

Aportes para la realización y circulación de videos comunitarios



Instituto Nacional de la Juventud



MINISTERIO
DE DESARROLLO SOCIAL



Montevideo
de Todos



tevé CIUDAD



tevé PARTICIPATIVA

Equipo Editor:

INJU:

Matias Rodriguez
Gabriela Medina
Ximena Ricci
Gabriela Bazzano
Monica Theoduloz

TV Ciudad:

Idea y metodología:
Equipo de tevé PARTICIPATIVA -
Proyecto Árbol
Andrea Ostuni
Juan Ignacio Russi
Florencia Villaverde Siri

Textos

Florencia Villaverde Siri

Colaboración:

Juan Ignacio Russi, Andrea Ostuni,
Nicolás Soto, Germán de León, Ismael
González, Eduardo García, Federico
La Rosa, Diego Varela, Aldo Garay,
Melina Sicalos, Diego Nadal, Fernan-
do Domínguez, Marcelo Castro, Ga-
briel Kaplún y todos los participantes
de Árbol.

Diseño y Diagramación:

Juan P. de Oliveira M. C+i

./. Índice ./.

<i>Carta al Lector</i>	_____	4
Introducción	_____	5
Sobre el sentido de estas líneas	_____	6
Capítulo 1_	¿Qué es la Comunicación Comunitaria?	11
Capítulo 2_	El video comunitario y participativo	13
Capítulo 3_	Una gran guía: el Proyecto Audiovisual	15
Capítulo 4_	La Realización	17
Capítulo 5_	La Producción	19
Capítulo 6_	Fotografía y cámara	21
Capítulo 7_	Sonido	25
Capítulo 8_	Edición	29
Capítulo 9_	La circulación: la proyección local y la emisión en tv	33
GLOSARIO_	_____	36
Bibliografía_	_____	38

Carta al Lector

Estimado lector, estas palabras son la forma en que nos gustaría comenzar un intercambio, un diálogo sobre nuestras prácticas, nuestros aprendizajes, nuestras dudas y desafíos.

Desde 2003 venimos experimentando en esto de realizar y hacer circular videos comunitarios. Vinculándonos, encontrándonos y compartiendo este camino con muchas personas de diferentes barrios de Montevideo, localidades del interior del país e inclusive del exterior. Por suerte somos varios a los que nos intrigan y motivan estas formas de comunicarnos. Y es gracias a eso que cada día aprendemos un poco más, y a su vez nos van apareciendo nuevas preguntas, ideas y sueños.

Estas palabras surgen de las ganas de aportar a los procesos sociales y culturales que implican estas prácticas, y a la búsqueda de productos que cuenten creativamente historias que nos pertenecen y en las que nos reconocemos. Estos textos intentan sintetizar lo que hemos aprehendido y lo que nos han enseñado, pero están a la espera de convertirse en hechos, videos, proyecciones y acciones. Para luego volver a ser textos que nos permitan seguir profundizando, seguir caminando. Verás que hay muchos espacios vacíos que buscan dar lugar a lo nuevo, a lo propio, a la experiencia particular de cada uno.

Y es por eso que desde ya, sos parte de esta historia. Esperamos entonces, encontrarnos luego para seguir compartiendo.

Con cariño,

Equipo de tevé PARTICIPATIVA
tevé CIUDAD

Introducción

Inju-Mides en acuerdo con Tevé Ciudad se comprometen a trabajar junto con los equipos involucrados en el proyecto “Amplificá tu Voz” audiovisuales, desde un proceso dinámico que invita a la participación y a poner en juego nuestros saberes y experiencias.

Cuando pensamos en los destinatarios de la presente guía, nos enfrentamos a la diversidad y al desafío de conectarnos para expresar, pensar, producir sentidos y problematizar juntos.

Comunicar desde un proceso de producción de vínculos y de sentidos; participar para conectar diferentes escenarios y realidades, expresar como registro cognitivo y afectivo que atraviesa nuestras prácticas cotidianas.

Nos referimos a un trabajo común que articule un dispositivo técnico-pedagógico con las diferentes identidades juveniles, el cual nos permita, desde una intencionalidad educativa, habilitar-los y habilitar-nos a que nuevos sentidos y nuevas realidades puedan crearse.

La dimensión creativa se torna medular en una relación educativa que intenta problematizar los efectos de la exclusión, la pobreza y “las categorías” o “los procesos de subjetivación” que nos codifican, prefijan, moldean, asfixian.

Ardua tarea la de redimensionar la realidad en la que viven los jóvenes: las redes, los entornos vitales, los grupos, los colectivos, en definitiva, las relaciones que van estableciendo; los códigos, las conexiones que trazan con el mundo, la cotidianeidad, los diferentes modos de ser, estar, sentir-se adolescente. Y

los diferentes modos de habitar la subjetividad que se han ido construyendo y reconstruyendo, donde las prácticas educativas vienen nutriéndose de diversos enfoques, teorías, enclaves estratégicos, metodológicos y técnicos.

Intensa labor del educador, coordinador/ a, comunicador/ a; de pensar, inventar y poner de relieve otros dispositivos técnicos, trazando nuevos caminos en función del complejo escenario que atraviesa nuestra realidad: múltiples culturas, códigos, lenguajes, nuevas formas de ser, consumir, producir, nuevas fantasías, velocidades, ritmos, colores, sonidos y sentidos heterogéneos.

Desde estas líneas, encontrarán aquí algunas ideas acerca de qué elementos tomaremos en cuenta para producir un audiovisual: qué insumos necesitamos para elegir qué contar y de qué forma, tomando en cuenta sus diferentes etapas como eslabones de un proceso: proceso de producción de aprendizajes y nuevas búsquedas, siempre singulares, únicas e irrepetibles.

Cada equipo, cada organización, cada grupo juvenil le imprimirá su sello personal: los invitamos entonces a adentrarnos en los diferentes recorridos de los jóvenes, acompañarlos en la participación como eje de nuestro trabajo y navegar en el laberíntico mundo de las imágenes.

Sobre el sentido de estas líneas

*Recuerda que eres joven,
brillas como el sol.
brilla tu diamante loco.*
Pink Floyd.

Pensar en los jóvenes¹ y en un enfoque audiovisual implica situarnos desde una lectura transversal ya que la dimensión caleidoscópica nos invita a pensar en un enfoque múltiple.

Para entender el fenómeno juvenil resulta necesario considerar los diferentes ejes y variables, los cuales se presentan en un espectro que va del cruzamiento múltiple a la superposición de líneas de análisis y experiencias.

De este modo, la juventud cabalga desde múltiples registros sin que ninguno lo abarque totalmente, totalice o capture. Fenómeno que se encuentra en constante movimiento, y que atraviesa a sujetos pertenecientes a determinado campo sociocultural, cuyas inserciones se juegan en relación a una superposición de contextos.

La identidad entonces se construye o se pone en juego en una retroalimentación dinámica entre éste, el entorno social y cultural, en donde se van generando cambios en el sujeto y en su propia definición.

La cultura visual ejercería un papel de “puente” como campo de saberes que permite conectar y relacionar, para comprender y aprender, para transferir el universo visual en el contexto educativo, tomando en cuenta que el universo de lo visual se presenta como mediador de valores culturales y de las referencias estético- artísticas constituidas socialmente.

Nos preguntamos entonces si la realidad tecnológica llegó para instalarse en este momento y desafiarnos al

trabajo sobre cierto **control consensuado** que evite la censura y que permita la **expresión** de todos los actores sociales.

¿Cómo se produce el consumo de imágenes por parte de los jóvenes? ¿qué les permite? ¿qué les inhibe?. Y en un sentido más amplio, consumo que el adulto transfiere y que en última instancia no deja de ser un espejo de sí mismo.

¿Estamos ante la existencia de pasivos receptores o de la generación de nuevos constructores e intérpretes?.

¿Las producciones del imaginario social que se representan a través de los medios, tomarán alguna forma en la dimensión identificatoria que los jóvenes establecen desde su cotidianeidad?

Si enfatizamos que el papel del otro se torna vital y que el joven hará posible este enlace por medio de las organizaciones a las que pertenezca, los distintos grupos que integre y la pertenencia que logre constituir, destacamos la importancia del trabajo comunitario que permite que los jóvenes extiendan sus lazos de identificación con su grupo de pares, con el proyecto institucional y con los/ as educadores/ as que ofician de referentes de sus “ grupos secundarios”. Éstos asumen un rol que, desde una intencionalidad educativa, en función de sus valores, objetivos, experiencias y deseos, se direcciona hacia el aprendizaje de la realidad en nuevos contextos de referencia, cargados y provistos de significados, formas de pensar y comprender el mundo circundante. En esta línea, la neutralidad deja de existir en educación, en la medida que el educador se posiciona a partir de una ética personal y profesional; y lo hace con la selección de aquellos contenidos educativos que va a acordar con los adolescentes en una situación y contexto determinados.

Por ello, pensamos en los alcances de Amplificá Tu Voz y el hincapié que realizamos desde él como posibilidad

¹ Cuando nos referimos a los/ as jóvenes lo hacemos de modo genérico en un espectro que incluye a los/ as adolescentes

para generar participación, diversos posicionamientos y distintas opiniones en función de las experiencias e ideales juveniles.

Juventud y Post- Modernidad

Si tomamos en cuenta que la juventud se constituye en una realidad social, discursiva, cambiante, producto de cada época y contexto particular, sería interesante plantearnos que la misma entra en escena de forma tardía en la historia de la humanidad y su origen nos remite a la Revolución Industrial, implicando a la vez una compleja transformación en el plano cultural.

La categoría juvenil se reveló como ingrediente universal de las sociedades industrializadas, en este sentido el imaginario joven quedó encuadrado dentro del mismo contexto que el resto de las producciones culturales.- Esta situación nos da paso a preguntarnos si en el imaginario todas las combinaciones posibles en el plano identificatorio habilitan a los jóvenes a transitar saludablemente hacia el universo de la cultura adulta.

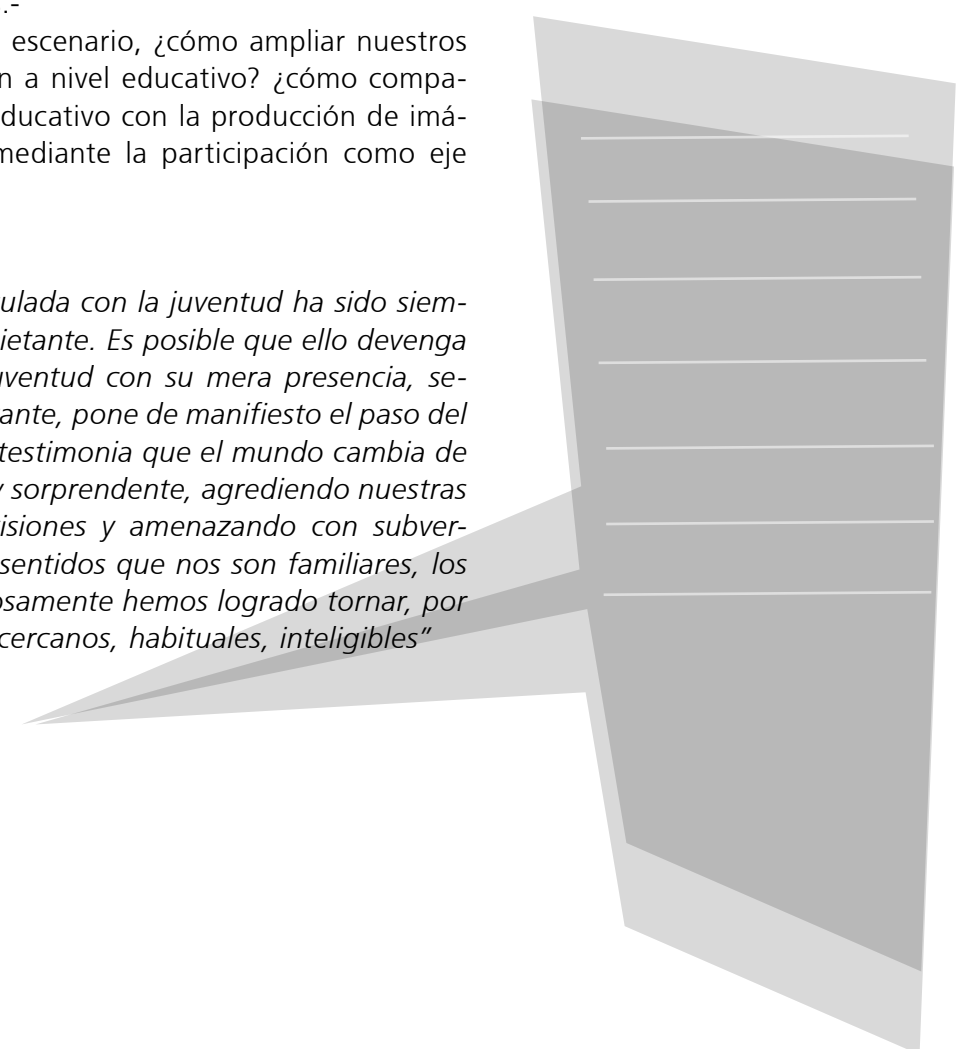
Si planteamos como hipótesis que los rasgos de la juventud se conectan y ensamblan en forma cuasi perfecta con los cánones de la post- modernidad (proceso de adolescentización del adulto, culto a la juventud, búsqueda del cuerpo joven, dificultades de postergación de los deseos, culto a las apariencias, búsqueda del placer en lo inmediato) ¿qué consecuencias se registran de este fenómeno en nuestras intervenciones educativas?

La familia como institución ha atravesado profundas transformaciones, con un reordenamiento de roles y modificaciones claves en los vínculos cotidianos que los sujetos establecen entre sí. Este fenómeno llamado "el ocaso de la "parentela" marcó el ritmo de la progresiva

fragmentación social y cultural de la sociedad pre- industrial y como resultado emergen los distintos tipos de familias existentes y un reordenamiento de roles y espectros vinculares.-

Frente a este nuevo escenario, ¿cómo ampliar nuestros horizontes de acción a nivel educativo? ¿cómo compaginar un proyecto educativo con la producción de imágenes y realidad mediante la participación como eje central?

"... la temática vinculada con la juventud ha sido siempre compleja e inquietante. Es posible que ello devenga del hecho que la juventud con su mera presencia, seductora, desconcertante, pone de manifiesto el paso del tiempo, y también, testimonia que el mundo cambia de manera inexorable y sorprendente, agrediendo nuestras expectativas y previsiones y amenazando con subvertir los universos de sentidos que nos son familiares, los mundos que trabajosamente hemos logrado tornar, por lo menos en parte, cercanos, habituales, inteligibles"
Margulis, M. 1996.



Participación juvenil

“La mirada es un rasgo humano que escapa a lo óptico”

R. Debray.

Pensar en la producción de audiovisuales en “Amplifiqué tu Voz”, nos ubica en una línea de trabajo intenso y extenso que integra tanto el recorrido afectivo de los jóvenes como un anclaje técnico-metodológico del logro de un producto.

Y sin querer se formula un dualismo tecnología-educación del cual intentamos prescindir trabajando desde un nivel de análisis posible: formulación de interrogantes y líneas de reflexión que nos permitan pensar las prácticas educativas hoy.

Partimos de la base que todo ser humano tiene derecho a **participar y comunicarse** y cuando hablamos de comunicación hablamos de un proceso que se inicia desde la escucha y en el contexto de una relación dialógica y enriquecimiento mutuo.

Intentamos, a su vez, pensar y redimensionar la apropiación del material audiovisual y del espacio comunitario, como un medio que apunta hacia la participación de los jóvenes.

En un sentido más amplio, la misma redundaría en posturas de reflexión y acción social en referencia a sus propias motivaciones, ideas, propuestas, etc.

Las diferentes relaciones, las redes de participación -tanto entre los jóvenes como en relación con las comunidades o grupos con los que se identifican- podrán generar transformaciones sociales en la medida que se transiten nuevos espacios sociales y se funden nuevas formas identitarias con las cuales identificarse, pertenecer, ser.

En este sentido y desde una perspectiva del video comunitario el trabajo podría trazarse dándole visibilidad a lo que aparece en el orden de lo confuso, lo indiscriminado, lo desapercibido, lo no historiado, lo que se despliega en el terreno de lo obvio y lo automatizado.

Desde esta perspectiva el trabajo cotidiano con los jóvenes nos permite conocer sus intereses, motivaciones, y sus dife-

rentes modos de comunicación: con sus pares, con los adultos que le rodean, con los productos que consumen. ¿qué consumen? ¿cómo? ¿para qué?, qué producen?.

¿Qué modelos de participación se encuentran presentes? ¿cómo pueden expresarse más, opinar, posicionarse?, ¿mediante qué canales?.

Por tanto, la validez del producto audiovisual se encontrará con el nivel de problematización y diálogo que se produzca durante el recorrido del trayecto.

Al historiar los elementos que las comunidades muestran, estamos construyendo, deconstruyendo, reconstruyendo la memoria y la identidad. Y en ese juego participativo: los jóvenes tienen la palabra, la imagen, la voz, pues el sentido de la experiencia radicarán en las resonancias que el grupo logre: tanto a la interna grupal como en relación con la comunidad local y global.

Metodo – logía: pensar el camino

A nivel metodológico es importante tomar en cuenta que la cámara, en tanto elemento mediador de la relación, puede introducirse de diversas formas, según la forma que le demos a ese procedimiento podemos generar una situación de vergüenza, timidez, inhibición, etc, o por el contrario un clima de entrega y espontaneidad.

La idea es que los/ as participantes en conexión con los **coordinadores** puedan integrarla como medio de comunicación, como **herramienta para opinar**, decir, expresar y contar lo que sucede. En esta línea, es importante la función del coordinador para habilitar niveles de escucha pertinentes, a la vez que un acompañamiento que les brinde confianza y estima en lo que hacen, y puedan disfrutar la experiencia al máximo. La dimensión del deseo se torna fundamental, pues no hay comunicación sin deseo de expresión y no hay reflexión sin el despliegue del deseo y la experiencia.

Podremos mostrar lo que se va componiendo como acontecimiento, lo que pasa allí, lo que se introduce desde el registro de la mirada y el cuerpo, lo que hace foco. A veces será enunciar lo que vibra, lo no dicho, lo bloqueado, lo perdido, lo que busca ser contado, para producir nuevos lugares.

Eso implicaría, a la vez, instancias posteriores de diálogo y de toma de conciencia en referencia a una movilización interior, que devuelve a los involucrados y a los participantes una mirada distinta de la realidad, nuevos desarrollos, interrogantes y otros escenarios posibles.



“Communis” es la raíz latina de la cual derivan los términos ante los que nos encontramos: comunicación y comunidad; y significa “poner en común algo con otro”. La esencia de estos dos conceptos está en el compartir entre los hombres (y mujeres), por lo que es necesario establecer vínculos a través de los cuales intercambiamos ideas, saberes y sueños que van dando sentido a nuestras vidas, y a nuestro accionar individual y colectivo.

Tanto la comunicación como la comunidad son procesos de construcción de identidad, que necesitan de al menos 2 personas que emitan y reciban mensajes para crear ese algo en común; este proceso es posible si existen lenguajes y códigos compartidos. Dentro del esquema de comunicación dialógica que creó el uruguayo Mario Kaplún se les llama a esos actores EMIREC (ver glosario); diferenciándolo del planteo clásico de comunicación, que asigna a uno el rol de emisor y a otro el de receptor.



Una comunidad es el resultado de ese “algo común” que es lo que le da el sentido de pertenencia a quienes son parte de ella - por ejemplo “soy de La Teja”, “soy hincha de Peñarol”, “soy joven”, etc. - y la diferencia de otras comunidades, a partir de lo cual es bueno considerar la necesidad que tenemos de que exista dicha diversidad. Cada uno de nosotros pertenece a varias comunidades - aunque podemos sentir una más fuerte que otra - ya que somos, hacemos y tenemos distintas cosas que nos determinan grupos de referencia diversos, que inclusive pueden crearse, desaparecer o cambiar con el tiempo. Además cada uno de nosotros es co – participante en

la construcción de esos grupos - ya sea de forma consciente o no, explícita o implícita - y lo hace a través de su escucha y expresión, y de su accionar. Es importante tener en cuenta el papel formativo de la participación en la comunicación, ya que los humanos aprendemos principalmente por experiencia, y por eso la palabra dicha - comunicada - tiene un valor más significativo que la palabra escuchada, ya que refiere a lo vivido y por lo tanto a lo aprehendido.

También es importante destacar que una de las claves de la comunicación dialógica es el saber escuchar y ponerse en el lugar del otro, experimentar lo que se llama la "empatía" (ver glosario). Antes de emitir es necesario escuchar al sujeto con el que queremos comunicarnos, y también escucharnos a nosotros mismos - cuáles son las necesidades, conocimientos y motivaciones de ambos-, para que lo que expresemos y hagamos tenga sentido para todos lo que participamos del proceso de comunicación. Así es posible establecer un diálogo, y este puede ser interpersonal o mediado, utilizando medios que "transporten" los mensajes. Desde los inicios de la humanidad hasta hoy día existen ambas formas de comunicarnos, sólo que hoy día parece que la mediada está sustituyendo a la interpersonal.

Los invitamos ahora, a recorrer brevemente la historia de la comunicación. En sus inicios el hombre se comunicaba a través del toque de piel y el cruce de miradas; los primeros medios que usó fueron las señales de humo, los toques de tambor y las pinturas en las cavernas, que significan el comienzo de la comunicación registrada - impresa -. Luego vino la creación de las palabras para designar cada cosa, y con ella los alfabetos y la escritura, a partir de la cual dichas palabras comenzaron a ser transportadas en el espacio y preservadas en el tiempo. Esta búsqueda de ampliar la comunicación en el espacio y el tiempo es la que impulsa la invención de nuevos medios; de la madera y las piedras como soportes para la escritura se pasa a las hojas de papiro, y luego al papel. En la segunda mitad del segundo milenio el alemán Guttenberg permite sobrepasar los límites de la escritura a mano al inventar la imprenta, gracias a ella se registran más textos que pueden llegar a

más personas, y es la que permite el surgimiento de periódicos y revistas. En el siglo XIX al descubrirse que los hilos de electricidad podían transmitir mensajes, se inventan el telégrafo y el teléfono; en el mismo período también se descubre que es posible registrar la luz, lo que trae la invención de la fotografía y el cine. Más adelante, Heinrich Hertz descubre que existen ondas electromagnéticas libres en el aire, y fue Guglielmo Marconi quien consiguió que los mensajes codificados fueran transportados por esas ondas, lo que permitió que se inventaran el la radio, la televisión, y el teléfono celular. Internet es la creación reciente que más ha revolucionado las formas de comunicación, sin embargo utiliza los viejos hilos de teléfono. Más allá de las características del soporte de los medios de comunicación, lo interesante es ver cómo influyen en la vida de los hombres. Hoy día se dice que vivimos en un mundo globalizado donde las distancias geográficas - sociales y culturales - se acortan, y cada vez más las relaciones humanas se construyen a través de los medios. Podemos decir entonces que los medios son un actor social más que aportan a la socialización y la construcción de identidades; por esas razones es que deberían contribuir a la integración, la solidaridad, y la preservación de las culturas. Sin embargo generalmente no sucede así, y estamos inmersos en programas de tv que hablan sobre otros, frecuencias de radio que se repiten a sí mismas, publicidades que nos venden productos como si fueran esencias para nuestras vidas, etc.. Lo más alarmante es el rol de mero receptor que le dejan al espectador (oyente, lector) y la actitud pasiva que eso conlleva, más allá de que es bueno tener en cuenta que existen procesos de interpretación que son muy ricos para deconstruir. De todos modos hay muchas experiencias que desarrollan los medios como herramientas que aporten al desarrollo humano; así los radios, televisiones y periódicos comunitarios son un ejemplo, mientras en Internet se crean comunidades virtuales que también apuestan a ello. El hacer videos comunitarios y participativos es otra forma de hacerlo, y es por eso que los invitamos a experimentarlo, a crearlo.

Ver algún programa y/o publicidad de la televisión y analizar sus diferentes niveles: descriptivo (qué elementos se desarrollan, qué información dan, cómo, etc.), connotativo (qué se quiere decir con ellos), e ideológico (a qué modelo comunicacional están respondiendo).



El lenguaje que utiliza el video tiene sus raíces en el cine, es el llamado **lenguaje audiovisual** que se caracteriza por ser fuertemente atractivo debido a su riqueza narrativa, por ser dinámico, afectivo, asociativo, sintético y holístico - a diferencia del verbal que es más abstracto, racional, analítico, lineal, y diferenciador -. Es un lenguaje conocido para la mayoría de nosotros ya que se ha instalado en nuestras vidas cotidianas como un actor más (principalmente a través de la televisión), por lo que a través de su decodificación podemos ir conociéndolo y utilizarlo.

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

El video (al igual que la cámara) es una herramienta; es un medio y no un fin en sí mismo, que toma su sentido cuando lo utilizamos y le damos un significado. Todo video además de ser un producto es un proceso (un antes, un durante y un después), que es la verdadera causa de su existencia. Para hacer énfasis en estas características, preferimos llamarle **video participativo** - acentuando en el proceso y en los diferentes niveles de participación de los involucrados (por ejemplo, el grupo puede guionar y grabar, pero es el tallerista quien edita siendo

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

fiel a las intenciones del grupo, más allá de que aporte a nivel creativo en la narración y estética del video) -. O **video comunitario** – acentuando en su dimensión local, no en el sentido territorial sino en el de comunidad (ver capítulo 1) para y desde la que se hace el video -. También se le llama video popular o video educativo, dependiendo del aspecto que se quiere destacar y de la perspectiva teórica de la que se parte.

Pero ¿cómo utilizarlo?, ¿para qué?.

Nuestras comunidades piensan y sienten, tienen memoria, aprendizajes y problemas, son personas, lugares, sueños e historias. El video puede o no colaborar en la construcción de ellas; por lo tanto es fundamental tener presente el promover vínculos dialógicos y sentidos compartidos, valorando y respetando lo que son y lo que pueden ser, teniendo en cuenta su diversidad, sus conocimientos y saberes, su imaginario y sus códigos. Para ello es bueno comenzar escuchándola, nutrirnos de lo que ella "dice" - ya sea a nivel explícito o implícito, verbal o no verbal -; el **diagnóstico** (ver glosario) es una buena herramienta para mirar atentamente la comunidad en la que elegimos trabajar. A esta etapa se le llama **pre-alimentación** (ver glosario) y significa el inicio de una comunicación dialógica. Pero no sólo es importante escuchar a la comunidad sino también escucharnos a nosotros mismos; dar cuenta de nuestras motivaciones, saberes e inquietudes, para poder tener claro desde dónde y cómo podemos escuchar al otro. Podremos así, lograr una pre-alimentación integral, que contempla tanto las necesidades y motivaciones de la comunidad, como las del grupo.

A partir de allí y valorando el compromiso y la creatividad individual, grupal y comunitaria, es posible discernir entre cuáles son **los temas** interesantes para desarrollar en un video. Para ello podemos respondernos sobre qué queremos y podemos aportar a nuestra comunidad, cuál es la mejor historia para contar, cómo contarla; y

principalmente respondernos sobre el cómo lograr que sus integrantes se involucren e identifiquen, y vivan la narración como una experiencia cotidiana y a la vez extraordinaria, que les trae reflexión y amor por su entorno.

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

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



Escribimos en diferentes tarjetas las 7 etapas del Proyecto (Pre-alimentación, Elaboración del Proyecto, Realización, Producción, Rodaje, Edición, y Circulación), y las presentamos de forma desordenada para que el grupo las ordene cronológicamente.

Contar historias utilizando el lenguaje audiovisual puede ser un acto individual o colectivo, pero la mayor riqueza se encuentra en la integración de las ideas, la creatividad y las capacidades de varias personas, focalizadas hacia una tarea común (ya sea desde el equipo técnico hasta los integrantes de la comunidad). Por esa razón es bueno construir y mantener un clima de colaboración, respeto y diálogo que les permita a todos participar de forma integral en el proceso. Además, contar historias no implica solamente realizar un video sino también hacerlo circular, en el sentido de mostrarlo y promover el diálogo con el público; ya que es en este proceso circular de emisión-recepción, donde finalmente se cuenta la historia al interactuar al menos dos personas (concepto de EMIREC en capítulo 1). Por estas razones, es necesario organizar los procesos de realización y circulación, para lo cual necesitamos definir tareas y asignarle roles a las personas que participarán; y principalmente darle un sentido compartido a lo que hacemos, ya sea en el aspecto global del para qué o en el específico de cada rol.

Todos estos elementos se desarrollan en lo que llamamos el **Proyecto Audiovisual**, que describe los contenidos y la forma del video; permitiendo establecer una relación coherente entre ellos, a partir de la cual se puede planificar el trabajo en diferentes etapas para organizarnos y no perder el rumbo hacia el que decidimos ir, más allá de que en el camino modifiquemos lo planificado al encontrarnos con situaciones o personas que nos inviten a hacerlo.

La primer etapa es previa a la construcción del Proyecto y la definimos como **Pre-alimentación** (capítulo 2), a partir de ella obtenemos los insumos para elegir qué contar y cómo. La segunda es la **Elaboración del Proyecto** (en este capítulo veremos más adelante los puntos que lo componen). La tercera es la **Realización**, en la cual se define cómo se va a desarrollar la historia, cómo empieza y termina, quiénes son los personajes, cómo se verá y se escuchará, etc., es la etapa donde se escribe el

Ejemplo de Proyecto

Título: Arroyo Pando

Objetivo general: Sensibilizar a la comunidad sobre problemas de medio ambiente en nuestra localidad.

Objetivos específicos: 1) Denunciar la situación de contaminación del Arroyo Pando; y 2) Reflexionar con los vecinos sobre nuestro rol y sobre qué cosas podemos hacer para mejorar la situación.

Público: principal – comunidad del Rincón del Pinar, Canelones; y secundario – vecinos de localidades cercanas y con orillas al Arroyo, vecinos de Montevideo, autoridades y empresas responsables.

Punto de vista: desde los vecinos del Rincón del Pinar.

Tratamiento: viaje en canoa por el Arroyo protagonizada por un grupo de vecinos, que parte de la zona de baños de su localidad hacia el origen del arroyo, buscando conocer en qué estado está.

Síntesis: En el Rincón del Pinar (Canelones) los vecinos disfrutaban de las aguas del Arroyo Pando, sin embargo algunos conocen que la situación ambiental no es muy buena. Un día de verano deciden emprender un viaje en canoa arroyo arriba en busca de datos, información, imágenes y sonidos que les permitan saber en qué estado se encuentra, con el fin de contarle a los suyos para poder decidir entre todas las acciones que apuesten a mejorar la situación.

guión (capítulo 4). En paralelo a esta etapa se desarrolla la **Producción** - es bueno saber que ambas tienen lugar a lo largo de todo el proceso -, esta etapa se desarrolla en 3 fases: Pre-producción, Producción y Post-producción, y significa la organización y coordinación del trabajo y del equipo, la obtención de los insumos y recursos necesarios, la generación de acuerdos y relación con otros actores, etc. (capítulo 5). Una vez que finaliza la Pre-producción comienza el **Rodaje**, la grabación de las imágenes y sonidos que componen el video, para lo cual necesitamos conceptos de fotografía y sonido, y determinados equipos como la cámara y el micrófono (capítulos 6 y 7). Luego empieza la **Edición**, etapa en la cual terminamos el video, en ella organizamos lo grabado y los otros insumos que podemos necesitar para contar la historia (música, fotos, video de archivo, etc.), es bueno valerse de conceptos de montaje que nos ayudan a contar, y conocer el programa de edición que vamos a utilizar (capítulo 8). Por último, desarrollamos la etapa de **Circulación** en la que además de mostrar el video podemos promover el diálogo con y entre el público, puede ser a nivel local (de la comunidad) o masivo, lo cual determina formas diferentes de implementación; a esta etapa se le llama también de difusión, pero creemos que este concepto no contribuye a la idea de generar una comunicación dialógica (capítulo 9).

Los **puntos de un Proyecto** podemos visualizarlos también como las preguntas que necesitamos hacernos para definir claramente el proceso. Lo primero es decidir sobre qué va a tratar el video, o sea cuál es el **tema** que el grupo eligió desarrollar; para ello además de tener en cuenta el interés comunitario y grupal, debemos analizar la llamada viabilidad - si es posible o no hacer un video sobre ese tema -. El siguiente punto son los objetivos generales y específicos, los para qué hacemos el video; en el **objetivo general** incluimos la o las necesidades comunitarias a las que queremos aportar (este objetivo puede ser elaborado a través de una hipótesis). En los **objetivos específicos** hacemos el desglose del general para poder

visualizar la forma práctica de alcanzarlo, por lo cual debemos incluir en ellos no sólo aspectos de la producción y realización del video sino también de su circulación. Otro de los puntos del Proyecto es a quién va dirigido el video, o sea el **público**; este se compone por el grupo de personas con las que queremos comunicarnos y podemos dividirlo en 2 tipos: el principal compuesto por los integrantes de la comunidad, y el secundario compuesto por todos aquellos a los que llegará el video pero no integran la comunidad (por ejemplo los espectadores de televisión), es bueno diferenciarlos para desarrollar un lenguaje y códigos que sean comprendidos. **El punto de vista** es desde dónde nos posicionamos para contar sobre el tema (o sea que nunca puede ser objetivo ya que como vemos hay muchas decisiones que tomamos desde nuestras subjetividades, y son ellas las que nos permiten construir tanto el video como el proceso en su conjunto); entonces el punto de vista puede ser desde el grupo, desde alguno de sus integrantes, desde algún personaje de la comunidad, etc.

Hasta aquí hemos punteado los contenidos del proceso, necesitamos también definir la forma - cómo vamos a contar-, para ello describimos el **tratamiento**, que significa la búsqueda y definición de los recursos narrativos más adecuados para desarrollar el tema; aquí es importante incluir aspectos de la identidad comunitaria, y permitarnos descubrir y crear formas propias de contar. Por último, escribimos un resumen de todos los puntos anteriores para que cualquier persona pueda conocer rápidamente de qué trata nuestro Proyecto; a este resumen le llamamos **sinopsis** (lo más adecuado es que su extensión sea un párrafo de 5 líneas) y en ella incluimos datos como quién es el protagonista, dónde y cuándo transcurre la historia, etc..

Vemos un video y escribimos la que podría ser su sinopsis.



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

Como herramientas para decidir en esta etapa encontramos la habitual diferenciación entre **ficción y documental**; ambas cuentan sobre la "realidad" sólo que para la primera se crean situaciones, personajes, etc. que no pertenecen al "mundo real", mientras para la segunda se graba directamente lo que sucede en ese mundo. Sin embargo existen muchos debates entorno a este tema, ya que al grabar siempre estamos seleccionando una porción del espacio y del tiempo, y al editar estamos seleccionando imágenes, ordenándolas y dándoles un sentido; muchos autores sostienen que el documental es un género que construye una ficción.

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

Hacer un video es **contar una historia**; es contarla con imágenes y sonidos que se suceden a lo largo del tiempo en determinados espacios. Y al hacer un video comunitario es fundamental contar historias locales que pertenezcan a nuestra comunidad, ya sea por rescatar los relatos que existen hasta por inventar uno en el cual nuestra gente se sueñe y proyecte.

La esencia de la historia es el **drama**, no en el sentido de tragedia sino el de acción (ver glosario); es muy frecuen-

te ver videos que no nos atrapan o no entendemos, ya que en no suceden cosas o suceden de forma tan desordenada que no captamos su significado. Por otro lado se dice que desde nuestros antepasados hasta hoy la gente para comprenderse y comprender la vida necesita historias, o sea, que es una buena forma de vincularnos y darle sentido al mundo que vivimos.

Veamos entonces cómo se estructura una historia. Uno de los elementos fundamentales es la presencia de

personajes – que además de personas individuales, pueden ser grupos, barrios, países, animales, actividades, etc.-, que tienen metas en la historia, y que como en la vida real les van sucediendo cosas. A este suceder que es la célula básica del drama se le llama **conflicto**, y es útil conocer sus 3 categorías para ver cómo podemos construirlo: el personaje entra en conflicto con una fuerza humana (otro individuo o grupo), con una fuerza no humana (naturaleza, destino), o consigo mismo (problemas internos, de identidad, etc.).

Una historia se estructura en 3 actos: **el principio, el desarrollo y el final**; encontramos a veces que este orden es alterado debido a fines expresivos y narrativos, sin embargo es bueno saber que el espectador necesita de estos actos para comprender la historia más allá del orden de aparición que se les da. En el principio se presenta lo que es necesario para que la historia se empiece a entender, o sea el tiempo y el espacio donde se desarrolla, él o los personajes, el problema o situación que viven, etc.. El desarrollo comienza cuando aparece el conflicto, y es cómo el personaje lo va viviendo y resolviendo; hasta llegar al final que es cuando el conflicto se resuelve, es aquí donde podemos dar cuenta de que la situación que se nos presentó al inicio ha cambiado.

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

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

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

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

Realizar un guión técnico sobre una historia con celdas vacías, para que en grupos las completen. Y luego comparar las diferencias para dar cuenta de las posibilidades que tenemos a la hora de cómo contar una historia.



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

Una vez que sabemos de qué va a tratar la historia (capítulo 4), podemos definir los recursos que necesitamos para realizarla y hacerla circular. A partir de ellos desarrollamos un desglose que los incluye a todos agrupándolos en rubros (por ejemplo equipo humano, equipamiento, traslados, materiales de archivo), y los describe en relación a cuándo se precisan, cómo podemos conseguirlos, quién se encarga, etc.. Este desglose lleva el nombre de **plan de producción** y es el que nos permiten visualizar claramente las necesidades de cada etapa. Otra herramienta importante es registrar ordenadamente todos los datos que vamos obteniendo, ya que a veces se necesitan en los momentos más inesperados, y además nos sirve para ir dejando memoria del proceso; es recomendable por ejemplo armar una agenda de contactos, escribir el contenido de cada rollo que grabamos, etc..

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

Por otro lado, la producción articula al equipo con el mundo exterior, consiguiendo los **insumos** que son necesarios - informaciones y datos, fotos y videos de archivo, gente para entrevistar, lugares donde grabar (llamados locaciones), etc. -. Debe buscarlos y obtenerlos para que estén prontos cuando el proceso requiera usarlos, generando en muchos casos acuerdos con personas u organizaciones que nos proveen de ellos. Generalmente la comunidad se dispone a ayudar al conocer que es algo que se hace desde y para ella, pero es posible también que el grupo ofrezca algo a cambio, que puede ir desde mencionarlo en el video (con un gráfico por ejemplo), hasta una hacer una publicidad para pasar en la proyección. Para este último caso existe lo que se llama publicidad comunitaria, que incluye la ética como una clave para utilizar ese lenguaje como herramienta de sustentabilidad en los proyectos comunitarios (ver glosario). Por último, la producción es también la encargada de obtener el **equipamiento** - equipo de cámara, de edición, etc. - en el tiempo y forma que son requeridos por el proceso; podemos incluir aquí también recursos como los rollos donde vamos a grabar.

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

Todas estas pautas son de ayuda a la hora de producir, sin embargo, es bueno que cada grupo encuentre la mejor forma de organizarse y vincularse, y además cada video le

requerirá cosas diferentes, para lo cual necesita adaptarse e ir desarrollando su propio proceso. De todos modos es bueno tener en cuenta que es fundamental el trabajo colectivo, el respeto hacia todos y con todo lo que se vinculan, y manejar lo mejor posible los tiempos; ya que generalmente son procesos largos, en donde participa mucha gente, y por eso recomendamos poder mantener la motivación, el sentido de lo que se hace, y principalmente la creatividad individual y colectiva.

Plan de rodaje

Tenemos muchas informaciones sobre lugar, día y hora en que es posible grabar 4 o 5 cosas que necesitamos grabar, y proponemos que las organicen con diferentes criterios.

Qué grabar	Dónde	Cuándo
Feria barrial	plaza principal M	artes y sábados de 7:00 a 13:00 hs.
Salida del Liceo	ubicado a 2 cuadras de la plaza	De lunes a viernes 12:00 hs.
Almacenero a entrevistar	almacén frente a la plaza principal	Sábado a las 9:00
Jóvenes en plaza de deportes	plaza al lado del Liceo J	ueves de 14:00 a 15:00
Joven feriante a entrevistar	Definir lugar a entrevistar	Todos los días luego de las 16:00

Plan de producción

Ejemplo de Etapa Pre – producción

Rubro	Descripción	Cuándo	Dónde	Quién (encargado)
Equipo humano				
Entrevistadores	Pre-alimentación	Primer quincena de marzo.	Calle principal	Mercedes y Pedro
Realizadores	Definir las locaciones.	Segunda quincena de marzo.	Varios.	Jimena, Oscar, y Martín.
Insumos				
Búsqueda de archivo	Fotos y mapas antiguos.	Marzo	Biblioteca del barrio.	Patricia y Leandro.
Equipamiento				
Cámara y tripode	Pre-alimentación	Primer quincena de marzo.	Calle principal	Pedro
Otros				
Traslados (bicicletas)	Búsqueda de locaciones	Segunda quincena de marzo.	Varios.	Jimena, Oscar, y Martín.



En la etapa del rodaje nos encontramos con **la cámara**, una herramienta que nos permite registrar la imagen del entorno; y lo primero a tener en cuenta es que más allá de qué y cómo registremos estamos dándole significado a ese entorno. La cámara nos vincula especialmente con él ya que implica comunicarnos con las personas y situaciones que registramos. Es importante entonces tratar de no invadir las, buscando que la cámara sea un actor más que pueda entrar en diálogo con ellas escuchando y respetándolas; para que además, nuestras ideas (las planificadas) se integren con las de ese entorno, y juntas logren creativamente algo nuevo que obviamente se expresará en el video.

Las imágenes expresan, describen, y narran. Son construcciones, ya que no pueden representar objetivamente la realidad al ser producidas por personas que piensan y sienten de forma diferente. Estamos rodeados de ellas y permanentemente nos comunicamos a través de ellas, son formas de (re)conocer el mundo. Las imágenes se componen de varios elementos que se presentan de forma simultánea (y en general también en movimiento); y a su vez se relacionan con su contexto, o sea con las imágenes que se ubican antes y después de ella. Por lo tanto, es necesario que al construir imágenes tengamos en cuenta estos aspectos, y los utilicemos para lograr "hacer llegar" el mensaje que queremos comunicar.

En el video comunitario es importante contemplar que la imagen es un espejo de la comunidad, en el cual se puede ver "linda" o "fea", reconocerse o no a partir de cómo la construimos. Es interesante encontrar elementos significativos para ella (y para el grupo realizador), que tengan que ver con su historia, sus calles, sus caras, inclusive sus colores y formas, y así contribuir a rescatar su identidad particular.

La cámara es una máquina que funciona gracias a la luz. La imagen proyecta rayos de luz que al ser captados por ella activan descargas eléctricas que quedan registradas en los CCD's (ver glosario); por eso los conocimientos de la **fotografía** son tan importantes al registrar con un cámara de video. La luz tiene una doble función: técnica y estética, ya que es necesario que se vea lo que queremos mostrar y a su vez que se exprese lo que queremos contar.

Uno de sus aspectos fundamentales es la **temperatura del color**, que se mide en grados Kelvin y va desde la luz

Dirección de la luz (contraluz): Grabar a un mismo sujeto con una luz portátil colocada en diferentes puntos.

de una vela – color rojo – a un cielo despejado – color azul -. La luz blanca no existe, entonces debemos ser nosotros quienes le “decimos” a la cámara con qué luz debe reaccionar como si fuera blanco, y así lograr que los colores se vean como queremos.

Esta función se logra con el “**balance de blanco**”, que en casi todas las cámaras se puede elegir activar el modo automático o el manual, en este último caso el modo práctico de lograrlo es haciendo el balance en un papel blanco.

Otro aspecto es la **dirección de la luz**, o sea de dónde proviene (puede ser de un punto o varios, o estar difusa) y cómo llega al sujeto (cómo lo ilumina); es bueno cuidar que no provenga una luz fuerte (o la única) de un punto que está detrás del sujeto en relación a donde estamos ubicados con la cámara, porque quedará en sombra y no lo veremos (a esto se le llama contraluz).

La **calidad de la luz** es otro de los aspectos; esta puede ser dura o difusa, mientras la primera es fuerte y dirigida y genera contornos marcados y contrastes fuertes, la segunda es suave y disminuye el contraste entre los objetos. Por último, otra de las características a tener en cuenta es la **fuerza de la luz**, que puede ser natural (fuego, sol, sol tapado por nubes) o artificial (lamparita de tungsteno o tubolux de neón); es posible que combinemos las dos opciones, cuidando siempre los aspectos anteriores.

Para construir una imagen necesitamos además de la luz, decidir sobre el encuadre, el plano, la composición, y el punto de vista. El **encuadre** es una ventana a través de la cual vemos una porción del entorno; su marco delimita el campo (lo que está dentro del marco) y el fuera de campo (lo que está fuera). A la porción seleccionada se le llama **plano**, que además de ese carácter espacial tiene un carácter temporal - el plano transcurre en determinado tiempo ya que se empieza y termina con la toma de grabación -. Hay diferentes tamaños de planos (también se les llama valores de plano), que se plantean en relación al sujeto principal (éste puede ser una persona, un animal, situación, lugar, etc.); su clasificación puede ser entre: plano panorámico (describe el entorno donde se encuentra el sujeto, sirve para orientar y contextualizar), plano general (muestra al sujeto más cerca y en relación al entorno), entero (muestra el cuerpo completo del sujeto), medio

Fuente de la luz: Grabar con modo automático un plano secuencia que recorra ambientes iluminados con diferentes fuentes (por ejemplo de interiores – iluminados con lamparita - hacia exteriores – iluminado por el sol -) y ver cómo varían los colores. Luego poner el modo manual, hacer balance de blanco con una de las fuentes y moverse hacia la otra fuente, y viceversa, observando cómo varían los colores.

(muestra una parte del sujeto), primer plano (muestra una parte más pequeña, sirve para expresar qué siente o piensa el sujeto) y primerísimo primer plano (es un detalle del sujeto que sirve para rescatar una particularidad de éste). Existe también el llamado plano secuencia, que refiere a que la cámara se mueve sin dejar de grabar variando los valores de plano.

La **composición** es la relación entre los elementos dentro del encuadre, principalmente entre el sujeto principal, otros sujetos y el entorno; existen varias reglas que se pueden utilizar (o no) - una de ellas es la regla de tercios (ver glosario) -, y aspectos a tener en cuenta como la profundidad de campo (ver glosario). La posición de la cámara nos ayuda a componer, ya que dependiendo de dónde la ubiquemos la relación entre el sujeto y el resto de los elementos varía; la posición expresa cosas muy distintas, determinándonos el

punto de vista. En este sentido una de las variantes más expresivas se da al variar la altura de la posición; el sujeto se ve muy diferente al colocar la cámara a la misma altura que sus ojos (lo muestra natural, igual que como lo vemos habitualmente), más arriba (se llama picado, y disminuye al sujeto), o más abajo (se llama contrapicado, y agranda al sujeto). Otra variante interesante es la llamada cámara subjetiva, que simplemente significa mirar con la cámara (y grabar) como mira el ojo humano.

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

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



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

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

Todos ellos pueden corresponder o no a la imagen - construyendo significados diferentes en cada caso -, y deben ser producidos en etapas diferentes - para corresponder a la imagen es necesario registrarlo durante la grabación, y si no debe corresponder, en muchos casos también es necesario grabarlo para luego integrarlo en la etapa de post producción -. Como ejemplo, un recurso muy habitual es la voz en off, que se construye grabando una locución que

narre las imágenes que se están viendo (es muy utilizada en los informativos).

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

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

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

La decisión de cómo registrar, ya sea en cómo colocar la cámara o qué tipo de micrófono usar, depende del ambiente en el que se quiera grabar; es diferente grabar en **interiores** que en **exteriores**.

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

En interiores es bueno tener en cuenta que las **superficies duras** (mármol, vidrio, cemento), hacen que las ondas reboten y generen una "bola de sonido" que no permite distinguir los diferentes sonidos y hacen perder "legibilidad" a la palabra; a diferencia de las **superficies blandas** (madera, polifón, telas, alfombras) que absorben el sonido. En exteriores los elementos que más pueden dificultar son el viento y el volumen de los sonidos de la calle (autos, gente). En cualquier situación lo fundamental es escuchar cómo se comporta el sonido utilizando **auriculares** conectados a la cámara (lamentablemente hay algunas cámaras que no tienen salida para auriculares), estos son "el visor de la cámara" a nivel de audio. Es bueno escuchar antes de grabar - analizando cuál es la mejor opción, ya sea por la posición de cámara o el micrófono (en exteriores por ejemplo una forma de que escuchemos la voz de entrevistado es que la cámara esté cerca de él para captar su voz por encima del ambiente) - y durante la grabación - chequeando permanentemente cómo se está escuchando -.

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

La banda sonora es la secuencia completa de todos los elementos y sus relaciones a lo largo del desarrollo del video. A grandes rasgos es la mezcla de los diferentes elementos sonoros que se hace en la post-producción, en la

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

Dibujos explicativos

Tipos de micrófonos - Soler, Llorenc. La realización de documentales y reportajes para televisión. P. 175 + Rincón, Omar y Estrella, Mauricio - Televisión: pantalla y identidad. P. 165-166.



Una vez que terminamos de grabar las imágenes y sonidos que necesitamos para contar nuestra historia, es bueno volver sobre el guión o escaleta original para repensar sobre aquello que proyectamos, teniendo en cuenta lo que se fue generando en el rodaje (desde tomas que no habíamos imaginado, hasta sensaciones que nos surgieron al grabar); y a partir de esa reelaboración ver también si precisamos de otros elementos para contar (como ser música, fotos, etc.). Además, es en esta etapa donde realmente **se construye la historia**, ya que en ella se ordenan y juxtaponen las tomas, se insertan los elementos creándose las secuencias, los tiempos y los espacios, se genera el ritmo y los climas, se transmiten informaciones y se expresan emociones; todos aspectos que van dando sentido al material del que partimos, y haciendo que sea verosímil y convincente lo que contamos – o sea, que sea entendible y creíble para el espectador -. Y además al hacer un video comunitario es bueno dar cuenta de las particularidades de nuestra identidad local, y así poder encontrar cuáles son sus ritmos - no es lo mismo el transcurrir del tiempo en la ciudad que en el campo -, sus asociaciones - determinada imagen refiere a determinado sonido -, sus recuerdos y proyecciones - que nos permiten crear saltos en el tiempo -, etc.

La unidad mínima expresiva es el plano, y éste adquiere su definición final en el montaje ya que su duración y significado le es asignado en este proceso; los relatos que se pueden crear con ellos pueden ser diversos. Se dice así que hay 4 tipos de **montaje** que podemos utilizar para contar: el montaje lineal – ordena cronológicamente los hechos, desarrollándolos muy similar a cómo suceden en nuestra realidad -, montaje discontinuo – el relato incluye secuencias que suceden en diferentes tiempos y espacios, pero sin perder el orden cronológico de los hechos -, montaje paralelo – cuando los hechos transcurren al mismo tiempo, y se presentan alternadamente al espectador -, y montaje ideológico – introduce secuencias o planos que no se vinculan con el tema por el espacio o el tiempo real sino por su relación simbólica, con ello se le da significados metafóricos al relato -.

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

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

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

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

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

El **corte** es el límite entre un plano y otro, y que da contundencia y dinamismo a la narración; para crearlo hay diversas **transiciones**, la más simple es el corte en seco – se usa generalmente dentro de una misma secuencia, y tiene un efecto de naturalidad para lo cual debe pensarse bien el punto exacto donde debe empezar y terminar -, otra es el fundido encadenado (llamado también “mezcla” o “disolve”) a través del cual una imagen se va disolviendo mientras va apareciendo la otra – si es rápida sugiere que las acciones suceden de forma paralela, si es lento sugiere elipsis de tiempo -, el fundido de entrada (llamado “fade in”) es cuando se viene de negro a la imagen – sirve para dar comienzo a la historia o la secuencia -, el fundido de salida (“fade out”) es cuando la imagen se va a negro – tiene carácter de dar fin, de “punto y aparte” -, también se puede ir a negro y volver inmediatamente dando también un sentido de separación entre las acciones. Existen también diversas transiciones con efectos electrónicos que es bueno utilizarlas si tienen un sentido en la narración, sino pueden distraer más de lo que aportan.

Entonces, al tener claro estos aspectos del montaje, podemos pasar a **lo práctico**. En este sentido podemos diferenciar 2 **formas de editar**: **lineal** – para la cual se usan editores manuales que requieren que se trabaje el material con el orden secuencial definitivo -, y **digital** - utilizando una computadora (PC o Macintosh) que nos permite trabajar sobre el material alternadamente -.

Existen varios **programas de edición** (los más habituales son el Adobe Premier y el Final Cut), y cada uno presenta diferencias, ventajas y desventajas, pero lo fundamental es la experiencia que vayamos obteniendo, la que nos dará el conocimiento y la agilidad necesarios para su uso.

Para comenzar, lo primero que tenemos que hacer es ver y seleccionar todo el material; mirar y escuchar lo grabado y escribir en una planilla su contenido, calidad y características, para poder recurrir a él de forma práctica – a esta tarea se le llama **visionado** -. Además es bueno tener presente los mencionados elementos con los que contamos, por ejemplo música con función explicativa o con significados simbólicos (generalmente son las canciones que tienen

letra), músicas para crear sensaciones y emociones, fotos y videos de archivo que permiten traer el pasado a nuestro relato, dibujos y mapas descriptivos, etc..

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

Ejemplo de Visionado

Planilla de visionado

Título: Portadores de Hip Hop

Fecha de visionado: febrero 2008.

Número de rollo: 4

Entrada (in)	Salida (out)	Contenido	Observaciones
00.00.15.00	00.00.18.30	Entrevista a Martin: presenta su grupo.	Puede ir al principio del video.
00.00.18.40	00.00.20.15	Entrevista a Martin: presenta su barrio.	Puede ir al final, dice cosas positivas – buen cierre.
...			



La circulación del producto es el nombre que le damos a lo que sucede luego de que el video comunitario es finalizado; es la etapa del proceso integrada por las instancias en las que se muestra con el fin de que distintas personas lo reciban e interpreten, ya sean a **nivel local o masivo**. Por lo tanto es en ella donde nuestro mensaje realmente toma vida, ya que su fin es vincular a la comunidad entre sí y con otros, y es cada espectador que al interpretar los contenidos le da sentido a nuestro video. La interpretación es resultado de la integración de la dimensión racional con la emocional, ya que los videos además de describir situaciones, transmiten sentimientos, crean atmósferas, y cuentan una historia en la que podemos reconocernos.

Y esta es la magia del video comunitario, una narración que por su contenido y su forma logra que la comunidad se identifique, viéndose reflejada en un espejo que le devuelve una imagen de sí que da cuenta de su valor como actor en la sociedad; ya sea por verse en una proyección local o por estar incluida en el espectro televisivo. Las historias locales tienen el valor de estar cerca de la cotidianidad de la gente, aunque no cuenten sobre nuestra realidad podemos hallar similitudes y diferencias, o simplemente comprenderla porque podría pasarnos a nosotros; o sea que, a diferencia de las historias impersonales o demasiado abstractas sobre temas que son de interés para todos (como ser el medio ambiente, el trabajo, la juventud, etc.), en las historias locales encontramos un lugar que podría ser propio, ese lugar que necesitamos para sentirnos parte de la sociedad. Por estas razones, es bueno pensar en los distintos **momentos y espacios de recepción** que existen, analizando de qué forma pueden propiciar la reflexión y el diálogo valorando esos significados que le da la gente, y es a partir de allí que es posible proyectar acciones que contribuyan a responder a aquella necesidad de la cual partió el video (el llamado Objetivo general, ver capítulo 3). Las formas más habituales de difundir el video son a través de la **emisión** en la pantalla de televisión y en la **proyección local**, pero es interesante pensar y crear en nuevas formas de hacerlo.

En relación a las habituales, cada una de ellas presenta características y posibilidades diferentes; en el primer caso el alcance masivo que le da al video permite que muchas personas que no conocen sobre nuestra comunidad puedan hacerlo, y a su vez a quienes son parte de ella valoren su propia realidad aumentando su autoestima; y es posible a través de medios como el mail o el teléfono vincularnos con los espectadores para conocer su opinión. Pero es la proyección local la que nos abre las puertas del vínculo interpersonal, y con ello toda la riqueza del diálogo cara a cara (que implica no sólo la palabra sino todas las formas de comunicación no verbal, inclusive la que se da sólo con el hecho de encontrarse físicamente cerca de vecinos con los que se comparte esa vivencia); y además con ella, un espacio físico cotidiano de nuestra comunidad se transforma en un ámbito social y único, en un espacio “público” donde encontrarnos y comunicarnos.

Entonces es interesante pensar cómo se va a desarrollar nuestra proyección, para lo cual es recomendable planificar esa instancia al igual que el video. Para ello podemos definir algunos **objetivos o metas** a alcanzar que se relacionen con las necesidades a las que el grupo intenta aportar (algunos ejemplo podrían ser sensibilizar a la comunidad sobre un tema, compartir conocimientos, fortalecer el sentido de pertenencia, recuperar la memoria colectiva, proyectar en conjunto algunas acciones locales, encontrarse para festejar, etc.). A partir de allí podemos definir las **actividades** que son necesarias para alcanzarlos, que van desde invitar al público a que concurra hasta la presencia de un grupo de música local en la proyección.

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

públicos de interés y las posibles formas de invitarlos, y además poder comprender las características de la comunicación que se puede generar el día de la proyección. Es bueno tener en cuenta que en cada comunidad existen formas de nombrar las cosas, existen imaginarios, recuerdos y mitos, opiniones y emociones, y muchos otros elementos que generan **códigos** particulares, conocidos y utilizados por y entre los integrantes de esa comunidad, y además existen formas de decir, de comunicarse, conformándose también **lenguajes** particulares.

Es interesante también analizar los **espacios y momentos** donde se dan las mencionadas interacciones (estos pueden ser de tránsito, cotidianos o excepcionales, formales o informales, etc.), para así conocer dónde, cuándo y cómo la gente se comunica en nuestra comunidad para comunicarnos mejor con ella. Es bueno tener en cuenta que generalmente existen **medios** de comunicación local que contribuyen al intercambio de mensajes entre la comunidad, con los que es recomendable ponerse en contacto a la hora de convocar.

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

En relación a las actividades que sucederán durante la Proyección, contamos con **diferentes herramientas** que nos

ayudan a decidir y definir. En términos generales es fundamental generar un clima agradable y atractivo, en el que el público se sienta a gusto y le invite a quedarse – por ejemplo ambientar con música, adornar el lugar, que se venda algo de comer y beber, contar con una persona que anime y guíe el desarrollo de la proyección, etc. -; y además planificar cuidadosamente la instancia, dividir roles dentro del grupo, prever los recursos necesarios y ver de qué formas los obtenemos, etc.. Una de las herramientas que les acercamos se relaciona con pensar la Proyección como un momento de comunicación y educación, para ello brevemente describimos la propuesta pedagógica de la **educación popular**.

Su planteo es experimentar una “práctica transformadora”, o sea para promover la reflexión dentro de un grupo es necesario tomar como “punto de partida” lo que cada uno sabe sobre su propia realidad, iniciando así un proceso de comprensión de la misma que permita posteriormente su transformación. Según esta corriente, la metodología de **taller** es la más efectiva para generar la participación de los integrantes de la comunidad, ya que toma el grupo como espacio para el intercambio de ideas y la construcción colectiva de conocimiento, y permite la apropiación del proceso por parte de los participantes (para llevarlo adelante es necesario contar con un coordinador que acompañe al grupo desde el mencionado punto de partida hacia la reflexión). Si es necesario contar con datos y conocimientos técnicos específicos, y si la idea es profundizar en el tema en cuestión, es bueno contar con el apoyo de uno o más “informantes calificados”, estos pueden colaborar desde el armado de la instancia o simplemente aportar como un integrante más del público.

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

la instancia, etc..

También es interesante registrar las opiniones del público utilizando soportes como el video o el escrito, pero cada una de ellas servirá en cuanto las apliquemos de forma adecuada y en relación funcional con los objetivos planteados. Por otro lado es bueno contar con espectáculos artísticos locales, que hagan entretenida y dinámica la instancia, y a su vez sean un elemento más de autovaloración. Pero más allá de estas herramientas, la **creatividad** es la mejor aliada, o sea, el buscar formas originales, locales y particulares para llevar adelante los objetivos planteados, probar y luego evaluar, dejando lugar a la innovación y la experimentación.

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

GLOSARIO

CCD's

"Actualmente la mayoría de las cámaras utilizan la tecnología CCD (son las siglas de Charge Coupled Device = Dispositivo Acoplado de Carga). Los CCD's se parecen a los 'chips' de una computadora y funcionan a base de 'semiconductores fotosensibles' – que son partículas que emiten una pequeña descarga eléctrica cuando un rayo de luz lo activa.". ACISAM. Manual de Producción de tv comunitaria, p. 10.

Diagnóstico

"Diagnóstico es (...) una mirada atenta (sistemática) sobre la realidad a fin de conocer los síntomas (expresiones significativas relevantes) que allí se manifiestan, dando a cada uno de ellos una valoración adecuada en su contexto y su proceso histórico para determinar como conclusión los problemas, riquezas o potencialidades de una determinada situación.". Uranga, Moreno y Villamayor. Diagnóstico y Planificación de la comunicación, p. 1.

Drama

"La palabra drama procede del griego 'dran', que significa 'acción'.". IORTV (Instituto Oficial Radio Televisión Española. RVTE) – Elementos del Lenguaje audiovisual, p. 7.

Elipsis

"Pasar de una acción a otra saltándonos los pasos intermedios y el camino seguido (en relación al desarrollo de la historia). Este salto puede corresponder a breves minutos, pero también a días, meses y hasta años. Las elipsis bien dosificadas dinamizan la acción, la hacen más ágil y concentran su interés, al agrupar los momentos argumentalmente más significativos." Soler, Llorenc. La realización de documentales y reportajes para televisión, p. 157.

EMIREC

"Todo ser humano está dotado y facultado para ambas funciones; y tiene derecho a participar en el proceso de la comunicación actuando alternadamente como emisor y receptor." Kaplún, Mario. El comunicador popular, p. 69.

Empatía

"es una actitud deliberadora, voluntaria; un esfuerzo consciente que hacemos para ponernos en lugar de nuestro interlocutor a fin de establecer una corriente de comunicación con él. Es la capacidad de ponernos en la piel del otro, de sentir como él, de pensar como él, de sintonizar". Kaplún, Mario. El comunicador popular, p.124.

Flash-backs y Flash – forward

"... el flash-back (o salto atrás), es decir, introducir en la narración en tiempo presente hechos o situaciones que sucedieron con anterioridad. En sentido opuesto, aunque menos aplicable en el terreno del documental, se puede emplear el flash – forward, un salto hacia adelante en la acción que anticipa lo que ocurrirá después.". Soler, Llorenc. La realización de documentales y reportajes para televisión, p. 157.

Pre-alimentación

"Es corriente en Teoría de la Comunicación oír hablar de feedback o retroalimentación. (...) Permítaseme, en cambio, poner aquí de relieve otro componente del proceso comunitario que estimo mucho más decisivo: el que he propuesto llamar prealimentación. Esto es, la participación de los destinatarios antes de la emisión del mensaje; en su misma gestación.". Kaplún, Mario. A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa, p. 90-91.

"Proponemos llamar pre-alimentación a esa búsqueda inicial que hacemos entre los destinatarios de nuestros medios de comunicación para que nuestros mensajes los representen y reflejen (...) Cuando el mensaje es difundido, el pueblo protagonista puede reconocerse en él (...) Él es de alguna manera co-autor del mensaje; comienza a hacerse EMIREC.". Kaplún, Mario. El comunicador popular, p. 101.

Profundidad de campo

"Es la distancia comprendida entre los puntos más próximo y más lejano de la escena a fotografiar que puede ser reproducida nítidamente en el plano focal. Dicho de otra

forma: es el espacio que vemos totalmente nítido delante y detrás del sujeto o del plano sobre el que enfocamos el objetivo (lente)". IORTV (Instituto Oficial Radio Televisión Española. RVTE). Elementos del Lenguaje audiovisual, p. 23.

Regla de tercios

"... consiste en dividir la pantalla en tres partes iguales, horizontal y verticalmente, y distribuir los elementos más significativos del encuadre más o menos donde se cruzan las líneas imaginarias. Estos puntos son los puntos más dinámicos del encuadre y nos permiten una mejor distribución espacial de los elementos." Rincón, Omar y Estrella, Mauricio. Televisión: pantalla y identidad, p. 117.

BIBLIOGRAFÍA

- ACISAM. *Manual de Producción de tv comunitaria.*
- ACISAM. *Material de Reflexión sobre Comunicación Participativa.*
- Cao, Marcelo Luis. *Planeta adolescente. Cartografías psicoanalíticas para una exploración cultural.*
- Centro das mulheres do Cabo. *Jovens nas ondas do rádio. Manual de Radiojornalismo.*
- Feruzzo, C., *Comunicacao nos movimentos populares, Editora Vozes, Petrópolis, 1998.*
- Fuenzalida, Valerio. Art. "TV Broadcasting para el desarrollo".
- García Canclini, Néstor. *Cultura y sociedad. Homogeneización y Pluralidad Cultural. Universalismos y Particularismos.*
- Gonçalves Saldanha, Patrícia. Ponencia "Publicidade Comunitária e a ética".
- Gumucio Dragon, Alfonso. *Making Waves. Stories of participatory communication for social change.*
- Hernández Galárraga, Elina. *El video como medio de educación popular.*
- Huergo, Jorge A.. *Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y Perspectivas.*
- IMDEC. *Pido la palabra.*
- IORTV (Instituto Oficial Radio Televisión Española RVTE). *Elementos del Lenguaje Audiovisual.*
- Kaplún, Gabriel. Texto "Instituciones – Diagnóstico".
- Kaplún, Mario. *El comunicador popular.*
- Kaplún, Mario. *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación.*
- Lans, A y Col. *Comunidad, Clínica y Complejidad. Colectivo Peñarol.*
- Lyver, Des. *Principios Básicos del sonido para Video.*
- Martín Barbero, Jesús. *La comunicación en las transformaciones del campo cultural.*
- Núñez, Carlos. *Permiso para pensar... Educación popular: propuesta y debate.*
- Pascalle. Art. *La metodología de la educación popular en la instancia de taller.*
- Prieto Castillo, Daniel. *El Autodiagnóstico. Comunitario e institucional.*
- Rincón, Omar y Estrella, Mauricio. *Televisión: pantalla y identidad.*
- Rincón, Omar. *Televisión pública: del consumidor al ciudadano.*
- Soler, Llorenc. *La realización de documentales y reportajes para televisión.*
- Swainson, G. y Lyver, Des. *Iluminación en video. Principios básicos.*
- Uranga, Moreno y Villamayor. *Diagnóstico y Planificación de la comunicación.*

Apertura final...

La intención de este manual no es solamente la incorporación de elementos que como equipo puedan servirles en el trabajo cotidiano, sino que apunta a generar interrogantes, reflexiones, críticas que tiendan a redimensionar el trabajo y fortalecer la participación de los jóvenes en el futuro.

Esperamos que les sea útil y este espacio queda abierto para que puedan registrar por escrito sus aportes, opiniones, ideas, comentarios, experiencias, etc.

Gracias por compartirlo. ¡Hasta pronto!