano por abajo.

En cuanto a la iluminación

- En una grabación en interiores no se debe ubicar al personaje de espaldas a una ventana, porque la luz de la cámara no compensará la luz del sol, oscureciendo así las facciones del personaje y ocultando sus expresiones. En estos casos, es necesario recurrir a una iluminación que compense la luz exterior detrás del personaje.

- De igual manera, existen trucos para alterar la luz con filtros o papel celofán rojo, verde o azul, para generar sensaciones de calidez, penumbra, frío, entre otras.

- Evite sobrecargar una fuente de poder conectando varias luces o equipos, esto puede ocasionar daños a los aparatos y/o a la infraestructura eléctrica de la locación.

En cuanto al sonido

- Es recomendable utilizar cámaras de video que tengan entradas de audio y permitan usar micrófonos para hacer énfasis en los sonidos que se quieran registrar debido a que la cámara no registra los sonidos por separado y esto limita la posibilidad de dar énfasis a unos sonidos sobre otros.

- Para grabar entrevistas o voces de personajes es necesario que no haya mucho sonido ambiente y preferiblemente se debe usar un micrófono externo que se pueda conectar al dispositivo de la cámara.

- Si se registra un sonido ambiente es necesario controlar la saturación o sobre modulación del sonido; por ejemplo, registrando en ambientes con buena acústica (cerrados y con pisos de madera o con tapete) y sin mucho ruido.

- Si se van a utilizar micrófonos, es necesario tener audífonos que permitan medir el registro del sonido. Así mismo, se debe revisar la conexión de los cables y que los conectores de los micrófonos le sirvan a la entrada de micrófono de la cámara.

En cuanto al uso de las cámaras

- Es clave la estabilidad de la cámara, de allí la importancia de usar trípode.

- Procurar no abusar del *zoom*. En caso de usarlo, el movimiento debe ser continuo.

- Antes de grabar es indispensable tener claro el encuadre de grabación.

- Los movimientos de cámara exagerados pueden generar sensación de mareo en el espectador.

- Si el ambiente de la grabación está un poco oscuro, una opción de la cámara puede ayudar a dar más luz, pero si hay un cambio de interior a exterior, las imágenes que registra la cámara en el exterior, estarán sobre expuestas y para esto hay que reducir las entradas de luz de la cámara.

- Recuerde que las posiciones y los movimientos de cámara pueden enfatizar ciertos sentimientos de los personajes.

En cuanto a la narración

Si el video es de género documental:

- Escuche a su entrevistado para que no le haga preguntas incoherentes; prepare su entrevista y muéstrese siempre interesado.

- Recuerde que puede hacer contra preguntas y trate de entablar una relación cordial y tranquila.

- Registre en un diario de campo todos los acontecimientos vividos, las palabras de los personajes más recordados, los conceptos aprendidos. Esta memoria escrita luego será traducida en imágenes.

- Si el video es de género argumental:

- Asegúrese de que los actores reflejen la intención del guión. Use el vestuario y la locación adecuados. Verifique primero la locación en compañía del director para comprobar que ésta tenga las condiciones adecuadas para utilizar allí los equipos.

- Es necesario elegir ideas que sean realizables y que estén a nuestro alcance, evite ideas de superproducciones en su primer video. Lo importante es aprender a trabajar según las posibilidades con las que se cuenta.

En cuanto al entorno

Muchas veces, un plan de grabación se puede afectar por aspectos como las condiciones climáticas, la seguridad de la ciudad, los “trancones”, el cierre de las vías, entre otros. Se recomienda que el plan de grabación se realice y ajuste teniendo en cuenta los aspectos del entorno que puedan afectar el desarrollo de la producción.

En cuanto al equipo de trabajo

La realización de un video requiere trabajar en equipo con las demás personas que integran el grupo de producción. Cada una de ellas tiene una función indispensable para el desarrollo del video; razón por la cual se debe cultivar el respeto y la confianza en el otro, así como la responsabilidad, pues si alguien incumple, la calidad del video se ve perjudicada.

En cuanto a la grabación, los equipos y los materiales

- Verifique que tenga los permisos para utilizar las locaciones, la alimentación suficiente para el equipo de trabajo y demás requerimientos técnicos para la grabación.
- Asegúrese de marcar los casetes después de usarlos, indicando día de grabación, locación, escenas y duración. Este proceso facilita el trabajo en la etapa de posproducción.
- La cinta de enmascarar es muy necesaria en las grabaciones, sirve para pegar elementos de ambientación, unir micrófonos, marcar elementos, entre otros usos.
- No olvide llevar siempre varias extensiones, las cuales le facilitarán la conexión de equipos y luces, por cuanto en múltiples ocasiones las fuentes de poder pueden estar ubicadas lejos de los sitios de grabación o sencillamente los cables de los equipos no son suficientemente largos.

POSTPRODUCCIÓN

Es la etapa final de la producción de un video. En ésta se realiza el montaje final de la imagen y el sonido. A este proceso también se le denomina edición.

En esta fase confluyen los resultados de la preproducción y producción. Para esta labor es fundamental tener claro conceptualmente qué se quiere mostrar desde el punto de vista integral del mensaje audiovisual.

El montaje-edición

Es el proceso de encadenamiento de los planos, escenas y secuencias para construir la idea final. En esta etapa se hace un tratamiento conceptual y técnico, desde lo audiovisual, del tiempo y del espacio con el fin de construir una impresión narrativa en el espectador.

Las definiciones de montaje-edición van desde la derivación del concepto técnico de unir dos imágenes en función de un efecto o una continuidad, hasta la necesidad de utilizar el montaje para invisibilizar la presencia efectista que transforma la realidad.



El montaje-edición organiza los fragmentos, las imágenes en diferentes planos por separado, las vuelve un discurso legible o inteligible. Su relación con la narración puede tener intención dramática, documental y/o artística. Sin embargo, lo interesante con las diferentes concepciones sobre montaje es la alusión a la importancia del movimiento. Esto quiere decir que el ritmo no son los movimientos del personaje, ni de la cámara por separado, sino una impresión suscitada en el espectador.

Hay dos grandes tendencias narrativas en el montaje:

La primera tiene como principio mantener y producir la sensación de continuidad y con ésta la impresión de realidad. En este tipo de montaje se hace énfasis en buscar a partir de la unión de los fragmentos, una transparencia de la imagen e invisibilizar ante el espectador, los efectos o exageraciones.

La segunda tendencia busca construir significación, ideas o conceptos a partir de la unión por contraste de dos imágenes o planos. Por ejemplo, si hay un plano de unos ojos azules y luego un cielo azul, podría significar que los ojos de esa persona son azules como el cielo.

Así mismo, por contraste de imágenes se pueden construir significados; por ejemplo, una imagen de un niño corriendo, la imagen de un tanque de guerra, la imagen de una ciudad desolada. Aunque por separado aparentemente estas imágenes no tengan relación, entrelazadas entre sí pueden significar que la guerra desaparece la alegría y deja el mundo desolado.

Elementos narrativos del montaje

El corte: Es el acto de delimitar un plano, así el punto de intersección de dos planos, evidencia un corte. El corte indica hasta dónde se quiere el plano y en donde se crea el empalme o la unión con el siguiente plano, éste sirve para ensamblar un plano con otro, pero su significación de continuidad o contraste dependerá de la forma como un plano se empalme con otro.

Ritmo: Es la relación entre la duración de la imagen y el tiempo interno de las acciones. Para generar ritmo en un video es necesario identificar cuando un plano es muy largo o muy corto para la intención que se quiere expresar, así como el tipo de emoción que se quiere suscitar en el espectador al unir dos o más planos.

Elipsis: Es el elemento que permite ahorrar tiempo en la narración. Por ejemplo, un señor espera a su novia dos horas en el aeropuerto; esas dos horas, en tiempo narrativo, se pueden reducir a un cambio de planos: en el primero se muestra al señor mirando el reloj cuando son las 2 p.m. y en el segundo, cuando son las 4 p.m.

Flash Back: Es un recurso del montaje que se utiliza para indicar que hay un cambio de presente a pasado, por lo general cuando un personaje recuerda. Por ejemplo, un personaje cierra los ojos y al cerrarlos, se oscurece la imagen hasta quedar la pantalla negra; inmediatamente después se ven unos niños jugando en un parque, las risas se escuchan lejos, el movimiento es lento, las imágenes tienen colores fuertes. Todo este recurso, indica que el señor está recordando.

Flash Foward: Indica el paso de una imagen del presente a una del futuro. Es lo contrario al flash back y se puede trabajar de manera similar.

Montaje paralelo: Es la que nos permite, a través de un efecto de montaje, unir una imagen con otra en un mismo plano, evidenciando lo que hacen dos personas en diferentes lugares.

El raccord: Es la técnica de montaje que se caracteriza por la unión de dos planos de modo que no se produzca una falta de coordinación entre ambos y la imagen se vea de una manera natural, generando así una impresión de realidad para el espectador.

Disolvencia: Consiste en superponer de manera gradual una imagen sobre la otra indicando una transición de tiempos y espacios. Éste se realiza con un efecto del computador.

Fade: Es el efecto que permite hacer tránsito de una imagen a una pantalla en negro, blanco o cualquier otro color. Se puede usar al inicio de una imagen (fade in) o al final de ésta (fade out). Por lo general indica cambio de tema, situación o paso del tiempo.

Efectos de edición

Los efectos de edición, gracias al desarrollo tecnológico, son creados por la ayuda de los programas digitales que existen para ello. Estos efectos le dan una característica única al lenguaje audiovisual del video y se convierte en una posibilidad narrativa aún por explorar. Algunos de los efectos más comunes son:

Wipes: fragmentación y complementariedad de imágenes.

Keying: superposición por recorte de color.

Switching: simultaneidad de varios planos en la pantalla.

Time delay: retraso o lentitud de la imagen.

Las tecnologías de edición permiten alterar o modificar las imágenes y los sonidos acelerándolos, disminuyendo su velocidad, recortándolos, entre otros efectos, cualquiera de éstos le agrega posibilidades narrativas al video. Luego de visualizar las imágenes, éstas se pueden reordenar, para adquirir nuevos sentidos.

Visualización

Esta etapa consiste en revisar las imágenes ya grabadas con el fin de seleccionar las mejores de acuerdo al guión.

Es importante ser rigurosos con el registro de los tiempos de grabación llamados TCR, del inglés Time Code Record, así como con números de los casetes, pues esta información es fundamental para capturar las imágenes y los sonidos e importarlos al computador para crear los clips de video que vamos a montar con el fin de agilizar el proceso de edición.

Guión de edición

El guión de edición es el esquema que permite, luego del proceso de visualización, definir la forma de dar continuidad o contraste a las imágenes seleccionadas. En el guión de edición se definen los puntos de corte, las transiciones y la continuidad. Este documento sirve para que el realizador organice su trabajo antes de enfrentarse al proceso formal de la edición.

La tecnología digital permite que una vez visualizadas y seleccionadas las imágenes, estas se importen al computador y se ordenen o reordenen hasta lograr una versión con la que el realizador se sienta satisfecho. A este proceso se le denomina *off line* o pre-edición. al proceso definitivo de edición en el computador, se le denomina *on line* o edición final.

Cada secuencia de imágenes registrada en el computador se denomina clip, los clips se deben titular, como cualquier archivo digital, de modo que en la sala de edición se tenga claro el contenido de cada uno (ver recuadro página siguiente).

Socialización y distribución

La posibilidad de socializar y compartir un video con la comunidad educativa, con organizaciones e instituciones locales e incluso con otros habitantes de la ciudad, permite establecer relaciones que aportan significativamente a la construcción de ciudadanía y a la comunicación interpersonal; así como posibilita el confrontar y valorar los saberes audiovisuales, estéticos y técnicos entre diferentes colectivos de la ciudad.

La realización de un video es un esfuerzo que se debe mostrar, en especial, porque este contiene ideas sobre la sociedad, la vida y la realidad que nos rodea que sirven de punto de encuentro, diálogo y/o discusión con otras personas. Por eso, hay que tener en cuenta que una vez finalizado el video nuestro trabajo no termina ahí, debemos esforzarnos por buscar espacios en donde este pueda ser mostrado para que personas diferentes a nosotros lo vean y nos aporten.

GUIÓN DE EDICIÓN

Video: Un investigador con olfato
Realización: Colectivo Suspenso
(Año 2005)

CST	ESC	IMAGEN	SONIDO	T. INICIAL	T. FINAL	DURACIÓN	T. ACUM.	NOMBRE CLIP
2	1	Raúl entra al restaurante.	Platos, clientes y rancheras de fondo.	1:15	1:30	15"	15"	RESTAURANTE A (Corte directo)
2	2	La señora observa a Raúl en el restaurante.	Platos, clientes y rancheras de fondo.	2:30	2:40	10"	25"	RESTAURANTE B (Disolvencia)

En términos físicos, el espacio de socialización debe prepararse con anterioridad, con el propósito de garantizar un lugar apropiado que ofrezca un sistema de proyección y sonido de calidad, iluminación y ventilación adecuada, así como silletería cómoda para el público.

En cuanto a la distribución del video, podemos realizar varias copias y distribuir las en colegios,

bibliotecas, canales comunitarios, privados y/o públicos o demás instituciones interesadas en su proyección. Así mismo, estos videos se pueden comercializar con el fin de ayudar a financiar otros nuevos proyectos que contribuyan al desarrollo de nuestra comunidad.

Bibliografía

BRAVO, Raymond (1993). Producción y Dirección de TV. Limusa, Grupo Noriega Editores. México, 1993.

BURROWS TOMHAS, James Foust, LYNNE GROSS, Donal Word. Producción de Video: Disciplinas y Técnicas. MCGrow Hill. 2003, México

MAZZIOTTI, Nora. Los Géneros en la Televisión Pública. En: La Televisión Pública del consumidor al Ciudadano. Convenio Andrés Bello. 2001, Bogotá.

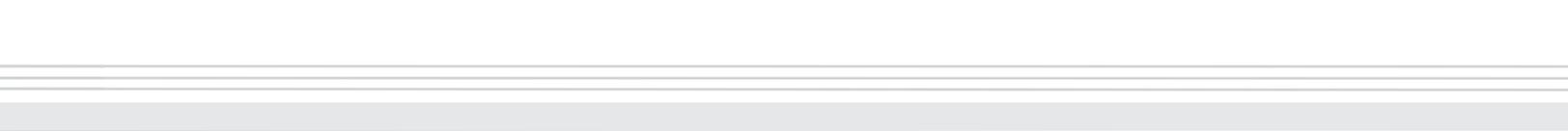
SQUIRES, Malcom. Filmar con la cámara de video. Blume. 1993, China.

CHIÓN, Michel. Cómo se escribe un Guión. Cátedra. 2001, Madrid, España.

JAQUES, Bergala; ALAIN, Marie Miche; VERNET, Marc: Estética del Cine. Paidós. Barcelona.

HABICH, Carrillo. Post. Video Una forma de postmodernidad. En: Revista Signo y pensamiento No 24. Universidad Javeriana. Bogotá.

SÁNCHEZ BIOSCA, Vicente. El montaje cinematográfico "Teoría y Análisis". Paidós, 1996, Barcelona, España.



3. Mucho más que una videocámara digital y un computador

Requerimientos de infraestructura técnica y locativa para implementar una Unidad Básica de Producción de Video Escolar

Vivianne Bernal Rojas *
Rigoberto Solano Salinas **



* Comunicadora Social-Periodista con énfasis en dirección y producción de televisión. Especialista en Edición Digital y Multimedia. Profesional asesora de la Secretaría de Educación de Bogotá, quien ha dirigido los proyectos de TV y Video Escolar: “A prender TV”, “¡Ojo al Zoom!”, “¡Uy... qué video!” y “Video a la escuela”, desde el año 2002.

** Comunicador Social-Periodista. Especialista en Planificación y Administración del Desarrollo Regional. Formador del proyecto “¡Ojo al Zoom!” y Coordinador asistente de Paulinas-Centro de Comunicación Social para los proyectos de video escolar, “¡Uy... qué video!” y “Video a la escuela”.

¿Qué es una Unidad Básica de Producción de Video?

“Algún día, alguien pulsará un botón y enviará una señal a un satélite que a su vez iluminará cinco millones de pantallas, desde Albania hasta Zanzibar. Existe el hardware necesario, sólo hay que programarlo. Si exceptuamos un pequeño detalle. ¿Qué hay de software? ¿Qué pondremos en esas pantallas? ¿Quién lo escribirá? ¿Quién lo dirigirá? ¿Quién lo interpretará? Hay quien está intentando suplantar el factor humano, sustituir el cerebro y el corazón humano por microchips. Gadgets mecánicos que pueden simular emociones, sueños, risas, lágrimas. Hasta ahora no lo han conseguido, así que tranquilicémonos. No somos prescindibles. En realidad cuanto más crecen, más imprescindibles nos hacemos. Puede que suyo sea el reino, pero nosotros son el poder y la gloria.”

Billy Wilder¹

Es la solución de infraestructura física y técnica que le permitirá a los docentes y estudiantes de cada colegio consolidar el proceso de incorporación, uso y apropiación del video escolar, con el fin de fortalecer e incentivar proyectos educómunicativos, que apoyen de manera eficaz la transformación pedagógica de la escuela y la enseñanza.



¹ LALLY, Kevin. Billy Wilder: *Aquí un amigo*. Ediciones B. Barcelona, 1998.

¿Qué equipos e infraestructura necesitamos para producir video en la escuela?

La respuesta debe plantearse con cuidado por cuanto, si bien la masificación de la tecnología ha hecho que los costos de los equipos audiovisuales se reduzcan ostensiblemente, los rápidos avances en investigación y desarrollo tecnológico hacen que los dispositivos de hoy, de última generación, mañana puedan resultar obsoletos.

Como resultado de los proyectos “¡Ojo al Zoom!”, “¡Uy... qué video!” y “Video a la escuela”, hay cada día más comunidades educativas de la Secretaría de Educación de Bogotá interesadas en producir videos y para ello necesitan equipos: ¿cuáles dispositivos audiovisuales serían los más indicados y desde qué criterios adquirirlos?

Criterios fundamentales que se deben tener en cuenta para adquirir los equipos

Calidad de los productos audiovisuales

Es un aspecto que bien puede determinar el tipo de equipos que se desean comprar, pero es importante tener en cuenta los deseos e intereses de nuestro público potencial. Por lo general, los miembros de la comunidad educativa tienen unos hábitos de consumo audiovisual determinados por la televisión comercial que, generalmente, es de alta calidad en cuanto a las imágenes. Si los miembros de nuestras

comunidades educativas no “sienten” que estén apreciando un video de buena calidad, es claro que vamos a perder buena parte de su atención, por interesantes que sean nuestros contenidos. Además, en términos de pensar en procesos de gestión de recursos, si se envían materiales a concursos, festivales o fuentes de financiación, es preciso mostrar calidad técnica.

Vida útil de los equipos

Aunque en el mercado se pueden conseguir productos relativamente económicos, es preciso considerar la importancia de la vida útil de los equipos de producción de video, desde varios aspectos:

• **¿Quiénes operarán los equipos?** La existencia de herramientas que precisan de conocimiento técnico especializado implica que quienes las operan deban tener una formación que les avale como conocedores de su manejo y mantenimiento. En la escuela, los equipos deben también ser instrumentos didácticos; los y las estudiantes deben tocarlos, aprender a manipularlos para desarrollar procesos de creación y conocimiento.

Como es evidente, el uso implica desgaste; por ello, es preciso adquirir equipos profesionales o semiprofesionales, diseñados para soportar un uso regular, que podríamos llamar “industrial”.

• **¿Para qué queremos hacer video escolar?** Responder a esta pregunta es fundamental, porque la adquisición de equipos debe atender a criterios de eficiencia. La institución educativa comprometida con el video escolar, como ambiente de aprendizaje, debe tener claro que producir conocimiento con y para las comunidades educativas, a través de este medio, precisa de equipos audiovisuales de calidad y con respaldo técnico que garanticen la durabilidad de los mismos.

•**Los avances tecnológicos.** Como se afirmaba anteriormente, el rápido cambio tecnológico en el campo audiovisual precisa que cuando se hagan inversiones, éstas sean para adquirir tecnología de punta, o cuando menos, actualizada, ya que la vigencia de los equipos es relativamente corta.

Finalmente, es importante tener en cuenta que el criterio Vida útil de los equipos es un incentivo para que la comunidad escolar vea en la gestión de recursos para la Unidad Básica de Producción de Video, un proceso constante que hace parte de la dinámica de asumirse como productores y realizadores audiovisuales.

Soporte técnico

Es clave indagar sobre el soporte técnico (garantías, mantenimiento, asesoría técnica, entre otros), pues en caso de algún problema de fabricación, avería en los aparatos o necesidad de conocimientos específicos

respecto a cómo operarlos, es fundamental tener el respaldo de una compañía fabricante o distribuidora responsable que tenga representación a nivel nacional.

Bueno... y ¿qué compramos?

El rápido avance de las innovaciones tecnológicas en el mundo audiovisual hace que las recomendaciones que se expresan a continuación puedan resultar obsoletas en poco tiempo, así que lo mejor a la hora de hacer una inversión es asesorarse de una persona o institución que pueda, por una parte, comprender las necesidades del colegio, y de otra, tenga conocimientos especializados en producción audiovisual.

Para pensar en la creación de una Unidad Básica de Producción de Video, se deben considerar aspectos de infraestructura técnica y física, como equipos, accesorios, muebles y espacios.

Infraestructura física para la Unidad Básica de Producción de Video

El área mínima recomendada para conformar la Unidad Básica de Producción de Video como ambiente de aprendizaje debe estar entre 25 y 35 m²; se puede organizar de acuerdo con la ubicación de la puerta de entrada y las ventanas con que cuenta.

Es preciso señalar que dentro de los aspectos importantes en cuanto al área física está la adecuación de la misma,

por cuanto la iluminación, la ventilación, la acústica, la seguridad, la capacidad (en cuanto a número de personas) y el sistema eléctrico, entre otros, son determinantes a la hora de desarrollar las labores propias de la realización audiovisual.

A continuación, un cuadro resumen:

REQUERIMIENTOS DE INFRAESTRUCTURA FÍSICA

ÍTEM	DESCRIPCIÓN
Área	Entre 25 a 35 M2, preferiblemente ubicada en un primer piso con buena iluminación interior y ventilación.
Capacidad	Capacidad para un promedio de 8 a 10 personas
Sistema Eléctrico	Disposición de cableado independiente para evitar sobrecargas y generación de campos magnéticos, por cuanto esto afecta la señal de video. De igual manera, las tomas eléctricas deberán tener conectores dobles o triples y ser reguladas con polo a tierra, especialmente para el área donde va a estar el computador en el cual se realizará la edición digital.
Iluminación	Se sugiere que el área tenga iluminación artificial fría (luz día o halógena) por cuanto los equipos generan mucho calor.
Ventilación	Para garantizar una ventilación adecuada y natural, se recomienda que el área tenga ventanas superiores rectangulares, con cortina enrollable <i>black out</i> , de color blanco o negro, para evitar los reflejos en el monitor del computador o del televisor, sin tener que sacrificar la ventilación de la misma. La cantidad y dimensiones de estas serán de acuerdo al tamaño y posibilidades del área propuesta. Además, es indispensable que el espacio no tenga humedades que afecten los equipos.
Acústica	En caso de que el colegio no tenga una emisora escolar con cabina de grabación de audio, debidamente adecuada para ello, se sugiere que el área de Video tenga un acondicionamiento acústico que la aisle de los sonidos exteriores para producir las grabaciones de audio correspondientes de los materiales audiovisuales.
Pisos	Es recomendable acondicionar el área con piso antiestático el cual puede ser de caucho –tipo baldosa o enrollable–.
Seguridad	El espacio o área destinada para la Unidad Básica de Producción de Video deberá contar con medios de seguridad, para evitar el daño o sustracción de muebles, equipos y/o materiales.

Mobiliario para la Unidad Básica de Producción de Video

Una vez dispuesto el espacio físico, el mobiliario es un componente importante dado que de la elección, calidad y disposición de los muebles depende la creación de un entorno de trabajo agradable.

MOBILIARIO PARA LA UNIDAD BÁSICA DE PRODUCCIÓN BÁSICA DE TV Y VIDEO ESCOLAR

ITEM	DESCRIPCIÓN
Mueble Videoteca	Un (1) mueble para televisión, DVD y su almacenamiento de equipos y casetes originales. Se sugiere que tenga las siguientes características generales: <ul style="list-style-type: none"> • Puertas abatibles y cerraduras que bloquean la parte superior e inferior del mueble. • Fabricado en lámina, resistente al impacto, al rayado y a la corrosión; con bandejas escalonadas (con rodachinas) para el almacenamiento de los videos. • DIMENSIONES: Prof.: 0.70 m x Ancho: 1.20 m x Alto: 1.90 m
Mesa hexagonal	Una (1) mesa de trabajo para el colectivo de comunicación, con las siguientes características generales: <ul style="list-style-type: none"> • Mesa hexagonal, dividida por la mitad y con bases metálicas, cada una de ellas, con cuatro (4) puntos de apoyo; elaboradas en lámina de acero recubiertas en su totalidad con pintura de excelente calidad. • La superficie de trabajo puede ser elaborada en: a) aglomerado de madera de 30 o 40 mm, con acabado superior en laminado de alto impacto, b) acabado inferior en laminado tipo <i>baker balance</i> y, c) bocel en PVC rígido. • Resistente a los impactos. • DIMENSIONES: Altura: 0.74 m Diámetro: 1.20 m

ITEM	DESCRIPCIÓN
<p>Mesa para edición</p>	<p>Una (1) mesa modular rectangular para computador, con las siguientes características generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • De tres (3) puestos, adosada a la pared, a 30 centímetros, para poder conectar y desconectar los equipos con facilidad. Se recomienda que también esté adosada al piso, por cuanto le da mayor estabilidad. • Un (1) porta teclado central deslizante y soportes metálicos laterales para la CPU. • Elaborada en: a) aglomerado de 30 o 40 mm con acabado superior en laminado de alto impacto; b) acabado inferior en laminado tipo <i>backer balance</i> y, c) con bocel en PVC rígido. La pintura deberá ser de excelente calidad • DIMENSIONES: Prof.: 0.60 m x Ancho: 2.70 m x Alto: 0.74 m.
<p>Estantería para material bibliográfico y audiovisual</p>	<p>Una (1) estantería con las siguientes características generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Módulo triple, adosado a la pared, fabricado en lámina <i>cold rolled</i> con pintura de excelente calidad, resistente al impacto, al rayado y protección a la corrosión. • Con cinco (5) niveles. • Con tranca-libros y entrepaños con guías graduables. • Piso y techo en lámina <i>cold rolled</i>, calibre 20. • Parales y entrepaños en lámina <i>cold rolled</i>, calibre 18. • DIMENSIONES: Prof.: 0.30 m x Ancho: 2.70 m x Alto: 1.90 m (Es decir: cada módulo deberá tener un ancho de 0.90 cm).
<p>Sillas</p>	<p>Diez (10) sillas ergonómicas de dos tipos:</p> <p>Sillas Tipo I (6) Sillas ergonómicas tipo isósceles con las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin brazos. • Estructura metálica. • Asiento y espaldar en material polipropileno de alto impacto. • Con espaldar y asiento en espuma de alta densidad y tapizados con textiles de gran calidad, resistentes al uso. <p>Sillas Tipo II (4) Sillas giratorias ergonómicas, con las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sin brazos. • Asiento y espaldar separados en material polipropileno de alto impacto. • Con mecanismo graduable para la altura y profundidad del espaldar. • Con sistema de graduación de altura para el asiento. • Con espaldar y asiento en espuma de alta densidad y tapizados con textiles de gran calidad, resistentes al uso continuo. • Con base de 5 apoyos y doble rueda de alto impacto.

Infraestructura técnica para la Unidad Básica de Producción de Video

Está compuesta por los equipos de video para producción y postproducción.

Equipo portátil de producción de video

El equipo portátil consta de tres componentes: La videocámara, el juego de luces y el sistema de grabación de sonido.

• La videocámara es la piedra angular del proceso de producción. La idea es adquirir un equipo que cumpla

con las mejores condiciones técnicas y, además, sea suficientemente resistente para soportar el uso regular del colectivo de comunicaciones.

• El kit de iluminación consta de tres o cuatro luces que van desde los 500 hasta los 1.000 W, cada

una. Esta adquisición es importante porque permite manipular la luz para expresar una intención narrativa determinada.

• El sistema de grabación de audio es indispensable, por cuanto el sonido, en el video, es tan importante como la imagen. Para capturar el audio es preciso

el uso de tres tipos de micrófonos: a) solapa, b) de mano y c) boom; además, los audífonos permiten al sonidista o técnico de sonido estar pendiente de la calidad del mismo.

A continuación, presentamos un estándar promedio de los componentes que debería tener un equipo portátil de producción de video para la comunidad escolar:

EQUIPO PORTÁTIL DE PRODUCCIÓN DE VIDEO	
ITEM	DESCRIPCIÓN
Cámara de video digital	<p>Una (1) cámara de video digital con las siguientes características generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formato profesional y/o semiprofesional: MINIDV, DVCAM o HDV de 3 CCD's de 1/3 (este tipo de cámaras son robustas, compactas y de tamaño mediano). • Luminancia: de 1 a 3 lux (para grabar en condiciones de poca luz). • Entrada de micrófono cannon o por mini-plug de 1/8 adicional al micrófono incorporado. • Puerto <i>FireWire</i> <p>Nota: Aunque casi todas las cámaras digitales de última generación traen el dispositivo para hacer el balance de blancos, es importante cerciorarse que la videocámara lo tenga al momento de adquirirla.</p>
Accesorios para la cámara	<ul style="list-style-type: none"> • Un (1) filtro para proteger la lente de la cámara. • Una (1) batería recargable adicional, porque si se descarga la que se está usando se cambia en lugar de detener la grabación hasta que se vuelva a cargar. • Un (1) cargador de baterías adicional, pues buena parte de las cámaras actuales lo traen incorporado de modo que si una batería se agota y la de repuesto no está cargada, sería preciso parar la grabación mientras se carga en la cámara. • Un (1) trípode de "cabeza fluida" (con su respectivo estuche). • Un (1) morral para transportar la videocámara, el cual debe ser acolchonado, de modo que la proteja en caso de algún impacto o golpe. Así, de este dispositivo de almacenamiento depende buena parte del cuidado de la cámara. Además, por razones de seguridad, es recomendable que este morral o maleta no tenga ningún tipo de logo o alusión al contenido de la misma; en otras palabras, lo mejor es que no parezca que allí se lleva una videocámara; hay fabricantes que diseñan morrales y maletas con esta intención.
Kit de luces (iluminación)	<p>Kit de 3 luces (día o tungsteno) de 750 o 1.000 vatios, que incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tres (3) trípodes para luces. • Tres (3) fuentes A/C. • Tres (3) portafiltros. • Maletín rígido para transportar el kit de luces.
Accesorios para el kit de luces	<ul style="list-style-type: none"> • Tres (3) focos o bombillas de repuesto, para cuando las que están instaladas se fundan o quiebran. • Filtros y gelatinas para luces. • Tres (3) extensiones de A/C de 10, 20 y 30 metros. Todas con multi-toma.
Sistema de grabación de sonido	<ul style="list-style-type: none"> • Un (1) par de audífonos de diadema, con frecuencia entre 10-25,000 Hz, para que el sonidista se aisle del ambiente. • Un (1) micrófono <i>boom</i> omnidireccional, con su filtro anti-pop. • Una (1) caña para <i>boom</i> con sus respectivos accesorios. • Un (1) micrófono inalámbrico de solapa con sus accesorios. • Un (1) micrófono de mano tipo cardioide dinámico (unidireccional). • Una (1) base para micrófono. • Tres (3) extensiones de cable de audio para repuesto.

Equipo de postproducción de video

El equipo requerido para realizar la postproducción está compuesto, básicamente, de un computador que permita capturar, editar, reproducir y multicopiar los dos elementos básicos que componen el video: la imagen y el sonido.

A la hora de hacer recomendaciones respecto a la adquisición del computador (*hardware*) es indispensable tener en cuenta la coherencia y consistencia de sus componentes, por cuanto las especificaciones y la articulación entre estos permiten un mejor rendimiento

del equipo en general. Por lo anterior y en aras de obtener lo señalado, es importante adquirir computadores de marcas reconocidas.

En cuanto a los programas (*software*) es importante establecer una relación clara entre lo que se quiere hacer y el presupuesto que se tiene para la compra del paquete informático. También es pertinente recordar que existen algunos programas de edición que se pueden obtener de forma gratuita, a través de las páginas *WEB* de las firmas productoras.

EQUIPO DE POSTPRODUCCIÓN DE VIDEO		
ITEM	DESCRIPCIÓN HARDWARE (ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS)	
	<i>CARACTERÍSTICAS</i>	
Computador	Procesador	• Core 2 Duo de Intel a 2,16 ó 2,33 GHz.
	Memoria RAM	• 2 GB Expandible a 8 GB.
	Disco duro	• 250 GB.
	Unidad óptica	• DVD+R DL / DVD±RW / CD-RW.
	Pantalla	• LCD de 20".
	Tarjeta Aceleradora de video adicional	• 256 MB de RAM
	FireWire	• Dos (2) puertos FireWire 400; 8 W compartidos.
	Puertos USB	• Cuatro (4) puertos USB, mínimo dos (2) de 2.0.
	Sonido	• Altavoces estéreo y micrófono. • Salida de auriculares y de audio óptico digital. • Entrada de línea y de audio óptico digital. • Parlantes amplificadores 5.1 ó 7.1 adicionales
	Video	• Tarjeta capturadora de video profesional • Tarjeta exportadora de video profesional • Tarjeta importadora/exportadora de audio • Tarjeta aceleradora de video.
	Redes inalámbricas	Que soporte 802.11g a 54 Mbps incorporada, preferiblemente con módulo bluetooth 2.0+EDR incorporado.
	Accesorios 1	• Teclado multimedia. • Mouse óptico.
Accesorios 2	UPS (Sistema Ininterrumpido de Potencia) regulada de 500 Wts.	

ITEM	DESCRIPCIÓN DEL SOFTWARE (ESPECIFICACIONES TÉCNICAS MÍNIMAS)	
Computador	<i>CARACTERÍSTICAS</i>	
	Software básico	Una (1) suite que incluya software para: <ul style="list-style-type: none"> •Procesador de palabra •Hoja de cálculo •Presentaciones audiovisuales •Administrador de correo •Bases de datos •Edición gráfica básica
	Software para edición de video	Herramientas de edición digital que incluyan: <ul style="list-style-type: none"> •Aplicación para descargar, administrar y editar fotos digitales. •Aplicación para componer, grabar, mezclar y reproducir sonidos, especiales y música. •Aplicación para editar productos audiovisuales (imágenes digitales fijas y en movimiento, música, sonidos y efectos especiales). •Aplicación para grabar, reproducir y multicopiar DVD. •Aplicación para crear sitios web en los cuales se incluyan materiales audiovisuales.
	Capacitación	Se exige que la empresa que venda los equipos y el software, capacite al colectivo de comunicación de cada colegio sobre el uso y manejo de los equipos y del software vendido. De igual manera, deberá entregar un manual de uso y mantenimiento de los equipos.
Garantía	Es indispensable exigir garantía por un periodo de 36 meses, por servicio (mano de obra) y partes (repuestos), IN SITU.	

EQUIPOS ADICIONALES

ITEM	DESCRIPCIÓN
Televisores	<p>Dos (2) televisores con las siguientes características generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Pantalla plana a color de 21” y 29” pulgadas •Sonido estéreo •Control remoto •110 – 120 Wts. <p>El primero se usa para iniciar el proceso de selección de las imágenes tomadas haciendo el transfer de formato MINIDV, DVCAM o HDV a VHS para visualizar el material audiovisual.</p> <p>El segundo, como monitor del computador; para esto se sugiere empotrarlo o colocarlo en una base, cerca al computador, con el fin de que los colectivos de comunicación escolar tengan una visibilidad apropiada del proceso de edición.</p>

ITEM	DESCRIPCIÓN
Videgrabadora (VTR)	<p>Una (1) VTR con las siguientes características generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formato MiniDV, DVCAM ó HDV que corresponda al mismo formato de la cámara. <p>Nota: <i>Algunos colectivos de comunicación, teniendo en cuenta los costos de este equipo, prefieren comprar una cámara que haga las veces de VTR, usándola específicamente para tal fin. La decisión dependerá de cada colegio.</i></p>
DVD Multizona	<p>Un (1) DVD Multizona, con las siguientes características generales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estéreo • Con quemador • Con control remoto.
Videgrabadora Formato VHS	<p>Un (1) videgrabadora formato VHS, con las siguientes características:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 6 cabezas • Estéreo • Control remoto <p>Nota: <i>Aún cuando este equipo tiende a desaparecer del mercado consideramos importante su adquisición puesto que muchas producciones audiovisuales aún están registradas en este formato.</i></p>
Accesorios	<p>Seis (6) cables RCA para diversas conexiones. Dos (2) cables FireWire.</p>



4. Aprendizajes, recomendaciones y propuestas

Vivianne Bernal Rojas *
Lucelly Villa Betancur, Fsp **



* Comunicadora Social-Periodista con énfasis en dirección y producción de televisión. Especialista en Edición Digital y Multimedia. Profesional asesora de la Secretaría de Educación de Bogotá, quien ha dirigido los proyectos de TV y Video Escolar: “A prender TV”, “¡Ojo al Zoom!”, “¡Uy... qué video!” y “Video a la escuela”, desde el año 2002.

** Comunicadora Social-Periodista. Especialista en Comunicación Educativa. Coordinadora de proyectos de comunicación educativa y para el desarrollo en Ecuador y Colombia desde hace más de 20 años. Directora de PAULINAS-Centro de Comunicación Social desde 1998 Ha coordinado los proyectos “¡Ojo al Zoom!”, “¡Uy... qué video!” y “Video a la escuela”.

“La comunicación puede ser un instrumento de poder, un arma revolucionaria, un instrumento comercial, o un medio de educación; puede servir para la liberación o la opresión, para el crecimiento de la personalidad individual o la uniformación de los seres humanos. Cada sociedad debe escoger el mejor enfoque para la tarea que todos afrontamos y encontrar el camino adecuado para superar las restricciones materiales, sociales y políticas que impiden el progreso”.

Sean MacBride y otros¹.

Después de vivir la experiencia de los proyectos de video escolar ¡Ojo al Zoom!, ¡Uy... qué video! y Video a la Escuela, los aprendizajes, recomendaciones y propuestas son muchos y diversos. En este apartado, procuramos organizarlos de la manera más esquemática para que sirvan a la intención de compartir y construir conocimientos sobre lo que implica el video en la escuela. Para este efecto, elaboramos tres categorías que, procuran ofrecer una mirada general al respecto:

El video escolar desde una perspectiva institucional

Como se ha afirmado a lo largo de este documento, considerando la función social de la escuela en cuanto a preparar a niños, niñas y jóvenes para enfrentar los retos que plantea la sociedad contemporánea, se hace urgente que los colegios y demás organizaciones que trabajan con la población mencionada se den a la tarea de:

- Procurar procesos masivos de formación en Lectura Crítica de la Comunicación (LCC) y Percepción

Activa (PA) de diferentes productos mediáticos, pero particularmente de cine, televisión y video.

- Gestionar recursos con diferentes organizaciones (Asociaciones de Padres de Familia, Fondos de Desarrollo Local, ONG nacionales e internacionales, entre otras), para la compra y/o mantenimiento de equipos, así como para la realización de producciones audiovisuales y/o procesos de asesoría y acompañamiento.

¹ MACBRIDE, Sean y otros. *Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*. Fondo de Cultura Económica, México D. F., Tercera reimpresión, 1993.

En este sentido, es clave el Proyecto de Uso Pedagógico del Video formulado por el colectivo de comunicación escolar, en el marco de los proyectos de formación y asesoría dados por la Subdirección de Medios Educativos de la Secretaría de Educación de Bogotá.

- Comprender que el video no debe tener un uso exclusivamente instrumental; debe asumirse como ambiente de aprendizaje, es decir, como espacio para fortalecer todas las áreas del conocimiento de manera transversal.
- Sensibilizar e involucrar a las y los directivos docentes en la incorporación, uso y apropiación del video en todas las dinámicas escolares, por cuanto su voluntad y compromiso son determinantes en este proceso.
- Incluir a los adultos de las comunidades escolares (padres y madres, docentes, directivos docentes y administrativos) como productores y productoras de video, es decir, que sean parte activa de las producciones audiovisuales. Vale la pena decir que en los proyectos de video, siempre hemos contado con estas incansables personas y gracias a ellas las

producciones siempre salen avantes. Sin embargo, este compromiso no ha de ser personal únicamente, sino institucional; debe ser reconocido, aprobado y asumido por directivas y demás instancias de la comunidad educativa.

- Asumir el video como ambiente de aprendizaje resulta igual de importante que el laboratorio de ciencias, la ludoteca, la biblioteca o la emisora escolar, entre otros; por lo anterior, se hace necesario establecer tiempos, espacios, recursos y responsables para poderlo constituir como tal en el ámbito escolar.
- Asignar un área física para la Unidad Básica de Producción de Video (UBPV) y adecuarla según las especificaciones técnicas señaladas en la página 84 de esta guía.
- Dar al proyecto de video un nombre significativo para la comunidad escolar y brindarle a sus participantes prendas de vestir como chalecos, gorras, chaquetas, entre otros, que los identifiquen como miembros del colegio que trabajan en pro de la comunicación escolar.



La pedagogía y lo audiovisual

- La Percepción Activa (PA) de productos mediáticos es herramienta y escenario ideal para el desarrollo de habilidades comunicativas y ciudadanas, pues se ponen en evidencia las diferencias en cuanto a la manera de leer la realidad entre los participantes del proceso pedagógico y las intencionalidades de los mismos mensajes. Así mismo se constituye en un espacio de socialización y creación.

- Abordar el lenguaje audiovisual para expresarse puede acercar a quienes están ubicados en generaciones diferentes, como es el caso de estudiantes y maestros. Por ejemplo, es muy común que algunos niños, niñas y jóvenes que tienen dificultades para expresarse verbalmente tengan habilidades excepcionales para lo audiovisual.

- Para un joven, por ejemplo, puede ser más interesante hacer un video sobre un determinado tema que desarrollar una exposición magistral. Además, es posible que el docente reconozca alguna dificultad de aprendizaje, pero también valore y estimule un talento que desconocía de su estudiante.

- Probablemente uno de los aspectos más importantes del video escolar es la relación de producción de conocimiento que se genera con el territorio, pues re-dimensiona a la escuela como una institución clave del saber barrial o local, involucrándola con la dinámica del entorno y viceversa, cualificando la lectura de contextos cercanos.

La creatividad como aporte al cambio social

- La creatividad es liberadora en cuanto permite que el individuo se reconozca como fuerza de cambio y reconozca a otros y otras en el mismo sentido. En entornos de violencia, pobreza o marginalidad, el desarrollo de proyectos que precisan de creatividad, potencializa la capacidad de resistencia y/o acción colectiva de las personas para enfrentar contextos adversos.

El análisis de la vida cotidiana, de sus riquezas y falencias ha posibilitado cambios personales y grupales: docentes que redefinen sus prácticas pedagógicas, estudiantes que ven en el audiovisual un proyecto de vida, amistades al fragor de una producción, películas que proponen ideales, entre otras.

- Procurar relatos desde las y los diferentes miembros de las comunidades educativas, que expresen

sus sueños, sus expectativas, sus perspectivas de futuro contribuye notablemente al cambio social en la medida que estos proyectos audiovisuales se convierten en una manifestación tangible de esos otros-mundos que sueñan las personas y pueden ser, por qué no, gérmenes de esperanza.

Finalmente, de la misma manera que Boaventura de Sousa Santos afirma que “De nada valdría diseñar mapas si no hubiese viajeros para recorrerlos”², creemos que de nada serviría tener en nuestros colegios cámaras o computadores para editar si no hay una comunidad académica que sienta pasión por buscar otros caminos que contribuyan al cambio del proceso educativo. Así que nuestra recomendación es... ¡A pensar y producir! No hay otro modo de aprender a reconocernos a nosotros y a los demás desde lo audiovisual.

² SANTOS, Boaventura de Sousa. *Estado, derecho y luchas sociales*. Bogotá: ILSA (Instituto Latinoamericano de Servicios Legales Alternativos), 1991. p. 240.

Algunas referencias para construir el camino

- Es importante conformar una videoteca con materiales audiovisuales, en diferentes formatos y temáticas, que sirvan para el análisis y apropiación de la gramática audiovisual. Así mismo, es preciso constituir una biblioteca especializada, en el tema de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, para que los actores escolares puedan consultar sobre estos temas que hacen posible una verdadera transformación pedagógica de la escuela y la enseñanza.

En este sentido, se sugiere que los colegios adquieran títulos como los referenciados en la bibliografía de los capítulos 1 y 2 de esta guía.

- Referenciar el documento “Comunicación y Escuela”, producido por la Secretaría de Educación del Distrito Capital, a través del programa RED de la

Universidad Nacional de Colombia en el año 2004. Vale la pena recordar que desde el 2005, este documento se encuentra en las bibliotecas escolares de cada colegio, así como, en los CADEL y en las Bibliotecas Públicas de Bogotá.

Es fundamental la consulta de este documento porque en éste se dan las orientaciones de cómo incorporar, usar y apropiar las diferentes gramáticas de los medios de comunicación con el fin de fortalecer el proyecto educativo institucional - PEI.

- Conocer experiencias de otros colectivos de comunicación escolar y local, es importante para enriquecer y fortalecer la propia, así como para constituir y dinamizar redes de comunicación que les permitirán hacer parte en la construcción colectiva de una ciudad moderna, humana, solidaria e incluyente.

Sinopsis

Roberto Sepúlveda Romero *



* Comunicador Social-Periodista. Magíster en Comunicación. Asesor de PAULINAS-Centro de Comunicación Social en el tema de ciudadanía y Derechos Humanos para los proyectos de video escolar “¡Ojo al Zoom!”, “¡Uy... qué video!”.



“La televisión incita a la dramatización, en un doble sentido: escenifica en imágenes un acontecimiento y exagera su importancia, su gravedad, así como su carácter dramático, trágico. En el caso de los barrios periféricos, lo que interesará serán los tumultos. Y los tumultos son ya palabras mayores. Hacen falta palabras extraordinarias. De hecho, paradójicamente, el mundo de la imagen está dominado por las palabras. La foto no es nada sin el pie, sin la leyenda que dice lo que hay que leer. Dar nombre, como es bien sabido, significa hacer ver, significa crear, significa alumbrar”.

Pierre Bourdieu¹

La sinopsis en el cine y el video, y en general en todas las producciones audiovisuales, hace referencia a un sumario o resumen de la obra, en el que se cuenta brevemente de qué se trata, cuáles son sus protagonistas y el género narrativo que se utiliza en la producción.

A continuación se presentan las sinopsis de los videos que se produjeron en los proyectos ¡Ojo al Zoom! y ¡Uy...qué video! en los que estudiantes y docentes de los colegios distritales acudieron a su imaginación, creatividad y destreza técnica para mostrar algunas problemáticas que afectan su entorno escolar, familiar y social.

Los jóvenes productores encontraron en el embarazo adolescente, la drogadicción, las pandillas, el trabajo infantil, la falta de participación comunitaria, la intolerancia, la violencia intrafamiliar y otras violencias y los

problemas respecto a lo público, entre otros temas, los argumentos para sus realizaciones.

En estas producciones se observa una enorme creatividad, esfuerzo y talento artístico que demuestra, una vez más, como la presencia de los medios de comunicación en el aula y en el contexto del ambiente escolar ayuda a desarrollar no sólo las competencias comunicativas de los estudiantes, sino que fortalece los espacios de expresión y convivencia en la vida escolar y comunitaria. Son proyectos que contribuyen a generar otras miradas y otros espacios de aprendizaje, a recrear escenarios y situaciones de la vida cotidiana que redimensionan el papel de la escuela en la socialización de los niños y jóvenes y crean nuevos espacios de relación con sus docentes y demás miembros de la comunidad educativa.

¹ BOURDIEU, Pierre. *Sobre la televisión*, Anagrama, Barcelona, 1997.

**PRODUCCIONES Y COLEGIOS
DEL PROYECTO DE VIDEO ESCOLAR: ¡OJO AL ZOOM! (2004)**

No	LOCALIDAD	COLEGIO	TÍTULO	SINOPSIS
1	USAQUÉN (Loc. 1)	<i>Nuevo Horizonte</i>	Caminos	DOCUMENTAL. La participación en la emisora escolar es un escenario que ha logrado ofrecer espacios de desarrollo integrar a algunos jóvenes que en el pasado estuvieron involucrados en el conflicto armado que vive Colombia dándole un nuevo sentido a su vida.
2			Viaje de sueños	ARGUMENTAL. Padre e hijo, en medio del duro trabajo cotidiano en las canteras del nororiente de Bogotá, discuten sobre sus visiones de la vida, la realidad y los sueños.
3		<i>Friedrich Naumann</i>	Pasiones	ARGUMENTAL. Dos pandillas se retan a luchar a muerte dando rienda suelta a sus pasiones hasta que el resultado de un partido de fútbol lo cambia todo...
4			De tal palo...	ARGUMENTAL. El Senador Vargas enfrenta la vergüenza de que su hijo Andrés Felipe ha hurtado un discman en el prestigioso colegio que estudia. Molesto, el senador se dirige al encuentro con su hijo para hallarse con una sorpresa en el camino.
5	CHAPINERO (Loc. 2)	<i>Campestre Monteverde</i>	Embarazo precoz	ARGUMENTAL. En un paralelo entre las medidas de protección que un motociclista toma antes de subirse a su vehículo y la protección que debe tomar una pareja antes de la relación sexual, se muestra que ambas situaciones son de riesgo y que se debe actuar con responsabilidad.
6			Esto era un río	DOCUMENTAL. El nororiente de la ciudad, en el sector de San Luis - vía a la Calera -, ante la falta de suministro de agua por parte de la Empresa de Acueducto de Bogotá, una parte de la comunidad decidió tender con mangueras su propia red de acueducto desde las quebradas que pasan por el sector y desde algunos nacedores. Sin embargo, la falta de cuidado de la comunidad, la sobrepoblación y la deforestación hicieron que muchas de estas fuentes de agua se contaminaran y secaran. Por esta razón, sus habitantes ahora no quieren depender de estos acueductos artesanales y de otro que funciona en el sector que, aunque es más tecnificado, presta un servicio deficiente.
7	SAN CRISTOBAL (Loc. 4)	<i>Veinte de Julio</i>	¿Y yo qué?	ARGUMENTAL. Este video muestra a través de Jairo Fuentes, protagonista, su inconformismo por la situación de violencia constante que vive con su familia, cuando llega al colegio no sólo manifiesta su aburrimiento, sino que también es agresivo y pelea con sus compañeros. Sus padres son citados por el colegio para resolver el conflicto, el papá no puede ir por el mucho trabajo, la madre ignora el estado de ánimo de su hijo y cree que es un error porque según ella su hijo esta muy bien.
8		<i>Tomás Rueda Vargas</i>	Sueño de papel	ARGUMENTAL. Ana y Jhonathan son dos niños recicladores de la localidad 4 de San Cristóbal; un día, en medio de sus labores cotidianas, Ana tiene un sueño en que su hermano es enfrenta al dilema entre trabajar para sobrevivir y la posibilidad de continuar estudiando para formarse.

No	LOCALIDAD	COLEGIO	TÍTULO	SINOPSIS
9	SAN CRISTOBAL (Loc. 4)	<i>Tomás Rueda Vargas</i>	Marte y Venus	ARGUMENTAL. Carolina y Martha son dos estudiantes que por casualidad se chocan en un corredor y tienen una violenta discusión. Una de ellas termina en estado de coma, mientras la otra comienza a sentir remordimiento por el peso de sus acciones.
10		<i>Florentino González</i>	¿Expresión o... destrucción?	DOCUMENTAL. Es un recorrido por el interior de la Institución Educativa se muestran los diferentes grafitis y el estado físico del colegio. Los testimonios de estudiantes, profesores y directivas expresan diversos puntos de vista al respecto.
11			Diferencia y diversidad	ARGUMENTAL. Se narra el quehacer de tres jóvenes: Una perteneciente a las barras bravas, otro que trabaja como celador y una “niña de casa”, quienes confluyen en el colegio a la hora de estudiar y se respetan sus maneras de ser.
12			<i>20 de julio</i>	¿Y qué del espacio público?
13	USME (Loc. 5)	<i>Virrey José Solís</i>	Todo lo que aprendí	ARGUMENTAL. Durante la travesía de un padre que trabaja en ventas ambulantes y la de su hijo que estudia en el kínder, se hace una radiografía de los valores y principios con los que interactuamos en la ciudad.
14			Un pasaje por dos	ARGUMENTAL. Una joven embarazada es señalada, discriminada y víctima de una sociedad que no ofrece mayor información, información alternativas ni proyectos de vida para sus adolescentes.
15		<i>Federico García Lorca</i>	Eco-lógico	DOCUMENTAL. Los beneficios, importancia y formas de conservar el agua desde los ámbitos cotidianos y locales es un propósito fundamental para los habitantes de la localidad de Usme.
16			Física tolerancia	DOCUDRAMA. Gracias a la comparación de las interacciones y los fenómenos físicos con las relaciones sociales se relata una historia de amor y tolerancia.
17	BOSA (Loc. 7)	<i>Pablo de Tarso</i>	Estado crítico	DOCUDRAMA. Una lágrima brota del rostro de un niño. Un anciano se sienta sobre la sombra plácida de un árbol a observar un álbum fotográfico, a medida que pasa las hojas, las imágenes van adquiriendo movimiento, convirtiéndose en situaciones reales, las cuales muestran violencia, desempleo y pobreza en Bogotá. El hombre cierra el libro y en la tapa aparece el título “Constitución Política de Colombia”, el hombre desilusionado bota el libro al piso y se va de allí. Entonces, pasa un niño reciclador, quien toma el libro y lo pone entre sus cartones.

No	LOCALIDAD	COLEGIO	TÍTULO	SINOPSIS
18	BOSA (Loc. 7)	<i>Pablo de Tarso</i>	Rompiendo el silencio	DOCUDRAMA. Martha es una joven estudiante que sufre un accidente en un tobillo por culpa de una calle que se dejó a medio pavimentar. Decide entonces, con ayuda de su padre, interponer un derecho de petición para conocer las causas de la detención de la obra y el destino de los dineros públicos que, se supone, se habían dado para la misma. Ella acude a diferentes organismos de Control para radicar ese proyecto. Martha decide participar en una marcha contra la corrupción y de esta forma romper el silencio. Un año después llega la decisión.
19		<i>Grancolombiano</i>	Lo público y lo privado	DOCUDRAMA. Diferentes acciones individuales en contra de lo público en un colegio terminan afectando la calidad de vida de toda la comunidad educativa: el mal uso del servicio de cafetería del colegio hace que se suspendan los refrigerios para todos; el daño del parque cuesta dinero a la comunidad; el destrozo de pupitres en el aula, obliga a los estudiantes a quedar sin clases.
20			Identidad, cultura y convivencia	ARGUMENTAL. En una clase de sociales la profesora habla sobre la riqueza cultural de Colombia, entretanto, un joven parece valorar más la del otro país, ya que lee y escucha música en inglés. La profesora advierte esta actitud e invita al muchacho a interesarse en el rap colombiano, ya que esa misma semana se realizará un concierto en el colegio.
21	ENGATIVÁ (Loc. 10)	<i>Juan del Corral</i>	¿Quién poncha a quién?	DOCUMENTAL. Desde hace más de 20 años se han dado hechos de violencia entre los estudiantes de las IED Juan del Corral y República de Guatemala por diversos hechos como la intolerancia, el irrespeto y el orgullo; sin embargo, en medio de este panorama se han dado procesos de convivencia.
22			Miradas	ARGUMENTAL. La violencia intrafamiliar es un flagelo que afecta la convivencia familiar y, sobre todo, la felicidad de los niños y niñas.
23		<i>Guatemala</i>	Donde comienzan las guerras	VIDEO CLIP. La exclusión y la violencia intrafamiliar son expresiones de la falta de respeto a los Derechos Humanos y la conciencia de la importancia de los otros y otras: una niña que intenta suicidarse, un joven que excluye a los estudiantes aplicados, un padre que golpea a su esposa. Sin embargo, el diálogo y la comprensión son el primer camino para construir un mejor mundo.
24	El tele		ARGUMENTAL. Ante la sensación de abandono que sufre por parte de su familia, David empieza a soñar cómo sería su vida si fuera un televisor; este sueño es compartido por otros menores de edad.	
25	Teusaquillo (Loc.13)	<i>Mannela Beltrán</i>	Vivamos juntos	VIDEO CLIP (Música original) El colegio está lleno de imágenes optimistas de la cotidianidad escolar, en donde el salón de clases, el deporte, la amistad y demás actividades están siempre presentes.

No	LOCALIDAD	COLEGIO	TÍTULO	SINOPSIS
26	Teusaquillo (Loc.13)	<i>Manuela Beltrán</i>	El muro	DOCUMENTAL. En un sector del noroccidente de Bogotá, una entidad privada llamada CIREC recibió unos terrenos cedidos por el Distrito, para construir su planta física. El conflicto se originó cuando este sector empezó a crecer y se constituyeron varios conjuntos cerrados alrededor. Los habitantes del sector reclamaron el derecho al espacio público y ante las instancias distritales propusieron que un muro y una reja que habían sido construidos por CIREC fueran derribados para que se pudieran abrir vías de acceso al lugar. Finalmente, las partes del conflicto mediado por las autoridades locales llegaron a un acuerdo.
27	MÁRTIRES (Loc.14)	<i>Agustín Nieto Caballero</i>	Perra vida	ARGUMENTAL. Una niña habitante de la calle es explotada y rechazada por sus amigos por el hecho de ser mujer. La niña se hace amiga de un perro y comparte su vida con él, con lo cual nos da ejemplo de solidaridad, tolerancia y respeto.
28			Volvamos en la noche	ARGUMENTAL. Un par de jóvenes entran de noche al colegio de manera clandestina para acceder a un libro que les depara interesantes aprendizajes...
29		<i>Ricaurte</i>	Contravía	ARGUMENTAL. Daniel, un joven de 13 años, desea destacarse del resto de estudiantes de su grupo, por esta razón acude a prácticas y comportamientos que agreden y obstaculizan la convivencia pacífica con su profesores y compañeros. Andrés no conoce los límites de sus actos y más adelante, esto producirá que sus excesos se devuelvan en su contra.
30			Juegos peligrosos	ARGUMENTAL. Tres episodios que nos muestran los juegos más populares y riesgosos entre los jóvenes de los colegios: “El juego de la Sábana”, “El Burrito” y el “Anillo del Diablo”. Se presenta la dinámica de los juegos, en qué consisten y posteriormente, sus lamentables consecuencias.
31	ANTONIO NARIÑO (Loc. 15)	<i>Normal María Montessori</i>	Más que una reja	ANIMACIÓN. Es un día de escuela, un estudiante decide evadir las clases. Entretanto sus compañeros que asisten son transformados en el salón por un profesor, quien por medio de su labor cambia las condiciones de diferencia y pluralidad de los estudiantes. Finalmente, el protagonista decide escapar de la escuela negándose a ser transformado contra su voluntad.
32			Contraponer	ARGUMENTAL. Tres niños ven una función de marionetas que presenta a varios sectores sociales (familia, escuela, iglesia, empresa y gobierno). Sus protagonistas tienen actuaciones llenas de injusticias, corrupción, mentiras y exclusión. Tanto los niños como las marionetas se rebelan para tomar sus propias decisiones.
33	RAFAEL URIBE URIBE (Loc. 18)	<i>Luis López de Mesa</i>	Desde afuera	DOCUMENTAL. Tres personajes que han pasado por la misma institución educativa y se encuentran actualmente en situaciones diferentes: el colegio, la universidad y la cárcel.
34			Fronteras invisibles	ARGUMENTAL. Preparando su auto, José Miguel recibe la ayuda de dos niños, quienes le hacen evocar un pasado de carencias económicas que contrastan con un comportamiento solidario e íntegro aún cuando él creció en condiciones marginales. La efectividad es el elemento que conecta a José Miguel con su pasado.

No	LOCALIDAD	COLEGIO	TÍTULO	SINOPSIS
35	RAFAEL URIBE URIBE (Loc. 18)	<i>Alejandro Obregón</i>	Demasiado jóvenes para ser madres	DOCUDRAMA. En medio de sus actividades escolares una estudiante debe redactar un artículo sobre el embarazo en las instituciones educativas. En este proceso se narra una situación vivida por una niña que queda en embarazo y se evidencia el ciclo repetitivo en otras estudiantes.
36			Decisiones	ARGUMENTAL. Un grupo de amigos decide celebrarle el cumpleaños a uno de sus integrantes, sin embargo, la celebración adquiere dimensiones dramáticas cuando uno de los jóvenes decide arbitrariamente comprarle un pastel al festejado a pesar de que éste sufre de hipoglicemia.
37	CIUDAD BOLÍVAR (Loc. 19)	<i>León de Greiff</i>	Alameda	DOCUDRAMA. Todas las mañanas, en invierno o verano, los estudiantes de un colegio deben soportar los problemas que les trae la falta de una calle pavimentada a la entrada del colegio: son salpicado por los autos que pasan o ensuciados por el polvo que se levanta en días de sol. Deciden exponer a la rectora el problema, quien les dice que como este es un espacio público, no corresponde a la jurisdicción del colegio. Los muchachos asisten a un ENCUENTRO CIUDADANO en donde le exponen el problema al Alcalde de la Localidad, quien les pide que redacten un proyecto y lo radiquen. Los muchachos finalmente terminan el proyecto, pero queda sepultado bajo las montañas de papeles de la oficina de planeación.
38			¡Pongámonos de acuerdo!	ARGUMENTAL. En el colegio se presenta un enfrentamiento entre dos muchachos por un malentendido de juego. Un maestro interviene y decide llevarlos a la Sala de Mediación del Colegio. Allí los muchachos presentan sus posiciones del problema. Llegan finalmente a una conciliación. En el Barrio ocurre algo similar, dos vecinos tienen un altercado por una basura mal ubicada. El problema se agrava e intervienen los muchachos, quienes al ver la situación similar a la que vivieron deciden involucrarse. Aconsejan a los vecinos solucionar sus diferencias ante un juez de paz
39			Indiferencia y poder	ARGUMENTAL. Juan Manuel está en un paradisíaco ambiente donde toca unas notas al aire con su guitarra; de pronto, aparece en una fila donde muchas personas vestidas de negro y con tapajos marchan al son de tambores militares. Juan Manuel desarma las filas y alcanza a sacar a algunas personas de allí, entregándoles el libro de la sabiduría. Aquello que recibieron el libro, caen a un abismo. Al ver este horror, Juan Manuel se despierta asustado. Todo ha sido un sueño. Ya es hora de irse con los amigos a practicar la cuentería. Con sorpresa Juan Manuel descubre que entre el público están algunos de los que vio en sus sueños.
40		<i>San Francisco</i>	Reflejos de mujer	ARGUMENTAL. El día de estudio de dos niñas comienza a la misma hora y en las mismas condiciones, sin embargo no es asumida con la misma actitud. Una de ellas es bastante tranquila y natural, mientras que la otra trata de aparentar lo que no es, maquillándose, hablando con palabras fuertes y tratando mal a sus compañeras.

**PRODUCCIONES Y COLEGIOS
DEL PROYECTO DE VIDEO ESCOLAR: ¡UY... QUE VIDEO!
(2005-2006)**

No	LOCALIDAD	COLEGIO	TÍTULO	SINOPSIS
1	SANTA FE (Loc. 3)	<i>Antonio José Uribe</i>	Memoria	DOCUMENTAL. Catalina, una estudiante del Colegio Distrital Antonio José Uribe, sufre los efectos del “Plan Centro”, pues su familia se verá obligada a dejar el barrio Las Cruces, en donde pasó los mejores momentos de su infancia. ¿Quiénes se benefician y quienes se perjudican con la renovación y reestructuración del centro de Bogotá.
2		<i>Policarpa Salavarrieta</i>	¿Qué nos espera?	DOCUMENTAL. Un grupo de estudiantes del Colegio Distrital Policarpa Salavarrieta está preocupado por el rumor de que su colegio será demolido para desarrollar uno de los proyectos del “Plan Centro”, así que deciden averiguar con sus vecinos y con la Secretaría de Educación de Bogotá qué será del colegio en el que aprenden y se divierten a diario.
3	SAN CRISTOBAL (Loc. 4)	<i>Atenas</i>	Pendiendo de un hilo	ARGUMENTAL. Mientras Mario agoniza en la calle víctima de un disparo, recuerda las múltiples dificultades de pobreza y falta de calidad en su educación, que eventualmente le quitaron oportunidades de salir adelante.
4		<i>José Joaquín Castro Martínez</i>	¡Vaya sorpresa!	ARGUMENTAL. Una madre trabajadora deja a su hija adolescente en casa por encontrarse enferma. Durante el día, en el trabajo, las noticias y los comentarios de sus compañeras le hacen sospechar que su pareja, Tomás, pueda ser un potencial abusador de su hija Juliana, así que decide volver para rescatar a su hija.
5		<i>Juan Rey</i>	Sentimientos encontrados	ARGUMENTAL. Una joven de San Cristóbal, con diversas dificultades en su hogar, rechazada por sus compañeros del colegio y asediada por abusadores, sufre una crisis emocional. Sin embargo, en medio de tanta adversidad, algunos estudiantes se solidarizan y comienzan un proceso de aceptación.
6	USME (Loc. 5)	<i>Brasília</i>	¡Uy qué camello!	ARGUMENTAL. Un par de niños de Usme viven con su padre y se plantean dos futuros posibles: el de una infancia en la que se puedan desarrollar sus capacidades y talentos por medio de la educación u otro en el que deben trabajar para sobrevivir, descuidando sus estudios y perdiendo la posibilidad de una infancia vivida en condiciones de dignidad.
7		<i>Barranquillita</i>	Caras vemos...	ARGUMENTAL. Diego, un joven “metalero” de Usme es rechazado por su madre y vecinos por sus manifestaciones culturales juveniles (moda, gustos musicales, amigos, entre otros). Cuando se presenta un atraco callejero, el protagonista se involucra de manera solidaria con la víctima y termina gravemente herido; a pesar de su valor, hay quienes siguen estigmatizándolo...
8		<i>Monteblanco</i>	La venganza	ARGUMENTAL. Un grupo de estudiantes decide planear una venganza contra su profesor de física, quien consideran que les ignora y maltrata. Al final le dan una lección que nunca olvidará...
9		<i>Tenerife Granada Sur</i>	El último beso	ARGUMENTAL. Miguel, un niño de Usme, tiene actitudes agresivas hacia su madre, quien le cuida de manera abnegada. En el colegio, varios hechos le hacen reflexionar acerca de su actitud, por lo que decide ir a casa al final de la jornada para decirle a su madre cuánto la quiere, pero al llegar a casa, se encuentra con una noticia trágica...

No	LOCALIDAD	COLEGIO	TÍTULO	SINOPSIS
10	TUNJUELITO (Loc. 6)	<i>Ciudad de Bogotá</i>	Un día en la vida de...	DOCUMENTAL. Ismael, un joven invidente de Tunjuelito, relata su manera de ser y actuar en el mundo, mostrando cómo su ceguera le ha permitido ver otras posibilidades.
11		<i>Rufino José Cuervo</i>	Solirealidad	ARGUMENTAL. Dos jóvenes que estudian en el mismo colegio tienen condiciones muy diferentes en cuanto a nutrición, acceso al transporte y seguridad personal. A veces, las personas privilegiadas olvidan que otras padecen dificultades y es preciso solidarizarse.
12	BOSA (Loc. 7)	<i>Carlos Albán Holguín</i>	Tu vida vale	DOCUMENTAL. Un joven de Bosa relata su caída en el mundo de las drogas y las consecuencias negativas que le trajo la adicción. Finalmente, con el apoyo de su familia, el fortalecimiento de sus creencias y el desarrollo de su talento, ha cambiado su vida.
13	KENNEDY (Loc. 8)	<i>Paulo VI</i>	Una sonrisa en el gris	DOCUMENTAL. Varios niños en situación de desplazamiento que habitan en Kennedy relatan sus experiencias como víctimas de la violencia mientras viven su cotidianidad como menores trabajadores y estudiantes de un colegio del Distrito Capital.
14		<i>Nuevo Kennedy</i>	Sinfonía blanca	DOCUMENTAL. Una adolescente de Kennedy resulta embarazada y se enfrenta a un nuevo mundo: el de la maternidad. Con el apoyo de su familia, termina el bachillerato e inicia sus estudios universitarios para ofrecerle a su hijo en el futuro un mundo lleno de posibilidades...
15		<i>Castilla</i>	Pienso luego graffo	DOCUDRAMA. Los graffos son una expresión cultural urbana asociada a la cultura Hip Hop, que procura hacer explícitas las emociones y percepciones de los jóvenes del Distrito Capital.
16		<i>Francisco de Miranda</i>	Vida rápida	VIDEOCLIP. Canción de rap en la que se reflexiona sobre los procesos de exclusión y estigmatización a los que se ven enfrentados muchos jóvenes de la cultura Hip Hop.
17		<i>La Amistad</i>	¡María... Qué será de ti!	DOCUMENTAL. María es una habitante de la calle que vive en Kennedy. A lo largo de su vida, ha tejido relaciones de conflicto y convivencia con otros vecinos de la localidad octava y construido diversos aprendizajes sobre la vida en la calle y la importancia de la familia.
18	<i>Jhon F. Kennedy</i>	Los sueños... ¿Sueños son?	ARGUMENTAL. La celebración del cumpleaños de Miguel Ángel se convierte en una oportunidad para el exceso de consumo de alcohol en los adultos, situación que tiene efectos trágicos en los niños.	
19	FONTIBÓN (Loc. 9)	<i>República de Costa Rica</i>	Ricardo semilla	VIDEOCLIP. Canción protesta que invita al liderazgo juvenil en la escuela desde el conocimiento de derechos y deberes, así como desde el ejemplo de grandes líderes sociales que han contribuido al cambio social en Colombia.
20		<i>Rodrigo Arenas Betancourt</i>	Renacer	ARGUMENTAL. Un joven estudiante de Fontibón, involucrado en una pandilla y el consumo de drogas, cuenta su historia llena de dolor y peligro. En esta vida, las consecuencias de optar por la vía de la violencia y el delito son previsibles, pero aún así, las personas siempre pueden elegir otros caminos...
21	ENGATIVÁ (Loc. 10)	<i>República de China</i>	Quien tiene su diablo, tiene su ángel	ARGUMENTAL. Dos estudiantes tienen una serie de conflictos que intentan solucionar por la vía de la exclusión y la agresión. En medio de estas situaciones, que les generan problemas en el colegio, comienzan a descubrir que tienen mucho en común

No	LOCALIDAD	COLEGIO	TÍTULO	SINOPSIS
22	ENGATIVÁ (Loc. 10)	<i>Garcés Navas</i>	S.O.S	ARGUMENTAL. Marcela, una joven de la localidad de Engativá, siente la falta de atención y afecto de su familia, por lo que decide emprender un cambio radical, buscando primero refugio en el alcohol y luego en el suicidio...
23	SUBA (Loc. 11)	<i>Alberto Lleras Camargo</i>	Para todo hay tiempo	DOCUMENTAL. Tres adolescentes cuentan sus experiencias como madres, las circunstancias de su maternidad, cómo cambiaron sus vidas y cuáles eran y son sus perspectivas de futuro.
24		<i>Ramón de Zubiría</i>	No todo ha sido color de rosa	ARGUMENTAL. Las relaciones amorosas siempre implican diferentes tipos de conflictos y es precisamente el asumirlos como un proceso de aprendizaje y transformarlos pacíficamente lo que determina una sana convivencia...
25	BARRIOS UNIDOS (Loc. 12)	<i>Tomás Carrasquilla</i>	Saber que se puede...	DOCUMENTAL. Amaidaly es una joven de Barrios Unidos que, después de superar diversas crisis emocionales y estar al borde de ser expulsada del colegio por su comportamiento, fue “adoptada” por varios docentes y estudiantes del colegio, demostrando que una escuela incluyente y comprensiva es posible.
26		<i>Alemania Solidaria</i>	En blanco y negro	DOCUMENTAL. En la sociedad colombiana persisten actitudes y acciones discriminatorias contra los afrodescendientes. Sin embargo, la familia Rentería demuestra que tejer relaciones inter-étnicas no sólo es posible, sino que enriquece la manera de ver el mundo, porque fortalece los aprendizajes y la convivencia social.
27	PUENTE ARANDA (Loc. 16)	<i>La Merced</i>	¡Me voy de aquí!	DOCUMENTAL. En la sociedad colombiana persisten actitudes y acciones discriminatorias contra los afrodescendientes. Sin embargo, la familia Rentería demuestra que tejer relaciones inter-étnicas no sólo es posible, sino que enriquece la manera de ver el mundo, porque fortalece los aprendizajes y la convivencia social.
28		<i>España</i>	¡Tírame la nota!	ARGUMENTAL. Josué es un niño campesino que en medio de las tensiones del conflicto armado decide huir del campo hacia la ciudad. Muchos años después, recuerda lo que fue su vida y cómo valora los recuerdos de su familia, a la que jamás volvió a ver.
29		<i>Antonio José de Sucre</i>	Gozo en el colegio	ARGUMENTAL. John, un joven de Puente Aranda, no ha obtenido buenas notas, razón por la que su madre se enfurece y le quita la guitarra que tanto ama. Este castigo se convierte en un obstáculo para que el joven se acerque a su sueño de ser cantante. Finalmente, con la ayuda de las personas que lo quieren, se propone mejorar...
30	LA CANDELARIA (Loc. 17)	<i>Escuela Nacional de Comercio</i>	Todo para todos	VIDEOCLIP. La canción de Doctor Krápula hace una crítica a los procesos de privatización que se están dando en ámbitos locales, nacionales e internacionales.
31	RAFAEL URIBE URIBE (Loc. 18)	<i>Gustavo Restrepo</i>	Tras la caída... Hay un triunfo	ARGUMENTAL. En medio de la ceremonia de graduación, Tatiana recuerda los mejores momentos de su vida en el colegio: los amigos y amigas, el estudio y las múltiples dificultades que tuvo que sortear para llegar a ese momento de su vida... Y continuar luchando por sus sueños.
32		<i>Quiroga Alianza</i>	¡Vale la pena!	ARGUMENTAL. Un grupo de docentes considera que un estudiante debe salir inmediatamente del colegio para mejorar la convivencia escolar. Sin embargo, uno de los profesores manifiesta abiertamente su desacuerdo, mientras les cuenta su propia historia de vida...

No	LOCALIDAD	COLEGIO	TÍTULO	SINOPSIS
33	RAFAEL URIBE URIBE (Loc. 18)	<i>Antonio Baraya</i>	¿Juego de niños?	ARGUMENTAL. Randy, un joven estudiante de la localidad Rafael Uribe Uribe, tiene relaciones sexuales sin tomar las precauciones debidas con otra adolescente; posteriormente, se da cuenta de la promiscuidad de su pareja, así que decide hacerse un examen para saber si está contagiado por VIH... El SIDA no es un juego de niños.
34		<i>San Agustín</i>	Falsa realidad	ARGUMENTAL. Un joven estudiante cuya madre se encuentra enferma y en difíciles condiciones económicas, en medio de las clases, se enfrenta al dilema de actuar correctamente o conseguir dinero por medio del robo, afectando la convivencia de su colegio.
35	CIUDAD BOLÍVAR (Loc. 19)	<i>Santa Bárbara</i>	Casino Colombia	ANIMACIÓN. En el Casino Colombia se juega a diario con los derechos fundamentales de las personas. Una niña campesina, víctima de la violencia debe enfrentar las difíciles condiciones que agobian a miles de colombianos...
36		<i>Quiba Alta</i>	¿A qué horas se despiertan los niños?	DOCUMENTAL. Jazmín es una estudiante de la localidad de Ciudad Bolívar que debe levantarse en horas de la madrugada para ayudar a su madre en la elaboración y venta de arepas, luego va a estudiar y en su colegio encuentra un entorno de afecto y respeto en el que espera construirse un futuro mejor.
37		<i>Arborizadora Baja</i>	El tigre no es como lo pintan	DOCUMENTAL. En Ciudad Bolívar hay una gran riqueza natural, arquitectónica y humana que puede ser desconocida para muchos habitantes de la ciudad. Procesos de agricultura urbana y el Club de Astronomía del Colegio Distrital Arborizadora Baja, son unas pequeñas muestras de un modo particular de ser y aprender en la localidad 19.
38		<i>CEDID Ciudad Bolívar</i>	Réplica del silencio	DOCUMENTAL. La deserción escolar es un problema que enfrenta el sistema educativo por múltiples causas estructurales como la violencia, los problemas intrafamiliares y las elecciones de vida de los mismos estudiantes. Sin embargo, permanecer en la escuela se convierte para cuatro jóvenes de Ciudad Bolívar en un proceso de resistencia contra la adversidad.
39	SUMAPAZ (Loc. 20)	<i>Campestre Jaime Garzón</i>	Planos y perspectivas	DOCUMENTAL. Por medio de la enseñanza-aprendizaje de los planos básicos de composición audiovisual y la remembranza de Jaime Garzón, se hace una mirada crítica a la sociedad colombiana.
40		<i>Gimnasio del Campo Juan de la Cruz Varela</i>	¡Sumapaz! La Bogotá rural y humana	DOCUDRAMA. Cristian es un joven que vive en la localidad de Sumapaz, en donde debe sortear múltiples dificultades geográficas para llegar a su colegio, el lugar en el que aprende y se siente feliz.

