



# **CAPÍTULO 1**

**RECOPIACIÓN DE CONTENIDO PARA  
APLICAR EN EL TALLER DE EDICIÓN  
DE AUDIO Y VÍDEO**



# CAPÍTULO 1

## RECOPIACIÓN DE CONTENIDO PARA APLICAR EN EL TALLER DE EDICIÓN DE AUDIO Y VÍDEO

### 1.1 GENERALIDADES DEL AUDIOVISUAL

#### 1.1.1 LÍNEA DE TIEMPO DEL AUDIOVISUAL<sup>1</sup>

A continuación se presenta la línea de tiempo de los aspectos más destacados de la historia del audiovisual, en los siguientes apartados se explica con detalle estos datos.

1839	Daguerrotipo
1878	Muybridge
1896	Georges Méliès
1926	Baird
1952	Primera Videograbadora
1968	Primera Videograbadora a Color
1969	Grabación Vídeo Doméstico
1970	VCR
1972	Primeras Videotecas
1975	Betamax
1976	VHS
1981	VHD
1987	DI
1988	V8
1990	Cool Edit
1995	DV, DVCAM y DVCPRO
1996	DVD
2000	Windows Movie Maker
2001	Magix Video Delixe
2003	TDT
2003	Audition
2004	Vimeo
2005	Dailymotion y Youtube
2007	Soundcloud
2008	Openshot

Gráfico 1. Línea de Tiempo Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente:  
<http://joanplanas.com/2008/01/14/historia-de-la-imagen-en-movimiento/>

<sup>1</sup> Para más detalles véase ANEXO 3



## 1.2 MEDIOS AUDIOVISUALES

Como parte del aprendizaje que debe tener un diseñador gráfico para saber editar vídeo y audio, se debe partir de la enseñanza de la historia del vídeo, posteriormente explicarles los conceptos de lenguaje audiovisual, montaje y continuidad. Deben investigar también sobre el trabajo que se hace en su país o región. En este caso particular, deben involucrarse en el quehacer de diseño y de cine. Un editor de vídeo no está completamente actualizado si no se empapa de lo que se hace en cine.

Sermeño (2012) menciona que en El Salvador todavía no se le da la importancia que merecen a los audiovisuales, pese a que son invaluable para estudiar la historia reciente del país. El mundo no volvió a ser el mismo desde la invención del cine. Por lo tanto, a partir de 1895, se debe incluir a los elementos audiovisuales como fuente de la investigación histórica, a la que se deben aunar las documentales impresas, para una mayor y mejor comprensión del hecho a investigar.

La tecnología actual nos brinda diferentes opciones para presentar video. En la actualidad predomina el DVD, vídeos en Internet y los formatos digitales. Aunque aun es común encontrarse con formatos como los análogos.

A continuación se presenta un contenido primordial en la enseñanza de edición y ese es el de la historia acerca de los medios audiovisuales. Todo comienza con el cine, el medio tecnológico masivo más antiguo después de la prensa y el primero que incorpora la ilusión del movimiento. Su vocación hacia el entretenimiento es la que dirige los pasos de su producción y el tipo de relación que ha creado con el público. Ofrece grandes ventajas a la publicidad en buena parte derivadas de las condiciones de recepción, pero la presencia publicitaria en este medio siempre ha sido limitada, seguramente porque se financia a través de otra fuente, el pago por la entrada en la sala.

*Daguerrotipo:* El daguerrotipo, también conocido como "daguerreotipo", fue el primer procedimiento fotográfico anunciado y difundido oficialmente en el año 1839.



*Muybridge*: Exitoso fotógrafo inglés radicado en San Francisco, es el primero en registrar el movimiento de seres vivos, reproducirlo e incluso proyectarlo. La aportación al cine que Muybridge realizó fue posible gracias a una apuesta. El millonario americano Leland Stanford era aficionado criador de caballos, él tenía la teoría de que un caballo a galope en cierto momento tenía las cuatro patas al aire. Para ello contrató a Muybridge y le ofreció utilizar su caballo "Occidente" para la prueba. Diseñó disparadores electromagnéticos que se activaban al paso del caballo, esto hizo posible el registro de 12 imágenes durante el recorrido, para luego convertirse en 24 en una segunda toma. Estas fotos fueron proyectadas para la prensa de la época, causando gran revuelo. El mecanismo de proyección fue mediante un aparato basado en el fenakistoscopio y la linterna mágica. Su trabajo es de gran importancia para el cine ya que es la primera serie de fotografías que descompone el movimiento rápido (Memorias del Cine, 2008).

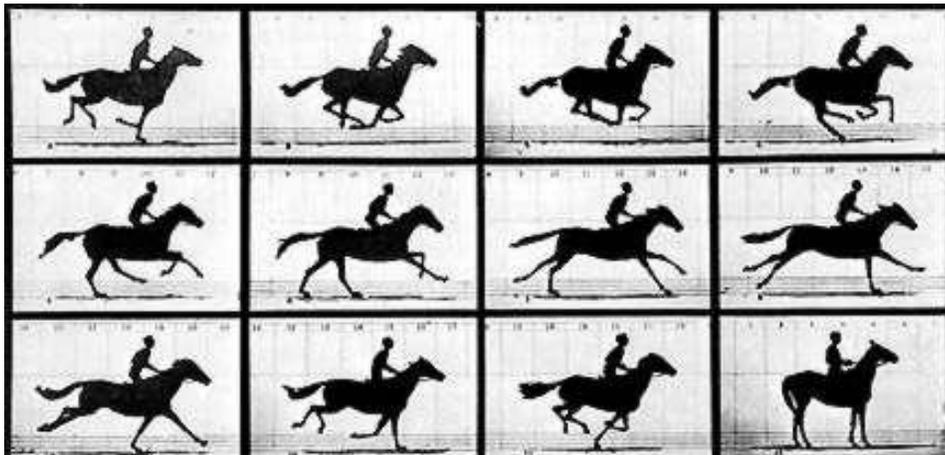


Gráfico 2: El Caballo de Muybridge Fuente:

[http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/dd/Muybridge\\_race\\_horse\\_animated.gif](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/d/dd/Muybridge_race_horse_animated.gif)

### 1.2.1 Georges Méliès

Algunos anunciantes experimentaron con el cine en los primeros años, pero tuvieron que esperar a que el medio probara a su vez su capacidad para sorprender, hacer reír o soñar. El pionero fue Georges Méliès, que rodó filmes llenos de imaginación en los que los productos se transformaban y el mensaje se transmitía de una manera sorprendente.



No obstante, los medios que se ponían a disposición eran muy rudimentarios y las condiciones de proyección tardaron mucho tiempo en favorecer la creación de la publicidad cinematográfica. Hasta la década de los cincuenta, lo habitual era utilizar diapositivas que se acompañaban de música y trucos de color, o bien pequeños documentales patrocinados en los que aparecía el nombre del fabricante o imágenes alusivas a su actividad. Los dibujos animados impulsaron el desarrollo del cine publicitario e intercambiaron nombres famosos, como el de Walt Disney, que se inició como dibujante de publicidad, y antes King Vidor, director de varios anuncios para Ford (Historia de los Medios Audiovisuales, 2008).

Un efecto incuestionable de la aparición de televisión es que el resto de los medios se resienten. En ella se concentra la inversión en productos de consumo debido a su rapidez y capacidad para conseguir cobertura y frecuencia. Los sectores que antes elegían la radio (alimentación, limpieza y hogar) se llevan gran parte de sus presupuestos a la televisión. También ocurre con muchos clásicos de las revistas, que incluían además ropa, complementos y productos de higiene personal. A cada medio se incorporan otros anunciantes pero, una vez más, el efecto final es que el mercado se transforma para reajustarse, como el estudiante podrá ver más adelante de la misma manera sucede con la Internet en la actualidad.

En el mundo se hacían pruebas para crear la televisión, y en El Salvador se hacían unos cuantos pininos. La investigación histórica en El Salvador resulta problemática por la ausencia de fuentes en algunas áreas, por ejemplo dibujos y pinturas coloniales, grabados o textos de temas específicos. (Sermeño, 2012). Por eso la mayoría de connacionales no sabe de la existencia de nuestra cinematografía, a partir de las vistas de 1898, en que el país quedó plasmado en imágenes visuales, porque todavía no había cine sonoro, pero en movimiento. En 1917 en el Teatro Principal se pudo ver la erupción del volcán de San Salvador y la terrible destrucción de la Ciudad por el terremoto causado por la mencionada erupción volcánica. Aproximadamente una hora de cine nacional reflejando una realidad nacional; filmada por el equipo de cámaras del propio Teatro Principal. En 1923 y 1924 se filmaron las fiestas agostinas. Una película de tales festividades, de largo metraje, se exhibió exitosamente en



nuestro país, en Guatemala y en Honduras. Luego en 1927 se filmó el primer largometraje de ficción estrictamente nacional, evidentemente era mudo. Lo realizó Virgilio Crisonino se llamó Águilas Civilizadas. Fue un gran éxito de taquilla.

### **1.2.2 Orígenes de la Televisión**

El gran paso mediático para el audiovisual se produce con la aparición de otro medio basado en una tecnología distinta: la electrónica. Los televisores convierten las ondas de la radio en imágenes y sonidos. Esto no sería más que una cuestión técnica si no fuera porque con ello personas de todo el mundo pueden ver un acontecimiento al mismo tiempo.

#### *Baird*

En este período que va desde 1925 a 1939 nos encontramos con una serie de aportaciones que son aplicables a la televisión. Ya durante el siglo XIX se tenía una concepción de que se podía transmitir la imagen. El gran difusor e impulsor de la televisión fue el británico BAIRD, que logró conseguir el dispositivo de televisión mecánica. La televisión electrónica sigue un camino diferente. (Comunicación Audiovisual. 1999 p 15)

En El Salvador, desde 1956 en la televisión, para 1962 tenía más de la mitad de programación nacional en vivo, con programas de comedia, musicales, deportivos, concursos, debates universitarios, telenoticieros y telenovelas. Tres canales habían para treinta mil televisores: el 4, el 6 y el 8. Por supuesto fue casi traslado de la radio a la imagen visual en todo caso. La radio ofrecía la misma oferta desde la década de 1940, aunque había nacido en 1926, en una lenta pero paulatina evolución. Casi todo con talento nacional en todas las áreas (Sermeño, 2012).

### **1.2.3 Video**

El vídeo, hace referencia a la captación, procesamiento, transmisión y reconstrucción de una secuencia de imágenes y sonidos que representan escenas en movimiento. Etimológicamente la palabra video proviene del verbo latino ‘videre’, y significa “yo veo”.



*Primera Videgrabadora:* El videotape o cinta de video registra tanto imágenes visuales como sonoras; sin embargo, el término hace referencia sólo al ámbito visual. El video nació a finales de la década de los 50 como una tecnología estrechamente relacionada con la televisión ya que permitía la emisión de programas y retransmisiones en diferido, o lo que es lo mismo, evitaba que la programación fuese siempre en directo.

#### *Primera Videgrabadora a Color*

*Grabación Vídeo Doméstico:* En 1968, Sony produce el “portpack”, la primera cámara portátil comercializada, la precursora de las actuales y modernas cámaras digitales que hoy en día nos permiten inmortalizar cualquier situación e incluso compartirlas con los demás a través de sitios como Youtube.

*VCR:* A partir de 1970 Philips lanza el sistema VCR y otorga facilidades de utilización al ciudadano común, que encuentra nuevas posibilidades de uso al registrar experiencias cotidianas, videos chistosos, situaciones familiares y sociales, videos musicales y, prácticamente todo lo que se nos ocurra. Hoy en día es difícil entender nuestras vidas sin el vídeo. Las videocámaras han ganado en calidad de imagen, son digitales y están integradas en dispositivos portátiles como el teléfono móviles o el Notebook.

*Betamax:* El formato pionero de Sony tuvo el mercado de la vídeograbación para él solo durante casi un año, hasta que se lanzó el formato VHS, creado por JVC y Matsushita (Panasonic), iniciándose una verdadera guerra de formatos. Betamax originalmente solo ofrecía una hora de grabación, mientras VHS (Video Home System) daba 2 horas. Esa diferencia fue crucial. Con el tiempo se inició una guerra de precios por dominar el estándar.

*VHS:* La anatomía de un video-casete VHS, comprende dos carretes internos y el recorrido de la cinta (este diseño básico es usado para todos los casetes de audio, de video o de datos).

*DVD:* Ya para 1996 nos adentramos a la nueva era del vídeo, la informática, la era digital dio paso a DVD-Video que es un formato de video de consumo usado para almacenar video



digital en discos DVD, y es actualmente el formato de video de consumo dominante en Estados Unidos, Europa y Australia. Los discos que usan la especificación DVD-Video necesitan de una unidad de DVD y un decodificador MPEG-2 (por ejemplo, un reproductor de DVD o una unidad de DVD de computadora con un software de reproducción de DVD). Las películas en DVD comerciales son codificadas usando una combinación de video MPEG-2 comprimido y audio de formatos diversos.

### **1.2.4 Softwares de Edición**

La herramienta principal de trabajo de cualquier montador o editor de vídeo son los softwares de edición, cosa que no era así hasta hace 20 años, cuando los montadores debían utilizar otras herramientas como videocaseteras, y mucho antes en el tiempo el trabajo de montaje se hacía recortando con tijeras las cintas, y pegándolas con pegamento o con cinta adhesiva. Eso afortunadamente ha cambiado, y ahora los diseñadores gráficos pueden hacer también las veces de montadores, pues se les facilita debido a que están familiarizados con la utilización de computadoras para todo tipo de trabajo que hacen.

*Cool Edit:* En 1990 aparece el primer software de utilización casera para la edición de audio y sonidos, servía para crear pistas musicales y efectos, era bastante fácil su uso, y en algunos años Adobe adquiriría sus derechos para crear el Audition. La compra del programa por Adobe se produjo en mayo de 2003 por 16,6 millones de dólares. Adobe Audition es una aplicación en forma de estudio de sonido destinado para la edición de audio digital de Adobe Systems Incorporated que permite tanto un entorno de edición mezclado de ondas multipista no-destructivo como uno destructivo, por lo que se lo ha referido como el "cuchillo suizo multiuso" del audio digital por su versatilidad.

*Windows Movie Maker:* Microsoft creó el primer software de utilización casera para la edición simple de video, que contiene características tales como efectos, transiciones, títulos o créditos, pista de audio, narración cronológica, etc. Los nuevos efectos y transiciones se pueden hacer con las ya existentes, se pueden modificar mediante código XML..



*Adobe Premiere:* Fue introducido al mercado el 1 de noviembre de 2008, y es el software más utilizado por montadores, por su carácter autodidacta, y por la simplicidad de su utilización. Hay que tener en cuenta que el video es muy complejo, así que se necesita bastante espacio para almacenar todo lo que se capture para la edición, y también se necesita que la computadora cuente con una tarjeta de video para que pueda mostrar con fluidez la previsualización y todo se pueda reproducir sin cortes ni ralentizaciones.

Lo anterior permitió que en El Salvador surgiera también una gran cantidad de material audiovisual. Aunque muchos materiales han desaparecido, algunos en gran escala como los destruidos en la televisión educativa durante el gobierno de José Napoleón Duarte, por su ministro de comunicaciones y los centenares en el pavoroso incendio de las instalaciones del canal 4, ocurrido hace unos años. Sin embargo, juntando en la Universidad de El Salvador, en la Escuela Superior Mónica Herrera y en los canales de televisión, se pueden encontrar valiosos materiales audiovisuales de todo tipo, al igual que en casas particulares de los descendientes de los pioneros (Sermeño, 2012).

### **1.3 SPOT PUBLICITARIO**

El estudiante<sup>2</sup> debe tener una noción de la historia del spot, además de reconocer los factores que influyen en la selección de escenas, musicalización etcétera, como por ejemplo el principal factor es el público objetivo. El spot es un anuncio creado específicamente para televisión, se implanta durante décadas como la forma tradicional de aparición de los anunciantes. Durante un tiempo las cadenas se plantean libremente la forma de organizar la presencia de estos anuncios durante la emisión hasta el llegar a la regulación de la publicidad en el medio y a la firma de acuerdos para hacer compatibles los derechos de todos los implicados (García-Clairac, 2005, p 29).

*Primer Spot:* WNBC transmitió el primer spot de la historia el 1 de julio de 1941. La empresa fabricante de relojes Bulova pagó 4 dólares para un espacio en la estación de televisión WNBC antes de un partido de béisbol entre los Dodgers de Brooklyn y los Phillies de

---

<sup>2</sup> Para conocer más datos sobre el spot publicitario véase el Anexo 4



Filadelfia. El spot de 10 segundos muestra una imagen de un reloj en un mapa de los Estados Unidos, acompañado por la voz en off que dice "Estados Unidos corre en el tiempo de Bulova"

## **1.4 SPOT EN INTERNET**

La web aumenta por el tráfico de los usuarios que entran y hacen clic en los enlaces de la misma, logrando así la publicidad. La promoción de una web se realiza con el aumento de usuarios que la visitan, y que cada clic genera un nuevo usuario en los buscadores de forma secuencial y en un punto determinado en el mundo. Por lo que el hecho de publicidad en Internet descansa en los clic que realiza el usuario y la información de imagen y texto que recibe. Existen redes comercializadoras de sitios verticales que proporcionan gran diversificación y alcance a los anunciantes. No debemos pensar que la publicidad en Internet sólo puede ser en algunos sitios, sino que todo sitio es potencialmente comercial (González y Ortiz, 2007, p 34). Internet se ha convertido en el medio más medible y de más alto crecimiento en la historia. Actualmente existen muchas empresas que viven de la publicidad en Internet. Además, existen muchos valores que la publicidad interactiva ofrece tanto para el usuario como para los anunciantes.

### **1.4.1 Publicidad en Internet**

La publicidad en Internet tiene como principal herramienta la página web y su contenido, para desarrollar este tipo de publicidad, que incluye los elementos de: texto, link o enlace, banner, web, weblog, blog, logo, anuncio, audio, vídeo y animación; teniendo como finalidad dar a conocer el producto al usuario que está en línea, por medio de estos formatos. Aunque estos son los formatos tradicionales y principales, se encuentran otros derivados de la web que surgen a medida que avanza la tecnología, como: videojuego, messenger, descarga (download), interacción con sms para celulares desde internet, etc.

### **1.4.2 Sitios para Compartir Audio y Vídeo**

Todo montador debe conocer cuáles sitios web soportan qué tipos de formatos, qué peso en bytes, y qué tipo de vídeo, si es comercial, artístico, o de noticias por ejemplo.



*Youtube y Vimeo:* Los pioneros en sitios web sobre videos, tienen muchas diferencias entre sí, por lo que el más conocido es YouTube, veamos Vimeo es una red social de Internet basada en videos, lanzada en noviembre de 2004. El sitio permite compartir y almacenar videos digitales para que los usuarios comenten en la página de cada uno de ellos. Los usuarios deben estar registrados para subir videos, crear su perfil, cargar avatares, comentar y armar listas de favoritos.

Dailymotion es un servicio de hospedaje de vídeos en Internet, con sede en París, Francia. Su dominio fue registrado un mes después que el de YouTube. Dailymotion, a diferencia de youtube, se especializa en cortometrajes de creación semi-profesional, no en videos de shows de televisión (aunque este contenido es frecuente); por lo que con la ayuda del software Audible Magic, ha puesto en ejecución sistema acústico del tipo de "huella dactilar" que puede detectar vídeos con derechos de autor y no publicarlos.

Hay que hablar también un poco de SoundCloud, que es una plataforma de distribución de audio on-line en la que sus usuarios pueden colaborar, promocionar y distribuir sus proyectos musicales. Aquí los usuarios comparten música original, mixes, remixes, mashups. Este espacio puede ser utilizado por anuncios de audio, es decir aquellos que posiblemente fueron creados para radio. Lo que hay que tomar en cuenta es que también este sitio no admite el hospedaje de obras si el usuario no es el autor.

### **1.4.3 Anuncios de vídeo**

La internet tiene muchas clasificaciones de sitios, redes sociales, blogs, foros, y muchos más que se valen de banners, animación, paid to click. Y entre ellos los anuncios de video, que son equivalentes a los anuncios para televisión, con la diferencia de que tienen más variedad de formatos para su realización y publicación en la web, y pueden ser: grabados con cámaras de televisión, digitales y de vídeo, luego bajados a la computadora y editados con el software adecuado; y hechos en flash, de imágenes fijas, estáticas, o de movimiento, con o sin audio, y con música de fondo. Su duración puede ser de 30 s a 2 min. Las webs portales de vídeo como



YouTube, Vimeo o DailyMotion son las determinadas para crear las campañas virales, ya que los usuarios que tienen blogs, copian y pegan el embed<sup>3</sup> del vídeo viral (Pezzinie, 2002).

Dirigir esta publicidad es muy efectivo, y relativamente barato. Se usa una combinación de varias estrategias, incluyendo imágenes y reseñas en páginas web relacionadas, hipervínculos, grupos de noticias, anuncios por correo electrónico, etcétera. Los medios cada vez más están confiando en los medios electrónicos para la publicidad, ya que son de fácil acceso y edición. Una campaña de medios dirigida por Internet le puede ahorrar tiempo y dinero a un departamento de publicidad al eliminar la necesidad de laborioso y costoso trabajo.

Muchas compañías tienen direcciones en la red, sin embargo, éstas no constituyen formas de publicidad sino de imagen corporativa. Son los accesos a estas páginas y los anuncios de las compañías los que son una verdadera publicidad.

De acuerdo a un estudio publicado en el sitio MediaPost, la publicidad en los vídeos de internet funciona mejor que en televisión. La variable clave a la hora de medir esto es la atención, que según la investigación, es mucho mayor en los internautas tanto en el contenido - un 25% más - como en los anuncios, un 47% más. Además apunta a que hay más atención a los anuncios online que a los que aparecen en los medios impresos. El estudio lo ha realizado Simmons en Estados Unidos con encuestas a un total de 74996 individuos.

Claro que el estudio - los datos en MediaPost - no profundiza en las causas de por qué la publicidad en los vídeos de internet funciona mejor que en televisión. Por supuesto hablamos de anuncios dentro del contenido, sin distinguir entre Pre-roll o superpuestos. En el factor atención influyen bastantes variables, entre ellas el que el usuario espere que haya un anuncio, que sea dicho a la hora de hacer zapping o el grado de intrusión de la publicidad y la impresión que da es que el estado inicial de la publicidad en el vídeo por internet, es pronto para alcanzar grandes conclusiones. En todo caso, la puerta está abierta a la entrada de los anunciantes de la televisión en internet. Y esto supondría una entrada muy fuerte de dinero que

---

<sup>3</sup> Un embed es un código de viaje de una página a otra.



muchos actores están deseando pescar, desde Joost y Youtube para la publicidad de la mano de los grandes estudios.

## **1.5 AUDIOVISUAL EN EL SALVADOR**

Ya se dio una aproximación a la historia del audiovisual en el país en el primer punto dónde se habla de la historia universal del audiovisual, ahora hay que ver que en los últimos 115 años desde que el primer cine proyectó la primera película en el país, 115 años de historia nacional quedaron reflejados visual y audiovisualmente, además de en los libros, periódicos y revistas. Entre los materiales es impresionante ver el desfile de Lindbergh, los primeros vuelos de aviones, el rostro y la voz de Maximiliano Hernández Martínez, filmes bíblicos con actores nacionales, la belleza y talento de la primera gran estrella del cine nacional Isabel Dada; Paco Loucel y Eugenio Acosta buscando oro en el río Acelhuate y sobre todo; el país, las ciudades, los paisajes, el progreso, las tragedias a causa de la naturaleza, las ventas callejeras, los edificios, los ostentadores del poder político y económico, la evolución de la sociedad salvadoreña, la moda, los zapatos, los sombreros femeninos y masculinos y, la pobreza y la miseria. Todo ello adornado de lo mejor en anuncios publicitarios con figuras del espectáculo nacional e internacional. Estas fuentes dicen mucho, pero mucho, para los investigadores (Sermeño, 2012).

Como dice Gutfreund (2012), el pasado audiovisual de El Salvador está sobre todo ligado a la Televisión, pues como hace ver ya los cines están desapareciendo, y sólo quedan salas de proyección en San Salvador, mientras que en el interior del país han sido cerradas tras declararse en quiebra. Los espacios de televisión que están abiertos a estas oportunidades son los de la cadena TCS, Canal 12, Canal 8, los de la cadena de Megavisión, y el Canal 10 que es el único canal estatal. En todos trabajan productores, presentadores, y lo que interesa para este estudio editores. Estos editores han desempeñado su trabajo de manera didáctica, es decir que lo han aprendido con el tiempo, o que comenzaron con el trabajo de gaffer, y conforme iban adquiriendo más experiencia, aprendían el oficio del editor. Significa que no ha existido en el país un estudio específico para que todos estos profesionales del audiovisual acudan a aprender el arte del montaje, que pidiendo las disculpas del caso, dista mucho del trabajo de



editor que se realiza en televisión por muy mérito que eso tenga. Está el caso de los editores de agencias publicitarias que son en su mayoría diseñadores gráficos que aprendieron también el oficio de manera autodidacta, ya sea que lo aprendieran por sí mismos o que les enseñaran sus compañeros de trabajo. En este caso también es necesario decir que el trabajo de edición en publicidad dista demasiado del arte del montaje, que en cierta manera sólo puede ser enseñado por profesionales de las artes plásticas. Pues como se verá más adelante, el montaje juega con imágenes y sonido, y el trabajo de la imagen es la ventaja que un artista plástico puede aportar a la sociedad.

Se puede concluir entonces, que la dinámica audiovisual en El Salvador ha estado ligada a la televisión con unos esfuerzos dispersos de profesionales que no pueden llevar sustento a la casa si se trata de cine en específico, y otros que se han dedicado a la publicidad. Hecho que evidencia la necesidad de realizar un taller de edición de vídeo y audio profesional con enfoque artístico, y trabajo limpio de la imagen.

## **1.6 LENGUAJE, MONTAJE Y CONTINUIDAD EN EL AUDIOVISUAL**

A continuación se presenta el contenido específicamente en el trabajo de la imagen y el sonido, detalles también sobre rodaje y posproducción que todo montador debe saber para ejercer su profesión. Hay que prestar mucha atención a que el contenido es amplio, y ha sido resumido a su menor expresión para que sea asimilado por los estudiantes en un taller que no sea mayor a 12 jornadas de estudio de 4 horas cada una, y que sea complementado por el CD Interactivo propuesto para esta actividad en la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador. En el siguiente capítulo se podrá ver cómo estos contenidos han sido jerarquizados en 5 lecciones diferentes, y la manera en que estos 3 contenidos son destacados en todo el CD Interactivo.

### **1.6.1 LENGUAJE AUDIOVISUAL**

Este concepto es primordial para la enseñanza de la edición de audio y vídeo. El lenguaje audiovisual es un idioma de imágenes con sonido, significa que es muy parecido a la realidad,



y ese parecido debe respetarse para la comprensión del audiovisual. Es decir que un audiovisual comprendido a medias, tiene un lenguaje mal hablado (Bettetini, 1986).

El montaje debe llevar una secuencia lógica, comprensiva de contar un relato. No es como la edición de noticias, que se hace en 5 minutos, y sólo sirve para informar. El lenguaje audiovisual es un lenguaje para expresarse. Eso es lo primero que debe comprender todo montador, antes de sentarse a “editar”. Existen dos tipos de audiovisual, que se clasifican por su lenguaje:

### **1.6.1.1 El audiovisual narrativo**

El encuentro del audiovisual y de la narración. La excelente relación de los dos no era tan evidente al principio: en los primeros días de su existencia, el audiovisual no estaba destinado a convertirse en masivamente narrativo. Podría haber sido un instrumento de investigación científica, un útil del reportaje o el documental, una prolongación de la pintura, o simplemente una distracción ferial efímera. Estaba concebido como un medio de registro que no tenía vocación de contar historias con procedimientos específicos.

### **1.6.1.2 El audiovisual no narrativo:**

El audiovisual narrativo es hoy el dominante, al menos en el plano del consumo. Por lo tanto, no se debe asimilar audiovisual narrativo y esencia del cine, puesto que con ello se desprendería el lugar que han tenido, y que aún tienen en la historia del cine, los filmes de «vanguardia», «underground» o «experimentales» que se definen como no-narrativos.

Por último, para que un audiovisual sea plenamente no-narrativo, tendría que ser no representativo, es decir, no debería ser posible reconocer nada en la imagen ni percibir relaciones de tiempo, de sucesión, de causa o de consecuencia entre los planos o los elementos, ya que estas relaciones percibidas conducen inevitablemente a la idea de una transformación imaginaria, de una evolución ficcional regulada por una instancia narrativa.

Lo narrativo no es lo audiovisual ni a la inversa. Se definirá a lo audiovisual como lo que tan solo puede aparecer en el video, y que constituye por tanto, de forma específica, el



lenguaje audiovisual en el sentido limitado del término. Es decir lo que aparecerá en el audiovisual que contribuya a comprender la historia, independientemente que exista partes incompletas, siempre y cuando se forme la diégesis (Castillo, 1997).

- *El relato*: es el mensaje en su materialidad, el texto narrativo que se encarga de contar la historia.
- *La narración*: es el acto narrativo del productor y, por extensión, el conjunto de la situación real o ficticia en la que se coloca. Se refiere a las relaciones existentes entre el mensaje y la enunciación tal como se pueden leer en el relato: no son, por tanto analizables más que en función de las huellas dejadas por el texto narrativo.
- *La historia o la diégesis*: Se puede definir la historia como el significado o el contenido narrativo. Se trata de elementos ficticios, sugeridos de lo imaginario, ordenados unos con relación a los otros a través de un desarrollo, una expansión y una resolución final, para acabar formando un todo coherente y la mayor parte del tiempo enlazado.. Se organiza en secuencias de acontecimientos. La diégesis es la historia comprendida como pseudo-mundo, como universo ficticio cuyos elementos se ordenan para formar una globalidad. El último significado del relato. Es decir que la diégesis es la historia que se hace el espectador a partir de lo que mira en el relato audiovisual (Chatman, 1990).

### **1.6.1.3 El realismo en el audiovisual**

Cuando se aborda la cuestión del realismo en el cine, es necesario distinguir entre el realismo de los materiales de expresión (imágenes y sonidos) y el de la temática del filme. Entre todas las artes y los modos de representación, el audiovisual aparece como uno de los más realistas, puesto que puede reproducir el movimiento y la duración, y restituir el ambiente sonoro de una acción o de un lugar.

#### **1.6.1.3.1 El realismo de la temática o Lo verosímil**

Lo verosímil se refiere a la relación de un texto con lo que puede creer la opinión pública, a su relación con otros textos y también al funcionamiento interno de la historia que cuenta.



*Lo verosímil:* Lo verosímil puede, de entrada, definirse en su relación con la opinión pública y las buenas costumbres: el sistema de lo verosímil se dibuja siempre en función de la decencia. Sólo se juzgará verosímil una acción que puede ser asimilada a una máxima, es decir a uno de esos modelos prefijados que, bajo la forma de imperativos categóricos, expresan lo que es la opinión pública. Lo paradójico es a menudo inverosímil porque va en contra de la opinión pública, de la doxa. Pero ésta puede variar, y lo verosímil con ella, y sobre todo le es permitido a la publicidad.

*Lo verosímil como fin de la diégesis publicitaria:* Si lo verosímil se define en relación con la opinión pública, o con las máximas de la sociedad, se define también (de forma paralela) en relación con los textos, dado que éstos tienden siempre a segregar una opinión pública por su convergencia. Lo verosímil de un spot depende mucho de los realizados anteriormente: se juzgará verosímil lo que se habrá visto en una obra anterior.

## 1.6.2 ELEMENTOS AUDIOVISUALES

### Elementos Audiovisuales

<i>Escenografía</i>	<i>Cámara</i>	<i>Iluminación</i>	<i>Sonido</i>	<i>El actor</i>
Son todos aquellos elementos que, como el decorado o el vestuario, contribuyen a crear el ambiente de la escena. La escenografía es un arte que relaciona la arquitectura, la pintura y a los personajes (el teatro) en función de la representación	Además de ser el elemento en donde se aloja la película, permitiéndonos registrar las imágenes, es aquí donde se establecen los distintos encuadres y la cantidad de luz que necesita la misma. Esto es realizable mediante el objetivo. En la cámara	Sin la luz no existiría la fotografía y por lo tanto no existiría el cine, pero la iluminación no solo es una cuestión técnica. En cine el encargado de esta área es el Director de fotografía, y por él pasan decisiones estéticas que pueden afectar notablemente el trabajo final. La iluminación es	Es otra de las áreas que erróneamente se suele considerar solo en el orden de lo técnico. Si bien su dominio implica un profundo conocimiento técnico, la banda sonora (Tratado de Musicales; Schaeffer, Pierre; Alianza Música, Madrid, 1966)	La caracterización y expresividad del actor son los recursos más accesibles para hacer entender al espectador nuestra historia o nuestro mensaje. Desde ya no es posible abordar, ni siquiera mínimamente, los aspectos del arte escénico en nuestra materia.



<p>escénica.</p>	<p>también se establece la cadencia (velocidad de transporte) Normalmente está montada sobre un trípode o algún otro aparato que permite su fijación o su desplazamiento (travelling). Los planos, así como los movimientos se indican en el guión técnico.</p>	<p>utilizada para dar la sensación de volumen a las imágenes que solo existen en dos dimensiones. Mediante la iluminación establecemos situaciones temporales (día, noche, etc.), pero una de las funciones más importantes es la de provocar determinados estados de ánimo en el espectador (penumbra, encandilamiento, calidez, frialdad, etc.). Además los cambios en la iluminación permiten indicar acciones que transcurren en el fuera de campo (una ventana o puerta que se abre, un automóvil que se acerca, etc.).</p>	<p>permite una amplia gama de posibilidades a la hora de volcar cuestiones artísticas o generadoras de mensaje (en términos de comunicación). En la banda sonora existen cuatro cadenas de lenguajes<sup>6</sup> que interactúan entre sí y obviamente actúan en la concepción general de la historia a contar. Estas son: Diálogos, Naturaleza (Ambientes), Ruidos (FX) y Música. Existe aquí relaciones fondo figura que se deberán tener en cuenta, además de la capacidad de producir sensaciones en el espectador a través del sonido.</p>	
------------------	---	--	---	--

Tabla 1 Fuente: Rummel, Paraninfo (1998) Elaboración: Milton Torres Caceros



## **1.7 EL MONTAJE**

La parte más importante para cualquier editor, o aquel estudiante que aspire a ser uno de los mejores debe poner mucha atención al concepto de montaje. Montaje es conjugación de movimientos. Movimientos en el espacio y en el tiempo. Y los movimientos cinematográficos necesitan del ritmo. Esta es otra de las disciplinas en donde lo técnico convive con lo creativo. El montaje puede realzar la forma de contar una historia o por el contrario puede hacer indescifrable la trama u originar un ritmo lento que no coincida con el tipo de discurso que se quiere dar. El montaje requiere tres etapas en la realización de un film: Guión técnico; Rodaje y Compaginación (Sánchez, R., Aquis, 1991, p 40.)

### **1.7.1 ETAPAS DEL MONTAJE**

La creación del montaje supone tres etapas:

- 1) Guión técnico: es la creación imaginativa de un film, redactado en un lenguaje técnico, que especifica y describe cada una de las tomas que habrán de filmarse.
- 2) Rodaje o filmación: cada toma, en el orden que convenga, es puesta en escena y captada por la cámara.
- 3) Compaginación: ordenación despunte, armado de todo el material filmado, sincronización con sonido, etc. Es común utilizar el término montaje en lugar de compaginación o edición, pero es preciso aclarar sus diferencias.
  - Montaje: es un término destinado a indicar la naturaleza específica de la obra audiovisual como la necesidad o exigencia del espectáculo fílmico de estar fraccionado en planos o tomas. Es por lo tanto un término estético que lejos de referirse a una etapa del proceso creativo, los abarca a todos por igual. El montaje está en la mente del realizador desde el momento que se empieza a concebir un film.
  - Compaginación: es el conjunto de operaciones destinadas a ordenar, cortar y ajustar sincrónicamente un material filmado. Se le llama también edición.

La comprensión de estas etapas supone para el editor que aunque no tenga el trabajo de director del audiovisual, debe tener sí mucha sensibilidad al proceso a partir del guión técnico,



hasta el momento que se sienta a montar, y mantener y respetar la visión del director (Sánchez Biosca, 2001).

### 1.7.2 Métodos de Montaje (Eisenstein, S., 1986, p 45)

- Montaje métrico

El criterio fundamental para esta construcción es la longitud de los trozos. La realización está en la repetición de estos compases.

- Montaje rítmico

Aquí el contenido dentro del cuadro es un factor con el mismo peso que la longitud del trozo.

### 1.7.3 Ejes y recorridos: Movimientos del personaje

*Eje de acción:* es la línea imaginaria que describe el objeto en movimiento.

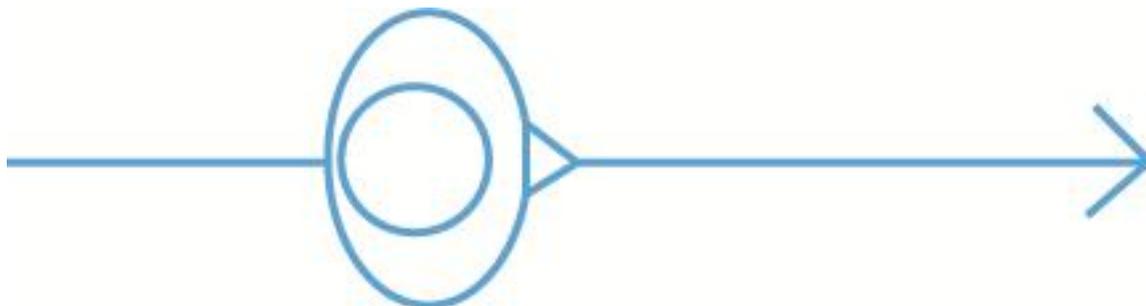


Gráfico 3. Eje de Acción (Milton Torres Caceros) Fuente: Eisenstein (1986)

Para poder dar la sensación de que el personaje camina en forma rectilínea en varias tomas sucesivas, se debe tener en cuenta la dirección del personaje en el cuadro.

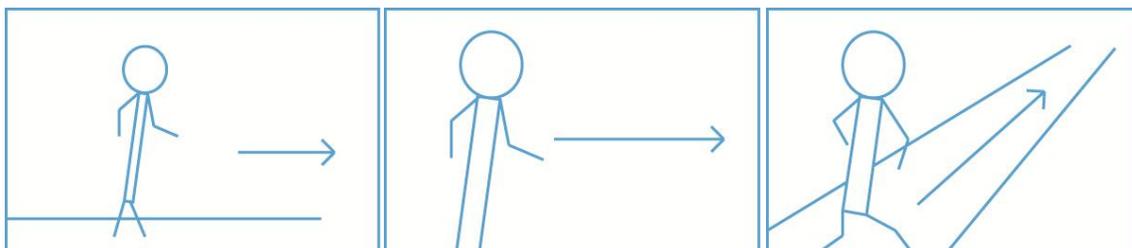


Gráfico 4. El Personaje Camina (Milton Torres Caceros) Fuente: Eisenstein (1986)



Para mantener este sentido se utiliza la técnica del semicírculo. Las cámaras se disponen en forma radial sobre el eje. El salto de este eje cambiaría la dirección del personaje en el cuadro. El cruce de este eje, si la toma lo exige, debe ser justificado con un movimiento que cruce el eje en la misma toma.

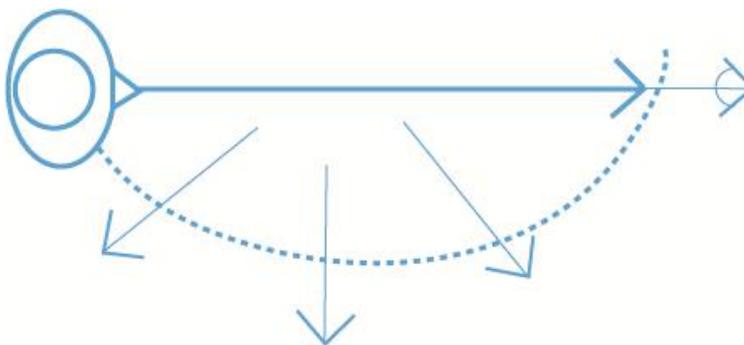


Gráfico 5. Técnica del Semicírculo (Milton Torres Caceros)  
Fuente: Eisenstein (1986)

*Viaje rectilíneo en tomas opuestas*

Sería el equivalente a una panorámica con cámaras fijas. Aunque aquí va a existir una salida de cuadro y una entrada a cuadro que hay que tener en cuenta.

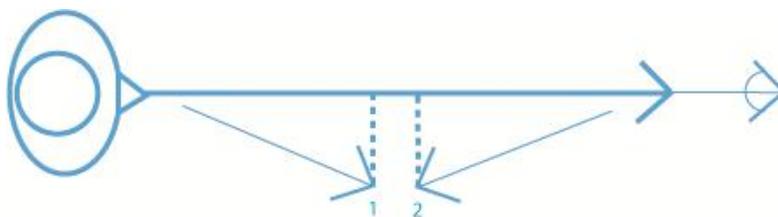


Gráfico 6. Viaje Rectilíneo (Milton Torres Caceros) Fuente: Eisenstein (1986)

Se deben filmar con la salida y la entrada a cuadro siempre.

Si la distancia (D) varía no existirá suavidad en el corte y la percepción del viaje rectilíneo no está asegurada.

Las salidas de cuadro se deben dar por un lado y las entradas por el lado opuesto.

En el caso del movimiento sobre el eje se debe conservar este criterio.

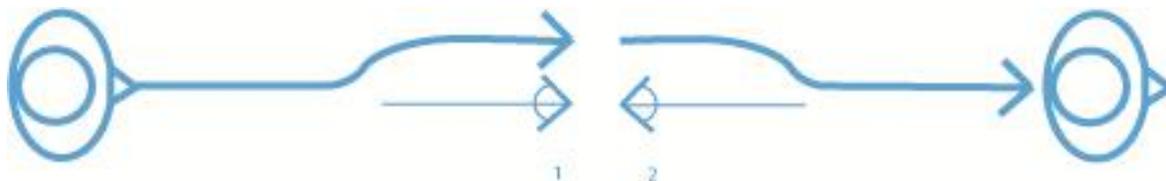


Gráfico 7. Salida de Cuadro (Milton Torres Caceros) Fuente: Eisenstein (1986)



Jump Cut: Es el salto que se produce en un corte cuando el cambio de posición de cámara es tímido o escaso y el cambio de imagen es innecesario. El desplazamiento no se justifica en un ángulo menor a 40°. Además debe existir cambio en la distancia o en el tamaño de plano.

*Posiciones de cámara sobre sujetos quietos:* En el caso de las escenas en una sala de conferencias o espectáculo también se debe establecer un eje y las condiciones para cruzarlo son las mismas que para los

casos anteriores. Salvo en la posición de cámara (4b) en la que se conserva la dirección y aunque se salto el eje el plano es similar al del lado correcto del eje si tuviese un teleobjetivo.

*Eje de acción entre personas quietas:* También aquí son esenciales las posiciones de cámara teniendo en cuenta lo visto hasta ahora. Aquí se trata de conservar la dirección del movimiento intencional entre diversos sujetos. El principal de tales movimientos es la mirada.

Dos personas que aparezcan en una escena, relacionadas, crean una línea imaginaria que las une (eje de acción).

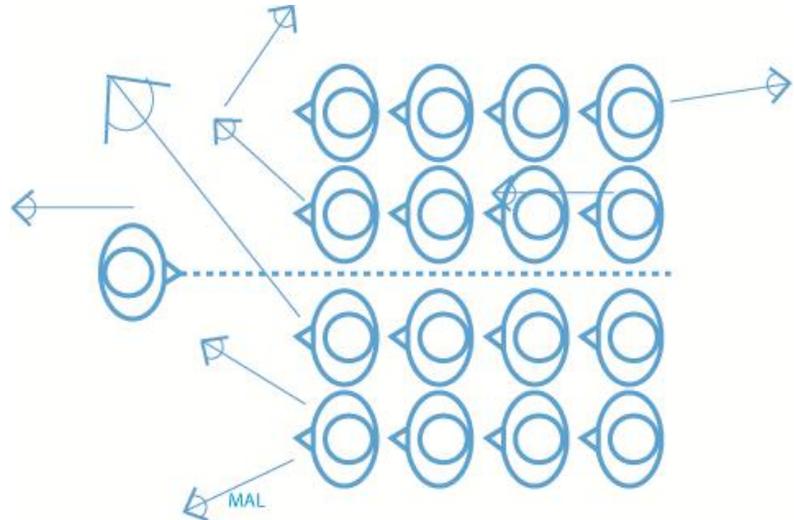


Gráfico 8. Posiciones de cámara sobre sujetos quietos (Milton Torres Caceros) Fuente: Eisenstein (1986)

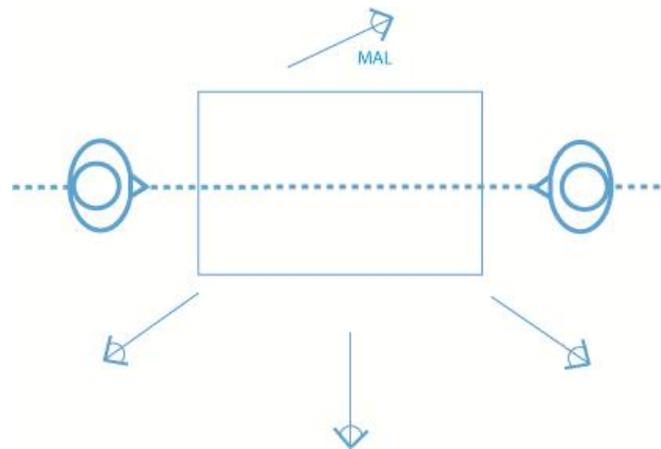
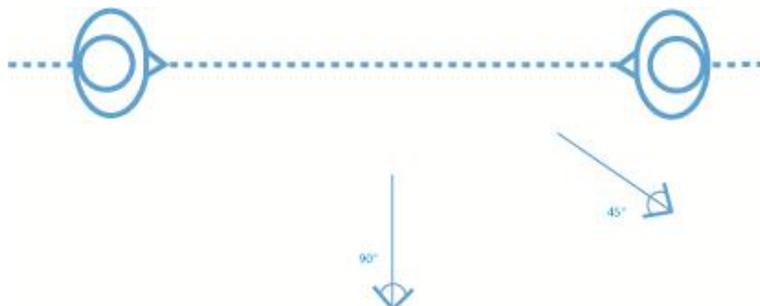


Gráfico 9. Eje de Acción entre personas quietas (Milton Torres Caceros) Fuente: Eisenstein (1986)



El modo clásico de introducir una escena es con un plano de ubicación; plano entero o general que permita ver el escenario completo de los personajes que intervienen.



Los ángulos preferidos para estas tomas generalmente son de eje óptico perpendiculares a los personajes o de tres cuartos.

Gráfico 10. Ángulos preferidos perpendiculares (Milton Torres Caceros)  
Fuente: Eisenstein (1986)

A medida que la acción y el diálogo intensifican su interés dramático, las tomas

van acercando el eje óptico al eje de acción. Así se tiene un plano en tres cuartos, un plano con referencia y plano punto de vista.

*Tres cuartos:* es el tomado con la cámara a 45° a uno solo de los personajes (A).

*Plano con referencia:* es el que se toma del sujeto (1) con parte del hombro y la cabeza del sujeto (2) (B).

*Punto de vista:* es un rostro captado desde muy cerca del punto de vista del otro personaje, casi sobre el eje de miradas (C). Si estuviera sobre el eje del personaje miraría al lente y sería cámara subjetiva.

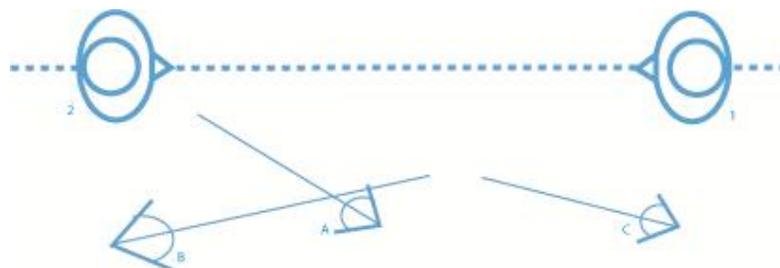


Gráfico 11. Acercamiento del eje óptico (Milton Torres Caceros) Fuente: Eisenstein (1986)

Para evitar problemas de saltos se suele filmar una toma madre que contenga toda la acción, esencia; luego se hacen planos medios de la acción o protecciones (sin referencia directa a la acción) y tomas de acercamiento enfatizando alguna reacción o acción en particular)



Identificación de las formas. La claqueta o pizarra es un auxiliar para la sincronización, se filma al principio (o al final) de cada toma.

En la claqueta se debe anotar el número de secuencia, escena, toma y retoma. Además, debe indicarse el número de rollo, nombre del director, productor, cámara y fecha de rodaje como el título de la obra.

## 1.8 CONTINUIDAD

Como se explicaba anteriormente el Montaje y la Continuidad son los dos pilares fundamentales del lenguaje audiovisual, de ellos se vale el creativo para generar en el espectador la diégesis. Todos los aspectos de la continuidad repercuten muy ampliamente sobre el trabajo del editor. Se debe tener especial atención en el vestuario, escenografía, maquillaje, además del ritmo y dirección (La Continuidad en el Relato Audiovisual, 2010).

### 1.8.1 Tomas de Protección e Inserts

Son las tomas sin referencia directa con la acción. Por ejemplo los Primeros Planos de los personajes encuadrados, supongamos, las manos de estos, etc. Estas tomas permiten al compaginador jugar con el armado rítmico en cualquier clase de enmienda que necesite para evitar algún tipo de discontinuidad. De la misma manera se deben realizar tomas de distintos elementos que

muestren el mundo que rodea el personaje (relojes, cigarrillos, muebles, etc.) Muchos de estos inserts están indicados en el guión técnico cumpliendo un fin determinado en el desarrollo argumental.

Divisiones de Tiempo.

<i>Secuencia:</i>	es una de las grandes divisiones de un film, que posee un sentido completo. Consta, generalmente, de varias escenas.
<i>Escena:</i>	es una acción continuada, filmada en un mismo ambiente o escenario (sea interior o exterior), y que carece de sentido completo. Consta, generalmente, de varias tomas (shots).
<i>Toma:</i>	es cualquier asunto o trozo de acción filmado mediante una carrera ininterrumpida de la cámara.
<i>Retoma:</i>	es cada una de las versiones, que pudiesen hacerse, sobre una misma toma descripta en el guión técnico.

Tabla 2 Fuente: Sánchez, Aquis (1991) Elaboración: Milton

Torres Caceros



### 1.8.2 Divisiones de tiempo

Todo film, largo o cortometraje, está dividido. Mejor dicho, debe estar dividido, para lograr así mayor claridad en la expresión y el desarrollo de su idea central. Desde los comienzos se usó el término “secuencia” para indicar las divisiones más extensas de un film. Una secuencia puede constar de diversas y muy variadas escenas. (Montaje Cinematográfico. Arte de movimiento; Sánchez, Rafael; Aquis Gran Edic.; Chile, 1991. P/52-54)

### 1.9. NARRATIVA AUDIOVISUAL

Un concepto muy importante que debemos estudiar es la narrativa publicitaria, que no necesariamente es igual a la de las películas o de los programas, sobre todo por la diferencia que existe entre ellas, el spot publicitario tiene una duración de 30 segundos a 2 minutos, cosa que no es igual en las películas que pueden enviar un mensaje con más tiempo de duración, y por ende que contenga más detalles (García, 2006).

La narrativa audiovisual publicitaria, como disciplina, plantea un corpus de saberes teórico-prácticos que ayudan a creadores e investigadores a analizar y construir relatos

#### Estructuras Narrativas

<i>Analítica</i>	Para analizar y conocer todas las estructuras usamos 2 caminos: construir y deconstruir.
<i>Taxonomía</i>	Clasificando relatos publicitarios vemos que anuncios distintos no lo son tanto respecto a su morfología.
<i>Poética</i>	Poieo en griego significa construir, por lo que la Poética es una teoría de la construcción, de la creación, cuya normativa la aporta la Retórica y cuya norma suprema es la posibilidad de saltar por encima de cualquier regla.
<i>Pragmática</i>	Relación de los signos con sus intérpretes, fundamental para la Publicidad, donde creamos un relato persuasivo con funciones concretas que deben ser captadas por los receptores.
<i>Relaciones con otras disciplinas</i>	Está relacionada con Marketing, Economía, Comunicación, Psicología, Sociología, Semiótica, Historia, Artes, Antropología, Ética.

Tabla 3 Fuente: García (2006) Elaboración: Milton

Torres Caceros



publicitarios usando distintos medios y que, además, sean capaces de dar razón científica de sus decisiones analíticas y poéticas. Narrativa audiovisual publicitaria es un relato persuasivo costado por personas, empresas o instituciones y orientado a la promoción, venta y/o concienciación de ideas, bienes y servicios. A veces es una propaganda disfrazada.

### **1.9.1 Orígenes de la narrativa audiovisual**

Los orígenes de la narrativa publicitaria actual se remontan a los estudios en *Morfología del cuento* de VLADIMIR PROPP: valores constantes y variables, de los que se valieron muchos creativos publicitarios para aplicarlo como técnica de persuasión en sus spots. En los años 20 analizó los cuentos infantiles, descubriendo que subsisten las acciones o funciones (valores constantes) y que cambian los nombres y atributos de los personajes (variables). Sin embargo, estos cambios son relativamente pocos y, al estructurar esos cuentos, PROPP descubre que en ellos hay 21 funciones (acciones, constantes). Si analizamos los anuncios actuales vemos que también tienen estructuras fijas y monótonas pero cambian las apariencias (tiempo, espacio, personajes y acciones) (Gordillo, 1999).

## **1.10. EVOLUCIÓN DEL RELATO PERSUASIVO**

### **1.10.1 Del relato denotativo al simbólico**

Hablemos ahora sobre un aspecto muy importante del spot. Antes los anuncios eran muy enunciativos, denotativos, muy informativos y con el producto como claro protagonista. Pero con el tiempo se sofistican, haciéndose más connotativos hasta acabar en una Publicidad casi simbólica.

### **1.10.2 Del relato simbólico al infopublicitario y venal**

Después de ver el spot simbólico buscamos información (infopublicitario) y luego la venta (venal). Llegados a ese punto simbólico debemos "retroceder" y hacer converger lo enunciativo, anunciativo, informativo y venal. Esto se logra con la Publicidad interactiva: convergencia de Marketing, Publicidad, promoción y ventas. No podemos poner límites a los diversos tipos de Publicidad sino que hay una convergencia de disciplinas, de sustancias expresivas Y con el tiempo surgen nuevas convergencias: convergencia comercial en realidad



virtual compartida con avatares (pequeñas imágenes junto al nick con las que el usuario se identifica o es de su interés, réplicas virtuales de las personas). Estas posibilidades se están investigando y traerán nuevas formas de Publicidad, aunque la intención de compra en el momento siempre estará presente.

### **1.10.3 Del relato estable al relato cambiante**

El relato estable se caracteriza porque lo importante es la perdurabilidad de la campaña, pues se pensaba que a más duración más éxito. Pero ahora hemos pasado al relato cambiante porque surgen nuevos medios, con más posibilidades y se hace necesario:

La adaptabilidad de la campaña readaptar las características de la campaña en función de los resultados que vamos obteniendo, mejorando así su efectividad en tiempo real.

- La personalización de la campaña Publicidad dirigida y emitida para el Público Objetivo, con contactos asegurados.
- El cambio adaptativo-productivo continuo.

**1.10.4 De la macrodifusión sincrónica a la personalización asincrónica** Esto alude al paso de la difusión masiva, donde todo el mundo ve los anuncios a la vez, a la difusión personalizada. De la televisión a que el usuario elija qué ver en Internet.

## **1.11 ESTRUCTURAS DEL AUDIOVISUAL**

El estudiante debe comprender ahora las cuatro estructuras del lenguaje audiovisual, de las cuales nos puede parecer más evidente la persuasiva, pero como veremos un spot puede ser menos efectivo si una de las 4 falla.

### **1.11.1 Estructura narrativa: historia y discurso**

Contempla el contenido y la expresión del relato y sustenta el resto de estructuras que se implican en ella como gran macroestructura. *Historia o contenido:* Forma elementos de la historia: personajes, espacios, acciones, tiempo.



### **1.11.2 La estructura dramática: trama y subtrama**

La estructura dramática es el eje del relato, consiste en la ficcionalización de las acciones y la constituyen la trama y la subtrama:

- Trama acciones principales, el argumento, la disculpa narrativa, el hilo conductor para transmitir la subtrama.
- Subtrama acciones secundarias, pensamientos, el contenido. La visión del autor del mundo alberga la información que se desea transmitir, la más importante desde el punto de vista de los contenidos.

### **1.11.3 La estructura informativa**

Soporta la información, los contenidos informativos que deseamos transmitir sobre el producto o servicio. Puede ser denotativa, connotativa, acudir a mimetismos mediáticos (se simula un telediario). La Publicidad simbólica también tiene estructura informativa porque siempre dice algo.

### **1.11.4 La estructura persuasiva**

El relato publicitario busca una relación persuasiva intencionada orientada a cambiar, reforzar o crear ciertas actitudes en el receptor respecto al producto o servicio anunciado:

1. interacción mayor del mensaje con el receptor
2. información versus seducción
3. retórica como base persuasiva
4. arquetipos narrativos–persuasivos
5. implicación con el resto de estructuras (dramática, narrativa e informativa).

## **1.12 PERSONAJES**

El estudiante debe comprender que también en el personaje debe haber continuidad. Todo montador debe identificar las sensaciones de los actores, esas sensaciones también deben llevar un orden, que no saque al espectador de la ilusión. Faltas en la verosimilitud, hacen



despertar al espectador y que piense que es un película lo que mira, y dejar de “hacerse la película” en su imaginación.

### 1.12.1 El personaje como tal

El personaje es quien desencadena o recibe la acción dentro del audiovisual. El personaje puede ser un objeto, una fuerza de la naturaleza no sólo personas. Y su función vendrá marcada según el tipo de Publicidad. Gran parte de lo que hablaremos está referido al producto o estrategia que anunciamos.

ARISTÓTELES decía que los personajes están al servicio de la trama, pero en Publicidad nos interesa la subtrama, lo que el anunciante quiere lanzar; esto quiere decir que el discurso puede decir “no me compres” acerca de equis producto, pero la subtrama puede llevar al mensaje “debes comprarme ahora”, a lo que se inducirá al espectador al cumplir con las leyes del lenguaje audiovisual. Sin embargo, para CHATMAN "una teoría del personaje viable debería conservarse abierta y tratar a los personajes como seres autónomos y no como simples funciones de la trama".

En Publicidad, los personajes son planos, predominando su dimensión física. Independientemente, un personaje tiene que ser un personaje multidimensional.

Dimensiones del personaje.

Dimensión física	Dimensión sociológica	Dimensión psicológica
<p>modelo de personaje basado en: sexo, edad, altura, peso, color de pelo, color de ojos, pose, apariencia, defectos, aspectos hereditarios que es lo que define a los malos personajes publicitarios. Se fija mucho en los defectos físicos y deformidades como pequeños detalles que también debemos tener en cuenta para la credibilidad del personaje, como tener un hombro caído.</p>	<p>clase (media, baja, alta), empleo (tipo de trabajo, salario, horas), educación (tipo de formación, de colegio), vida familiar, religión, raza, nacionalidad, afiliaciones, posición en la comunidad, aficiones, diversiones Aunque sean aspectos que no salgan en el relato, nos ayudan a conocer al personaje.</p>	<p>vida sexual, moral, inquietudes, ambiciones, frustraciones, desengaños, temperamento (colérico, tolerante), actitud vital (resignado, combativo), complejos (obsesiones, fobias, inhibiciones), grado de introversión, aptitudes, cualidades (imaginación, gusto), idiomas, coeficiente intelectual</p>

Tabla 4 Fuente: Genette (1989) Elaboración: Milton Torres Caceros



### 1.12.2 ROLES NARRATIVOS

- Protagonistas: acciones principales, quien lleva la trama y la subtrama: el "héroe".
- Antagonista: quien impida al héroe alcanzar sus objetivos.
- Secundarios: todos los que no son protagonistas ni antagonistas, los extras
- Narrador o Presentador.

### 1.12.3 INTERACCIONES INTERPERSONAJES

Debemos conocer las relaciones que se pueden dar y resaltar lo que creamos más oportuno.

Son jerárquicas, de dependencia, de interés, de indiferencia, de seducción, de identificación, de enemistad, jerárquicas,

igualitarias, amistosas, paterno-filiales, materno-filiales, familiares, eróticas, de compañerismo, solidarias, de entrega y otras.

#### Contextos

<i>Contexto Social</i>	<i>Contexto espacial</i>	<i>Contexto temporal</i>
ordinario	medio urbano	presente
extraordinario	natural	pasado
trabajo		futuro
ocio		cambiante
de intimidad		

Tabla 5 Fuente: Chatman (1990) Elaboración: Milton Torres Caceros

### 1.13 EL ESPACIO

Ahora se irá explicando al estudiante en este apartado el concepto de espacio, que le servirá para crear la imagen correcta dentro de la mente del espectador, contar la historia manteniendo la continuidad del espacio durante el rodaje y la compaginación.

De esto se desprende que la forma de representación audiovisual con la que habitualmente nos encontramos, está dada por premisas técnicas (ancho de la película – soporte y las dimensiones de la ventanilla de la cámara) que definen el formato del audiovisual.

Reaccionamos ante la imagen audiovisual como ante la representación realista de un espacio imaginario que nos parece percibir. Más precisamente, puesto que la imagen está limitada en su extensión por el cuadro, nos parece percibir sólo una porción de ese espacio. Esta porción



de espacio imaginario contenida en el interior del cuadro es lo que llamamos campo. En función de este se define al fuera de campo como el conjunto de elementos (personajes, decorados, sonidos, etc.) que, aun no estando incluidos en el campo, sin embargo le son asignados imaginariamente, por el espectador, a través de cualquier medio. A pesar de existir entre ellos una diferencia importante (uno visible, el otro no), se puede considerar en cierto modo que campo y fuera de campo pertenecen ambos, a un mismo espacio imaginario perfectamente homogéneo, denominado en cine como espacio fílmico.

### **1.13.1 El plano<sup>4</sup>**

El término plano es utilizado en diferentes contextos:

- a) En términos de tamaño, es decir en relación con los diversos encuadres posibles de un personaje. Los más comúnmente usados son: Plano General Lejano (PGL), Plano General (PG), Plano Entero (PE), Plano Americano (PA), Plano Medio (PM), Primer Plano (PP), algunos lo llaman Plano Pecho (PPe), Primerísimo Primer Plano (PPP) y Plano Detalle (PD). Estas denominaciones cambian según el país y sus costumbres.
- b) En términos de movilidad, aquí se encontraría el Plano Fijo (cámara inmóvil durante todo un plano) y los diferentes movimientos (Travelling, Paneo, Till Up, Till Down, Zoom)
- c) En términos de duración, la definición de plano como “unidad de montaje” implica que sean considerados como planos fragmentos muy breves (del orden de un segundo o menos) y fragmentos muy largos (varios minutos). (Vale, 2008 p 28).

### **1.13.2 Espacio implícito, explícito y explicitación total**

La creación del espacio la hacemos en el espacio narrativo audiovisual al que nos referimos. Los segmentos narrativos/espaciales se constituyen de planos unidos por medio de una yuxtaposición con la que obtendremos una sucesión espacial que intentaremos que sea verosímil (espacio continuo aunque se rueden en lugares distintos).

---

<sup>4</sup> Para ejemplos de planos véase el ANEXO 1.



### Tipos de Espacio

El espacio implícito	El espacio explícito (on)	La explicitación total
es el que no se ve pero que el receptor imagina. Invita al receptor a que sea él quien construya el espacio (off).	es el que se ve, lo mostramos.	es un espacio de realidad virtual donde el receptor elige qué quiere ver en 3D (tenemos construido todo el espacio).

Tabla 6 Fuente: Castillo (1997) Elaboración: Milton Torres Caceros

### 1.13.3 Funciones narrativas del espacio

Función referencial	Función retórico-simbólica	Función poética constructiva.	Función interpretativa
el espacio como continente de las acciones de los personajes.	aprovechar los atributos del espacio para la narración. Dependen del espacio donde se rueden. No es lo mismo recurrir al pasado que al presente (en sociedades avanzadas el espacio natural será positivo).	Tiene que ver con la forma de tratar el espacio, la autoría a la hora de concebir el espacio de una determinada manera que caracteriza al autor. En Publicidad se intenta que no se noten esos estilemas, que se adaptan a lo que marca el anunciante.	Cuando hay un anuncio de una marca muy consolidada, enseguida la reconocemos por su estilo, que ayuda a relacionarla e identificarla y así conseguir más rápido esta función.

Tabla 6 Fuente: Castillo (1997) Elaboración: Milton Torres Caceros

### 1.14 TIEMPO

El concepto de tiempo es muy importante, ya que en lenguaje audiovisual se puede jugar con duraciones de tiempo más largas si se quiere detalle, o con collage de imágenes cortas si se requiere de menos tiempo en el montaje de imágenes.



*Tiempo de la historia y del discurso:* Es la dimensión temporal de las acciones de la historia que se materializa en el discurso. El tiempo cronológico sugerido es la historia y el tiempo materializado es el discurso.

### 1.14.1 Duración

#### Duración

Diégesis pura	el tiempo narrativo coincide con el real. Con varios planos sí. Por ejemplo, un partido de fútbol que estás contando en directo.
Diégesis impura	el tiempo narrativo y el real no coinciden, el narrativo suele ser más largo. Esta diégesis es más frecuente. Puede ser: + más largo el narrativo si ralentizamos una secuencia + cuando congelamos el tiempo, congelamos el espacio, pero sigue el tiempo real porque el entorno lo percibimos cambiante.

Tabla 7 Fuente: Castillo, 1997 Elaboración: Milton Torres Caceros

### 1.14.2 Funciones narrativas del tiempo

Función referencial	Función retórico-simbólica	Función poética creativa	Función interpretativa
Acudimos a nuestro imaginario de sensaciones.	hace referencia a las connotaciones y sentimientos de la función referencial.	Con estilo, forma de expresarse.	Usar elementos que transmitan esa idea porque los interpretamos.

Tabla 8 Fuente: Castillo (1997) Elaboración: Milton Torres Caceros

## 1.15 ACCIONES

El montador debe comprender que hay diferentes acciones, y cada uno produce diferentes reacciones en el espectador. La acción es un cambio de estado que se produce en un espacio y un tiempo determinados donde intervienen unos personajes. Dichos cambios generan también cambios en el espectador, y con ello hay que tener cuidado, pues una acción mal planificada puede derivar en una sensación que no contribuye a la venta de un producto, pues el espectador no se siente identificado con ello, o simplemente una acción sin justificación haría que el cliente pierda el interés.



*La acción y la estructura dramática:* El juego de acciones principales y secundarias es muy importante para la estructura dramática, que tiende a agotarse es el primer visionado. Hay que buscar elementos que superen ese primer visionado, algo que dé algo de qué hablar más allá de ese primer visionado. Dejar elementos abiertos. Pero esto se debe hacer inteligentemente, no vale sacar algo raro porque sí.

### 1.15.1 El desarrollo de la acción

El desarrollo del motivo tiene 3 fases: presentación, desarrollo y desenlace. Estas partes cuentan con puntos climáticos (cambio de giro): cuando en la presentación parece que todo está controlado, que ya se sabe qué va a pasar, aparece un punto climático que hace que nuestra atención permanezca.

*La dirección y el resultado de las acciones:* Las relaciones resultan más ricas en los mejores audiovisuales.

La dirección y resultado de las acciones según las interacciones con los personajes.

PÓRICO			TÉLICO		
Eupórico	Dispórico	Apórico.	Eutélico	Distélico	Atélico
si el desarrollo de la acción es positivo para los personajes.	la acción es negativa para el personaje.	ni positivo ni negativo	si el final es positivo para el personaje.	si el final es negativo.	si no es ni positivo ni negativo.

Tabla 9 Fuente: Clanche (1976) Elaboración: Milton Torres Caceros

La combinación dispórico–eutelico es la más típica (detergente: mancha > limpieza total), pero no siempre estará claro. Esto hace que se convierta en un anuncio sobre el que discutir, pasando así del primer visionado (Golf–amnésico). Para los productos el final siempre debe ser eutélico.

## 1.16 SUSTANCIAS EXPRESIVAS

Ahora hay que ver otros elementos que son muy importantes en el montaje audiovisual, que no son menos importantes, pero que algunos montadores suelen tomarse a la ligera, cosa



nada recomendable pues significa que nuestro audiovisual podría no enviar el mensaje que necesitamos transmitir. Al contrario de ellas mismas debemos valernos para expresar y acentuar más el mensaje, así podemos atraer más público a nuestro audiovisual, ya sea de boca en boca, o de manera viral en Internet.

### **1.16.1 Imágenes audiovisuales y tipográficas**

- Textos escritos e imágenes tipográficas textos escritos convertidos en imagen por un tratamiento retórico audiovisual. Las imágenes tipográficas no sólo dan la información escrita sino también estilo, tiene connotaciones.

### **1.16.2 Tratamiento de la imagen: la iluminación y la cámara narrativa**

La iluminación es una parte de la imagen, un modo de tratarla, pero no es una sustancia expresiva. Las sustancias expresivas de la narrativa audiovisual (expresión) son la imagen, el sonido y los textos. Y los elementos del contenido de la historia son los personajes, el tiempo, el sonido y la acción.

La iluminación estético–expresiva: Acentuación o disminución de la perspectiva según la iluminación, podemos crear una sensación de, por ejemplo, más perspectiva, más profundidad: dando más luz al fondo del plano.

### **1.16.3 El sonido y la música. Los sonidos no musicales**

- La focalización sonora y sus relaciones con la focalización visual

Con el sonido nos permitimos más libertades que con las imágenes. Por ejemplo, lo sonoro no siempre se corresponde con la imagen: cuando los protagonistas están al fondo y los oímos perfectamente aunque no son 20 susurros.

- Lo verdadero y lo verosímil sonoro

El ejemplo anterior se justifica en que lo verosímil no es lo verdadero: un golpe en la tripa debe sonar, aunque es un sonido irreal, pero si no suena no resulta verosímil, no parece que el



golpe se haya producido, no es creíble. El sonido se ha ido barroquizando para hacerlo más expresivo y envolvente. Le damos cada vez mayor protagonismo narrativo.

#### Clasificación del sonido según su presencia visual

In, off y over	
Sonido in	sonido que está dentro del campo visual (igual que on). La fuente productora del sonido se ve.
Sonido off	se escucha pero su fuente productora no se encuentra en el campo visual del plano, pero podríamos verla girando la cámara porque se produce dentro del set de rodaje.
Sonido over	no se ve la fuente productora y no podríamos verla (contrario al off), como la música de fondo, un cuarteto de cuerda BUÑUEL odiaba el sonido over y no usaba nada de música salvo que estuviera justificada.

Tabla 10 Fuente: Sánchez Biosca (2001) Elaboración: Milton Torres Cáceros

### 1.17 EL RELATO PERSUASIVO

Se hablará ahora sobre la importancia que tiene el relato a la hora de persuadir. La persuasión se logra respetando las normas de las que ya hemos hablado, dicha persuasión puede verse afectada al faltar alguno

de los elementos que hemos presentado, el montaje, la continuidad, y todas las sustancias expresivas que vimos en el apartado anterior (Moreno, 2003).

Interacción del discurso narrativo con sus intérpretes:
Ethos: quién lo dice.
Pathos: cómo lo dice.
Logos: qué dice.

Tabla 11 Fuente: Moreno (2003) Elaboración: Milton Torres Cáceros

Aquí reside la persuasión. Era algo fundamental en los oradores griegos. Contraste entre pathos (cómo) y ethos (quién). Sobre la estructura informativa predomina la estructura persuasiva, que se basa sobre todo en la seducción.

#### 1.17.1 Tipos de seducción

León (2008), en La persuasión desde la antropología, ve 3 tipos principales de seducción:

- a. Dominio-relevancia: seducción por ostentación de símbolos que manifiestan status (la cruz, los castillos). Actualmente el carro es uno de los mayores símbolos.



- b. Sensualidad–sexualidad seducción directa del producto o servicio: el producto o servicio es un puente para seducir al otro.
- c. Persuasión– acumulación la seducción coleccionista, el lujo.

### 1.17.2 La Retórica y la persuasión

La retórica como el arte de la persuasión intentaremos pensar que la retórica ve más allá de las figuras retóricas, visuales o audiovisuales.

docere (demostrar)
delectare (deleitar)
movere (mover a la acción)

Tabla 12 Fuente: Moreno (2003) Elaboración: Milton Torres Caceros

## 1.18 EL PROCESO CREATIVO

El montador tiene un ritual de compaginación que es muy personal, se presentará a los estudiantes ahora un poco del proceso creativo, que es una etapa que parte desde el momento de la concepción de la idea, hasta que entregamos el spot finalizado al cliente y a los medios contemplados. El proceso creativo también se vale del musicalizador, el continuista, el actor y todos los involucrados en el proyecto, puesto que las ideas y opiniones de ellos son valiosas para mejorar el mensaje que deseamos enviar al receptor.

### 1.18.1 El enfoque creativo: estímulos y bloqueos

El enfoque creativo consiste en afrontar la resolución de un problema de un modo original y efectivo. El éxito radica en el punto de vista diferenciador que tenga nuestro enfoque creativo.

*Proceso de creación:* Preparación (pensamos lo que debemos hacer) > incubación > iluminación (¡lo tenemos!) > verificación (es importante comprobar en qué medida la idea cumple los objetivos y si puede mejorarse) > elaboración. Evitar bloqueos cognoscitivos (de percepción, de experiencias), emocionales (de prisa, de afán de seguridad, de desconfianza en nosotros mismos, de pereza de hipercriticismo), culturales (de educación, de tendencia al éxito).



### **1.18.2 Factores de creatividad**

- Fluidez evocación de una gran cantidad de ideas.
- Flexibilidad capacidad de adaptación, de cambio. No encasillarse en un estilema o que no se noten.
- Originalidad soluciones nuevas. Normalmente no es tal porque tenemos mucha capacidad para ir mejorando las cosas pero poca para idear algo totalmente nuevo.
- Elaboración perfeccionamiento de los detalles. Si no lo vemos incluso nos extraña.
- Penetración profundización en los problemas. En la Publicidad parece lo contrario pero realmente sí profundiza en los problemas (personas que se convierten en fieras en el coche).
- Redefinición nuevas perspectivas. Lo que ya hay hecho hay que mejorarlo, darle otro aire, enfocarlo de otro modo. Las personas estamos mucho más preparadas para la redefinición que para la originalidad.
- Análisis desintegrar un todo en partes. Si no en 20 segundos no podemos reflejarlo.
- Síntesis integración de elementos novedosamente.
- Sensibilidad ante los problemas: facultad especial para descubrir los defectos, necesidades, soluciones. Llegar más allá de la mirada convencional.
- Evaluación valoración del trabajo propio y ajeno.
- Motivación, memoria es fundamental en cualquier proyecto vital la memoria es un almacén de experiencias y conocimientos que nos pueden servir después como estímulo creativo.
- Comunicación, adecuación

### **1.19 Fin de Capítulo**

Estos son los contenidos que han sido utilizados para la planificación del plan piloto, como se verá en el siguiente capítulo, además han sido evaluados en la aplicación del mismo, con los resultados obtenidos, y tener conocimiento de si son convenientes o no.

Como se puede ver son 15 temas con sus respectivos subtemas referentes al estudio que debe tener todo estudiante en formación de montaje de vídeo y son los siguientes:



1. GENERALIDADES DEL AUDIOVISUAL
2. LENGUAJE AUDIOVISUAL
3. ELEMENTOS AUDIOVISUALES
4. EL MONTAJE
5. CONTINUIDAD
6. NARRATIVA AUDIOVISUAL PUBLICITARIA
7. EVOLUCIÓN NARRATIVA DEL RELATO PERSUASIVO
8. ESTRUCTURAS NARRATIVA, DRAMÁTICA, INFORMATIVA, Y PERSUASIVA
9. PERSONAJES
10. EL ESPACIO
11. TIEMPO
12. ACCIONES
13. SUSTANCIAS EXPRESIVAS
14. EL RELATO PERSUASIVO
15. EL PROCESO CREATIVO

Como se ha dicho anteriormente, este contenido es el que se ha usado para impartir lo en clase durante el taller, y para que sirva como recurso de consulta en el CD Interactivo que suple los libros de texto. Lo anterior se puede apreciar con detalle en el siguiente capítulo y también en el CD Interactivo.



## **CAPÍTULO 2**

### **PLANIFICACIÓN Y APLICACIÓN DEL PLAN PILOTO**



## **CAPÍTULO 2**

### **"PLANIFICACIÓN Y APLICACIÓN DEL PLAN PILOTO"**

En este capítulo se justificará la investigación que se hizo de los contenidos que se aplicarían en el taller de edición de audio y vídeo. Se presenta la planificación y aplicación, y los resultados finales de los alumnos que asistieron al taller de edición de vídeo y audio el mes de enero de 2012. Habiendo cumplido con la primera etapa del anteproyecto que se refiere a la Documentación Referencial, se procedió a la etapa de la Generación de la Propuesta y la etapa de Aplicación del Plan Piloto posteriormente.

#### **2.1 PROYECTO TALLER DE AUDIO Y VÍDEO POR MEDIO DE ADOBE AUDITION Y ADOBE PREMIERE**

Los diseñadores gráficos y comunicadores sociales se enfrentan a una situación laboral que les exige tener conocimientos de todo lo relacionado a las artes visuales, aunque así es curioso que el mercado pide que sepan manejar software de edición de vídeo y audio, el mismo mercado no exige la calidad, sino que quienes lo exigen son los espectadores de la publicidad, y ahora sumado a este hecho el Internet que como se explicó en el capítulo anterior, está muy ligado a los cambios globales, y esto exige también tener conocimientos de edición de vídeo y audio para romper el bloqueo ante lo rutinario de todos los vídeos por ejemplo en youtube, que es un sitio muy competitivo, y el éxito en él no está tan relacionado a la calidad de vídeo, sino a la calidad de historia.

Para hacer el taller de video, debió planificarse primero cada detalle de los 5 días que figuraría. En este apartado se presenta el proyecto tal y como se previó funcionaría para lanzarlo en un plan piloto.

Habiendo estado claro en eso, se diseñó un proyecto de taller de edición de audio y vídeo por medio de Adobe Premiere y Adobe Audition, que según las encuestas hechas durante el diagnóstico a estudiantes de la Escuela de Artes, ellos expresaban que eran los programas



donde veían mayores deficiencias. Y a continuación se presenta cuáles los requisitos del aspirante al taller, la jornalización de 5 días, la realización de tutoriales y del CD Interactivo.

### **2.1.1 PERFIL DEL ASPIRANTE AL TALLER**

A continuación se presentan los requisitos necesarios con los que debe contar el aspirante al Taller de Edición de Audio y Vídeo.

1. Estudiante de artes o carrera afín.
2. Estudiante de nivel mayor al II año de la carrera.
3. Cinéfilo, es decir que demuestre que sabe de cine, y que se mantiene al tanto sobre el tema.
4. Haber realizado audiovisuales, sin importar su calidad.
5. Posee cámara de vídeo de preferencia, o cámara fotográfica que grabe video de buena calidad.
6. Tener conocimientos básicos de publicidad.

En cuanto a los requisitos:

Estos requisitos son necesarios para que apliquen al taller, debido a que deben ser estudiantes que conozcan el trabajo con imagen, ya que sean de Diseño Gráfico, Comunicaciones, Publicidad o Mercadeo. Deben ser amantes del cine, porque para saber hacer, también hay que saber ver, y si no les gusta ver películas, es un engaño decir que les gustará aprender a editar. Debe haber hecho sus “pininos” en audiovisual para que tenga un conocimiento previo de edición, y que posea cámara de vídeo, pues el taller no le proporcionará esa herramienta.

### **2.1.2 JORNALIZACIÓN**

A continuación se presenta un cuadro que contiene la programación planificada para los 5 días de duración del Taller. Según la visualización previa a la realización del taller. Se explican los ejercicios que se realizarían con ellos, algunos de los cuales no pudieron realizarse debido a que el tiempo no fue suficiente para aplicarlos, y se priorizaron los ejercicios que se consideraron más efectivos. Algunos ejercicios de aplicación se han tomado del Taller de Cine



de Ficción impartido por André Gutfreund, director ganador del Óscar. Y otros han sido propuestos por el facilitador.

	Actividad	Duración	Recursos	Software
<b>DÍA 1</b>		<b>75 mins</b>		
Generalidades Historia del Audiovisual	Se expone en una clase con un máximo de 30 mins las generalidades del Audiovisual, entre ellas su historia, sus medios, sus exponentes, la importancia para la publicidad.	30 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Adobe Premiere  Microsoft Word
Visualizar Cortometraje “Viaje a la Luna de Georges Méliès” Redactar una sinopsis en base a este filme.	Aquí el estudiante aprende a extraer los datos más importantes de un filme, como primera fase para comprender lo que significa el trabajo del editor, como tomar sólo lo más destacado de cada escena, para ello se debe comenzar viendo, y estudiando sus partes.	25 mins	Proyector de cañón Computadora Parlantes	Adobe Premiere  Microsoft Word
Tarea Ex aula Realizar tráiler de la película que desee	En este momento se hace una explicación corta de cómo cortar y montar escenas en Adobe Premiere, para con ello enviarlos a casa a realizar un tráiler de 30 segundos máximo donde convencan al espectador de ir al cine a ver tal película.	20 mins	Computadoras para estudiantes Programa Adobe Premiere	Adobe Premiere  Microsoft Word
<b>DÍA 2</b>		<b>85 mins</b>		
Lenguaje Audiovisual Elementos Audiovisuales El Montaje	Se expone en una clase de 40 mins máximo sobre la verosimilitud, la historia,	30 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra	Flash Player



Continuidad	relato y diégesis. Los elementos dentro de un audiovisual. Se hace ahínco en lo que trata el montaje, y las cualidades de un buen montador. Y la importancia de cuidar en todo momento la continuidad.		Plumón Borrador CD Interactivo	
Visualización de Cortometraje “Fantasía de Salvador Dalí”	El grupo puede ver el trabajo realizado conjuntamente por Walt Disney y Salvador Dalí para realizar una actividad posteriormente.	10 mins	Proyector de cañón Computadora Parlantes	BS Player  Microsoft Word
Escuchar una lista de canciones	Los integrantes del taller escuchan una cantidad de canciones para que comprendan lo que quiere expresar cada una con sus notas. Se da espacio para que opinen qué sienten al escucharlas. Como premisa para que comprendan que el montador también debe tener oído musical, al momento de seleccionar la música que contribuye a ponerle salsa a lo que expresa el audiovisual en cada situación y escena.	15 mins	Computadora Parlantes	Reproductor de Windows Media  Microsoft Word
Realizar una nueva musicalización usando como base el cortometraje de Salvador Dalí.	Para que comprendan la premisa de seleccionar música y adaptarla a una serie de imágenes tomadas por el director del filme. Dado que los directores suelen darle la libertad de seleccionar la música a sus	25 mins	Computadoras para estudiantes Programa Adobe Premiere Programa Adobe Audition	Adobe Premiere  Microsoft Word



	montadores. Esto en vista que vayan comprendiendo el trabajo del montador, cuando se dedica exclusivamente a eso, es decir que no es a la vez director, o productor.			
Realizar un teaser	Realizar un corto de 30 segundos que exprese una sensación con respecto a un producto comercial de su elección. Que contenga únicamente música, sin letras ni subtítulos, y que sólo al final presente un logo o un eslogan.	Trabajo en casa	Cámara de Video Computadora Programa Adobe Premiere Programa Adobe Audition	Adobe Premiere Microsoft Word
<b>DÍA 3</b>		<b>80 mins</b>		
Narrativa Audiovisual Publicitaria Evolución Narrativa del Relato Persuasivo del Audiovisual Estructuras del Audiovisual Personajes	Se expone en una clase de 30 mins máximo los conceptos de la narrativa audiovisual publicitaria, a la vez que se explica la evolución que ha sufrido el relato persuasivo en la publicidad audiovisual. Y se expone también cómo funcionan las estructuras del relato persuasivo. Y se comprenderá sobre la importancia de tener un buen actor para hacer un buen personaje.	30 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Flash Player
Visualizar anuncios de publicidad, desde ganadores de Cannes hasta los realizados por agencias nacionales	Los integrantes del taller realizan un foro sobre verosimilitud de los personajes, fuerza del actor, diégesis, relato, captación de la atención, capacidad de	30 mins	Computadora Parlantes Cañón	Reproductor de Windows Media



	persuasión, y explican qué estructura sigue cada anuncio en base a los 15 diferentes anuncios que se les presentarán.			
Tarea ex aula Redactar un guión y un storyboard	Los integrantes del taller redactan un relato para un producto comercial con un inicio, nudo y final de la historia, para luego realizar un guión durante la clase, que llevarán a casa para realizar un storyboard de máximo 70 cuadros, planificando un corto de 1 minuto.	20 mins	Computadora Papel Lapiceros Lápiz Borrador Sacapuntas	Microsoft Word
Tarea ex aula	Escogen una película para verla, seleccionar una escena donde hace falta la continuidad con la escena anterior, para llevarla al siguiente día y presentarla al grupo. La premisa es saber editar su propio trabajo, y auto corregirse errores de continuidad y montaje.	Trabajo en casa	Cámara de Video Computadora	Programa Adobe Premiere  Programa Adobe Audition
<b>DÍA 4</b>		<b>80 mins</b>		
Espacio Tiempo Acciones Sustancias Expresivas	Se expone en una clase de 30 mins el concepto de espacio dentro del audiovisual, también lo que significa el tiempo. Y que comprendan la diferencia entre acciones y situaciones. A la vez conocen sobre las sustancias expresivas características del audiovisual.	30 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Flash Player



Presentarán al colectivo la tarea ex aula	Los integrantes del taller exponen a sus compañeros las escenas que seleccionaron, y demostrarán que les falta continuidad, y cuáles errores de montaje tienen.	20 mins	Computadora Parlantes Cañón	BS Player
Redactar guión de cortometraje de vanguardia	El facilitador realiza un ejercicio de interiorización con los integrantes, donde ellos lleguen a una sensación que marcó sus vidas. Será un ejercicio de relajación, donde se concentran en ese hecho, y relatan imágenes que vienen a su mente, en una lluvia de ideas que redactan en un papel. Luego, en base a esto redactarán un guión, con un mínimo de 2 actores, o un máximo de 5, con la menor cantidad de palabras, sino la descripción de imágenes libres.	30 mins	Papel Lápiz	
Hacer storyboard, estudio de música, estudio de tipografía, estudio de vestuario, estudio de actores y actrices.	Se les explica el trabajo que llevan a casa, en primer lugar, dibujar las imágenes en un storyboard, en base a las imágenes que describieron en el guión. A la vez escuchan una cantidad de música que ellos crean apropiadas, así también la tipografía que les parece acorde a la sensación. Deben seleccionar el vestuario	Trabajo en casa	Papel Computadora Lápiz Lapicero Colores Plumones Ropa Cámara	



	necesario para que no se pierda el hilo de continuidad, y tampoco la verosimilitud. Pensar en quienes pueden colaborarle y ser actores en su pieza. Deben pensar en las locaciones, y acudir pronto a evaluarlas. Todo esto en un solo día.			
<b>DÍA 5</b>				
El relato persuasivo El proceso creativo Tipos de plano	Se expone en una clase de máximo 15 mins la importancia de ser persuasivo en el relato. Y el orden lógico y el ritual personal que debe tener todo artista en el proceso creativo. Y se explicará con detalle los tipos de plano que existen y sus nombres.	15 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Flash Player
La producción y edición de audio y sonido	Se expone a los integrantes la utilización de FL Studio, como software de producción de música y sonidos. La premisa es aprender a hacer su propia música original, efectos de sonido, y diseño de sonido.	10 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador Parlantes	Adobe Audition
Búsqueda del ritual	Se realiza un ejercicio de relajación, y luego de concentración para pensar nuevamente en la sensación que marcó sus vidas para que el montador encuentre su propio ritual de preparación tanto para dirigir como para	10 mins	Piso Ropa ligera	



	editar.			
Redacción de Guión Técnico	Realizan el guión técnico de cuántas tomas realizaran por escena, tipo de plano, ángulo, tiempo de rodaje, duración del rodaje, hora del día en que se rodará. Vestuario de los actores y o maquillaje.	35 mins	Papel Lápiz Computadora Plumón Borrador FL Studio	
<b>SEMANA 2</b> <b>ETAPA FINAL</b>				
Tarea Ex aula Realizar rodaje y compaginación de su cortometraje	<p>El facilitador explica los pasos a seguir en el rodaje, a la vez que se les asesorará a cada uno en el momento de rodaje que se llevará máximo en un semana.</p> <p>Los integrantes deben aplicar todos sus conocimientos, comenzando por realizar su propio ritual de preparación, la preparación del equipo. Y la preparación que el director debe realizar con los actores que es un ritual diferente al que realiza individualmente el director.</p> <p>La concentración en el rodaje, la supervisión de la continuidad.</p> <p>Evaluar el material a montar primero, hacer anotaciones.</p> <p>Realizar el corte y montaje.</p> <p>Musicalizar, retirar sonidos innecesarios.</p> <p>Colocar tipografía y créditos.</p>	1 semana	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador Piso Ropa ligera Adobe Premiere Adobe Audition Fl Studio	Adobe Premiere  Adobe Audition  Adobe After Effects



	Entregar cortometraje final al facilitador. Este puede supervisar si es requerido por el autor del cortometraje o dar orientaciones a distancia			
--	--	--	--	--

Tabla 13 Fuente: Basado en Capítulo 1 del documento Elaboración Milton Torres Caceros

## 2.2 REALIZACIÓN DE TUTORIALES

Para el desempeño de las lecciones, se realizaron tutoriales para presentar los pasos a seguir en un orden lógico y de fácil comprensión para los estudiantes; así mismo se hizo uso de las herramientas básicas, que son acordes a la aplicación del aprendizaje teórico que obtuvieron en cada lección. A continuación se detallan las actividades por lección para el tutorial:

**2.2.1 LECCIÓN 1: Ensamblar.** Objetivo: Que el alumno aprenda a cortar y pegar partes que sumen una secuencia lógica.

1. Abrir un nuevo archivo, ya sea dando click en Archivo, click en Nuevo, y se seleccionan los requerimientos que el estudiante desee con respecto a sus necesidades. O se puede seguir el comando CTRL + N.
2. Ahora se importan los archivos que se utilizarán, ya sean videos y audios.
3. En el panel Origen, recortar los videos con corchetes, y deslizarlos a la pista.
4. Deslizar los que se deseen, y colocarlos en las pistas.

**2.2.2 LECCIÓN 2: Escuchar** Objetivo: Que el alumno aprenda a editar audio desde las pistas internas de Adobe Premiere

1. Ahora al tener un archivo, habiendo importado los videos necesarios. Se da clic derecho sobre los videos de la pista y click a Desligar.
2. Se podrá ver que video y audio ahora son independientes. Ir a la línea amarilla de la pista de audio y se ve que al moverla se modifica el volumen.



3. Para dar un efecto de ir subiendo el volumen, se presiona CTRL y click a la vez para subir o bajar cuando aparece un punto gris en la línea amarilla.
4. Ahora se pueden modificar los volúmenes de cada pista. Es importante considerar que Premiere no dará la mejor plataforma para editar audio, por lo que es bueno exportar el audio a Audition, como se verá en la siguiente lección.

### **2.2.3 LECCIÓN 3: Mejorar Sonido** Objetivo: Que el alumno aprenda a editar audio en Adobe Audition.

1. Al editar video, se podrá ver que el audio no puede ser completamente editado en Premiere, por lo que las pistas de audio deberán exportarse para trabajarlo en Audition. Se hace click en exportar. Y en la ventana de exportación se selecciona MP3 como formato, y por defecto exporta sólo el audio.
2. Cerrar Premiere y abrir Audition.
3. Ahora abrir el archivo en mp3 y utilizar la herramienta cortar para quitar las partes del audio que no necesitamos.
4. Si se quiere quitar el ruido, entonces se debe seleccionar un pedazo con ruido, click en Efectos, click en Reducción de Ruido, y click en Definir Perfil de Ruido.
5. Luego seleccionar toda la pista a la que se le retirará el ruido, click en Efectos, click en Reducción de Ruido. Click en Quitar ruido.
6. Al tener listo, se exporta dando click en Archivo, click en guardar, y se selecciona el formato, el formato wav es el más recomendado porque mantiene la fidelidad de sonido, en cambio mp3 comprime las ondas.

### **2.2.4 LECCIÓN 4: Aplicar efectos** Objetivo: Que el alumno aprenda a aplicar efectos en Adobe Premiere.

1. Luego de abrir el archivo en Premiere, abrir el panel Efectos.
2. Aquí se puede ver que hay una lista de propiedades de cada vídeo, y que tienen un reloj. Al seleccionar ese reloj se le dice al sistema que ese vídeo será modificado en esa pista.



3. Se mueve el reproductor más adelante en la pista, y ahora se modifican las propiedades, se ve que aparecen puntos amarillos en la pista.
4. Se realizan las modificaciones que se consideran pertinentes. Y ya está listo para exportar.

### **2.2.5 LECCIÓN 5: Exportar** Objetivo: Que el alumno aprenda a exportar en Adobe Premiere.

1. En esta lección se les enseñará el uso de la ventana Exportar, y aprenderán a elegir cuáles son las condiciones de cada formato que se adecúen a sus necesidades.
2. La calidad del formato flv es baja, pero es ideal para cargar videos en youtube, sobre todo si se trata de un trabajo rápido, y que no busque resultados óptimos, puesto que el tiempo de exportación también es menor.
3. El formato mpg es para tener una mejor calidad en computadora.
4. El formato avi es ideal para quemar en DVD y que mantenga la calidad y pueda ser visto en cualquier soporte, aunque es más ideal el de TV.

Durante las lecciones también se sondeará qué términos entienden y cuáles no, es decir que se les exigirá que hagan un glosario personal, para que al finalizar el taller tengan el conocimiento necesario para manejarse en el ambiente laboral tan competitivo de la nación.

## **2.3 REALIZACIÓN DE PLATAFORMA DE CD INTERACTIVO**

A continuación se detalla las partes de las que constó el CD Multimedia, con los conceptos que formaron parte de él. Este CD Interactivo se puso en práctica durante el Plan Piloto, para su posterior evaluación.

### **2.3.1 GUIÓN DE PREPARACIÓN DE CD INTERACTIVO PARA TALLER**

Para comenzar a construir el CD Interactivo, se investigó el contenido que debía impartirse, el mismo se detalla en el primer capítulo de este documento. Partiendo de ello se hizo una delimitación de este contenido en 5 lecciones, una por cada día de los 5 que duraría el taller total. Dicha delimitación quedó de la siguiente manera:



## TALLER DE EDICIÓN POR MEDIO DE ADOBE AUDITION Y ADOBE PREMIERE

<b>DÍA 1 LECCIÓN 1</b>	8. ESTRUCTURAS NARRATIVA, DRAMÁTICA, INFORMATIVA, Y PERSUASIVA
1. GENERALIDADES DEL AUDIOVISUAL	
Línea de tiempo	Estructura narrativa
Medios Audiovisuales	Estructura dramática
Spot Publicitario	La estructura informativa
Spot en Internet	Estructura persuasiva
Audiovisual en El Salvador	9. PERSONAJES
<b>DÍA 2 LECCIÓN 2</b>	El personaje multidimensional
2. LENGUAJE AUDIOVISUAL	Roles narrativos
El audiovisual narrativo	Interacciones interpersonajes
El audiovisual no-narrativo	<b>DÍA 4 LECCIÓN 4</b>
El realismo	10. EL ESPACIO
3. ELEMENTOS AUDIOVISUALES	El plano
Escenografía	Espacio explícito, implícito y total
Cámara	Funciones narrativas
Fotografía	11. TIEMPO
Iluminación	Duración
Sonido	Dominio del tiempo
Lo actoral	12. ACCIONES
4. EL MONTAJE	Desarrollo
Etapas del Montaje	Acción y participación
Principios Fundamentales	13. SUSTANCIAS EXPRESIVAS
Métodos de Montaje	Imágenes audiovisuales y tipográficas
Ejes y recorridos	Tratamiento de la imagen
5. CONTINUIDAD	Valores expresivos
Tomas de protección	El sonido y la músicaL
Divisiones temporales	La construcción final



<b>DÍA 3 LECCIÓN 3</b>	<b>DÍA 5 LECCIÓN 5</b>
6. NARRATIVA AUDIOVISUAL PUBLICITARIA Orígenes	14. EL RELATO PERSUASIVO Tipos de seducción Retórica y persuasión
7. EVOLUCIÓN NARRATIVA DEL RELATO PERSUASIVO Del relato denotativo al simbólico Del relato simbólico al infopublicitario Del relato estable al relato cambiante	15. EL PROCESO CREATIVO Enfoque creativo Factores de creatividad Funciones narrativas del género.

Tabla 14 Fuente: Basado en Capítulo 1 del documento (ver detalle) Elaboración: Milton Torres Caceros

### **2.3.2 APLICACIÓN DE CONTENIDO EN DISEÑO**

Tomando en cuenta la delimitación anterior, se procedió a adaptarlo al diseño final que obtendría el CD Interactivo, con la funcionalidad se esperaba tuviera al momento que los estudiantes lo utilizaran. Para su funcionamiento cada lección tiene un diseño por ventana, cada ventana nueva que se abra al dar click tendrá un nombre diferente, y un tema musical diferente también. El diseño general es un universo, donde los estudiantes viajen como dentro de un cosmos creativo.

La plataforma de CD Interactivo fue diseñada y programada en el software Adobe Flash Player por el facilitador del taller. Los recursos que se utilizaron fueron la computadora, fotografías, imágenes del universo, imágenes de naves que están disponibles en librerías de imágenes de internet ([Http//www.behance.com](http://www.behance.com), 2012). La tipografía es An Creon para los títulos y botones y LCD para los textos largos; estas tipografías fueron seleccionadas porque le brindan un aspecto de viaje interestelar a la plataforma. El diseño a manera de espacio sideral está basado en el concepto de universo creativo, es decir todo un espacio de viajes y descubrimientos, que sea juvenil, y que mantenga la atención del estudiante, y que además sea fácil de comprender.



La primera ventana se abre automáticamente y tiene el nombre de la galaxia (Audiovisualia) y el enunciado:

### 2.3.3 AUDIOVISUALIA

“BIENVENIDO A LA GALAXIA. En esta galaxia se forjaron los mejores creativos. Sólo los mejores creativos sobreviven a las lecciones que les da esta galaxia. Sé un héroe creativo, comienza tu viaje en el primer planeta”.

Música: Tema del Espacio exterior.



Gráfico 12. Página de inicio de Audiovisualia Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

Luego de esto vemos una nave blanca que parte al espacio sideral. Se carga la imagen del primer planeta.

Música: Fanfarria de Audiovisualia

Esta es la primera pantalla de destino, donde el usuario podrá elegir uno de los 5 destinos en los botones en forma de círculo color cyan que aparecen en la pantalla.



Gráfico 13. Plataforma de intro de las 5 lecciones Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo



Entre cada planeta habrá una ventana intermedia que tendrá el enunciado: “Bien hecho, ahora viaja al siguiente planeta”. Con la nave blanca saliendo del planeta recién explorado, y adentrándose al siguiente.

Música: Tema del Espacio Exterior

A continuación se presenta el contenido por planeta, que se ha tomado a partir de los capítulos 1 y 2 del documento:



### 2.3.3.1 LECCIÓN 1

Gráfico 14. Plataforma de la lección 1 Elaboración: Milton Torres Caceros

Fuente: CD Interactivo

#### 1. ODIVISIS

Enunciado: Para conocer la cultura creativa, debes entender las generalidades de este universo.

Música: Tema de Odivisis

Contenido:

GENERALIDADES DEL AUDIOVISUAL

Línea de tiempo

Medios Audiovisuales

Spot Publicitario

Spot en Internet

Audiovisual en El Salvador



Gráfico 15. Plataforma de intro del planeta Odivisis Elaboración:

Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo



Esta imagen muestra la utilización de los gráficos elaborados durante el proceso del Capítulo 1, y la aplicación dentro de los contenidos.



Gráfico 16. Muestra de un contenido acerca de Muybridge con su debido gráfico Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

### 2.3.3.2 LECCIÓN 2



Gráfico 17. Plataforma de intro de la lección 2 Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

#### 2. LANG

Enunciado: Debes conocer el idioma de la galaxia, aquí aprenderás el idioma audiovisual.

Música: Tema de Lang

Contenido:

LENGUAJE AUDIOVISUAL

El audiovisual narrativo

El audiovisual no-narrativ



Gráfico 18. Plataforma del planeta Lang Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo



Gráfico 19. Muestra los botones de seguir y el de lección 2 para volver dentro de las ventanas del contenido de estudio Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo



Gráfico 20. Plataforma de del planeta Ementalus con el botón de seguir Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

### 3. EMENTALUS

Enunciado: Ahora aprende sobre los elementos de esta galaxia.

Música: Tema de Ementalus

Contenido:

ELEMENTOS AUDIOVISUALES

Escenografía y Cámara

Fotografía

### Iluminación



Gráfico 21. Plataforma de intro del planeta Tagemon Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

Sonido y Lo actoral

### 4. TAGEMON

Enunciado: Todo creativo debe aprender a montar imágenes, este planeta es donde mejor lo hacen.

Música: Tema de Tagemon



Contenido:

EL MONTAJE

Etapas del Montaje

Principios Fundamentales

Métodos de Montaje

Ejes y recorridos



Gráfico 22. Ventana con uno de los gráficos sobre rodaje que se realizó para este taller específicamente Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

### 5. CONTIS

Enunciado: Para hacer un buen video, hay que aprender de los mejores continuistas, pon mucha atención al viajar por este mundo.

Música: Tema de Contis.



Gráfico 23. Plataforma de intro del planeta Contis Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

Contenido:

CONTINUIDAD

Tomas de protección

Divisiones temporales

### 2.3.3.3 LECCIÓN 3

### 6. NARRATE

Enunciado: En este universo aprenderás sobre la narrativa audiovisual que no es igual a cualquier narrativa. Supera este reto.

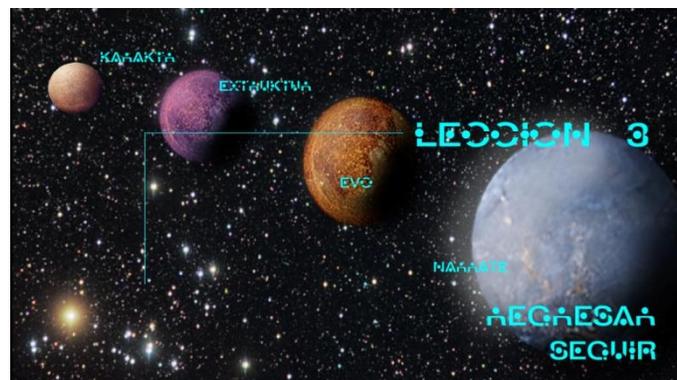


Gráfico 24. Plataforma de intro de la lección 3 Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo



Música: Tema de Narrate

Contenido:

NARRATIVA AUDIOVISUAL  
PUBLICITARIA

Orígenes



Gráfico 25. Plataforma de pantalla del planeta Narrate

Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

## 7. EVO

Enunciado: Debes aprender más acerca de los cambios que ha sufrido el relato persuasivo en la historia.

Música: Tema de Evo

Contenido:

EVOLUCIÓN NARRATIVA DEL  
RELATO PERSUASIVO

Del relato denotativo al simbólico

Del relato simbólico al  
infopublicitario

Del relato estable al relato cambiante



Gráfico 26. Plataforma del planeta Evo Elaboración: Milton

Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

## 8. EXTRUKTUR

Enunciado: Aprende a estructurar relatos, y ya pronto te acercas a tu meta de ser un héroe creativo.

Música: Tema de Extruktur



Gráfico 27. Plataforma del planeta Extruktur Elaboración:

Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

Contenido:

ESTRUCTURAS NARRATIVA, DRAMÁTICA, INFORMATIVA, Y PERSUASIVA



Estructura narrativa

Estructura dramática

La estructura informativa

Estructura persuasiva

## 9. KARAKTR

Enunciado: Conoce los tipos de personajes te servirá en los futuros retos.

Música: Tema de Karaktr



Gráfico 28. Plataforma del planeta Karaktr Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

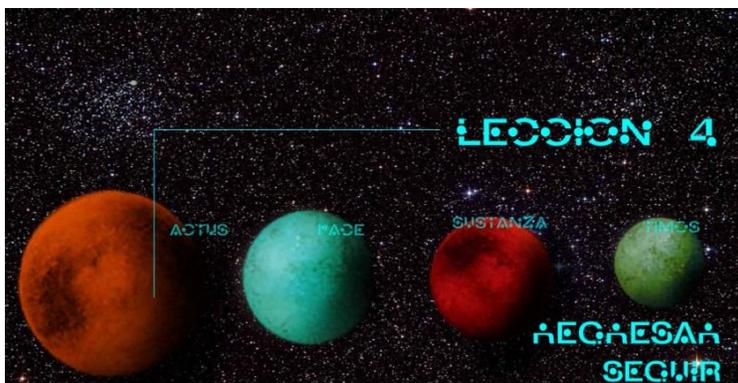


Gráfico 29. Plataforma de intro de la lección 4 Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

Contenido:

PERSONAJES

El personaje multidimensional

Roles narrativos

Interacciones interpersonajes

### 2.3.3.4 LECCIÓN 4

## 10. PACE

Enunciado: Entiende el concepto de espacio, pequeño aprendiz.

Música: Tema de Pace

Contenido:

EL ESPACIO

El plano

Espacio explícito, implícito y total



Gráfico 30. Plataforma de intro del planeta Pace Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo



Funciones narrativas

## 11. TIMOS

Enunciado: Ahora conoce el concepto de tiempo. Te acercas poco a poco a tu meta.

Música: Tema de Timos

Contenido:

TIEMPO

Duración

Dominio del tiempo

## 12. ACTUS

Enunciado: Todo héroe creativo debe conocer el concepto de las acciones, para así poder trabajar junto a los actores.

Música: Tema de Actus

Contenido:

ACCIONES

Desarrollo

Acción y participación

## 13. SUSTANZA

Enunciado: Aprende bien sobre los valores expresivos.

Música: Tema de Sustanza



Gráfico 31. Plataforma del planeta Timos Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo



Gráfico 32. Plataforma de intro del planeta Actus Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo



Gráfico 33. Plataforma del planeta Sustanza Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo



Contenido:

SUSTANCIAS EXPRESIVAS

Imágenes audiovisuales y tipográficas

Tratamiento de la imagen

Valores expresivos

El sonido y la música

La construcción final

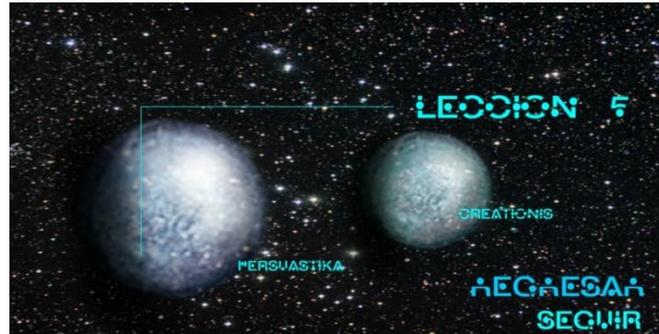


Gráfico 34. Plataforma de intro de quinta y última lección Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

### 2.3.3.5 LECCIÓN 5

#### 14. PERSUASTIKA

Enunciado: Ahora conoce más a fondo sobre el relato persuasivo.

Música: Tema de Persuastika

Contenido:

EL RELATO PERSUASIVO

Tipos de seducción

Retórica y persuasión



Gráfico 35. Plataforma del planeta Persuastika Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

#### 15. CREATIONIS

Enunciado: Una lección más y llegarás a tu meta. Pon en práctica el proceso creativo y conviértete en héroe.

Música: Tema de Creationis



Gráfico 36. Plataforma de intro del planeta Creationis Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

Contenido:



## EL PROCESO CREATIVO

Enfoque creativo

Factores de creatividad

Funciones narrativas del género.

Al finalizar las lecciones, al alumno le aparecerá una pantalla con el enunciado: “Bien hecho, eres un héroe creativo”.



Gráfico 37. Plataforma de felicitación por la finalización del estudio Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

En resumen, ese es el diseño total del CD interactivo que se puso a prueba con los estudiantes del taller de edición de audio y vídeo impartido en la Escuela de Artes, cuyos resultados serán analizados en el siguiente capítulo.

La siguiente parte de este capítulo presenta la aplicación del plan piloto, y los resultados que se someterían a evaluación posteriormente como se verá en el 3° capítulo.

### **2.4 APLICACIÓN DE PLAN PILOTO**

Según la planificación, se decidió poner a prueba el CD interactivo, y toda la plataforma curricular en un tiempo de 5 días. Tomando en cuenta los requisitos para recibir una cantidad máxima de 15 personas en las instalaciones del Centro de Cómputo de la Escuela de Artes.

Se definieron además dos premisas básicas para el Taller de Edición de Audio y Vídeo: cortar y pegar, estas premisas son inherentes a todo el proceso, independientemente de cuál lección se estudie, son dos premisas simples, pero la base de trabajo de cualquier montador. Una premisa es aquel aprendizaje que no es evidente al proceso, por ejemplo el objetivo teórico es que aprendan a exportar en la quinta lección, pero la premisa es que compartan experiencias con otros profesionales del proyecto durante la actividad del casting. Algo que parece tan simple, pero que en su estudio puede ser algo demasiado complejo al considerar todos los criterios de aplicación, como se explica en el primer capítulo. Un dato importante también, es



el hecho que no trata de simplificar el trabajo de los estudiantes con efectos y herramientas prefabricados por Adobe, sino que ellos deben aprender a utilizar la menor cantidad de efectos y hacer un audiovisual bien logrado sin artificios ni adornos; *sino con el uso inteligente y oportuno de su creatividad y las herramientas que domina.*

### **2.4.1 PREMISAS POR LECCIÓN**

Las premisas por lección son las siguientes:

#### **LECCIÓN 1:**

##### **Aprender a observar.**

En esta lección la premisa a conseguir es que cada uno de los estudiantes pueda tomarse un tiempo para observar el trabajo de sus colegas, y analizar montaje y continuidad, para evitar caer en los mismos errores.

#### **LECCIÓN 2:**

##### **Aprender a escuchar.**

Al finalizar esta lección, los estudiantes habrán aprendido a escuchar los sonidos que funcionan en un audiovisual y los que no, incluyendo la música que aporta, y la que no.

#### **LECCIÓN 3:**

##### **Aprender a evaluar.**

La premisa para esta lección es evaluar su propio trabajo, detenerse por un momento a ver sus propios avances y evaluar cómo funciona lo que han realizado hasta ese momento, y cuánto aporta al resultado del audiovisual.

#### **LECCIÓN 4:**

##### **Aprender a previsualizar y planificar.**

En esta lección, los estudiantes deberán aprender a tener la idea previa de lo que realizarán, para con ello pasar a planificar el orden de cómo lo harán, para ahora sí, sentarse a trabajar con una buena concentración.



## **LECCIÓN 5:**

### **Aprender a compartir experiencias.**

En esta lección, los estudiantes aprenderán a tener contacto con colegas, artistas, y todo tipo de profesionales del audiovisual, al realizar el casting, aprenderán a presentar sus ideas a otras personas, para recibir y dar aportes mutuamente.

## **2.5 SÍNTESIS DE LOS RESULTADOS**

### **LOGROS Y DIFICULTADES**

Se presentan en este apartado los logros y dificultades del taller, en base a los criterios de enseñanza contemplados en la planificación. Desde el inicio del taller hasta los últimos ejercicios de la primera semana, y la entrega final de los resultados.

#### **2.5.1 INICIO DE TALLER**

##### **2.5.1.1 LOGROS**

Los alumnos comprendieron la diferencia entre un buen montador, y un editor. Conocieron además las herramientas de trabajo durante la compaginación, el proceso debido, y las dificultades que puede presentarse al momento de sentarse a editar.

##### **2.5.1.2 DIFICULTADES**

A los alumnos se les hizo difícil comprender la diferencia entre dedicarse sólo al montaje y por aparte a la dirección. Que ambas cosas no necesariamente van de la mano. Esto significó que en las siguientes lecciones debía tomarse el tiempo de explicarles por qué un montador debe entrar al trabajo sólo durante la postproducción, pues se trata de un ojo virgen, que debe ser lo suficientemente claro en cómo se narrará la historia, y que al formar parte del rodaje, su ojo ya ha sido contaminado por el resultado que buscaba el director.

Como se pudo apreciar en la observación directa con André Gutfreund, los ejercicios de teatro son primordiales, y otra dificultad fue hacerles ver el valor que tiene para el aprendizaje.



## **2.5.2 APRENDIZAJE DE LAS HERRAMIENTAS**

### **2.5.2.1 LOGROS**

Al finalizar el taller, todos los alumnos habían tenido acceso al software de edición de vídeo y al de audio. Todos profundizaron su conocimiento, y otros en mayor nivel demostraron su habilidad para saber qué cortes hacer, y de qué manera hacerlos más limpios valiéndose de las facilidades que brindan dichas herramientas.

### **2.5.2.2 DIFICULTADES**

Una de las mayores dificultades que se tuvo fue la falta de equipo apropiado, porque aunque las máquinas del Centro de Cómputo han sido actualizadas con todos los programas de Diseño, en cuanto a la edición de vídeo quedan cortas, pues se trabaja con archivos de mucho peso, y se necesitan también tarjetas de vídeo apropiadas, por lo que los alumnos debían llevarse el trabajo a casa, y se tuvieron limitaciones para desarrollar otros contenidos. Pero como dicen muchos maestros: “la precariedad es la madre del ingenio”, y se reflejó en el nivel de resultados.

## **2.5.3 USO DE LA CREATIVIDAD**

### **2.5.3.1 LOGROS**

Los alumnos demostraron un alto nivel de creatividad, y hubo una mezcla de los conocimientos, que sumaron al venir de diferentes carreras, y se vio en el resultado final que entregaron.

### **2.5.3.2 DIFICULTADES**

En algunos ejercicios se les vio un poco dispersos, como por ejemplo en el de interiorización, debido a que algunos de ellos nunca antes habían formado parte de ejercicios de ese tipo. Y por eso algunos se inclinaron por resultados que no eran premisa en ese ejercicio, pero a la larga se les indujo a donde debían dirigir su atención, y buscar el resultado debido. Un ejercicio de interiorización mal realizado puede derivar en resultados inesperados, y la asimilación que algunos de los estudiantes tuvieron llevó al hecho que tenían renuencia a expresar sus recuerdos en los ejercicios.



## **2.5.4 PREPARACIÓN DE GUIONES**

### **2.5.4.1 LOGROS**

A pesar que al instruirles en montaje, ellos no tienen obligación de escribir guiones, hubo buenos resultados, dado que partieron de vivencias personales, y esto abonó al ejercicio en el que ellos escribían un guión. Es menester eso sí, que conozcan todo el proceso cinematográfico, sobre todo porque no se disponía de material otorgado por alguna productora donde ellos podían ir directo al montaje, sino que debieron partir de sus recursos a rodar y luego editar, entonces conocer todo ese proceso les abonará en el futuro, cuando se dediquen sólo a editar, es un conocimiento que les aporta a su experiencia.

### **2.5.4.2 DIFICULTADES**

Algunos alumnos fallaron a la premisa de escribir acerca de sus vivencias y sentimientos. Hubo alumnos que al escuchar la palabra guión, se fueron directo a pensar en una historia fabulosa, que funcionara para atraer público, e ignoraron la recomendación de basarse en sus vivencias personales y memoria emotiva para escribir algo con lo que el público se identifique, y como se verá en la evaluación más adelante, afectó a la larga en el resultado.

De esta manera con la planificación y aplicación del plan piloto queda demostrado que existe talento por explotar dentro de la sociedad salvadoreña, y que así se podría aportar al mundo con un taller de edición de vídeo y audio, en el siguiente capítulo se verá la planificación final para realizar un taller permanente de manera anual en la Escuela de Artes que sea apoyado por instituciones interesadas en contribuir a la sociedad por medio de este esfuerzo.

### **Fin de Capítulo**

Como queda demostrado en este capítulo se finalizó con dos etapas más previstas en el anteproyecto para el trabajo, en el siguiente capítulo se verá los resultados de todo el trabajo en general.



# **CAPÍTULO 3**

## **EVALUACIÓN DEL PLAN PILOTO**



## CAPÍTULO 3

### "EVALUACIÓN DEL PLAN PILOTO"

Tal y como se había visto en el anteproyecto al haber finalizado la etapa de realización del Plan Piloto, tomando ello como muestra se procedió a la etapa de Evaluación de los Resultados, para la reelaboración posterior del CD interactivo y el Taller de Edición de Vídeo y Audio como tal, lo cual veremos en este capítulo.

#### 3.1 SISTEMATIZACIÓN DE RESULTADOS

A continuación se presenta la sistematización de resultados del Plan Piloto, donde participaron como evaluadores del proceso los mismos estudiantes que participaron en el taller, a su vez respondieron a una encuesta donde se les preguntaba si los contenidos, el método y el CD Interactiv propuesto era correcto o no, y aquí se presentan los resultados de esto.

Desde el primer día los alumnos llegaron con mucho entusiasmo a recibir la clase. Algo que se vio en ellos es que tenían interés por adentrarse de lleno a utilizar el software de edición. Unos cuantos de ellos ya habían utilizado editores no tan profesionales como el Windows Movie Maker, y de ahí mismo provenía su deseo de ahondar más en el conocimiento de Adobe Premiere y Audition.

Entonces, se les hizo ver que la utilización de ese software es algo muy empírico y que cualquier instructor puede tomarse un año en explicarles con ejemplos, pero que eso no serviría de nada si ellos no lo aplican por su cuenta. Y que era mejor tomarse un tiempo para explicarles los criterios de montaje y lenguaje audiovisual, desde lo teórico, con conceptos primordiales como el ritmo y la lógica de secuencia. Que son conceptos que no se aprenden al utilizar por su cuenta el software. Porque el software al estudiarlo bien, uno puede aprender



por sí mismo, pero el complemento correcto que debe tener un método de enseñanza de la edición, debe ser uno que parta del montaje y lenguaje audiovisual.

Al entregar sus trabajos, se pudo ver que comprendieron lo que significa contar una historia colocando las secuencias en una sucesión y un orden comprensivo. Todos los trabajos que entregaron cumplieron con esta premisa. No se les evaluó la calidad de la imagen, ni la iluminación, ni el trabajo actoral, porque éste era un taller de montaje, y no teníamos suficiente tiempo para explicar todo lo que es el quehacer audiovisual, aunque igual se les dio una variedad de temas relacionados al cine que también sirvió para darles lineamientos que ellos podían utilizar, y se les hizo ver que debían continuar su educación por su cuenta, y resultado de esto por ejemplo la alumna Daisy López al finalizar el taller de montaje, pasó a formar parte del taller de teatro de la Universidad de El Salvador, motivada por el mismo facilitador.

### **3.1.1 EVALUACIÓN POR CRITERIOS**

Se vio en este grupo de estudiantes mucha acuciosidad, eran como “esponjas” dispuestas a absorber todo acerca de la edición. Al haber estudiantes que no eran de Artes Plásticas, en los resultados se vio nuevos aportes que superaron las expectativas para un grupo de alumnos con tan poca experiencia. Se definió un sistema de evaluación, en base a 6 criterios. Los criterios de evaluación a considerar fueron los siguientes: montaje, montaje de sonido, mezcla de sonido, orden de la historia, ritmo, limpieza.

A continuación se presenta un estudio detallado de los resultados finales que entregaron cada grupo de estudiantes:

### **3.1.2 ENTRE LÍNEAS**

Un joven encuentra al amor de su vida un día en la universidad, él queda deslumbrado por ella, y la frecuenta, eventualmente ella teje hilos, y él queda atrapado. Ella lo abandona, y escapa con otro hombre. Pero ella misma se enreda en sus propias redes. Es un cortometraje que partió de un guión escrito por Daniel Pimentel. También él dirige y tomó una técnica del cine que se conoce como *nouvelle vague* que es un estilo que surgió en Francia alrededor de la



década de los 50's, y está caracterizado por su ritmo lento y detallista. El orden de las secuencias viene dado de pasado a futuro sin saltos.

La lógica se puede ver, más el ritmo puede parecer a veces demasiado pesado, que es algo en lo que se les hizo ahínco durante el taller, al recurrir a esta técnica se descuidó de alguna manera que el mensaje fuera claro, directo, conciso.

### **3.1.2.1 Montaje**

Este grupo consiguió en general una calidad de montaje nítida, acudió a un recurso de ritmo lento, que se evidencia fue previsto en la idea del director desde que visualizó el filme.

### **3.1.2.2 Montaje de Sonido**

En cuanto al sonido, hay poco control del ruido, no se puede justificar que los sonidos naturales son los que se querían usar desde el primer momento. Al menos se evidencia que durante el rodaje sí hubo control de los sonidos exteriores, que de igual manera debieron ser editados para lograr un efecto distinto en el espectador.

### **3.1.2.3 Mezcla de Sonido**

En cuanto a la mezcla de sonido, este grupo falló mucho, los cortes son rígidos y mal colocados, sobre todo en la música, provocan que el espectador salga de la ilusión de la historia, y que se perciba un error, aún para aquellos que no saben demasiado de cine.

### **3.1.2.4 Orden de la Historia**

El orden de la historia está muy bien contado, excepto por el final, que cambia el ritmo que llevaba desde el principio, es decir, de pronto la protagonista aparece con otro hombre demasiado de improviso y demasiado rápido para la comprensión, o el ritmo al que se había acostumbrado desde el principio de todo el cortometraje.

### **3.1.2.5 Ritmo**

El ritmo como se dijo, es lento, como en la *Nouvelle vague*, pero es excesivamente lento porque no está completado por el trabajo actoral, los actores están vacíos en escena, y con eso



provocan que el ritmo se caiga, el montador debió rescatar la esencia de cada escena, con duraciones más cortas de las secuencias, y así obtener un ritmo más acorde a la baja calidad actoral, para con ello salvar el filme.

### **3.1.2.6 Limpieza.**

Los cortes en imagen son muy buenos, no así los del sonido, en general el grupo hizo un trabajo muy limpio, desde la concepción de la idea, hasta la selección de escenas, y los cortes de las secuencias, los fallos que tiene este grupo son muy específicamente en cuanto a sonido.

### **3.1.3 HISTORIA DE UN ÁRBOL**

Un chico y su novia cortan, y la planta que lo ligaba a ella, pues bueno él decide que la dejará a la intemperie, pero un vecino toma la planta y lo obliga a cuidarla. Con el tiempo él descuida la planta, y ve cómo su vida va desmoronándose conforme la planta va muriendo, al final logra resucitar a la planta, y su novia ha vuelto para compartir nuevamente sus vidas.

Este cortometraje fue realizado por José Mario Castillo, Fabricio Gallardo y un estudiante de la Universidad Francisco Gavidia, Ricardo Corea, quién también actúa. Recurrieron a travellings muy bien logrados, donde no usaron rieles, sino que como ellos mismo dicen, colocaron la cámara sobre un libro, y lo deslizaron. A esto se les incentivó en el taller, que no importaba cuáles fueran sus recursos, no debían limitar su creatividad, debían conseguir un resultado con lo que tenían a la mano. Y en este cortometraje, se recurrió a efectos para hacer más vistosa la pieza, al presentarla en su proyección oficial, fue la más aplaudida. Pero sucede que según el guión, el protagonista al final descubría que el árbol tiene un fruto o tubérculo mágico; cosa que no se vio en el cortometraje, y la historia era muy diferente a como se había planteado en el guión. Aquí se ve el fallo, que fue un grupo que estaba más preocupado por los efectos y la calidad de imagen e iluminación que por garantizar que la historia se cumpliera y tuviera el orden lógico del que tanto se les había hablado durante el taller.

#### **3.1.3.1 Montaje**

De todos los cortometrajes, este ejemplo es el que logró los mejores resultados, los cortes son nítidos, y el orden de la historia es comprensible y al final deja un buen sabor de boca. Como se verá en el criterio de ritmo, han fallado en lo plano, lo pesado y largo que fue contar



una historia tan fácil de contar en menos tiempo. Que es uno de los errores que se le marcó al grupo del corto “Entre Líneas”, que alargaron imágenes que sólo contribuyen al aburrimiento, y no al detalle de la historia.

### **3.1.3.2 Montaje de Sonido**

Los cortes del audio son muy buenos, también la selección de la música que aporta mucho a la historia y no saca al espectador de la ilusión. Pero hay música en todo el cortometraje y esto vuelve pesado el ritmo, pues no hay descansos a los oídos.

### **3.1.3.3 Mezcla de Sonido**

La mezcla de sonido es excelente, hay control de todo el atrezzo<sup>5</sup>, suena el televisor en lo lejano de la habitación. Pudieron recurrir a más efectos, como por ejemplo en esa misma escena, se podría haber escuchado los botones del control de la consola de juegos. Pero en general este grupo tuvo unos logros técnicos muy buenos.

### **3.1.3.4 Orden de la Historia**

La historia es larga y pesada, demasiado aburrida, sin un gancho que atraiga la atención de principio a fin, no se ve la asociación de la planta con la historia, al menos no como el grupo lo había planteado en el guión, hay discordancia entre el resultado y lo que se planteó el director desde el principio.

### **3.1.3.5 Ritmo**

El ritmo es plano, sin matices, largo y pesado. El ritmo fue descuidado porque se preocuparon más por impactar en su habilidad de utilizar efectos, efectos que no se les enseñó en el taller, porque el taller es de montaje, y como se dijo desde un principio, el montaje no es más que cortar secuencias, unir las, y crear una historia lógica y armónica. La armonía no se consiguió en este cortometraje. Hay que dejar claro que si bien este grupo gozaba de integrantes con mucha creatividad, tuvieron un error de “irse por la tangente” y descuidar los objetivos planteados en el taller.

---

<sup>5</sup> A la utilería se le conoce también con el nombre de atrezzo.



### **3.1.3.6 Limpieza.**

La limpieza es impecable, los cortes son nítidos, tanto de la imagen como del sonido, como se dijo ya, lo técnico es muy bueno en este cortometraje, pero la esencia, el alma de la historia no existe y sin una buena historia, un filme no funciona.

### **3.1.4 BORO**

Este cortometraje trata sobre una chica que tiene una relación homosexual con una de sus compañeras del colegio, pero la madre les impide mantener esa relación. La protagonista repasa imágenes de su niñez en la cabeza, a la vez que su madre recae en una enfermedad terminal, tiene que soportar todo junto a su hermana, y esto mismo no le permite escapar con su amor a España. Al final la madre muere. Y la protagonista se ve sin madre, sin novia, mientras repasa la historia de su vida en la cabeza.

El cortometraje logró cumplir con la premisa del taller. Un grupo formado exclusivamente de mujeres, perfectamente cohesionadas, lograron hacer un guión coral<sup>6</sup>, que fue suma de los guiones individuales que realizaron en clase. Como parte del taller se les permitió usar cualquier tipo de cámara que grabara video, en la calidad que se pudiera, debido a que no era un taller de utilización de cámara. Entonces este grupo entregó un trabajo de una resolución baja, la calidad de audio varía. Pero la historia es la mejor lograda, junto con la selección de música, al hacer un sondeo con colegas que asistieron a la proyección, aseguraban todos que era la historia que más les había cautivado, en ningún momento se volvió pesada, el ritmo era bueno, y que la historia era la más conmovedora. Pero todo esto se debió a que partió de un sentimiento personal que encontraron en el ejercicio de interiorización que hicieron para escribir cada guión.

#### **3.1.4.1 Montaje**

De todos los cortometrajes, este ejemplo es el que logró los mejores resultados, los cortes son nítidos y el orden de la historia es comprensible. Hay fallos que son perceptibles, y tiene que ver con las rasterizaciones de formatos de video, la prueba final que entregaron

---

<sup>6</sup> La palabra coral hace referencia a los aportes de diferentes partes de guiones, unificados en un guión con una historia única.



presentaba un audio corrido, que no era así en la primera prueba que habían entregado, y hay constancia que al tener un equipo apropiado con una buena tarjeta de vídeo, se pueden lograr mejores resultados, pero son detalles que pasan por alto al tomar en cuenta que la esencia de lo que se quiere contar está muy clara.

#### **3.1.4.2 Montaje de Sonido**

La falta de un micrófono durante las grabaciones es evidente en este cortometraje, lo cual no es justificación, lastimosamente la dirección no es uno de las enseñanzas del taller, en ese sentido debieron aprender a pedirle a sus actores y actrices que hablaran fuerte y claro. Dejando eso de lado, por el orden de las imágenes se puede apreciar que el sonido es casi innecesario pues la historia se comprende perfectamente simplemente con la imagen, por lo que este grupo pudo recurrir a una música de acompañamiento para salvar la falta de un micrófono.

#### **3.1.4.3 Mezcla de Sonido**

Ciertamente la mezcla de sonido es bastante mala, que está evidenciada por el fallo en la captura del sonido, el volumen de unas escenas es más bajo que el de otras, y es un error que se les señaló durante la proyección del mismo. Una música que disimulara lo malo del sonido hubiese salvado todos esos errores que son muy evidentes aún para el espectador menos experimentado.

#### **3.1.4.4 Orden de la Historia**

Este es el mayor logro del cortometraje, el resultado es excelente, tan bueno que como se decía, si le quitamos el sonido por completo, la historia se sigue entendiendo igual. Eso es debido a que se tomaron el tiempo de planificar todo el rodaje, el proceso de caracterización del personaje, y todo lo que conlleva la postproducción, al ser estudiantes de Artes, dieron un énfasis muy importante a la imagen, y por eso el sonido está tan descuidado.

#### **3.1.4.5 Ritmo**

El ritmo es muy bueno, se ven las partes definidas por cada parte de la vida de la protagonista. La historia va de las imágenes que tiene de su niñez, a las imágenes de ella en el



Bachillerato, cuando muere su madre, en un orden exquisito, que permite que el espectador arme la historia completa en su cabeza, sin necesidad que el corto relate hasta el último detalle.

#### **3.1.4.6 Limpieza.**

La limpieza falla en algunas escenas, donde la iluminación no fue controlada, son detalles que pudieron disimularse con la aplicación de efectos. La utilización de efectos es algo que no domina este grupo, a diferencia de cómo se vio lo hizo el grupo anterior, que investigó más allá de la herramienta que se le dio en clase.

A manera de conclusión, se puede decir que los grupos destacaron en algunos aspectos del montaje, y en otros aspectos tuvieron deficiencias, por lo que quedaba la duda de en qué parte del proceso se había fallado, y se hicieron las encuestas pertinentes, y el resultado de eso se presenta en el siguiente apartado.

El montaje fue un aspecto destacable, mientras que el sonido fue un aspecto muy deficiente en todos los grupos, la limpieza y el ritmo variaban dentro de cada cortometraje, por lo que se puede concluir que hay deficiencia en la coordinación de cada grupo, aspectos que serán resueltos en la replanificación del taller.

### **3.1.5 EVALUACIÓN DE PLAN PILOTO**

A continuación se presentan los criterios de evaluación del Plan Piloto, y se muestra las opiniones de los estudiantes para que a partir de ellos se hagan las modificaciones necesarias al Taller para garantizar el aprendizaje de los alumnos.

#### **3.1.5.1 DURACIÓN**

La duración del Taller fue muy corta y hubo contenido que debió completarse vía Internet con los alumnos, dicho contenido que forma parte de la planificación, pero que no fue cubierto en horas clase, como la utilización del software muy específicamente. Debido sobre todo al equipo del Centro de Cómputo de la Escuela de Artes, que no dispone de una tarjeta de vídeo por máquina que contribuya a soportar el peso que tiene el vídeo, por lo que se tuvo que



recurrir a mostrar cómo hacer el trabajo proyectándolo en una pantalla, pero que los estudiantes sólo pudiesen trabajar en sus casas. Por lo tanto se hará la siguiente modificación.

#### **3.1.5.1.1 Modificación**

El taller no duró más de 5 días, pero a partir de la experiencia se considera mejor que este dure al menos 10 días, donde se apliquen las 5 lecciones del CD interactivo y los ejercicios ex-aula de la jornalización original. Esto permitirá realizar en clase los ejercicios, tener una mejor supervisión del proceso y asegurar que todos asimilan la herramienta de manera correcta.

#### **3.1.5.2 DEDICACIÓN**

Una enorme debilidad de planificación fue permitirles a los alumnos realizar el rodaje sin supervisión, puesto que pusieron excusas para entregar el resultado a tiempo, y se les dio una prórroga, de un trabajo simple que se puede realizar en pocos días. Esto implicó que sólo se conociera el resultado final, y no dio tiempo para hacer mejoras en los casos de quienes lo entregaron a última hora. En cambio quienes entregaron sus avances en la fecha tuvieron el espacio para poder mejorarlo, aún así es recomendable supervisar el proceso de principio a fin.

##### **3.1.5.2.1 Modificación**

Esto es la modificación a incorporar en la planificación del proyecto de Taller definitivo. Se les asignarán grupos de trabajo, en 4 jornadas diferentes, donde se rotarán directores, actores, montadores, de manera que todos desempeñen esos papeles, y tendremos como resultado 4 cortometrajes diferentes del taller por grupo que no superen los 3 minutos, y esto asegurará que todos asimilen correctamente la herramienta.

#### **3.1.5.3 CONSTANCIA**

Hubo detalles como el hecho que algunos alumnos se consideraron autosuficientes, y no consultaron sobre el proceso, y por ello pidieron prórrogas. No aprovecharon la disponibilidad ni el tiempo que el facilitador les podía dedicar. Hubo un alumno que acusó a los tutoriales de Internet para justificar su retraso, cuando lo mismos eran sobre efectos aplicables a los vídeos que no forman parte del contenido y que, en su defecto, acerca de efectos se pudo consultar al



facilitador. Esto significó que los alumnos siguieran un método diferente al del taller, y como resultado se vio que había más énfasis en la utilización de efectos muy específicamente por ejemplo en el corto “Historia de un Árbol”.

### **3.1.5.3.1 Modificación**

Para compensar el fallo interior, será importante estar presente durante todo el proceso, desde la pre-producción, hasta el rodaje y montaje de la pieza. O en este caso de las piezas que deban realizar. Para ello deberán realizar diferentes ejercicios de corte, donde rotarán los roles, de manera que al final todos hayan realizado el montaje de algún ejercicio, significa que los ejercicios deben ser cortos para que en el menor tiempo posible todos los participantes hayan aprendido a manejar la herramienta.

### **3.1.5.4 VICIOS**

Los alumnos tienen vicios de competencia, buscan destacar de sus compañeros, y es eso lo que les hace buscar otros recursos que no se les impartió en el taller, y que desgraciadamente descuiden el trabajo que sí se les exige. Se atribuye esta actitud a los vicios que cada estudiante se crea, resultado de adularlo en su trabajo. La duración del taller es muy corta para quitarle estos vicios. Por lo que se podría proponer lo siguiente:

#### **3.1.5.4.1 Modificación**

a. No permitir que elija su grupo de trabajo, sino rotarlo en diferentes grupos, y evitar que trabajen unos con otros simultáneamente, evitar también que quienes tienen tendencia a ser líderes sean adulados por sus compañeros, porque esto alimenta la intercompetencia y aporta menos al trabajo de grupo. Es importante señalar esto porque el trabajo de creación de cortometraje es un trabajo de equipo en igualdad de competencias. Y los alumnos deben aprender a separar sus egos, que no contribuye en nada al trabajo en equipo.

b. Supervisar que todos los alumnos se roten en los diferentes papeles durante el rodaje y la postproducción. Es decir que todos jueguen papeles de director, director de fotografía, montador, actores, actrices, etc.



En resumen, se puede concluir que... al aplicar estas modificaciones al proceso del taller, se obtendrán mejores resultados. Un taller de edición de vídeo y audio, aporta a la sociedad un grupo de artistas de la imagen audiovisual, que es una muestra del vínculo estrecho que puede existir entre el arte y la tecnología. Las modificaciones que se hagan en la planificación del Taller de Audio y Vídeo servirán para lograr mejores resultados, el Plan Piloto fue bueno para conocer en qué aspectos se debe profundizar en la investigación.

### **3.2 EVALUACIÓN DE PLATAFORMA DE CD INTERACTIVO**

A continuación se detalla la evaluación específica hecha a la elaboración del CD interactivo, tanto en su comprensión como en la asimilación de la herramienta, las limitantes, los alcances, utilidad, aporte, observaciones y mejoras.

Este análisis es el resultado de las encuestas hechas a los estudiantes que participaron del taller y en consultas a la asesora de este proyecto.

#### **3.2.1 COMPRENSIÓN**

En cuanto a la comprensión, los estudiantes expresaban que era muy fácil de comprender y su utilización fue simple, según la encuesta, el contenido es claro, aunque si expresan que es muy extenso como se verá más adelante. La plataforma ha sido diseñada de manera que se pueda regresar a alguna otra lección si es que no había sido comprendida al estudiarla la primera vez.

#### **3.2.2 ASIMILACIÓN**

Basándose en los resultados del taller pareciera que la herramienta no fue del todo asimilada, al menos esa fue la impresión que daría, pero los alumnos dicen en la encuesta que comprendieron todo el contenido. Al parecer se trata de que el contenido está asimilado, por su fácil comprensión, pero al no haberles supervisado el proceso, tal y como se vio en la evaluación del Plan Piloto, no se les hizo énfasis de cómo aplicar lo que se vio en el CD Interactivo. Por eso nuevamente hay que decir que debe un proceso de supervisión del trabajo que realizan.



### **3.2.3 LIMITANTES**

Una de las limitantes del CD interactivo es que dispone de ejemplos aplicables a Adobe Premiere CS4, que a la fecha de realización de este proyecto ya ha sido desfasado por el CS5 y que conforme transcurran los años se volverá una herramienta cada vez más antigua, por lo que limitarse a incluirlo en la plataforma interactiva sería contraproducente, en el sentido que asimismo el CD interactivo deberá ser rediseñado al menos anualmente, así que para solventar esta limitante es conveniente darle importancia al contenido texto-conceptual, para así dejar la enseñanza del software por parte del facilitador según él mismo considere sea el más adecuado.

### **3.2.4 ALCANCES**

El CD interactivo sirvió para agilizar la comprensión de los conceptos de montaje y continuidad, que se plantearon como uno de los objetivos principales del proyecto, el resultado de esto se vio en los ejercicios finales que entregaron los participantes. Estos resultados reflejaron que aplicaron los criterios de montaje que muestra el CD interactivo, las limitantes de estos resultados están relacionadas con la planificación del taller y la duración (y como ya se dijo muchas veces con la falta de supervisión por parte del facilitador) pero no así con el contenido del CD que fue asimilado y respetado por los participantes, así que las modificaciones que se le hagan serán mínimas, y como se ve más adelante las modificaciones serán de resumir contenidos.

### **3.2.5 UTILIDAD**

Para que el CD interactivo tenga mayor utilidad para la sociedad, deberá trascender más allá de la carrera para la cual nació la iniciativa, es decir la Licenciatura en Artes Plásticas, sino que sirva como una herramienta para otras carreras de comunicación como Periodismo, Arquitectura, Publicidad, Teatro, Cine, Danza. En este sentido, los contenidos deben ser más genéricos, cuidando en todo momento que el enfoque artístico del montaje no se pierda y buscando activar la inteligencia literaria necesaria para saber contar una historia con imágenes y los recursos técnicos pertinentes. El CD Interactivo es un aporte a la sociedad salvadoreña, ya que brinda una sumatoria de contenidos muy específicos que debe saber todo editor



profesional, y promueve a la vez la calidad estética, tal y como sucede con el resto de esfuerzos que se realizan en el interior de la Escuela de Artes.

### **3.2.6 APORTE**

Todos los estudiantes que contestaron la encuesta, aseguran que la herramienta aporta mucho, tanto así, que recomendaron disminuir la cantidad de información, puesto que consideran que es demasiada para un período de 5 días y que no fue profundizada lo suficiente. No es justo recortar información, lo ideal será alargar la duración del taller y a la vez agregar una jornada extra de visualización de películas con diferentes ejemplos de montaje a manera de referencia. Lo conveniente ha sido resumir lo más posible el contenido que muestra el CD Interactivo cuidando en todo momento que no pierda la esencia de lo que se quiere conseguir con él, así se verá en la Reelaboración del CD Interactivo del siguiente apartado.

### **3.2.7 OBSERVACIONES**

Los encuestados señalaron que en cuanto al diseño del CD; la lectura de los textos se dificulta por el tamaño y el color de la letra, por lo que es uno de los cambios que se considera hacer. Para no cambiar el diseño completo se modificará el tamaño a la tipografía, pero el tipo de letra se mantendrá. Por lo demás, el diseño les pareció interesante a los participantes, fácil de comprender, útil. Sólo lamentaron no recibir copias de él, debido a que se trataba de un plan piloto. Por ello se considera que de formalizar el taller, todos los participantes tendrán su copia para que puedan utilizarla en casa y ampliar sus conocimientos.

### **3.2.8 MEJORAS**

En contenido, resumir un poco la información, ser más sintéticos en cuanto a los temas tratados, debido al tiempo de duración del taller y para tornarse específicos o no dar lugar a vacíos dentro del aprendizaje del mismo. En cuanto al aspecto gráfico, se ha dado atención a detalles como el contraste de la tipografía con el fondo, para lograr una mayor legibilidad del contenido. En resumen, el CD es práctico y funcional; en cuenta de lo anterior podrá garantizarse mejor la pertinencia de la información y la eficacia de su comprensión, así como la aplicación práctica que le corresponde; igualmente se han reducido algunos puntos



concretos, anticipándose así a aquellos usuarios que se desaniman con facilidad. Los cambios al CD Interactivo se detallan en el siguiente apartado.

### 3.3 REELABORACIÓN DE CD Y REPLANIFICACIÓN DE TALLER

#### 3.3.1 CAMBIOS

Como se ha planteado en la evaluación y sistematización de resultados, los cambios que se han realizado en el taller responden más a la jornalización y duración del taller, es decir que se le dará mayor importancia al trabajo directo y dedicación a los estudiantes de lo que fue en el Plan Piloto, que fue un error difícil de reparar en las pruebas que se realizaron.

El temario de contenidos se mantiene como estaba estipulado, y sólo se ha disminuido la cantidad de información de la que dispondrán los estudiantes en el CD Interactivo. También se han agregado botones para regresar dentro de la plataforma de una ventana a la anterior, que no habían sido planteados al principio del diseño, y se han agregado fondos negros a las ventanas con texto para facilitar la lectura y que no se confundan con el fondo.

#### 3.3.2 APLICACIÓN DE OBSERVACIONES

Algo que es muy importante es que los estudiantes que asistieron al taller expresaron que la lectura del contenido se dificultaba debido al tamaño de la tipografía de los textos, y como



Gráfico 38. Muestra un ejemplo de la legibilidad al aumentar el tamaño de letra de los textos y colocar fondo negro. Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo



se muestra en los siguientes ejemplos son parte de los pequeños cambios que se le hicieron al CD Interactivo.

### 3.3.3 REELABORACIÓN DE TALLER

Los contenidos originales del CD Interactivo se mantienen como estaban planteados originalmente y así como se estudia en el primer capítulo de este documento, con la salvedad que el texto de las lecciones será resumido más, y eso se podrá apreciar en el CD Interactivo final. Los contenidos se mantienen en el siguiente orden:

#### 3.3.3.1 TEMARIO DE CONTENIDOS

Los contenidos se respetan con la salvedad que han sido sintetizados en cuanto a duración de clase, pero el temario y el orden para impartir los contenidos continúa siendo el mismo.

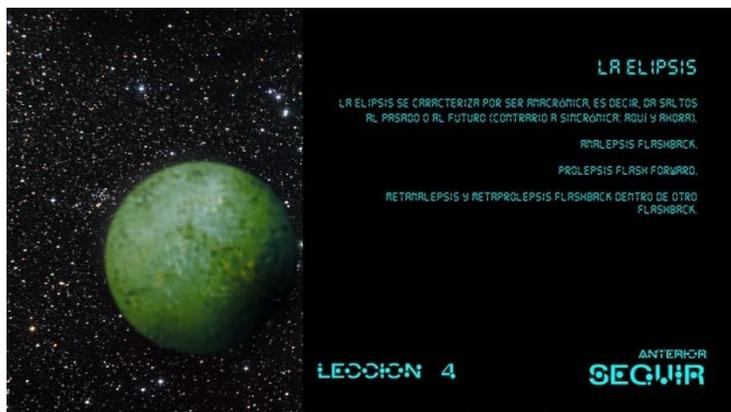


Gráfico 39. Muestra la redistribución de las partes para poder aumentar el tamaño de letra, por ejemplo el botón de seguir se ha movido más abajo para darle espacio de lectura al texto. Elaboración:

Milton Torres Caceros Fuente: CD Interactivo

Como se puede ver a continuación, los contenidos se respetan como han sido planteados en el 2º capítulo, y de la misma manera se mantiene el CD Interactivo en su diseño y contenido, lo que se ha modificado únicamente es la jornalización de los 5 días de duración, para adaptarlo a 10 días de clase, reacomodando los ejercicios, y la semana de la etapa final, se transforma en



dos jornadas finales de 120 minutos cada una. A continuación se detallan los cambios en la  
jornalización.

### TALLER DE EDICIÓN POR MEDIO DE ADOBE AUDITION Y ADOBE PREMIERE

<b>DÍA 1 LECCIÓN 1</b>	8. ESTRUCTURAS NARRATIVA,
1. GENERALIDADES DEL AUDIOVISUAL	DRAMÁTICA, INFORMATIVA, Y PERSUASIVA
Línea de tiempo	Estructura narrativa
Medios Audiovisuales	Estructura dramática
Spot Publicitario	La estructura informativa
Spot en Internet	Estructura persuasiva
Audiovisual en El Salvador	9. PERSONAJES
<b>DÍA 2 LECCIÓN 2</b>	El personaje multidimensional
2. LENGUAJE AUDIOVISUAL	Roles narrativos
El audiovisual narrativo	Interacciones interpersonajes
El audiovisual no-narrativo	<b>DÍA 4 LECCIÓN 4</b>
El realismo	10. EL ESPACIO
3. ELEMENTOS AUDIOVISUALES	El plano
Escenografía	Espacio explícito, implícito y total
Cámara	Funciones narrativas
Fotografía	11. TIEMPO
Iluminación	Duración
Sonido	Dominio del tiempo
Lo actoral	12. ACCIONES
4. EL MONTAJE	Desarrollo
Etapas del Montaje	Acción y participación
Principios Fundamentales	13. SUSTANCIAS EXPRESIVAS
Métodos de Montaje	Imágenes audiovisuales y tipográficas
Ejes y recorridos	Tratamiento de la imagen
5. CONTINUIDAD	Valores expresivos



Tomas de protección Divisiones temporales <b>DÍA 3 LECCIÓN 3</b> 6. NARRATIVA AUDIOVISUAL PUBLICITARIA Orígenes 7. EVOLUCIÓN NARRATIVA DEL RELATO PERSUASIVO Del relato denotativo al simbólico Del relato simbólico al infopublicitario Del relato estable al relato cambiante	El sonido y la música La construcción final <b>DÍA 5 LECCIÓN 5</b> 14. EL RELATO PERSUASIVO Tipos de seducción Retórica y persuasión 15. EL PROCESO CREATIVO Enfoque creativo Factores de creatividad Funciones narrativas del género.
---	---

Tabla 15 Fuente: Basado en Capítulo 1 del documento (ver detalle) Elaboración: Milton Torres Cáceros

### 3.3.3.2 JORNALIZACIÓN FINAL

Aquí se presenta el cuadro de la jornalización como se debe realizar con las 10 jornadas de trabajo que se han mencionado en la evaluación del plan piloto, e incluye 2 jornadas más de trabajo, la 11° que es la de un día dedicado sólo a la edición, y la 12° que es la de proyección de los resultados del taller. Para tener un total de 12 días de trabajo del taller.

	Actividad	Duración	Recursos	Software
<b>DÍA 1</b>		<b>75 mins</b>		
Generalidades e Historia del Audiovisual	Se expone en una clase con un máximo de 30 mins las generalidades del Audiovisual, entre ellas su historia, sus medios, sus exponentes, la importancia para la publicidad.	30 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Adobe Premiere  Microsoft Word
Visualizar Cortometraje “Viaje a la Luna de Géorges	Aquí el estudiante aprende a extraer los datos más importantes de un filme,	25 mins	Proyector de cañón Computadora Parlantes	Adobe Premiere  Microsoft Word



Mélie's" Redactar una sinopsis en base a este filme.	como primera fase para comprender lo que significa el trabajo del editor, como tomar sólo lo más destacado de cada escena, para ello se debe comenzar viendo, y estudiando sus partes.			
Aproximación a la utilización de Premiere.	Se presentará la herramienta, y los detalles de para qué fue hecho, y cuáles son los pasos a seguir desde la creación de un archivo, hasta la utilización de sus paneles.	20 mins	Proyector de cañón Computadora Parlantes	Adobe Premiere
<b>DÍA 2</b>		<b>75 mins</b>		
Visualización de Cortometrajes	Se proyectarán cortometrajes para discutirlos en clase, y diagnosticar qué saben sobre el montaje, y las diferencias entre sonido e imagen, y el trabajo específico del montador.	25 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador	Windows Media Player
Discusión de Aspectos del Montaje	Se discutirá sobre los criterios de evaluación de un audiovisual que son: Montaje, Montaje de Sonido, Mezcla de Sonido, Diseño de Sonido, Limpieza, Ritmo, Continuidad.	20 mins		
Aprender a cortar y pegar	Los alumnos podrán enfrentarse directamente al trabajo con el software de Adobe Premiere, dónde se les proporcionara un vídeo que ellos deben recortar y rearmarlo, para al final tener un audiovisual diferente al	15 mins		



	original.			
Tarea Ex aula Realizar tráiler de la película que desee	En este momento se hace una explicación corta de cómo cortar y montar escenas en Adobe Premiere, para con ello enviarlos a casa a realizar un tráiler de 30 segundos máximo donde convengan al espectador de ir al cine a ver tal película.	20 mins	Computadoras para estudiantes Programa Adobe Premiere	Adobe Premiere Microsoft Word
<b>DÍA 3</b>		<b>85 mins</b>		
Lenguaje Audiovisual Elementos Audiovisuales El Montaje Continuidad	Se expone en una clase de 40 mins máximo sobre la verosimilitud, la historia, relato y diégesis. Los elementos dentro de un audiovisual. Se hace ahínco en lo que trata el montaje, y las cualidades de un buen montador. Y la importancia de cuidar en todo momento la continuidad.	40 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Flash Player
Visualización de Cortometraje “Fantasía de Salvador Dalí”	El grupo puede ver el trabajo realizado conjuntamente por Walt Disney y Salvador Dalí para realizar una actividad posteriormente.	10 mins	Proyector de cañón Computadora Parlantes	BS Player Microsoft Word
Discusión sobre el cortometraje.	El grupo discutirá de qué trata el concepto, y cuáles son las diferencias que tiene con el cortometraje de Géorges Méliès visto en la clase anterior.	10 mins	Proyector de cañón Computadora Parlantes	BS Player
Ejercicio de improvisación de imágenes en grupo.	Se formarán grupos de trabajo, y ellos decidirán un tema sobre el que	25 mins	Ropa de trabajo	



	improvisarán imágenes sin palabras, dicho ejercicio deberán prepararlo en menos de 10 mins, para dejar el resto del tiempo para que los grupos presenten a la clase su improvisación.			
<b>DÍA 4</b>		<b>80 mins</b>		
Escuchar una lista de canciones	Los integrantes del taller escuchan una cantidad de canciones para que comprendan lo que quiere expresar cada una con sus notas. Se da espacio para que opinen qué sienten al escucharlas. Como premisa para que comprendan que el montador también debe tener oído musical, al momento de seleccionar la música que contribuye a ponerle salsa a lo que expresa el audiovisual en cada situación y escena.	15 mins	Computadora Parlantes	Reproductor de Windows Media  Microsoft Word
Realizar una nueva musicalización usando como base el cortometraje de Salvador Dalí.	Para que comprendan la premisa de seleccionar música y adaptarla a una serie de imágenes tomadas por el director del filme. Dado que los directores suelen darle la libertad de seleccionar la música a sus montadores. Esto en vista que vayan comprendiendo el trabajo del montador, cuando se dedica exclusivamente a eso, es decir que no es a la vez director, o	25 mins	Computadoras para estudiantes Programa Adobe Premiere Programa Adobe Audition	Adobe Premiere  Microsoft Word



	productor.			
Realizar un teaser	Realizar un corto de 30 segundos que exprese una sensación con respecto a un producto comercial de su elección. Que contenga únicamente música, sin letras ni subtítulos, y que sólo al final presente un logo o un eslogan.	40 mins	Cámara de Video Computadora Programa Adobe Premiere Programa Adobe Audition	Adobe Premiere Microsoft Word
<b>DÍA 5</b>		<b>80 mins</b>		
Narrativa Audiovisual Publicitaria Evolución Narrativa del Relato Persuasivo Estructuras del Audiovisual Personajes	Se expone en una clase de 30 mins máximo los conceptos de la narrativa audiovisual publicitaria, a la vez que se explica la evolución que ha sufrido el relato persuasivo en la publicidad audiovisual. Y se expone también cómo funcionan las estructuras del relato persuasivo. Y se comprenderá sobre la importancia de tener un buen actor para hacer un buen personaje.	30 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Flash Player
Visualizar anuncios de publicidad, desde ganadores de Cannes hasta los realizados por agencias nacionales	Los integrantes del taller realizan un foro sobre verosimilitud de los personajes, fuerza del actor, diégesis, relato, captación de la atención, capacidad de persuasión, y explican qué estructura sigue cada anuncio en base a los 15 diferentes anuncios que se les presentarán.	30 mins	Computadora Parlantes Cañón	Reproductor de Windows Media



Primer guión y storyboard	Formarán grupos de trabajo, y redactarán un guión en base a imágenes, es decir que cada estudiante propone una imagen diferente después de su compañero. Estas imágenes tienen que ser un objeto que tienen a su disposición en el momento de la clase.	20 mins	Cuaderno Objetos de sus Bolsillos y/o Maletines	
Hacer storyboard	Cada grupo elige a un storyboarder, que hará un orden de cada imagen en un cómic de 20 cuadros.	Ex aula	Cuaderno, colores, plumones, lápices	Photoshop Illustrator
<b>DÍA 6</b>		<b>85 mins</b>		
Redactar un storyboard	Los integrantes del taller se reúnen al inicio de la clase para comenzar a hacer sus primeras grabaciones de imágenes que usarán más tarde durante la clase para editarlo, y entregarlo al final. Dicha grabación estará planificada desde el ejercicio de la clase anterior.	30 mins	Computadora Papel Lapiceros Lápiz Borrador Sacapuntas Cámara de Video Computadora	Microsoft Word
Primer enfrentamiento a la edición	Extraen el producto de las respectivas cámaras, y hacen una edición de vídeo por grupo, con la supervisión del facilitador. No debe superar el minuto, es decir que los 20 cuadros serían de 3 segundos cada uno aproximadamente. Ellos deberán hacer que las imágenes tengan una lógica y cuenten una historia, sin palabra hablada.	40 mins	Cámara de Vídeo Computadora	Programa Adobe Premiere  Programa Adobe Audition



Discusión	El facilitador toma un tiempo al final para recoger los resultados, y habla sobre las fortalezas y las deficiencias de cada trabajo, para que los alumnos comprendan directamente lo que se necesita para editar, y lo apliquen en los próximos ejercicios.	15 mins	Computadora Parlantes Cañón	BS Player
Tarea ex aula	Los alumnos deberán ver una película de su elección, y hacer un tráiler de 30 segundos con el que convencen al espectador de ir al cine a ver esa película.	Tarea ex aula	Computadora	Adobe Premiere y Adobe Audition
<b>DÍA 7</b>		<b>80 mins</b>		
Espacio Tiempo Acciones Sustancias Expresivas	Se expone en una clase de 30 mins el concepto de espacio dentro del audiovisual, también lo que significa el tiempo. Y que comprendan la diferencia entre acciones y situaciones. A la vez conocen sobre las sustancias expresivas características del audiovisual.	30 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Flash Player
Resolver dudas utilización software	Se tomará un tiempo considerable para que los alumnos expongan qué dificultades han encontrado en la utilización de Adobe Premiere y Adobe Audition.	20 mins	Computadora Parlantes Cañón	Adobe Premiere y Adobe Audition
Presentarán al colectivo la tarea ex aula	Los integrantes del taller exponen a sus compañeros las escenas que seleccionaron, y	30 mins	Computadora Parlantes Cañón	BS Player



	demonstrarán que les falta continuidad, y cuáles errores de montaje tienen.			
<b>DÍA 8</b>		<b>80 mins</b>		
Redactar guión de cortometraje de historia de sí mismos	El facilitador realiza un ejercicio de interiorización con los integrantes, donde ellos lleguen a una sensación que marcó sus vidas. Será un ejercicio de relajación, donde se concentran en ese hecho, y relatan imágenes que vienen a su mente, en una lluvia de ideas que redactan en un papel. Luego, en base a esto redactarán un guión, con un mínimo de 2 actores, o un máximo de 5, con la menor cantidad de palabras, sino la descripción de imágenes libres.	30 mins	Papel Lápiz	
Redactar guión coral	Se formarán grupos de trabajo, dónde los integrantes deberán coordinar un guión donde coincidirán las historias en una sola. El guión debe describir imágenes, y usar la menor cantidad de diálogo entre actores u objetos.	20 mins	Papel Computadora Lápiz Lapicero Colores Plumones Ropa Cámara	
Hacer storyboard, estudio de música, estudio de tipografía, estudio de vestuario, estudio de actores y actrices.	Se les explica el trabajo que llevan a casa, en primer lugar, dibujar las imágenes en un storyboard, en base a las imágenes que describieron en el guión. A la vez escuchan una cantidad de música que	30 mins	Papel Computadora Lápiz Lapicero Colores Plumones Ropa	



	<p>ellos crean apropiadas, así también la tipografía que les parece acorde a la sensación. Deben seleccionar el vestuario necesario para que no se pierda el hilo de continuidad, y tampoco la verosimilitud. Pensar en quienes pueden colaborarle y ser actores en su pieza. Deben pensar en las locaciones, y acudir pronto a evaluarlas. Todo esto en un solo día.</p>		Cámara	
<b>DÍA 9</b>				
<p>El relato persuasivo El proceso creativo Tipos de plano</p>	<p>Se expone en una clase de máximo 15 mins la importancia de ser persuasivo en el relato. Y el orden lógico y el ritual personal que debe tener todo artista en el proceso creativo. Y se explicará con detalle los tipos de plano que existen y sus nombres.</p>	15 mins	<p>Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo</p>	Flash Player
<p>Diseño de sonido</p>	<p>Se expone a los integrantes la utilización de FL Studio, como software de diseño de música y sonidos. La premisa es aprender a hacer su propia música original, efectos de sonido, y diseño de sonido.</p>	10 mins	<p>Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador Parlantes</p>	FL Studio
<p>Contacto interartístico</p>	<p>Los alumnos serán parte de un casting de actores y actrices que serán facilitados para el taller, a quienes les presentarán el guión para</p>	40 mins	<p>Papel Lápiz Computadora Plumón Borrador</p>	



	intercambiar experiencias y conocer de primera mano el trabajo directo con el actor, que es primordial en la realización de audiovisual de calidad.			
Primera improvisación del corto final	Los alumnos aprenderán a inducir a los actores y actrices a las acciones y emociones que son necesarias para encontrar el resultado. Este ejercicio será necesario tenerlo listo en la siguiente clase.	20 mins	Papel Lápiz Computadora Plumón Borrador	
Redacción de Guión Técnico	Realizan el guión técnico de cuántas tomas realizarán por escena, tipo de plano, ángulo, tiempo de rodaje que será aproximadamente de 2 hrs, duración del rodaje, hay que tomar en cuenta que los recursos que se utilizarán son de los que dispone el alumno en el salón de clase o de las instalaciones de la Escuela de Artes y Universidad de El Salvador. Vestuario de los actores y o maquillaje.	Tarea ex aula	Papel Lápiz Computadora Plumón Borrador	
<b>DÍA 10</b>		<b>200 mins</b>		
Rodaje	Los alumnos rodarán sus escenas, imágenes y tomas necesarias en un tiempo máximo de 2 horas, que es un corto tiempo, por lo que debe ser bien planificado desde el	120 mins	Papel Computadora Lápiz Lapicero Colores Plumones	



	<p>principio, y realizarán un cortometraje al final que no sea mayor a 3 minutos. El facilitador explica los pasos a seguir en el rodaje, a la vez que se les asesorará a cada uno en el momento de rodaje. Los integrantes deben aplicar todos sus conocimientos, comenzando por realizar su propio ritual de preparación, la preparación del equipo. Y la preparación que el director debe realizar con los actores que es un ritual diferente al que realiza individualmente el director.</p>		<p>Ropa Cámara</p>	
Finalización de trabajo	<p>El grupo de trabajo se reúne al final y revisan las imágenes que han captado, por si alguna tiene algún fallo, o si no responde a las necesidades del taller.</p> <p>La concentración en el rodaje, la supervisión de la continuidad.</p>	20 mins	<p>Papel Computadora Lápiz Lapicero Colores Plumones Ropa Cámara</p>	
<b>ETAPA FINAL</b>				
<b>DÍA 11</b>		<b>120 mins</b>		
<p>Tarea de una jornada</p> <p>Realizar compaginación de su cortometraje</p>	<p>Evaluar el material a montar primero, hacer anotaciones.</p> <p>Realizar el corte y montaje.</p> <p>Musicalizar, retirar sonidos innecesarios.</p> <p>Colocar tipografía y créditos.</p> <p>Entregar cortometraje final al facilitador.</p>	120 mins	<p>Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador Piso Ropa ligera Adobe Premiere</p>	<p>Adobe Premiere  Adobe Audition  Adobe After Effects</p>



	Este puede supervisar si es requerido por el autor.		Adobe Audition Fl Studio	
<b>DÍA 12</b>		<b>2 hrs</b>		
Proyección	Para finalizar el taller en la 12ª jornada se proyectarán los cortometrajes que fueron finalizados, y se entregarán los diplomas de participación.	120 mins	Computadora Parlantes Cañón	BS Player

Tabla 16 Fuente: Basado en Tabla 13 (véase) Elaboración Milton Torres Caceros

Y esas son las modificaciones hechas a la planificación para una futura aplicación si llegase a ser aprobado un taller permanente de edición de vídeo y audio en la Escuela de Artes con aporte de las organizaciones que estén interesadas en que continúe este esfuerzo<sup>7</sup>.

Se puede concluir entonces que según los resultados obtenidos en la aplicación del Plan Piloto, hay una cantidad considerable de estudiantes de diferentes carreras interesados en ampliar sus conocimientos sobre edición de vídeo y audio, y que esto sólo servirá como aporte a la sociedad al otorgarles montadores con mentalidad estética que es un objetivo primordial para el trabajo en la Escuela de Artes.

### **Conclusión del Capítulo**

Como ha quedado demostrado en el documento, los diseñadores gráficos tienen un gran reto en la actualidad, pues el ámbito artístico exige un alto nivel de conocimientos y experiencia en la utilización de la tecnología como recurso. La necesidad de un taller de edición de audio y vídeo será solventada con la creación de un esfuerzo permanente que al menos anualmente atienda la demanda de estudiantes de la Escuela de Artes que requieren ampliar sus conocimientos acerca de esta disciplina.

Como Gutfreund dice se debe comenzar a hacer esfuerzos si bien pequeños pero para lograr un esfuerzo enorme, con esto en principio se podría conseguir a la larga un apoyo total a la creación de una Licenciatura en Artes Cinematográficas en la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador, será un complemento excelente con el quehacer artístico de los

<sup>7</sup> El nuevo proyecto ya finalizado se puede apreciar con detalle en el anexo 6.



diseñadores gráficos graduados de esta institución que compiten en un ámbito sumamente comercial y publicitario y que deja de lado el valor del contenido artístico puesto que el audiovisual en el país ha sido rezagado casi exclusivamente a la Publicidad y la Televisión, dejando de lado por años el audiovisual de corte artístico sin fines de lucro.



## CONCLUSIONES

- i. El plan piloto del Taller de Audio y Vídeo realizado en las instalaciones del Centro de Cómputo de la Escuela de Artes demuestra el interés vigente que existe en la población de estudiantes debido a la afluencia, y como se ve en los resultados esta generación de estudiantes es la idónea para recibir un conocimiento de este tipo, puesto que se mantienen a la vanguardia de la tecnología, y el producto desarrollado por el facilitador se amolda perfectamente a su código mental, con los cambios debidos que los mismos alumnos señalaron.
- ii. El proyecto de plan piloto original que se empleó en el mes de enero de 2012 con una muestra de alumnos; está basado en las tendencias de técnicas de edición de audio y vídeo más frecuentemente usados por los diseñadores gráficos hoy en día en el ámbito profesional, y las mismas son las idóneas para enseñar a la generación actual. Las modificaciones a la planificación de la journalización no afecta el contenido, sino la forma y orden en que los alumnos aprenden; todo ello basado en los resultados obtenidos con la muestra tomada en enero de 2012.
- iii. La dinámica audiovisual en El Salvador ha estado ligada a la televisión con unos esfuerzos dispersos de profesionales que no pueden hacer de esta profesión algo sustentable; eso si se trata de cine en específico y otros que se han dedicado a la publicidad. Sin embargo algo claro es que existe un mercado rentable y potencial de trabajo aun no explotado; hecho que evidencia la necesidad de realizar un taller de edición de vídeo y audio profesional.
- iv. Al iniciar la investigación, se planteó la realización de un manual de aplicación del CD interactivo, que no fue construido debido a que conforme la investigación avanzaba se fue descubriendo que podía darse mayor importancia a otros aspectos y uno de ellos fue la creación de una propuesta de Taller Permanente de Edición de Audio y Vídeo; para ello se hizo un proyecto que abre brecha en la realización de Talleres en la Escuela de Artes que amplíen los conocimientos técnicos y tecnológicos de vanguardia de los alumnos. Pero así



se cumplió con una parte del objetivo que era la creación de CD interactivo que a la larga se vio que no necesitaba de una manual de utilización pues por sí mismo es bastante comprensible y reúne el contenido primordial de aprendizaje que no obliga a buscar un recurso adicional.

- v. A partir de los resultado obtenidos en el taller no solo se logro la construcción de la propuesta de taller permanente; sino que se logro constatar el talento existente del estudiante, inclusive la vocación de algunos de ellos en esta área; además se verifico que es una herramienta potencial de trabajo para el egresado de la Escuela.



## **RECOMENDACIONES**

Se sugiere que este Taller se realice de manera permanente para así aportar desde la Licenciatura en Artes Plásticas jóvenes profesionales listos para desempeñarse como montadores de calidad internacional que apliquen a premios en festivales de cine o de publicidad que den una imagen positiva de la Escuela y promuevan su proyección. Como ha quedado demostrado el talento existe y también las ganas de la generación de estudiantes actual.

Es primordial que el CD interactivo no sea visto como la única herramienta de este taller, puesto que el cine es un arte de colectivo, es decir que participan muchas personas en él, entonces recurrir al CD interactivo sin organizar un taller donde los estudiantes tengan contacto uno con el otro. El CD Interactivo por sí solo no es más que un texto de consulta aplicable únicamente en clase para que sea completado con la debida explicación del facilitador o como un recurso de consulta en casa para los alumnos, es decir que hace las veces de libro de texto o en su defecto le sustituye.

Se debe supervisar a los alumnos que acudan al taller para participar de todos los ejercicios, porque el montador debe tener una formación en cuantas ramas del arte pueda participar, sobre todo alimentarse de las artes plásticas y la literatura. El cerebro del montador debe despertar dos tipos de inteligencia: la espacial y la literaria. La espacial es la especialidad de los ejercicios de teatro que se han propuesto para el taller, y la literaria pues evidentemente se despierta al leer mucho o ver muchas películas.

Se recomienda que el contenido capitular no se recorte más, y si al contrario se pudiera agregar más información (que se compense con una duración más larga del taller), se haga siempre y cuando sea como aporte a la formación de los montadores. Que como se había dicho deben aprender de todas las ramas del arte. Por lo que se recomienda también que de poder ampliarse contenido sobre música, sería ideal para que ellos despierten su oído musical.



Se recomienda, por último, se hagan convenios con instituciones u organizaciones no gubernamentales para donar a esta iniciativa en beneficio de educar nuevos montadores, y en algunos años, el país sea reconocido como la cuna de los mejores montadores, y así valga la mención, surja un nuevo André Gutfreund<sup>8</sup> del montaje que gane otro óscar como símbolo de este esfuerzo en el país, así como él mismo lo ha dicho en otras ocasiones asegurando que ha vuelto al país para que como él hayan al menos 6 salvadoreños más que representen tan dignamente al país.

---

<sup>8</sup> André Gutfreund es el único salvadoreño que ha ganado un premio Óscar, y fue en la categoría de mejor cortometraje de ficción.



## **Bibliografía**

Barroso, Jaime (1996). *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.

CASETTI, Francesco y DI CHIO, Federico (1994). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.

Bettetini, Gianfranco (1986). *La Conversación Audiovisual*. Madrid: Cátedra.

Castillo, José María (1997). *Elementos del Lenguaje Audiovisual*. Madrid: IORTV.

Chatman, Seymour (1990). *Historia y discurso*. Madrid: Taurus.

Durá, Raúl (1988). *El Videoclip. Precedentes orígenes y características*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.

García, Francisco (coordinador) (2006). *Narrativa audiovisual*. Madrid: Ediciones del aberinto. José Patricio PÉREZ 124 Zer 14-27 (2009), pp.103-124

García-Clairac, Santiago (2005). *Realización de spots publicitarios*. Madrid: Almuzara.

Garrido Lora, Manuel (2004). *Violencia, televisión y publicidad*. Sevilla: Ediciones Alfar.

Genette, Gérard (1989). *Figuras III*. Barcelona: Lumen.

González Requena, Jesús y Ortiz de Zárate, Amaya (2007). *El Spot Publicitario: La Metamorfosis del Deseo*. Cátedra, Madrid.

González-Andrío, Gabriel (2008). *Los leones de Cannes*. Madrid: LID Editorial Empresarial.

Gordillo, Inmaculada (1999). *Narrativa y televisión*. Sevilla: Mad.



Gurrea, Álvaro (1999). *Los anuncios por dentro*. Bilbao: Universidad del País Vasco, Servicio editorial.

López Gómez, Antía (1998). *La publicidad en televisión: rasgos del spot contemporáneo*. Valladolid: Caja España.

Moreno, Isidro (2003). *Narrativa Audiovisual Publicitaria*. Barcelona: Paidós.

Oliver, Xavier (1996). *Creatividad publicitaria*. Pamplona: EUNSA.

Pezzinie, Isabella (2002) (traducción: Aranzamena). *Trailer, Spot, Clip, Siti, Banner*. Roma: Meltemi Editore.

Ramonet, Ignacio (1983). *La Golosina Visual*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

Sánchez Biosca, Vicente (2001). *El montaje cinematográfico: teoría y análisis*. Barcelona: Paidós.

Sánchez, Rafael (2003). *Montaje cinematográfico: arte de movimiento*. Buenos Aires: La Crujía.

*La Continuidad en el Relato Audiovisual*. (2010). Buenos Aires: Escuela Técnica ORT.

*Historia de los Medios Audiovisuales*. (2008) Madrid.

### **Revistas.**

Heath, Robert y Feldwick, Paul (2007). 50 years using the wrong model of TV advertising. Admap, nº 481. World Advertising Research Center.



Candelas y Carrillo Durán, M.V. (coord). Nuevos escenarios de la comunicación y la opinión pública. Madrid: Edipo, p. 166-171.

Pérez Rufí, José Patricio y Gómez Pérez, Francisco Javier (2008): El spot de televisión tradicional en crisis. En: MARTÍN ALGARRA, M.; SEIJAS.

Wilbur, Kenneth C. (2008). How the digital video recorder (DVR) changes traditional television advertising. En: Journal of Advertising, vol. 37, nº 1. American Academy of Advertising, p. 143-149.

### **Referencias Web**

Borreguero Villanueva, Margarita (2000). La publicidad seriada como estrategia de producción audiovisual. En: Revista Latina de Comunicación Social, nº 34. Recuperado el 11 de septiembre de 2011 en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/aa2000kjl/w34oc/52s8BO>

Court. Audiovisual Virus. Obtenida el 17 de septiembre de 2011 de <http://www.vnunet.com/vnunet/news/2188276/google-courts-broadcasters>

Del Pino, Cristina (2006). El “brand placement” en seis series españolas. De Farmacia de guardia a Periodistas: un estudio empírico. En: Revista Latina de Comunicación Social, nº 61. Recuperado el 11 de septiembre de 2011 en: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200617delPino.htm>

Doxil. 30 Second Special – Web of Love. Obtenida el 17 de septiembre de 2011 de <http://www.youtube.com/watch?v=DkTHyEe7CJU>

GretchEP. Soundies play on a Mills Panoram. Obtenida el 17 de septiembre de 2011 de <http://www.youtube.com/watch?v=RR9GB1P-rAc>



Historia. Historia del video. Obtenida el 31 de agosto de 2011. De <http://www.eshistoria.net/2009/10/historia-del-video.html>

Publiworld Agencias de Publicidad. El Spot Publicitario en Televisión. Obtenida el 31 de agosto de 2011 de <http://publiworld.buscamix.com/web/content/view/82/202/>

Publiworld Agencias de Publicidad. El Spot Publicitario en Televisión. Obtenida el 31 de agosto de 2011 de <http://publiworld.buscamix.com/web/content/view/82/202/>

NostalgiaTelevision. Vintage Anacin Pain Reliever Commercial. Obtenida el 17 de septiembre de 2011 de <http://www.youtube.com/watch?v=oeas5jtffpM>.

Sermeyo, H.I. Contracultura. La historia y las fuentes audiovisuales en El Salvador. Obtenida el 12 de enero de 2012. De <http://www.contracultura.com.sv/historia/la-historia-y-las-fuentes-audiovisuales-en-el-salvador#.TxBTjleav-5.facebook>

Simmons. Consumers Who Watch TV Online More Engaged Than TV-Set Watchers. Obtenida el 31 de agosto de 2011 de <http://www.mediapost.com/publications/article/73268/#ixzz1jmnyj8RX>

Observación Directa.

Gutfreund, André. Taller de Cine de Ficción 2012 Grupos 1 y 2, 23 de mayo al 15 de junio de 2012. Secretaría de Cultura de la Presidencia, ASCINE y Centro Cultural de España en El Salvador.



## ANEXOS

### ANEXO 1

#### **Tipos de plano en el cine<sup>9</sup>**

Esta semana me voy a centrar en tratar de explicar los distintos tipos de plano que se pueden ver en la pantalla grande. En primer lugar cabe recordar que un plano es la cantidad de película entre un corte y otro. Seguro que habrás oído hablar más de una vez sobre primeros planos, plano corto, plano general, etcétera. Esta es una recopilación completa con ejemplos.

**Gran Plano general:** Llamado panorámico es un tipo de plano que nos muestra un escenario amplio o una multitud. Tiene una función descriptiva y también puede tener una función dramática cuando queremos representar la pequeñez o soledad del protagonista. También suelen mostrarse paisajes.



Gráfico 40. Gran Plano General Fuente: Tomado de la Película Sound of Music

**Plano general:** Es un tipo de plano que nos muestra un escenario amplio, generalmente los personajes aparecen de cuerpo entero. Debido a la cantidad de elementos que se pueden mostrar en un plano general, es conveniente que la duración en pantalla sea amplia para que el espectador pueda situarse.

---

<sup>9</sup> <http://www.araquebelagua.com/2009/05/03/tipos-de-plano-en-el-cine-i/>



Gráfico 41. Plano General Fuente: Tomado de la Película 300

**Plano de conjunto:** Es un plano de grupo o elementos visuales interactuando. Puede tener un valor descriptivo, narrativo o dramático.



Gráfico 42. Plano de Conjunto Fuente: Tomado de la Película Reservoir Dogs

**Plano entero:** Generalmente muestra a un elemento entero y a su entorno. Tiene un valor descriptivo pero a su vez puede contener valor expresivo.



Gráfico 43. Plano Entero Fuente: Tomado de la Película Kill Bill



**Plano americano:** También conocido como tres cuartos es un plano que nació en el género Western americano. Se caracteriza por que los límites superior e inferior coinciden con la cabeza y rodillas del personaje.



Gráfico 44. Plano Americano Fuente: Tomado de la Película Nightmare on Elm Street

**Plano medio:** Aquí tenemos dos divisiones, el plano medio corto y el plano medio largo. El primero abarca el busto del personaje, que nos permite centrarnos en él. En el plano medio largo se coge al personaje hasta la cintura, correspondiente a la distancia de relación personal. Un apunte, cuando hay dos personajes en el plano medio corto se le denomina *two short*.



Gráfico 45. Plano Medio Fuente: Tomado de la Película Harry Potter and the Order of the Phoenix



**Primer plano:** Es el plano de la cara entera del personaje incluidos los hombros. Es un plano expresivo, más íntimo con el personaje.



Gráfico 46. Primer Plano Fuente: Tomado de la Película Woman on Top

**Primerísimo primer plano:** Abarca desde el mentón a la cabeza, es un plano para crear sensación de angustia o agobio en el espectador.



Gráfico 47. Primerísimo Primer Plano Fuente: Tomado de la Película The Shining

**Plano detalle:** Muestra el detalle de un objeto, sirve para enfatizar un elemento y destacar un detalle para que al espectador no se le pase desapercibido.

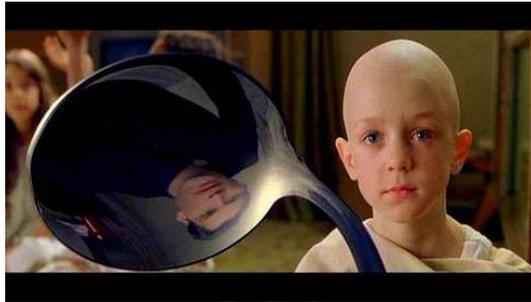


Gráfico 48. Plano Detalle Fuente: Tomado de la Película The Matrix

**Contraplano:** Es un tipo de plano que se utiliza cuando hay una conversación en pantalla. Se usa una parte física que puede ser la cabeza y los hombros, como referencia de que alguien está presente en la conversación. Este tipo de planos necesitan otro plano como respuesta.



Gráfico 49. Contraplano Fuente: Tomado de la Película Tootsie

Ahora vienen los planos según la posición de la cámara, o con la cámara en movimiento:

**Plano cenital:** La cámara se sitúa encima del personaje, generalmente en un ángulo perpendicular.



Gráfico 50. Plano Cenital Fuente: Tomado de la Película The Shining



**Contrapicado perfecto:** Al contrario que el anterior, la cámara se sitúa en este caso totalmente por debajo del personaje y perpendicular al suelo.

**Picado:** La cámara se sitúa por encima del actor o del objeto a mostrar.



Gráfico 52. Plano Picado Fuente: Tomado de la Película Citizen Kane

**Contrapicado:** Al contrario que el anterior, la cámara se sitúa por debajo.

**Normal:** El ángulo de la cámara es paralelo al suelo.

**Plano aéreo:** Se suele utilizar para mostrar grandes paisajes, en películas de acción o bélicas. La cámara generalmente suele situarse en un helicóptero gracias a su mayor maniobrabilidad.

**Plano subjetivo:** En este caso, la cámara sustituye a la mirada del personaje, nosotros vemos lo que se supone que ve. Véase también para más información: <http://www.solosequenosenada.com/misc/tipos-de-planos-cine/>

## ANEXO 2

### Ejemplo de guion técnico <sup>10</sup>

Ahora, para conocer más sobre preproducción del audiovisual se presenta el ejemplo de un guion técnico. El guion técnico es la transcripción en planos cinematográficos de las escenas definidas en el guion literario. En él, el director planifica la realización, incorporando

---

<sup>10</sup> <http://www.tallerdeescritores.com/ejemplo-guion-tecnico.php>



indicaciones técnicas precisas como el encuadre de cada plano, la posición de la cámara, los detalles de iluminación o de decorado o los efectos de sonido.

Te mostramos la especificación en guion técnico de dos escenas de un cortometraje escrito en nuestro taller. La primera está resuelta con un único plano, y la segunda usando plano y contraplano.

### **CORTOMETRAJE *CONVIVE TÚ***

ESCENA 7: INT. HABITACION DE RUBEN. NOCHE

PLANO 12: PLANO MEDIO CORTO, CON LA PUERTA EN CUADRO

RUBÉN está sentado, estudiando, de espaldas a la puerta.

GUILLERMO (VOZ EN OFF)

(euforia de menos a más) ... también podría usar... no, no es suficientemente ácido, rebajará el carbónico de la coca-cola. ¿Y con el permanganato? ¡Claro! Pero no, demasiado volátil... aunque puedo sublimarlo todo... ¡Eso es! Si lo sublimo combinará bien! ¡Claro! ¡Ya lo tengo! (se oye el ruido que hace al levantarse de la silla.) ¡Ya lo tengo!

Se abre la puerta y entra GUILLERMO.

GUILLERMO

¡Rubén! ¡Ya lo tengo!

RUBÉN

(sin apenas girarse) Vale, me parece muy bien, pero me podrías dejar estudiar.

GUILLERMO

¡Ah! Perdona, perdona.

Guillermo retrocede y cierra la puerta.



GUILLERMO (VOZ EN OFF)

(en tono más bajo) Claro, lo sublimo y ya está.

Increíble, cómo no se me había ocurrido antes. Si lo sublimo combinará bien...

Rubén coge un discman que hay a su alcance, se pone los auriculares y le da al play.

ESCENA 8: INT. SALÓN. TARDE

PLANO 13: PLANO ENTERO

GUILLERMO está medio tumbado en el sofá, con aspecto depresivo, tocando en su violín el Canon de Pachelbel (desafinado).

PLANO 14: PLANO MEDIO LARGO

RUBÉN, con ropa de calle, llega y se queda mirando a GUILLERMO.

RUBÉN

¿Qué, te ha dado por desempolvar el violín?

PLANO 13: PLANO ENTERO

GUILLERMO

Sí, necesito tocar un poco.

PLANO 14: PLANO MEDIO LARGO

RUBÉN entra en su cuarto.

PLANO 13: PLANO ENTERO

GUILLERMO sigue tocando.

PLANO 14: PLANO MEDIO LARGO

RUBÉN sale de su cuarto, con el discman en las manos, abierto, con el interior de circuitos a la vista.

RUBÉN

Oye, ¿tú me has abierto el discman?

PLANO 13: PLANO ENTERO

GUILLERMO

Me hacía falta un poco de cobre, pero te lo volveré a dejar bien, no te preocupes.

PLANO 14: PLANO MEDIO LARGO



RUBÉN

Ya, bueno, pero la próxima vez pídemelo permiso,  
¿vale?

RUBÉN vuelve a su cuarto, molesto.

PLANO 13: PLANO ENTERO

GUILLERMO sigue tocando el violín, despreocupado.

### ANEXO 3

#### LÍNEA DE TIEMPO DEL AUDIOVISUAL

Acá se presenta una línea de tiempo muy amplia con los aspectos más destacados de la historia del audiovisual.

Línea de Tiempo Universal del Audiovisual
Primeras referencias conocidas de la cámara oscura, correspondientes a científicos árabes: Al Kindi (s. IX) y Al-Hazen (s.XI)
Primer espectáculo documentado de teatro de sombras en la China con fecha del siglo XI.
1550 Gerolamo Cardano aplica la lente biconvexa a una cámara oscura y obtiene una imagen más nítida y clara.
1559 Giovanni Battista della Porta publica "Magiae Naturalis", donde describe con precisión una cámara oscura.
s. XVII Los espectadores del teatro de sombras llegan a Europa occidental
1646 Experimentos de proyección mediante espejos y lentes El jesuita alemán Athanasius Kircher publica la obra "Ars Magna Lucis et Umbrae", donde describe experimentos de proyección realizados mediante espejos y lentes.
1659 Linterna Mágica. Primera Descripción de una linterna mágica, en las notas del científico y astrónomo holandés Christiaan Huygens.
1665 Proyecciones Públicas con una linterna mágica. El danés T.R.Walgenstein es el primero que realiza proyecciones públicas con una linterna mágica.
s.XVIII Primeros espectáculos de cajas de óptica o Mondo Nuovo e inicio de la producción masiva de vistas ópticas.
1713 Primera Placa de Cristal S.J. Rhaneus describe la primera placa de cristal para linternas mágicas con mecanismos por donde mover la imagen proyectada.
1725 Nitrato de Argento. Johann Heinrich Schultze demuestra que el nitrato de argento se oscurece cuando se expone a la luz solar.
1798 El Belga Étienne-Gaspard Robert, alias Roberson, inicia en París sus espectáculos de linternas mágicas, nombradas Fantasmagories.
1802 Thomas Wedgwood obtiene copias no permanentes de perfiles de objetos poniéndolos en contacto con una hoja impregnada de una sustancia de nitrato de argento.
1817 Sir David Brewster patenta el calidoscopio.
1822 L.J. M. Daguerre presenta en París el primer diorama.
1824 Uno de los primeros avances científicos que llevó directamente al desarrollo del cine fueron las observaciones de Peter Mark Roget, secretario de la Real Sociedad de Londres, que en 1824 publicó un importante trabajo científico con el título de Persistencia de la visión en lo que afecta a los objetos en movimiento, en el que establecía que el ojo humano retiene las imágenes durante una fracción de segundo después de que el sujeto deja de tenerlas delante. Este descubrimiento estimuló a varios científicos a investigar para demostrar el principio.
1826 Se comercializa el taumatrop, inventado por los doctores Paris y Fitton.
1826 Joseph-Nicéphore Niépce realiza lo que se considera la primera fotografía mediante la técnica de la heliografía.



1832 Joseph Plateau, y simultáneamente Simon Stampfer, inventan el fenaquistoscopio, el primer instrumento que reproduce la ilusión del movimiento a través de la descomposición de estos en dibujos.
1832 Charles Wheatstone define el principio de la imagen estereoscópica y realiza las primeras demostraciones.
1833 William Horner inventa el “daedaleum”, más tarde comercializado con el nombre de “zoótrop”.
1839 Se presenta en París el procedimiento fotográfico nombrado “daguerreotip”, descubierto por Daguerre.
1849 Los hermanos Lagenheim obtienen una imagen fotográfica positiva sobre una placa de cristal, que nombrarán “hyalotyps”, y abren así la posibilidad de proyectar fotografías con una linterna mágica.
1850 Inicio de la producción industrial de linternas mágicas para uso doméstico.
1874 El astrónomo Pierre Jules Jansen obtiene la primera secuencia fotográfica con el “revolver fotográfico”: el paso de Venus por delante del Sol.
1877 El francés Émile Reynaud inventa el praxinoscopio.
1878 Eadweard Muybridge realiza la primera serie de imágenes fotográficas, de un animal en movimiento: Logra capturar en película el movimiento de un caballo en carrera
1882 Étienne-Jules Marey inventa el fusil fotográfico, con el que obtiene encima de una placa de cristal circular una serie de imágenes de vuelo de un pájaro: cronofotografías sobre placa fija.
1884 Paul Nipkow inventa un aparato mecánico para la exploración y captación de la imagen, el nombrado disco de Nipkow, que sería el precedente de la televisión.
1885 Eastman fabrica rollos de papel fotosensibles emulsionados al gelatinobromuro
1887 Marey inventa la cronofotografía sobre la película móvil, primero sobre el papel y más tarde sobre celuloide.
1887 Thomas Alva Edison patenta una cámara de imágenes en movimiento que sin embargo no podía producir imágenes.
1888 L.A.A. Le Prince construye un aparato con dieciséis objetivos para la toma de vistas y la proyección de imágenes fotográficas en movimiento.
1888 George Eastman pone a la venta la primera cámara fotográfica automática, Kodak, con rollo de película fotosensible.
1888 Los experimentos de Edison con fotos en movimiento, bajo la dirección de William Kennedy Laurie Dickson, se iniciaron en 1888 con un intento de grabar las fotografías en cilindros de cera similares a los usados para hacer las primeras grabaciones fonográficas.
1889 Edison define el film de 35 mm con cuatro perforaciones a cada lado del fotograma.
1889 Reynaud patenta el espectáculo del Teatro Óptico.
1890 Se logra unir la fotografía. Esto se logra con el juego de la persistencia retiniana, el cual, hacía parecer que los dibujos se muevan.
1891 Edison patenta el Kinetoscopio: El primer visor individual de películas.
1891 y 1895 Dickson tomó muchas películas de 15 segundos usando la cámara de Edison, o Kinetógrafo, pero Edison decidió en contra de proyectar las películas al público--en parte porque los resultados visuales eran inadecuados y en parte porque pensó que las imágenes en movimiento tendrían poco aprecio del público.
1895 El 28 de diciembre se realiza la primera proyección de cine público y pagando en local estable, el Salón Indien de Boulevard des Capucines, en París, organizada por los hermanos Lumière, con su aparato Cinematographe Lumière, patentado el 13 de febrero.
1896 Georges Méliès realiza sus primeros films, a finales de 1896 descubriendo, por azar, el truco cinematográfico. Demostró que el cine no sólo servía para grabar la realidad, sino que también podía recrearla o falsearla. Con estas imaginativas premisas, hizo una serie de películas que exploraban el potencial narrativo del nuevo medio, dando inicio al cine de una sola bobina.
1906 Apertura de las primeras salas de cine estables.
1908 Comercialización de una película no inflamable creada por Lumière: el “diacetat” de celulosa, que se utiliza sobretudo en el mercado de cine amateur.
1910 Demostración del Chronophone Gaumont, sincronización mecánica entre un proyector de cine y un gramófono.
1917 El primer film en Technicolor, “The Gulf Between”.
1923 La firma Pathé comercializa la película de 9’5 mm para los aparatos Pathé Baby destinados al mercado doméstico, el mismo hace la firma Kodak con el formato de 16 mm.
1923 Iconoscopio Vladimir Zworykin, patenta el iconoscopio, un aparato con forma de tubo capaz de captar imágenes y convertirse en señales electrónicas.
1924 John Logie Baird: En 1924 logró transmitir una imagen por medio de un aparato mecánico, bastante poco sofisticado, el cual usaba el disco



explorador de Nipkow. La mayoría de sus componentes provenían de desechos recolectados.
1926 Primer sistema de televisión mecánico. John Logie Baird ofrece la primera demostración pública de un sistema de televisión mecánico, basado en el disco de Nipkow capaz de transmitir imágenes a distancia.
1927 Impulsos televisivos en un disco. En Inglaterra J.L. Baird experimenta con el almacenamiento de los impulsos televisivos en un disco.
1927 Imágenes grabadas en un soporte magnético. B.Rtcheouloff propone que las imágenes sean grabadas en un soporte magnético y V.K.
1927 Sistema Vitaphone. Primer film sonoro en su totalidad: "El cantante de Jazz", con el sistema Vitaphone
1931 Cine NIC. Los hermanos Nicolau patentan en Barcelona el primer proyector de cine de juguete: el Cine NIC.
1932 Registro Fílmico. G. Schubert científico alemán desarrolla un método de registro fílmico.
1932 Película de 8mm Kodak comercializa la película de 8mm.
1936 La BBC One, la cadena de televisión más antigua del mundo, empieza sus emisiones regulares.
1940 Circuitos cerrados de Televisión. En esta década se experimenta con los primeros circuitos cerrados de televisión, hecho importante pues será a través de ellos que se trasmitan los primeros videos.
1940 NTSC Sistema de codificación y transmisión de televisión desarrollado en Estados Unidos: Fotogramas por segundo: 29.97.
1952 Primera Videograbadora. La empresa norteamericana Ampex Corporation fabrica la primera videograbadora. Su registro de imágenes es en blanco y negro.
1952 Videograbadora VR-1000. Es construida la videograbadora VR – 1000, con cinta de dos pulgadas de ancho y enorme velocidad de arrastre. Sólo la usan las empresas televisoras.
1953 "The Robe", el primer film rodado en CinemaScope.
1956 VR-1000 Primer aparato de registramiento de vídeo, el VR-1000 o Quadruplex desarrollado por la compañía Ampex, el cual se utiliza sólo en la industria de la televisión. Se le conocía como el formato 2" Quadruplex, que utiliza una cinta de 5.1 centímetros (dos pulgadas). Debido a su precio en el mercado de US\$50,000, 2" Quadruplex solo podía ser adquirido por cadenas de televisión y grandes estaciones individuales.
1958 Wof Vostell emplea por primera vez un monitor de TV para realizar un trabajo artístico llamado Deutscher Ausblick.
1960-1968 Formato Videotape. El formato del videotape es utilizado por la televisión comercial (Telesistema mexicano) y la educativa (Unidad de Televisión Educativa y Cultural), así comola Facultad de Química de la UNAM.
1963 PAL Nace el sistema de televisión PAL de los laboratorios Telefunken, que se impondrá en Europa. La imagen se construye con 625 líneas y 25 frames por segundo: 25 fotogramas por segundo.
1963 El músico coreano Nam June Paik presenta en la galería alemana Parnass su Exposition of Electronic Musik Electronic Television, que consiste en la manipulación de imágenes televisivas.
1963 VTR Sony lanza el primer VTR (reel-to-reel) dirigido a negocios, aplicación medica, aerolíneas y educación. En 1965 RCA y Ampex lanzan su propia versión de VTR.
1964 Formato Super 8 Kodak comercializa el formato Super 8 para los aparatos de cine amater.
1965 Primer Magnetoscopio en blanco y negro de 1/2 Sony Corporation comercializa su primer magnetoscopio en blanco y negro de 1/2 pulgada de ancho.
1965 Nam June Paik utiliza un equipo portátil (el portpack de Sony que aún no salía al mercado) y registra en video desde un taxi la visita del papa a Nueva York. Por la noche exhibe las imágenes en el café Au Go Go.
1965 CV-2000 Desarrollado por Sony, fue el primer sistema de grabación de vídeo en cinta magnética que salió al mercado. Sus cintas grababan 60 minutos de vídeo en blanco y negro a 200 líneas de resolución. Demasiado caro para el mercado doméstico, se vendió bastante bien entre las escuelas y empresas. Cuando su coste disminuyo lo bastante como para tener posibilidades de popularizarse, aparecieron los sistemas de videocassete con grabación en color con lo que quedó anticuado.
1968 El Marshall Mac Luhan's Center for Understanding Media proporciona el uso del portpack y origina una verdadera revolución, ya que permite al video desligarse totalmente de la televisión.
1968 Primera Videograbadora a Color. La Ampex Corporation produce la primera videograbadora en color.
1968 Andy Warhol utiliza la grabación en video para fines publicitarios. Realiza un comercial llamado The Underground Sundae para la marca de helados Schcraft y las exhibe por la noche en una librería.
1968 Jean – Luc Godar graba escenas de las manifestaciones callejeras en París.



1968 EVR (Electronic Video Recording) Creado por CBS Labs, se trataba básicamente de un telecine, un dispositivo que leía una cinta de película convencional y generaba una señal de vídeo. Los primeros modelos de demostración eran el blanco y negro, pero pronto desarrollaron una versión en color. Lamentablemente, las máquinas eran demasiado caras y complejas para poder producirse en masa, así que en 1971 abandonaron definitivamente el proyecto.
1969 Primer sistema de grabación de vídeo doméstico La compañía japonesa de equipos electrónicos Sony Corporation desarrolla el sistema Betamax (con el formato de cintas de vídeo Beta), el primer sistema de grabación de vídeo doméstico del mercado
1970 VCR La compañía Philips comercializa el primer VCR (Video Cassette Recorder) Primer formato de vídeo de uso doméstico. Utilizaba un casete cuadrado y una cinta de media pulgada (1.3 cm), permitiendo un tiempo de grabación de una hora.
1970 E. Siegel presenta su Electronic Video Synthesizer.
1970 Nam June Paik da a conocer su primer trabajo, Video Commune , realizado en videosintetizador.
1970 Bruce Nauman hace la primera edición limitada de un trabajo de videoarte y vende dos copias a coleccionistas particulares y a un museo.
1970 Aparecen las primeras publicaciones especializadas en video: Expanded Cinema de Gene Youngblood, Guerrilla television de Michel Shamberg (libros) y Radical Software y Avalanche (revistas).
1970 Proyección del primer film realizado con el procedimiento Imax, en la Exposición universal de Osaka.
1971 U-Matic Aparece el U-Matic, creado por SONY, que introduce en el mundo profesional la cinta de cassette. Hasta entonces los formatos profesionales usaban cinta de bobina abierta. Cada cinta podía grabar 60 minutos de televisión en color a 250 líneas de resolución y con sonido estéreo. El sistema era demasiado caro para el mercado doméstico, pero consiguió hacerse un hueco en el mercado profesional, hasta el extremo de que todavía quedan equipos funcionando.
1972 AVCO Cartrivision Creado por Cardridge Television, se trataba de un televisor que integraba una unidad de cassette (básicamente, un televisor con vídeo incorporado). El aparato utilizaba unas cintas de alquiler que solo se podían reproducir una vez antes de tener que devolverlas. El sistema no funcionó debido a su elevado precio.
1972 Videocasete de 3/4 La Sony Corporation lanza al mercado el videocasete 3/4 de pulgada.
1972 Primeras Videotecas Se crea una de las primeras videotecas, la de Neuen Berliner Kunstveiren de Berlín.
1973 La Panasonic da a conocer el primer sistema de montaje electrónico de videotape, de media pulgada.
1973 La UNAM adquiere el primer equipo de grabación en 3/4, siendo pionera en su manejo.
1974 VCORD Creado por Sanyo, fue el primer sistema de vídeo en ofrecer dos velocidades de grabación (para elegir entre duración de cinta o calidad de imagen), parada de imagen y cámara lenta. Lamentablemente, la guerra Betamax/VHS no dejó espacio para un tercer contrincante, con lo que VCORD tardó en caer.
1975 TED (Television Electronic Disc) Diseñado por Telefunken, consistía en un disco de 8 pulgadas (unos 20 centímetros) que giraban a 1500 RPMs sobre un colchón de aire. La información se grababa en marcas físicas, de una forma similar a los discos de vinilo, y tenía una capacidad de almacenamiento de 10 minutos. Cuando se anunció en 1970 sonaba revolucionario, pero para cuando se puso a la venta en 1975 ya se había quedado obsoleto; las cintas de vídeo ya habían salido al mercado.
1975 Betamax Sin duda alguna, la guerra de formatos de vídeo más famosa de todos los tiempos ha sido la que enfrentó a Betamax, creado por Sony, con VHS, creado por JVC. Técnicamente, Betamax tenía una calidad de imagen superior, con 250 líneas frente a las 240 de su rival, pero VHS, aparte de que era apreciablemente más barata, sus cintas tenían una duración bastante mayor. Aunque Sony reconoció su derrota en 1988, Betamax lograría sobrevivir como formato profesional hasta el año 2002.
1975 Se efectúan bienales y festivales de arte en todo el mundo como la feria Internacional de Basilea, Suiza y en la Bienal de Arte de París.
1976 Sistema TED Telefunken y Decca comercializan en Europa el sistema TED, antecedente del videodisco.
1976 VHS La compañía JVC pone en el mercado el sistema de vídeo doméstico VHS, que se convierte en el formato estándar a nivel mundial.
1977 Los sistemas Beta y VHS reducen su velocidad y aumentan la densidad de la grabación. Logran cuatro horas de grabación.
1978 La UNAM, UTEC, SARH, entre otras dependencias utilizan el video como medio educativo.
1978 Formato C de una pulgada. Sony desarrolla el formato C, de una pulgada, que ha sido el sistema de exploración helicoidal que se impuso en medios de teledifusión como estándar de alta calidad hasta la aparición de los modelos digitales.
1978 Video 2000 La Philips y la Grundig crean una nueva generación de videograbadoras. Su sistema "Video 2000" permite la reversibilidad de la cinta y



un tiempo de grabación de ocho horas.
1978 Laserdisc. Desarrollado por Phillips, nunca fue un competidor serio para las cintas de vídeo. Aunque ofrecía mejor calidad de imagen que las cintas, su incapacidad para grabar y su elevado precio limitaron su mercado a los entusiastas del cine. Otro problema añadido era el gran tamaño de los discos (medían 30 centímetros de diámetro) y que se rompían muy fácilmente. Mas adelante la aparición del DVD lo terminó de rematar.
1981 Betacam Sony presenta el formato Betacam que posibilitó la construcción de camascopios compactos (cámara y equipo de grabación en una sola pieza) con un peso muy reducido y una calidad muy alta .Este sistema es el estándar actual de E.N.G. y se usa en toda la industria de la televisión y de la imagen, muy por encima de cualquier otro sistema.
1981 Sistema Laser-Visión. La Pioneer y la Philips desarrollan el sistema de laser - visión.
1981 VHD La Japan Victor Company desarrolla el sistema VHD. En el disco no hay surco sino señales eléctricas.
1981 CAPACITANCE ELECTRONIC DISC Creado por RCA, pretendía ser una alternativa barata al Laser Disc pero, al igual que este, no pudo competir con las cintas de vídeo.
1986 Betacam SP Sony lanza en el mercado el formato Betacam SP, que se convierte en el estándar de uso en las televisiones.
1986 DVR-1000 Sony presenta el DVR-1000 primer magnetoscopio digital que sigue la norma CCIR 601 de codificación digital en componentes según el formato 4:2:2 .
1986 Mujeres artesanas de la zona Huave de Oaxaca durante el evento “Tejiendo: mar y viento”, proponen la utilización de video como medio para registrar sus actividades.
1987 DI: primer formato de vídeo digital Se investiga el primer formato de vídeo digital, el DI de Sony.
1988 MPEG Primera reunión del MPEG (Motion Picture Expert Group) que trabaja en la estandarización de los sistemas de compresión del vídeo y audio digital
1988 V-8 Sony da a conocer su equipo de volumen y peso mínimo V – 8, que usa cinta de 8mm de ancho.
1990 Transmisión de video a partir de fibras ópticas y laser disc. En el evento organizado por el Instituto Smithsonian de Washington, D.C., titulado Information Age: People, Informaton & tecnology, se presenta la transmisión de video a partir de fibras ópticas y los avances revolucionarios en el terreno del láser disc.
1992 ¡Hasta este año se han vendido trescientos cincuenta millones de aparatos VHS en e mundo!
1993 VCD Video CD, Compact Disc Digital Video o VCD es un formato estándar para almacenamiento de vídeo en un disco compacto. Se pueden reproducir Video CD en reproductores adecuados, ordenadores personales y muchos reproductores de DVD. El estándar VCD fue creado en 1993 por un consorcio de empresas electrónicas de Japón.
1994 Video interactivo y multimedia. Hewlett Packard da a conocer sus equipos para funcionar en videointeractivo y multimedia, esto es, correo electrónico, audio, captura de video, captura de imágenes y su manipulación.
1994 Sistema de Edición No Lineal. Llega a México el Sistema de Edición No Lineal de la compañía AVID. Se trata de una novedad que busca revolucionar los sistemas de edición en el mundo. Todo el proceso se realiza en computadora sin necesidad de usar videograbadora ni videocasete.
1995 Comercio del DV, DVCAM y el DVCPRO. Empiezan a comercializarse una serie de formatos como el DV, DVCAM y DVCPRO que acercan la tecnología del vídeo digital al ámbito doméstico.
1996 Comercialización del DVD Se anuncia la comercialización del DVD que pocos años más tarde se convierte en el formato mayoritario de la venta y alquiler de películas y contenidos, audiovisuales.
1998 DIVX DVD. Desarrollado por Circuit City, DIVX era un sistema de alquiler de películas en formato DVD el que, cuando adquirías el disco, tenías 48 horas para visionarlo; pasado ese tiempo, el disco quedaba inutilizado. La ventaja de este sistema es que no era necesario devolver el disco a la tienda (simplemente, lo tirabas a la basura); los inconvenientes, que el reproductor era muy caro, que para poder visionar la película debía hacer una llamada telefónica y que había muy pocos videoclubs que ofrecieran este servicio. DIVX solo sobrevivió unos meses. Como dato curioso, los reproductores DIVX podían reproducir DVDs convencionales, así que cuando Circuit City decidió abandonar el formato y el stock de reproductores lo puso a la venta a precio de liquidación, de forma involuntaria iniciaron la era de los reproductores DVD baratos.
2000 Primeros Softwares Aparece el Windows Movie Maker, q se trataba del primer software de edición de vídeo, hecho para el uso casero por su simplicidad.
2001 Magix Video Deluxe Otro software de edición de video, creado exclusivamente para la plataforma Linux.



2003 TDT Se empieza a implementar la TDT (Televisión Digital Terrestre). Primeras emisiones en HDTV, la televisión de alta definición. Aparecen en el mercado nuevos discos ópticos que incrementan la capacidad como el HDDVD i el Blu-ray.

1990 AUDITION En 1990 se había creado el primer software de edición de audio para uso casero, y en 2003 Adobe lo adquiere y lo transforma en Audition que por hoy el software de edición de audio más utilizado.

2004 Aparece Vimeo y se convierte en el primer sitio de Internet dónde los usuarios pueden compartir vídeos.

2005 Nacen Youtube y Dailymotion simultáneamente, ambos son muy populares entre aquellos que desean compartir videos, la diferencia es que el primero tiene menos limitaciones y por eso es el más popular.

2007,Nace Soundcloud que es un sitio para compartir pistas musicales, mixes, remixes, mashups y más, muy popular entre djs y productores musicales.

2008 Nace Openshot un software de edición de vídeo, poco conocido.

Tabla 17 Elaboración: Milton Torres Caceros Fuente: <http://joanplanas.com/2008/01/14/historia-de-la-imagen-en-movimiento/>

## **ANEXO 4**

En este anexo se explica un poco más detallado datos sobre el spot publicitario y su valor, (viene de la página 8).

### **Spot Publicitario**

El spot publicitario de televisión es uno de los medios más efectivos para dar a conocer una marca, pero también el más costoso y por ello se caracteriza por su brevedad. Pocas son las compañías que se pueden dar el lujo de pagar por largos anuncios en horario estelar y en canales reconocidos, como es el caso de algunas marcas importadas de Norteamérica.

Para sacarle mayor provecho a este tipo de publicidad es necesario analizar muy bien el "target", es decir, la población que se tiene como objetivo de nuestra campaña y buscar, de esta manera, la franja que más se ajuste a este plan, de acuerdo con las características y edades de sus televidentes.

La música debe ser sugestiva, causar algún tipo de emoción en la audiencia. También es usual encontrar, dentro en el spot publicitario de televisión, el testimonio de algún personaje famoso que en la mayoría de los casos es un artista. Este personaje, por supuesto, asegura haber utilizado el producto con la obtención de unos resultados fantásticos e increíbles.

Además de los anteriores, otros comerciales, en lugar de utilizar celebridades dentro de esos testimonios, presentan personas, supuestamente "común y corrientes" (casi siempre son



actores) simulando probar el producto dentro del tiempo del comercial. Esa demostración, en algunos casos, puede ser real, pero esto no sucede en la mayoría de los casos.

Dependiendo del público al que se desea llegar, en caso de ser niños, también se puede recurrir a caricaturas o dibujos animados. Otros anuncios se caracterizan por su sobriedad y, se limitan a narrar las características del producto. También pueden ser comerciales muy cortos que quieren dar a conocer una promoción por tiempo limitado<sup>11</sup>.

## **ANEXO 5**

### **BITÁCORA**

A continuación se explica en detalle la bitácora de los 5 días de duración del Taller de Edición de Audio y Vídeo, del 23 al 27 de enero en las instalaciones de la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador.

### **23 DE ENERO**

#### **DÍA 1 LECCIÓN 1**

Se hizo una presentación al inicio de la clase donde cada estudiante decía su nombre, la universidad y facultad de la que provenían, y los motivos por los que querían formar parte del taller. Posteriormente se les presentó el objetivo de la actividad, y el formato de trabajo, se explicaron las actividades que realizarían. Luego se les presentó el formato multimedia diseñado específicamente para el taller, para que supieran que estaban formando parte de un plan piloto de aplicación de este material didáctico. Además este día los estudiantes aprendieron acerca de los siguientes conceptos:

Línea de tiempo

Medios Audiovisuales

Spot Publicitario

---

<sup>11</sup> <http://publiworld.buscamix.com/web/content/view/82/202/>



Spot en Internet

Audiovisual en El Salvador

Además se les hizo una demostración en clase para que aprendieran a editar vídeo, con un ejemplo de aplicación que explico el facilitador. Luego de esto, se les entregó el programa portable para que lo utilizaran en la casa con la primera tarea que realizarían sobre editar un tráiler de una película. Este ejercicio consiste en ver una película completa de su elección para seleccionar escenas y hacer un tráiler de 30 segundos donde deben convencer al espectador de ir a ver dicha película. Su primera premisa era cortar partes y armar una estructura.

## **24 DE ENERO**

### **DÍA 2 LECCIÓN 2**

Este día continuamos con la plataforma de trabajo diseñada por medio de Flash específicamente para este Plan Piloto. Donde se les mostraron los siguientes conceptos:

El audiovisual narrativo

El audiovisual no-narrativo

El realismo

Escenografía

Cámara

Fotografía

Iluminación

Sonido

Lo actoral

Etapas del Montaje

Principios Fundamentales

Métodos de Montaje

Ejes y recorridos

Tomas de protección

Divisiones temporales



Surgieron dudas acerca de la diferencia entre el audiovisual narrativo y el no narrativo, se les aclaró explicando que el narrativo es el que tiene un orden que cuenta una historia, y el no narrativo es el que lanza imágenes dispersas, que tienen un significado pero no así una historia. Se les hizo mucho ahínco en los conceptos de montaje y continuidad, se les hizo ver que estos conceptos son las dos bases de todo montador.

Se proyectó el cortometraje Destino, una colaboración entre Salvador Dalí y Walt Disney.

Luego de esto, se tomaron 15 minutos para escuchar una lista de 25 canciones donde ellos debían describir la sensación que les provocaba cada una de ellas. Todos comprendieron rápido este ejercicio, y aportaron con buenas ideas. Su premisa era saber identificar sensaciones que sirvan en la edición de audio.

Posteriormente se les mostró la utilización del programa Adobe Audition para que tuvieran una aproximación a éste. Y se les entregó dicho programa en versión portable para que lo utilizarán en su casa, el ejercicio de este día consistía en que tomaran el cortometraje Destino, y modificaran la música de fondo para utilizar una que ellos quisieran, y su premisa era editar audio.

## **25 DE ENERO**

### **DÍA 3 LECCIÓN 3**

Este día se continuó utilizando la plataforma denominada Audiovisualia para que los alumnos aprendieran de los siguientes conceptos:

Del relato denotativo al simbólico

Del relato simbólico al infopublicitario

Del relato estable al relato cambiante

Estructura narrativa

Estructura dramática



La estructura informativa

Estructura persuasiva

El personaje multidimensional

Roles narrativos

Interacciones interpersonajes

Se presentaron posteriormente una serie de anuncios donde ellos debían identificar cuál era la diferencia de trabajo entre un director y un montador en el audiovisual. Ellos aportaron con diferentes ideas, y supieron ver que el montador debe ser un trabajador arduo, serio y paciente, puesto que la edición es un trabajo de observación, y utilización de la vista y el oído musical sobre todo.

A la vez, con estos mismos anuncios fuimos viendo detalles de chroma, continuidad y fallos o aciertos imperceptibles para el ojo humano, pero que son valiosos para que se forme un montador.

Se les dejó un ejercicio en casa donde debían ver una película e identificar los fallos en continuidad y también aciertos, y con aciertos se refiere a aquellas soluciones que el montador le dio a una escena, de manera que aportó a la historia en lugar de restarle.

Luego, realizamos un ejercicio de preparación de guión. Donde ellos cerraban los ojos, se concentraban y escribían algo sobre un sentimiento hacia una persona en el momento que abrían los ojos. De esto surgieron los guiones que en las siguientes clases utilizarían para planificar el cortometraje final de este taller.

## **26 DE ENERO**

### **DÍA 4 LECCIÓN 4**

Este día se presentó la 4º lección de la plataforma diseñada por medio de Flash, y aprendieron de los siguientes conceptos:



El plano  
Espacio explícito, implícito y total  
Funciones narrativas  
Duración  
Dominio del tiempo  
Desarrollo  
Acción y participación  
Imágenes audiovisuales y tipográficas  
Tratamiento de la imagen  
Valores expresivos  
El sonido y la música  
La construcción final

Se tomó un tiempo para seguir viendo la utilización del programa Adobe Premiere, y solventar dudas que hubiesen tenido en las clases anteriores.

Luego, se revisaron los guiones escritos, y se habló de locaciones, y se planificaron detalles de orden de la historia, se visualizaron los perfiles de actores y actrices. Hicieron storyboards.

Llevaron una tarea ex aula de cohesionar los guiones en uno solo, de todos los guiones de los integrantes de los grupos. Es decir que debían escribir un guión, cuyo protagonista era la suma de todos los protagonistas de cada guión.

También debían salir a observar y seleccionar locaciones para llevarlas como propuesta el siguiente día que sería la última clase dentro del aula del taller.

**27 DE ENERO**

**DÍA 5 LECCIÓN 5**

Este día finalizamos con la utilización de la Plataforma Multimedia diseñada en Adobe Flash para este taller, y estudiaron los siguientes conceptos.



Tipos de seducción

Retórica y persuasión

Enfoque creativo

Factores de creatividad

Funciones narrativas del género.

Posteriormente, aprendieron a realizar casting. Se les llevó una cantidad de actores, con quienes platicaron acerca de sus experiencias personales, los motivos por lo que habían escrito esas historias dentro de sus guiones, y hubo un contacto directo de actor a director, de montador a historia, y de protagonista a protagonizado. Al finalizar este día, todos asumieron el compromiso de entregar un cortometraje en dos semanas que demostrara el resultado de las herramientas que se les habían otorgado en el taller.



El trabajo realizado en el taller con indicaciones prácticas del orientador Foto: Mónica Silva.

El uso del CD Interactivo para abordar las lecciones con los estudiantes Foto: Mónica Silva.



Los estudiantes escuchaban atentamente la clase, y aplicaron in situ cada conocimiento que se les impartía usando las computadoras del Centro de Cómputo y los programas Adobe Audition y Adobe Premiere.



El facilitador comenzó explicando la lección del día. Los estudiantes tuvieron la libertad de preguntar para que les fueran aclaradas sus dudas Foto: Mónica Silva.



Los estudiantes aprendieron a utilizar la herramienta Adobe Premiere y Adobe Audition, para aplicar ese conocimiento en las tareas ex aula Foto: Mónica Silva.



El facilitador se tomó el tiempo de atender estudiante por estudiante con las dudas que tuvieron Foto: Mónica Silva.



El facilitador instruye sobre el storyboard, y el trabajo con el actor, y les explica cuál es la importancia de interactuar con el actor, y compartir experiencias Foto: Mónica Silva.

## **ANEXO 6**

En este anexo se presenta el proyecto de taller permanente de audio y vídeo, para que sea presentado a instituciones u organizaciones no gubernamentales que quieran aportar su “granito de arena” a este esfuerzo.

### **PROYECTO TALLER PERMANENTE DE AUDIO Y VÍDEO POR MEDIO DE ADOBE AUDITION Y ADOBE PREMIERE**

Este documento es el proyecto de taller de edición de audio y vídeo, que es una de las prioridades de la subespecialidad de Diseño Gráfico de la carrera en la Escuela de Artes.



Este proyecto tuvo un Plan Piloto de aplicación con un primer grupo del 23 al 27 de enero de 2012 en las instalaciones del Centro de Cómputo de la Escuela de Artes, y de él se dio la sistematización que se hizo de ese Plan Piloto para presentar un Proyecto Final de Taller Permanente de Edición de Vídeo y Audio que sea impartido anualmente en la Universidad de El Salvador con el apoyo de diferentes entidades no lucrativas que estén interesadas en la iniciativa.

En la historia de El Salvador la profesión del editor ha existido, pero se le ha dado tan poca relevancia, y no se le ha permitido obtener una categoría de arte mayor, que virtualmente es lo que sucede en la Televisión a nivel internacional. En el caso del país sucede que al tener editores casi que por antonomasia trabajando para televisión, los editores han sido vistos como cualquier otro complemento del audiovisual, y no tienen la categoría de artista que tiene el montador en cine. Un taller de este tipo podría contribuir a que estos profesionales aprendan más sobre su oficio, y reclamen a la sociedad el nivel dentro del arte como se lo merecen.

La Escuela de Artes puede aportar a la sociedad salvadoreña calidad de montadores, puesto que al estudiar una carrera basada en las imágenes, ésto puede perfectamente usarse a favor de la cinematografía centroamericana.

La sociedad salvadoreña tiene la capacidad creativa para aportar al mundo un grupo de artistas que se dediquen muy específicamente a la edición de audio y vídeo, talento que debe ser explotado y ahí radica la importancia de este taller.

La dinámica audiovisual en El Salvador ha estado ligada a la televisión con unos esfuerzos dispersos de profesionales que no pueden llevar sustento a la casa si se trata de cine en específico, y otros que se han dedicado a la publicidad. Hecho que evidencia la necesidad de realizar un taller de edición de vídeo y audio profesional con enfoque artístico, y trabajo limpio de la imagen.



El aprendizaje de edición de vídeo y audio es muy amplio, y no basta con la simple utilización de la herramienta de Adobe Premiere y Adobe Audition, sino que los alumnos deben conocer los criterios de aplicación que brindan al relato audiovisual su calidad, riqueza y exquisitez cuando es tratada más allá de la premisa de cortar y compaginar, que si bien son conceptos primordiales, quedó demostrado aquí que el montaje es la máxima expresión de la inteligencia literaria de la humanidad.

Los diseñadores gráficos y comunicadores sociales se enfrentan a una situación laboral que les exige tener conocimientos de todo lo relacionado a las artes visuales, aunque así es curioso que el mercado pide que sepan manejar software de edición de vídeo y audio, el mismo mercado no exige la calidad, sino que quienes lo exigen son los espectadores de la publicidad, y ahora sumado a este hecho el Internet que como se explicó en el capítulo anterior, está muy ligado a los cambios globales, y esto exige también tener conocimientos de edición de vídeo y audio para romper el bloqueo ante lo rutinario de todos los vídeos por ejemplo en youtube, que es un sitio muy competitivo, y el éxito en él no está tan relacionado a la calidad de vídeo, sino a la calidad de historia.

### *Objetivo General*

Realizar un taller de audio y video en la Escuela de Artes de la Universidad de El Salvador, basado en las tendencias que son aplicadas en la actualidad por comunicadores visuales, que brinden a la sociedad editores de audio y vídeo con excelencia.

### *Objetivos Específicos*

1. Estudiar técnicas de audio y video más frecuentemente usados en su campo de aplicación y definir cuáles de estas técnicas son más efectivas para aplicar en el Diseño Gráfico de vanguardia.
2. Llenar vacíos en los estudiantes a quienes vaya dirigido el taller de audio y video.
3. Crear espacios de desarrollo artístico que utilicen audio y video publicitario.



Habiendo estado claro en eso, se diseñó un proyecto de taller de edición de audio y vídeo, que según las encuestas hechas durante el diagnóstico a estudiantes de la Escuela de Artes, ellos expresaban que eran los programas donde veían mayores deficiencias. Y a continuación se presenta cuáles los requisitos del aspirante al taller, la journalización de 10 días, la realización de tutoriales y del CD Interactivo. Este taller puede servir a la sociedad tal y como se expone, superando todas las dificultades que existen para el editor con la calidad de contenido de la planificación de este taller. Ahora se presentan los requisitos para aplicar al taller de edición de vídeo y audio.

### A. PERFIL DEL ASPIRANTE AL TALLER

A continuación se presentan los requisitos necesarios con los que debe contar el aspirante al Taller de Edición de Audio y Vídeo.

1. Estudiante de artes o carrera afín.
2. Estudiante de nivel mayor al II año de la carrera.
3. Cinéfilo, es decir que demuestre que sabe de cine, y que se mantiene al tanto de la meca del séptimo arte.
4. Haber realizado audiovisuales, sin importar su calidad.
5. Posee cámara de vídeo de preferencia, o cámara fotográfica que grabe video de buena calidad.
6. Tener conocimientos básicos de publicidad.

### 7. JORNALIZACIÓN

	Actividad	Duración	Recursos	Software
<b>DÍA 1</b>		<b>75 mins</b>		
Generalidades Historia del Audiovisual	Se expone en una clase con un máximo de 30 mins las generalidades del Audiovisual, entre ellas su historia, sus medios, sus exponentes, la importancia para la publicidad.	30 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Adobe Premiere  Microsoft Word
Visualizar Cortometraje “Viaje a la Luna de Géorges Méliès”	Aquí el estudiante aprende a extraer los datos más importantes de un filme, como	25 mins	Proyector de cañón Computadora Parlantes	Adobe Premiere  Microsoft Word



Redactar una sinopsis en base a este filme.	primera fase para comprender lo que significa el trabajo del editor, como tomar sólo lo más destacado de cada escena, para ello se debe comenzar viendo, y estudiando sus partes.			
Aproximación a la utilización de Premiere.	Se presentará la herramienta, y los detalles de para qué fue hecho, y cuáles son los pasos a seguir desde la creación de un archivo, hasta la utilización de sus paneles.	20 mins	Proyector de cañón Computadora Parlantes	Adobe Premiere
<b>DÍA 2</b>		<b>75 mins</b>		
Visualización de Cortometrajes	Se proyectarán cortometrajes para discutirlos en clase, y diagnosticar qué saben sobre el montaje, y las diferencias entre sonido e imagen, y el trabajo específico del montador.	25 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador	Windows Media Player
Discusión de Aspectos del Montaje	Se discutirá sobre los criterios de evaluación de un audiovisual que son: Montaje, Montaje de Sonido, Mezcla de Sonido, Diseño de Sonido, Limpieza, Ritmo, Continuidad.	20 mins		
Aprender a cortar y pegar	Los alumnos podrán enfrentarse directamente al trabajo con el software de Adobe Premiere, dónde se les proporcionara un vídeo que ellos deben recortar y rearmarlo, para al final tener un audiovisual diferente al original.	15 mins		
Tarea Ex aula Realizar tráiler de la película que desee	En este momento se hace una explicación corta de cómo cortar y montar escenas en Adobe Premiere, para con ello enviarlos a casa a realizar un tráiler de 30 segundos máximo	20 mins	Computadoras para estudiantes Programa Adobe Premiere	Adobe Premiere Microsoft Word



	donde convenzan al espectador de ir al cine a ver tal película.			
<b>DÍA 3</b>		<b>85 mins</b>		
Lenguaje Audiovisual Elementos Audiovisuales El Montaje Continuidad	Se expone en una clase de 40 mins máximo sobre la verosimilitud, la historia, relato y diégesis. Los elementos dentro de un audiovisual. Se hace ahínco en lo que trata el montaje, y las cualidades de un buen montador. Y la importancia de cuidar en todo momento la continuidad.	40 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Flash Player
Visualización de Cortometraje “Fantasía de Salvador Dalí”	El grupo puede ver el trabajo realizado conjuntamente por Walt Disney y Salvador Dalí para realizar una actividad posteriormente.	10 mins	Proyector de cañón Computadora Parlantes	BS Player  Microsoft Word
Discusión sobre el cortometraje.	El grupo discutirá de qué trata el concepto, y cuáles son las diferencias que tiene con el cortometraje de Georges Méliès visto en la clase anterior.	10 mins	Proyector de cañón Computadora Parlantes	BS Player
Ejercicio de improvisación de imágenes en grupo.	Se formarán grupos de trabajo, y ellos decidirán un tema sobre el que improvisarán imágenes sin palabras, dicho ejercicio deberán prepararlo en menos de 10 mins, para dejar el resto del tiempo para que los grupos presenten a la clase su improvisación.	25 mins	Ropa de trabajo	
<b>DÍA 4</b>		<b>80 mins</b>		
Escuchar una lista de canciones	Los integrantes del taller escuchan una cantidad de canciones para que comprendan lo que quiere expresar cada una con sus notas. Se da espacio para que opinen qué sienten al escucharlas. Como premisa	15 mins	Computadora Parlantes	Reproductor de Windows Media  Microsoft Word



	para que comprendan que el montador también debe tener oído musical, al momento de seleccionar la música que contribuye a ponerle salsa a lo que expresa el audiovisual en cada situación y escena.			
Realizar una nueva musicalización usando como base el cortometraje de Salvador Dalí.	Para que comprendan la premisa de seleccionar música y adaptarla a una serie de imágenes tomadas por el director del filme. Dado que los directores suelen darle la libertad de seleccionar la música a sus montadores. Esto en vista que vayan comprendiendo el trabajo del montador, cuando se dedica exclusivamente a eso, es decir que no es a la vez director, o productor.	25 mins	Computadoras para estudiantes Programa Adobe Premiere Programa Adobe Audition	Adobe Premiere Microsoft Word
Realizar un teaser	Realizar un corto de 30 segundos que exprese una sensación con respecto a un producto comercial de su elección. Que contenga únicamente música, sin letras ni subtítulos, y que sólo al final presente un logo o un eslogan.	40 mins	Cámara de Video Computadora Programa Adobe Premiere Programa Adobe Audition	Adobe Premiere Microsoft Word
<b>DÍA 5</b>		<b>80 mins</b>		
Narrativa Audiovisual Publicitaria Evolución Narrativa del Relato Persuasivo Estructuras del Audiovisual Personajes	Se expone en una clase de 30 mins máximo los conceptos de la narrativa audiovisual publicitaria, a la vez que se explica la evolución que ha sufrido el relato persuasivo en la publicidad audiovisual. Y se expone también cómo funcionan las estructuras del relato persuasivo. Y se	30 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Flash Player



	comprenderá sobre la importancia de tener un buen actor para hacer un buen personaje.			
Visualizar anuncios de publicidad, desde ganadores de Cannes hasta los realizados por agencias nacionales	Los integrantes del taller realizan un foro sobre verosimilitud de los personajes, fuerza del actor, diégesis, relato, captación de la atención, capacidad de persuasión, y explican qué estructura sigue cada anuncio en base a los 15 diferentes anuncios que se les presentarán.	30 mins	Computadora Parlantes Cañón	Reproductor de Windows Media
Primer guión y storyboard	Formarán grupos de trabajo, y redactarán un guión en base a imágenes, es decir que cada estudiante propone una imagen diferente después de su compañero. Estas imágenes tienen que ser un objeto que tienen a su disposición en el momento de la clase.	20 mins	Cuaderno Objetos de sus Bolsillos y/o Maletines	
Hacer storyboard	Cada grupo elige a un storyboarder, que hará un orden de cada imagen en un cómic de 20 cuadros.	Ex aula	Cuaderno, colores, plumones, lápices	Photoshop Illustrator
<b>DÍA 6</b>		<b>85 mins</b>		
Redactar un storyboard	Los integrantes del taller se reúnen al inicio de la clase para comenzar a hacer sus primeras grabaciones de imágenes que usarán más tarde durante la clase para editarlo, y entregarlo al final. Dicha grabación estará planificada desde el ejercicio de la clase anterior.	30 mins	Computadora Papel Lapiceros Lápiz Borrador Sacapuntas Cámara de Video Computadora	Microsoft Word
Primer enfrentamiento a la edición	Extraen el producto de las respectivas cámaras, y hacen una edición de vídeo por grupo,	40 mins	Cámara de Video Computadora	Programa Adobe Premiere



	con la supervisión del facilitador. No debe superar el minuto, es decir que los 20 cuadros serían de 3 segundos cada uno aproximadamente. Ellos deberán hacer que las imágenes tengan una lógica y cuenten una historia, sin palabra hablada.			Programa Adobe Audition
Discusión	El facilitador toma un tiempo al final para recoger los resultados, y habla sobre las fortalezas y las deficiencias de cada trabajo, para que los alumnos comprendan directamente lo que se necesita para editar, y lo apliquen en los próximos ejercicios.	15 mins	Computadora Parlantes Cañón	BS Player
Tarea ex aula	Los alumnos deberán ver una película de su elección, y hacer un tráiler de 30 segundos con el que convencen al espectador de ir al cine a ver esa película.	Tarea ex aula	Computadora	Adobe Premiere y Adobe Audition
<b>DÍA 7</b>		<b>80 mins</b>		
Espacio Tiempo Acciones Sustancias Expresivas	Se expone en una clase de 30 mins el concepto de espacio dentro del audiovisual, también lo que significa el tiempo. Y que comprendan la diferencia entre acciones y situaciones. A la vez conocen sobre las sustancias expresivas características del audiovisual.	30 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Flash Player
Resolver dudas utilización software	Se tomará un tiempo considerable para que los alumnos expongan qué dificultades han encontrado en la utilización de Adobe Premiere y Adobe Audition.	20 mins	Computadora Parlantes Cañón	Adobe Premiere y Adobe Audition
Presentarán al colectivo la	Los integrantes del taller	30 mins	Computadora	BS Player



tarea ex aula	exponen a sus compañeros las escenas que seleccionaron, y demostrarán que les falta continuidad, y cuáles errores de montaje tienen.		Parlantes Cañón	
<b>DÍA 8</b>		<b>80 mins</b>		
Redactar guión de cortometraje de historia de sí mismos	El facilitador realiza un ejercicio de interiorización con los integrantes, donde ellos lleguen a una sensación que marcó sus vidas. Será un ejercicio de relajación, donde se concentran en ese hecho, y relatan imágenes que vienen a su mente, en una lluvia de ideas que redactan en un papel. Luego, en base a esto redactarán un guión, con un mínimo de 2 actores, o un máximo de 5, con la menor cantidad de palabras, sino la descripción de imágenes libres.	30 mins	Papel Lápiz	
Redactar guión coral	Se formarán grupos de trabajo, donde los integrantes deberán coordinar un guión donde coincidirán las historias en una sola. El guión debe describir imágenes, y usar la menor cantidad de diálogo entre actores u objetos.	20 mins	Papel Computadora Lápiz Lapicero Colores Plumones Ropa Cámara	
Hacer storyboard, estudio de música, estudio de tipografía, estudio de vestuario, estudio de actores y actrices.	Se les explica el trabajo que llevan a casa, en primer lugar, dibujar las imágenes en un storyboard, en base a las imágenes que describieron en el guión. A la vez escuchan una cantidad de música que ellos crean apropiadas, así también la tipografía que les parece acorde a la sensación. Deben	30 mins	Papel Computadora Lápiz Lapicero Colores Plumones Ropa Cámara	



	seleccionar el vestuario necesario para que no se pierda el hilo de continuidad, y tampoco la verosimilitud. Pensar en quienes pueden colaborarle y ser actores en su pieza. Deben pensar en las locaciones, y acudir pronto a evaluarlas. Todo esto en un solo día.			
<b>DÍA 9</b>				
El relato persuasivo El proceso creativo Tipos de plano	Se expone en una clase de máximo 15 mins la importancia de ser persuasivo en el relato. Y el orden lógico y el ritual personal que debe tener todo artista en el proceso creativo. Y se explicará con detalle los tipos de plano que existen y sus nombres.	15 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador CD Interactivo	Flash Player
Diseño de sonido	Se expone a los integrantes la utilización de FL Studio, como software de diseño de música y sonidos. La premisa es aprender a hacer su propia música original, efectos de sonido, y diseño de sonido.	10 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador Parlantes	FL Studio
Contacto interartístico	Los alumnos serán parte de un casting de actores y actrices que serán facilitados para el taller, a quienes les presentarán el guión para intercambiar experiencias y conocer de primera mano el trabajo directo con el actor, que es primordial en al realización de audiovisual de calidad.	40 mins	Papel Lápiz Computadora Plumón Borrador	
Primera improvisación del corto final	Los alumnos aprenderán a inducir a los actores y actrices a	20 mins	Papel Lápiz	



	las acciones y emociones que son necesarias para encontrar el resultado. Este ejercicio será necesario tenerlo listo en la siguiente clase.		Computadora Plumón Borrador	
Redacción de Guión Técnico	Realizan el guión técnico de cuántas tomas realizarán por escena, tipo de plano, ángulo, tiempo de rodaje que será aproximadamente de 2 hrs, duración del rodaje, hay que tomar en cuenta que los recursos que se utilizarán son de los que dispone el alumno en el salón de clase o de las instalaciones de la Escuela de Artes y Universidad de El Salvador. Vestuario de los actores y o maquillaje.	Tarea ex aula	Papel Lápiz Computadora Plumón Borrador	
<b>DÍA 10</b>		<b>200 mins</b>		
Rodaje	Los alumnos rodarán sus escenas, imágenes y tomas necesarias en un tiempo máximo de 2 horas, que es un corto tiempo, por lo que debe ser bien planificado desde el principio, y realizarán un cortometraje al final que no sea mayor a 3 minutos. El facilitador explica los pasos a seguir en el rodaje, a la vez que se les asesorará a cada uno en el momento de rodaje.  Los integrantes deben aplicar todos sus conocimientos, comenzando por realizar su propio ritual de preparación, la preparación del equipo. Y la preparación que el director debe realizar con los actores	120 mins	Papel Computadora Lápiz Lapicero Colores Plumones Ropa Cámara	



	que es un ritual diferente al que realiza individualmente el director.			
Finalización de trabajo	El grupo de trabajo se reúne al final y revisan las imágenes que han captado, por si alguna tiene algún fallo, o si no responde a las necesidades del taller. La concentración en el rodaje, la supervisión de la continuidad.	20 mins	Papel Computadora Lápiz Lapicero Colores Plumones Ropa Cámara	
<b>ETAPA FINAL</b>				
<b>DÍA 11</b>		<b>120 mins</b>		
Tarea de una jornada Realizar compaginación de su cortometraje	Evaluar el material a montar primero, hacer anotaciones. Realizar el corte y montaje. Musicalizar, retirar sonidos innecesarios. Colocar tipografía y créditos. Entregar cortometraje final al facilitador. Este puede supervisar si es requerido por el autor.	120 mins	Proyector de cañón Computadora Pizarra Plumón Borrador Piso Ropa ligera Adobe Premiere Adobe Audition Fl Studio	Adobe Premiere Adobe Audition Adobe After Effects
<b>DÍA 12</b>		<b>2 hrs</b>		
Proyección	Para finalizar el taller en la 12ª jornada se proyectarán los cortometrajes que fueron finalizados, y se entregarán los diplomas de participación.	120 mins	Computadora Parlantes Cañón	BS Player

Tabla 18 Fuente: Basado en Tabla 16 (véase) Elaboración: Milton Torres Caceros

## 8. RECURSOS

- Humanos:  
Estudiantes de Diseño Gráfico  
Docentes de la Escuela de Artes.  
Diseñadores gráficos.



Diseñadores Web.

Estudiantes de Comunicaciones y carreras afines  
y otros afectados de la práctica.

- Materiales:

Libros, revistas, catálogos, folletos.

5 resmas de papel Bond

1 resma de papel Kimberly

10 CDs

4 DVDS

Internet

Herramientas de diseño gráfico (Adobe Premiere CS4, Adobe Audition, Adobe PhotoShop, Adobe Illustrator, Macromedia Freehand y Swish Max)

Microsoft WORD

1 dispositivo USB de dos gigabytes (2GB)

Logística (Impresiones, fotocopias, cóctel para defensa final y otros).

Cámara de video.

Cámara fotográfica.

- Equipo:

Computadoras de escritorio

1 computadora portátil

1 proyector de cañón

2 impresoras

1 fotocopidora.

Imprenta

- Financiero.



El monto total para el desarrollo de la investigación es de \$658.50 (seiscientos cincuenta y ocho dólares con cincuenta centavos 50/100), cuyo costo se especifica en el cuadro abajo.

CONCEPTO	Costo
Folletos.	\$5.00
5 resmas de papel Bond	\$15.00
1 resma de papel Kimberly	\$5.00
10 CDs	\$2.00
4 DVDS	\$1.50
Internet	\$50.00
1 dispositivo USB de dos gigabytes (2GB)	\$20.00
Gastos de Imprenta	\$50.00
Apoyo a Estudiantes	\$200.00
Tiraje de Ejemplares	\$160.00
Gastos de Transporte	\$50.00
Gastos Varios y Honorarios	\$50.00
Imprevistos	\$50.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$658.50</b>

Tabla 19 Fuente: Capítulo del documento Elaboración: Milton Torres Caceros

\* El monto total puede variar según inflación o modificaciones al proyecto.

## CONCLUSIÓN

Un taller de edición de audio y vídeo puede servir a la nación, forjando nuevos montadores de calidad internacional, que den al país prestigio en el campo del cine, tanto en festivales como en premiaciones.

Siguiendo este link puede apreciar un resultado del Plan Piloto de este taller, una serie web hecha por el facilitador acompañado de algunos alumnos de ese primer taller:

<http://www.facebook.com/pages/Emma-El-Diario-de-una-Ni%C3%B1a-Emo/319960264736525>