



UNIVERSIDAD MADERO

Escuela De Periodismo y Comunicación Colectiva
Incorporada a la UNAM

“Propuesta de video memorial para Plataforma 2006.”

TESIS PROFESIONAL

Que para obtener el título de:

**Licenciado en Periodismo y
Comunicación Colectiva**

Presenta

Héctor Noriega Machorro

Puebla, Puebla.

Otoño 2008.

“Per Aspera Ad Astra”



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

Especialmente a mi madre *Martha Machorro Arellano* por su apoyo y dedicación sin descanso desde el primer segundo que nací, que con ternura, amor y mucha paciencia logró de mi un hombre de bien.

Te dedico esta tesis como pago a todos tus desvelos, desilusiones, emociones y alegrías que te hice pasar. Te amo Mamá, Gracias.

A mi hermanos *Roberto Noriega Machorro* por su iniciativa y empuje a estudiar esta carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva, que hasta el día de hoy es pilar fundamental de mi vida.

A mi hermano *Armando Noriega Machorro* por su sabiduría inaudita, que logró que encontrara en mí, el empresario que llevo de él.

A mi esposa *Ana Isabel Martínez Puente*, quien desde el primer momento que la vi supe que era la llave del motor de mi vida, con su amor y paciencia a permeado hasta el último rincón de mi ser. Te amo.

A mi hijo *Luis Enrique Noriega Martínez* quien me ha demostrado su dedicación al estudio, logrando en mí, el impulso necesario para terminar lo que empecé. Te amo.

A mi hijo *Daniel Alejandro Noriega Martínez* quien con sus abrazos me ha impulsado a ser cada día mejor para él. Te amo.

Gracias a todos y cada uno de los que intervinieron para la realización de esta tesis, que sin su apoyo no hubieran quedado completa.

ÍNDICE

Capítulo I: INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema	3
1.2 Justificación	4
1.3 Objetivos	5
1.4 Hipótesis	6

Capítulo II: CORPUS TEÓRICO

2.1 Comunicación de masas	7
2.2 Teorías y funciones de los medios masivos	8
2.2.1 Los Medios De Comunicación Masas Como Agentes De Socialización	10
2.2.2 Función y clasificación de los medios	11
2.3 Etapas de producción de video	14
2.4 Preproducción.	15
2.4.1 Guión	16
2.4.2 Story board	17
2.4.3 Recursos de producción	20
2.4.4 Recursos técnicos	20
2.4.5 Recursos de producción	20
2.4.6 Recursos administrativos	20
2.4.7 Plan de producción y calendario	23
2.5 Producción	25
2.5.1 Elementos de Producción	26
2.5.2 Fotografía	27
2.5.3 Planos y movimientos de cámara	28

2.5.4 Iluminación	31
2.5.5 Audio	31
2.6 Post producción	34
2.6.1 Edición y efectos especiales	34
2.7. Vídeo	36
2.7.1 Tipos de video- géneros	37
2.7.1.1 video institucional	37
2.7.1.2 video clip	38
2.7.1.3 Video memoria	39
2.8 Plataforma 2006	40
2.8.1 Qué es Plataforma 2006	40
2.8.2 Actividades	41
CAPÍTULO III: METODOLOGÍA	
3.1 Enfoque	44
3.2 Tipo de estudio	44
3.3 Tipo de diseño	44
3.4 Universo y Muestra	45
3.5 Resultados	46
CAPÍTULO IV: PROPUESTA	
4.1 Propuesta	56
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES	
5.1 Conclusiones Generales	63
ANEXOS	68

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 Planteamiento del problema

En nuestros días, resulta cada vez más utilizado el video como una herramienta para poder plasmar eventos que son de relevancia para las instituciones y por supuesto para el hombre mismo. Podríamos decir que el video ha suplantado en cierta medida a los libros, que anteriormente eran la memoria de la humanidad, hoy en día con la tecnología, resulta mucho más atractivo, de fácil almacenamiento y acceso para las personas, utilizar el video para recordar aquellos acontecimientos que marcan su trayectoria.

Es importante poner en claro que el video es una herramienta tecnológica de gran popularidad y gracias a su evolución, está cada vez más cerca del hombre, por ello es fácil recurrir a él para grabar todo aquello que de una u otra forma nos marca, ya sean acontecimientos sociales, políticos, económicos o religiosos, además mencionan que `una imagen dice más que mil palabras`.

Ahora bien, la rápida proliferación del vídeo digital (DVD) y su penetración en todos los niveles profesionales, incluso en los domésticos, así como la posibilidad de su difusión masiva en formatos electrónicos (DVD, TDT, Web, GPRS, UMTS, 3GPP...), provoca un gran interés para las nuevas aplicaciones que emergen y, en particular, por los aspectos en los cuales confluyen vídeo, informática y telecomunicaciones; pero además cada vez más gente se entusiasma por realizar un video, sin importante los aspectos técnicos que son necesario considerar para realizar un trabajo de calidad.

El incursionar en el ámbito del video de manera amateur, provoca que los materiales que se realizan no cumplan con los estándares mínimos de calidad, y por ello es de vital importancia investigar y señalar el proceso que se debe llevar a cabo para realizar un material tipo memoria histórica de algún evento, de lo contrario se continuarán llevando a cabo la producción de materiales audiovisuales de dudosa calidad y que sólo dañan el papel que está jugando en nuestras vidas el video.

Por otro lado, hay que mencionar que no cualquier evento se cubre de la misma manera, hay algunos que requieren de mayor preparación en cuanto a logística que otros, dependiendo de la magnitud del evento, como por ejemplo el caso de Plataforma 2006, que es un magno acontecimiento cultural en Puebla, que pretende mostrar la propuesta de cientos de personas que han sido redimidas por el arte, este evento es de una gran magnitud y relevancia para Puebla, ya que pondrá en la mira de decenas de personas a nuestro estado, propiciando el que la gente quiera conocer nuestra ciudad y sus atractivos. Es relevante considerar que Plataforma 2006 es un proyecto prácticamente sin precedentes en nuestro país, su importancia radica en la colaboración entre instancias públicas y privadas para generar un nuevo modelo de gestión cultural que tenga impacto a nivel nacional y sea de utilidad para los poblanos, además es también sin precedentes la cantidad de artistas presentes en este proyecto. Disponible en: http://www.laquintacolumna.com.mx/2006/noviembre/cultura/cult_131106_mun_plataforma.html.

Por todo lo anterior, realizar un video memoria para este evento debe ser organizado de manera sustancial, ante esto surge la siguiente interrogante: ¿es el video una herramienta que registre hechos para perpetuar acontecimientos como el de Plataforma 2006?, y ¿cuál es el proceso que se debe llevar a cabo?

1.2 Justificación

En nuestros días el avance de la tecnología es cada vez mayor, los medios audiovisuales por ejemplo, acaparan los sentidos del ser humano, facilitándole el poder conocer lugares, personas, viajar al futuro y remembrarse a su pasado, todo gracias a la magia del video, que conjuntando imágenes en movimiento y sonido, hacen que el espectador tenga una vivencia inimaginable.

Sin embargo, para que las personas puedan disfrutar verdaderamente de una grata experiencia audiovisual, el producto debe estar realizado bajo ciertos estándares que garanticen su calidad, de lo contrario, se podría tener un efecto completamente negativo.

Producir un video, parece cosa sencilla y rutinaria, sin embargo éste lleva un proceso de gran relevancia, además hay que considerar que existen diversos tipos de videos, y que para desarrollar cada uno de ellos, resultará necesario planear y ejecutar de la manera más precisa, y más aún cuando este material se puede convertir en un video memoria, donde se plasmará la trascendencia de un evento de gran envergadura, como es el caso de Plataforma 2006, donde se reunirá una cantidad de artistas plásticos de renombre a nivel nacional e internacional en escenarios de gran trascendencia histórica en nuestra ciudad, como lo es la Ex fábrica de la Constancia Mexicana, el Paseo de San Francisco, el mismo Zócalo de la ciudad de Puebla y el museo José Luis Bello.

Por lo anterior, resulta necesario investigar y desarrollar un plan de producción donde se establezca cómo se debe llevar a cabo un video tipo memoria, ya que en muchas ocasiones se desconoce el proceso y la relevancia que éste tiene. Además es relevante realizar esta tesis con la intención de brindarles una orientación a los jóvenes universitarios que buscan bibliografía del proceso de producción de un material de esta índole, de igual forma, puede ser de utilidad para los profesionistas en el área que apenas inician.

De manera personal, esta investigación marcará un avance en mi vida profesional, ya que realizar un material de video memoria significa reforzar mi papel como comunicólogo especializado en el mundo del video, por otro lado, esta tesis simboliza el cerrar un círculo virtuoso que inicie al estudiar mi licenciatura en periodismo y comunicación colectiva, ya que estoy convencido de la necesidad de culminar todo aquello que te propongas en la vida.

1.3 Objetivos

Toda investigación debe tener ciertos objetivos, ya que estos son las guías a seguir para desarrollar este trabajo. En el caso del trabajo de tesis que se propone se tiene como objetivos los siguientes:

Objetivo General

Desarrollar un video memoria para el evento Plataforma 2006

Objetivos específicos

- Identificar el proceso de producción de un video memoria
- Determinar las características de un video memoria
- Desarrollar un plan de producción para un video memoria del evento Plataforma 2006

1.4 Hipótesis

Hi. “El video es un documento para registrar de manera vivencial acontecimientos como Plataforma 2006”

CAPÍTULO II: CORPUS TEÓRICO

2.1 Comunicación de Masas

El proceso de comunicación de masas es en sí mismo uno de los fenómenos humanos más complejos por dos razones principales: primero, la comunicación es un proceso que involucra la interacción entre personas y una comprensión del mensaje. Para esto, el emisor y el receptor deben compartir significados comunes para conseguir un lenguaje común; segundo, el proceso de comunicación de masas tiene lugar en una sociedad de masas, lo cual es obviamente otro concepto que, por lo tanto, es necesario explicar antes de concluir nada respecto de los efectos de los medios de comunicación de masas en la audiencia.

De acuerdo a Mc Quail (1975, citado en Vázquez, 2000), cualquier acto comunicativo involucra una secuencia de eventos para tomar la decisión de transmitir un significado: la formulación de un mensaje en un lenguaje o código, el acto de transmitir y el decodificar por parte del receptor. Sin embargo, esta definición resulta demasiado funcional como para describir el proceso incluyendo todos los elementos que la comunicación de masas involucra.

Antes de la revolución de las comunicaciones, la comunicación era descrita como un proceso que permitía hacer común algo. De hecho, deben existir varios elementos comunes como para que el proceso comunicativo tenga lugar. Se establece que los participantes de cualquier tipo de comunicación compartan un entorno común, un espacio social, psíquico y temporal. Pero con el desarrollo y evolución de la ciencia, la técnica y el conocimiento humano sobre el mundo, estas condiciones ya no son necesarias.

Actualmente, la posibilidad de comunicar entre una persona con otras no tiene barreras. La tremenda diferencia es que los mensajes de los medios masivos atraviesan el tiempo y el espacio situándose en nosotros como parte de nuestra rutina personal.

Bajo estas condiciones, la única posibilidad de que los mensajes posean significados que sean comprendidos, es que tanto emisor como receptor tengan una experiencia compartida como referencia para que ese mensaje tenga lugar. Ahora bien, es importante dejar en claro que el concepto de sociedad como organismo colectivo, introduce el concepto de sociedad de masas, que es el segundo elemento crucial del proceso de comunicación de masas.

2.2 Teorías y funciones de los medios masivos

De acuerdo con el desarrollo y evolución de la teoría de comunicación de masas es posible argumentar que tanto las perspectivas psicológicas como las sociológicas han tenido un importante y apropiado papel en este campo. Sin embargo, durante los últimos cincuenta años, importantes modelos y teorías se han desarrollado para explicar cómo es que el proceso de comunicación de masas funciona.

La mayoría de estos modelos explican el proceso desde una perspectiva más bien sociológica. Si revisamos la evolución de la comunicación de masas, es posible establecer una primera teoría que explica que la comunicación de masas era un nuevo fenómeno social: el Modelo de la Bala Mágica.

La idea básica de esta teoría era que los mensajes se recibían de una manera uniforme por todos los miembros de una audiencia y que generaba respuestas inmediatas producto de esos estímulos. En ese tiempo los estudios sostenían que la gente tenía más o menos la misma construcción biológica, por lo tanto cada individuo respondía uniformemente a cualquier mensaje. El modelo de la Bala Mágica se basaba en una

básica comprensión de la naturaleza humana y del orden social.

Evidentemente, las condiciones sociales, y la comprensión de la sociedad en sí misma, eran completamente distintas a la sociedad que tenemos hoy. En consecuencia, el modelo de la Bala Mágica fue construido en base a suposiciones que rápidamente fueron sustituidas por otros teóricos.

En los años 20`, las técnicas estadísticas empezaron a ser aplicadas en las ciencias sociales, lo cual definitivamente cambió todas las viejas aproximaciones psicológicas para explicar el proceso de comunicación de masas. El impacto de los estudios sociológicos, apoyados con herramientas matemáticas, abrió, en definitiva, una nueva área de investigación. Es así, como una serie de nuevas teorías fueron desarrollados basándose en estos estudios. Mc Quail (1974) concluyó de una manera bastante simple, la evidente relación que existía entre comunicación y sociedad de masas, estableciendo que cualquier interacción social es necesariamente comunicativa y que cualquier proceso social presume un proceso de comunicación. Al parecer, esta conclusión es la explicación clave para comprender esta aproximación sociológica al estudio de la comunicación de masas.

Algunos autores determinaron una serie de principios básicos que más tarde guiaron a nuevos investigadores interesados en comprender la comunicación de masas desde una perspectiva sociológica. Harold Laswell fue el primero en desarrollar la teoría de que un mensaje no podía tener un efecto uniforme, puesto que cada individuo es diferente y tiene una distinta comprensión respecto del mundo.

Laswell estaba convencido de que las experiencias que cada persona tenía con el mundo, siempre eran diferentes, incluso entre aquellos miembros de una misma familia, matrimonios o miembros de una misma comunidad. Esta capacidad de ser diferente es propia de la naturaleza humana, lo cual permite establecer que la sociedad es mucho más que la suma de interacciones individuales.

Más tarde, Paul Lazafeld modificó la teoría de Lasswell, desarrollando dos modelos sociológicos: el primero, conocido como el **Modelo de las Categorías Sociales**, establece que un mismo mensaje podría tener diferentes impactos en una audiencia puesto que la gente pertenece a distintas categorías sociales. Esta teoría permite concluir que individuos de una misma categoría social, deberían responder de igual forma a un mensaje.

La segunda teoría de Lazafeld es el **Modelo de las Relaciones Sociales**, el cual establece que el efecto de los mensajes es indirecto, puesto que la gente recibe mensajes de los líderes de opinión los cuales siempre existen en los grupos sociales.

Una vez determinada las teorías y funciones de los medios masivos, es importante explicar y determinar cómo los medios se vuelven agentes de socialización y la relevancia que estos tienen en la sociedad.

2.2.1 Los medios de comunicación de masas como agentes de socialización

Cuando hablamos de socialización debemos hablar del proceso mediante el cual una persona adquiere las habilidades que el mismo estima necesarias para sobrevivir, asimilando pautas de comportamiento, interiorizando valores, normas, símbolos fundamentales del grupo al que pertenece utilizando sus herramientas e instrumentos.

Este proceso de socialización se desarrolla por medio del aprendizaje, pero no de cualquier aprendizaje sino de aquel que es posible por la interacción social, la inmersión en la cultura y el modo de vida del grupo en el que el individuo se está socializando. Los agentes de socialización son elementos de la sociedad que orientan nuestra conducta de forma activa. Existen diversos agentes que juegan un papel mayor o menor según las características particulares de cada tipo de sociedad, de la etapa de la vida de cada sujeto y de su posición en la estructura social.

Un medio de comunicación es una institución que produce y reproduce una realidad, como menciona Mauro Wolf: “los medios no sólo transmiten información sobre la realidad sino que también plasma la realidad del contexto social”. (Wolf, 1996, Pág. 51) Esto quiere decir que los medios de comunicación nos recrean una realidad que bien puede ser la que se produce, o bien, nos arman una realidad, misma que los medios nos hacen vivir con la única intención de hacer lo que al poder le convenga, es decir manipulan a los espectadores.

2.2.2 Función y clasificación de los medios

La función de los medios de comunicación masiva puede analizarse con relación al papel que juegan para la sociedad o se puede discutir sobre la influencia que desempeñan, o deben jugar sobre ella y cuestionar la relevancia de su contenido, sea este formativo, educativo, informativo, noticioso, de entretenimiento o diversión.

Lozano Rendón (1997) clasifica a la comunicación masiva en dos grandes rubros: medios impresos y medios electrónicos, iniciaremos explicando al primer grupo, mismo que está compuesto por el periódico y la revista.

a) Medios Impresos

- Periódicos:

Son, primordialmente, vehículos de noticias. Se han creído encontrar su influencia principal en la orientación de la conducta política. Se ocupa del presente. En forma fugaz, simplemente anuncia que un acontecimiento ha sucedido, y en su carácter efímero y transitorio se halla la explicación de su naturaleza. Un suceso deja de ser noticia tan pronto termina la tensión que provoca su aparición, no obstante que si dicho acaecimiento ha despertado verdadero interés por su importancia, se llevarán a cabo investigaciones adicionales.

A la prensa se le considera como el número uno entre los medios publicitarios debido a la rapidez con que puede ser comunicado el mensaje de un anuncio al público lector.

- Revista:

Por su periodicidad pueden ser: Semanales, quincenales, mensuales, bimestrales, trimestrales, etc. Y por su contenido pueden ser científicas, técnicas especializadas en áreas determinadas (música, arte, religión, política, medicina, ingeniería, administración, contabilidad, entre otros temas.) especializadas en ramas precisas de la cultura cotidiana (cine, espectáculos, deporte, etc.) especializadas en ramas precisas de la cultura cotidiana (cine, espectáculos, deportes u otros.).

- Revistas de Historietas:

En función de la gran circulación que las revistas de historietas tienen en la actualidad, se constituyen en un importante vehículo de comunicación masiva, incluso sin descartarse la posibilidad de poner este medio al servicio del arte, la ciencia y la cultura, al menos en su perfil de discusión y masificación.

b) Medios electrónicos

- Cinematografía.

Es importante señalar que si bien este medio, su formato está basado en la fotografía, la mayoría de los autores lo catalogan dentro de los electrónicos, ya que no es impreso.

El cine, primer elemento histórico de comunicación masiva electrónica, se ha convertido en un emporio de alcances mundiales. Su influencia, proyección y ámbito de impacto y penetración constituye el medio masivo por excelencia, que, orientado debidamente, permite a los espectadores complementar su cultura, su modo de ser y reforzar el mundo colectivo.

- La radio

Es muy importante en nuestra sociedad, por la penetración y alcance que ésta tiene, posee las características de ser contemporánea, disponible, personalmente atractiva y omnipresente. Se le ha considerado como un medio de información superior a las cartas circulares, las exhibiciones, letreros y otros tipos de comunicación. Además la mayoría de la gente la consume ya que es económica, de fácil acceso y uso.

- La televisión

La televisión se ve favorecida por el público en mayor grado que la radio. Las actividades que cubre fundamentalmente, son de entretenimiento. Los anunciantes tienen en cuenta los gustos del público para realizar sus anuncios, por otro lado, las preferencias en cuanto a programas varían según las clases socioeconómicas. Es el medio de comunicación por excelencia, ya que tienen un gran poder de penetración en el auditorio, quien puede pasar horas frente al televisor, creyendo todo lo que ahí se dice.

- Multimedia

El uso de estos medios han permitido llegar, como nunca antes en la historia de la humanidad, a públicos tan numerosos provocando reacciones generalizadas en los siguientes órdenes:

Niveles actitudinales homogéneos, provocación de reacciones uniformes para hábitos de consumo, fundamentación de ideologías de nivel masivo, capacidad de penetración con patrones socioeconómicos predefinidos, y manejo de la opinión pública.

Por ello, ya sean positivos o negativos, los efectos resultan obvios, se pueden apreciar y, en consecuencia, llegar a conclusiones bien definidas. En contraposición a los otros medios, estos resultan de eficacia extraordinaria, no obstante lo efímero del contacto.

En el siguiente apartado hablaremos de un medio en específico, el video, donde mencionaremos sus características, funciones y forma de producción.

2.3 Etapas de producción de video

Para poder hablar de producción de video, es necesario definir en primer instancia qué es video y cuál es la diferencia que existe entre éste y la televisión, ya que son términos que se confunden.

El nacimiento del vídeo surge de la necesidad de las cadenas televisivas de conservar las imágenes. Desde entonces el vídeo se ha asociado a la TV como instrumento de grabación, almacenamiento o reproducción de las emisiones realizadas por las diferentes cadenas. Sin embargo, el vídeo también ha permitido la producción y emisión de imágenes y sonidos por personas ajenas a las compañías de televisión.

Hemos de distinguir entre televisión y vídeo como medios de comunicación. El vídeo es un medio de comunicación fundamentalmente individual y/o grupal, la televisión es un medio de comunicación de masas. Mientras la televisión va dirigida a grandes grupos y, por tanto, heterogéneos en intereses y afinidades, el vídeo puede ir encaminado a grupos más reducidos y homogéneos. (Disponible en: http://www.unex.es/didactica/Tecnologia_Educativa/medios03.htm)

Es importante mencionar que la TV no permite la interactividad más allá de la mera elección entre una serie de canales más o menos similares, por su parte, en el vídeo la interacción con el medio puede ser continua: detener el programa, revisarlo, analizarlo, abreviarlo, introducir nuevos mensajes, rectificar los recibidos, etc. En el vídeo los mensajes están bajo el control del usuario y él puede decidir el lugar, el tiempo, la cantidad de información a transmitir y la secuencia de los significados. Podría decirse que el medio está supeditado al usuario, sobre todo cuando adquiere funciones de producción y diseño. (Bates, 1994)

Una vez aclarado este punto, ahora si se puede analizar y mostrar el proceso de producción de un video, para ello se deben tomar en cuenta varios aspectos, tales como el guión, los distintos planos, movimientos de cámara, composición, continuidad y edición del video, entre otros. Así, Martínez Abadía dice que: "...conocer las técnicas de *realización* es poseer un dominio sobre los recursos del lenguaje cinematográfico o televisivo que permite expresar ideas, con fluidez, mediante la utilización de imágenes

móviles y sonidos sincronizados.” (Martínez Abadía, 1997, Pág. 127) Los aspectos antes mencionados, hacen en sí un video.

Es fundamental establecer conceptos de mucha utilidad en la realización de un video. Y más aún ¿cómo se elabora? El video como tal es un proceso complejo de varias etapas que se describirán más adelante y que proporcionan una base para esta investigación.

Existen tres etapas básicas en toda producción, cada una de ellas mantiene un proceso ligado a la continuidad de la siguiente, en este caso, se está hablado del principio del desarrollo de una producción en forma (Pre-producción), esto es, crear la idea. Después el llevar a cabo la idea a través de la realización (producción) y a continuación, el toque final, la elaboración de la edición de la producción (post-producción).

2.4 Pre-Producción

Esta es la etapa previa a la realización, es la de planeación, es la parte de producción más importante.

"La televisión se hace sobre el escritorio, se preparan presupuestos, se ven cotizaciones, se realizan contactos tanto técnicos como de talentos, se estudian tiempos y movimientos, se visitan las locaciones, se consideran comidas viáticos y transportes. Es mejor improvisar en el papel que durante la grabación. Así, una buena preproducción asegura el cincuenta por ciento del éxito del programa." (Tostado, V. 1996).

Esta etapa comprende a su vez varios elementos, entre los que destaca el guión, mismo que se explicará a continuación.

2.4.1 Guión

El guión, definido por Fernández Diez (1994), es "...la base de partida del proyecto del proceso de producción, debe ser una base sólida, adecuado al público que se dirige, con la duración requerida para el espacio al que se destina y que aporte todos los datos precisos para su interpretación, su producción y su realización." (p. 87). Es decir, es la columna vertebral de un video, de aquí se sacan todos los elementos, se visualiza la idea, se concreta y se realiza.

Gutiérrez G. y Villareal B. (1997) identifican a los componentes del guión como los personajes ya que son el elemento principal de la historia, son los que realizan las acciones en uno o diferentes lugares. Además poseen carácter y personalidad, y sin ellos no es posible la historia. En segundo lugar van las **acciones** que están condicionadas por los lugares y el tiempo y se caracterizan por tener movimiento. En tercer lugar se encuentran los **lugares** que dependen directamente de la acción que realicen los personajes y su finalidad es ubicar la historia en un contexto específico. Por último la historia se debe ubicar en un **tiempo** específico. Hay tres tipos de tiempo en las historias: Tiempo en el que transcurre la historia (época en la que se ubica), tiempo total de la historia y tiempo real de la historia.

Todo trabajo audiovisual se guía por un guión técnico, denominado de **dos columnas**. Su nombre se debe a que el guión tiene dos divisiones: Una para Video y otra para Audio. En la columna de Video se escriben todas las especificaciones de imágenes y movimientos de cámara a renglón seguido y con mayúsculas. En la columna de Audio se especifican los tiempos que durará la música, efectos de sonido, efectos ambientales, diálogos (si existen). Estas especificaciones se escriben a renglón seguido con mayúsculas y subrayadas a, excepción de los diálogos que se inician con el nombre del personaje con mayúsculas y subrayados, después, el diálogo va en minúsculas, a doble espacio. (Tostado, 1996)

2.4.2 Story board

Los *Storyboards* son ilustraciones mostradas en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia, previsualizar una [animación](#) o seguir la estructura de una [película](#) antes de realizarse o filmarse.

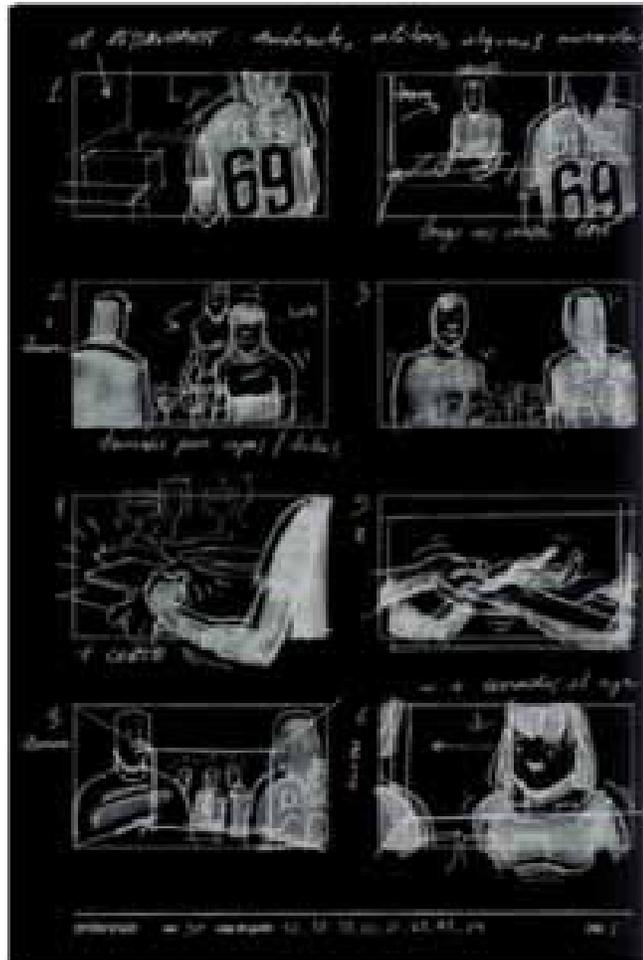
Es esencialmente una serie grande de [viñetas](#) de la película o alguna sección del video producida de antemano para ayudar a los [directores](#) y los cineastas a visualizar las [escenas](#) y encontrar problemas potenciales antes de que éstos ocurran. Estos incluyen instrucciones o apuntes necesarios que servirán al equipo de trabajo para que éste se desarrolle dentro de un plan pre establecido. Gracias a este elemento, el director puede desglosar y segmentar su grabación ó filmación sin seguir estrictamente el orden lógico de la trama.

En la creación de una película con cualquier grado de fidelidad a una escritura, un storyboard proporciona una disposición visual de acontecimientos tal como deben ser vistos por el objetivo de la cámara. En el proceso de storyboarding, los detalles más técnicos complicados en el trabajo de una película pueden ser descritos de manera eficiente en el cuadro (la imagen), o en la anotación al pie del mismo.

También podemos encontrar storyboards llenos de color o en blanco y negro, lleno de detalles o simplemente trazos que esbozan una idea de figuras.



CUADRO 1. Disponible en: www.abcguionistas.com



Cuadro 2: ejemplo de story board con imágenes y texto.

(Disponible en: <http://www.savethechildren.es/tallerspot/taller%20spot/40C8F94E-BB64-11DA-9D8F-000A95CDDE68/1EE6F73A-BB65-11DA-9D8F-000A95CDDE68.html>)

Aquí vemos el story board de “Princesas” de Fernando León de Aranoa. En la parte inferior del documento vemos el número de secuencia al que pertenece esta parte de story board, así como el número de cada página de guión que transforma en planos.

2.4.3 Recursos de producción

En la producción televisiva todos los recursos son de suma importancia para llevar a cabo la edición del producto final. Los recursos que forman parte de las producciones en televisión son elementos que participan en cada momento en la realización de ésta, tales recursos se denominan en este campo como: Técnicos, humanos y administrativos. A continuación se explicaran cada uno de ellos y su trascendencia en la producción del video, todo esto basado en lo que Verónica Tostado (1996) comenta en su libro "Televisión Teórica y práctica".

2.4.4 Recursos técnicos

Los recursos técnicos es todo el equipo de máquinas que ayudará a la realización de la producción. Cámaras, trípodes, micrófonos, lámparas para iluminación, cables, editoras, música, casetes, Éstos deben estar siempre involucrados en una de las listas de producción para ir seleccionando todo aquel equipo que será ocupado.

2.4.5 Recursos de producción

Éstos son todo el material a ocupar dentro del set de grabación o locación. Son la escenografía: Sillones, escritorios, cortinas, cuadros, libros, mesas, camas, masetas etc.

2.4.6 Recursos administrativos

Es todo el material que se utiliza para llevar a cabo la planeación de la idea, estos son: Computadoras, teléfonos, papel, impresoras, radios localizadores, mobiliario en general.

De alguna otra manera, el personal que trabaja para producción en video está clasificado de la siguiente forma, según Tostado (1996).

- Productores y Directores:

- *Productor Ejecutivo:* Es el administrador general y cabeza del proyecto, controla y coordina el programa incluyendo su presupuesto.
- *Productor:* Es muy importante su labor, ya que se encarga de la organización, control y administración de los recursos humanos, técnicos y económicos que se han puesto en sus manos.
- *Director:* Tanto en televisión como en cine, es la persona que dirige talentos y las acciones concretas de cada miembro del equipo, tanto artístico como técnico. Escoge a los talentos junto con el productor y el productor ejecutivo. Tiene un conocimiento técnico general de todo el equipo que se utiliza en la producción.
- *Director General de un Programa:* Este puesto es más administrativo que ejecutivo. Decide el contenido y la forma en que se estructura el programa, en él, refleja su personalidad.
- *Realizador:* Cumple las funciones de productor general y director general.
- *Director de Escena:* Indica el énfasis en la interpretación de los actores, marca movimientos dentro del set (estudio o locación). En ocasiones el director de escena es el director del programa.
- *Director de Cámaras:* Su función es la de coordinador visual. Decide las posiciones, movimientos y encuadres de las cámaras, así como los tipos de iluminación que se van a utilizar.

Asistentes y Coordinadores:

- *Coordinador General de Producción:* Está al tanto de que todas las decisiones se lleven a cabo. Supervisa físicamente el trabajo cuando no hay productor.
- *Asistente de Producción:* Brazo derecho del productor, ayuda a conseguir los servicios necesarios para realizar el programa. Lleva la agenda del personal.
- *Asistente de Dirección:* Apoya al director en sus labores administrativas, se encarga principalmente de llevar la continuidad visual de las tomas que se van grabando. Ensaya con los actores cuando estos tienen que repasar sus parlamentos. Avisa cambios de grabación y reparte guiones, entre otras actividades.

Personal Técnico:

- *Ingeniero de Sonido:* Es responsable del audio del programa, parte vital en un medio audiovisual como lo es la televisión. Decide qué tipo de micrófonos se utilizarán en el programa, verifica los niveles de audio durante la grabación.

Jefe de Piso: Controla toda la actividad del set. Está pendiente de los actores y del orden del estudio. Trabaja en coordinación con el director de escena. Con base en esta coordinación decide la coreografía, da entradas y salidas del programa.

Camarógrafo: Se encarga de operar la cámara de video y hacer tomas necesarias para la edición final, de realizar las tomas del evento de acuerdo a la idea del director, así como del traslado e instalación del equipo portátil.

- *Iluminador:* Se encarga de diseñar, de acuerdo a la idea del director, la iluminación del programa, además de montar y desmontar el equipo de iluminación.

- *Departamento Gráfico:* Su labor es realizar los apoyos gráficos para los programas (mapas, logotipos, créditos, etcétera). Actualmente se ha extendido el uso de la computadora para realizar todos los apoyos gráficos.
- *Musicalizador:* Selecciona el tipo de música adecuada para los programas, por lo que debe tener un amplio conocimiento de los estilos musicales. Da el ambiente adecuado en lo referente al audio del programa.
- *Editor:* Se encarga de dar, con base al guión, la estructura visual y auditiva del programa, bajo la supervisión del director.
- *Switcher:* Operador especialista en generar efectos visuales de acuerdo a las indicaciones del director de cámaras y enviarlas al aire.
- *Generador de Caracteres:* Se encarga de crear títulos por medio de una computadora o generadora de caracteres.
- *Operador de Video:* controla la calidad de la imagen durante la grabación.
- *Apuntador:* En televisión es difícil que los libretos sean memorizados por los actores de un día para otro, por lo que se recurre al apuntador electrónico para decirles al oído sus parlamentos, así como los movimientos que deben realizar en escena.
- *Guionista:* Persona responsable de escribir o adaptar la historia para televisión.

2.4.7 Plan de producción y calendario

En el caso de la elaboración de un video clip, es necesario tomar en cuenta los formatos que son manejados desde el aspecto de planeación de la idea, hasta los formatos que demuestren la calificación del material para la edición

El plan de producción, tanto en video como en televisión también es llamado como time table, el cual consiste en elaborar un calendario con las actividades de la producción, en orden cronológico y especificando los recursos necesarios para cada día que se invierte en la producción, de tal manera que todo el equipo de producción conozca qué y cuándo se está haciendo. Es un mapa de la producción que permite ubicar visualmente, día por día, las actividades de las etapas de producción (Tostado, V. 1996).

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
101	Secuencia #	5	INT	HABITACION AZULOSA			NOCHE	No. de páginas	14/11
102	Descripción								
103	Ruido amenaza a Azul al verlo con Lucy.								
104									
105									
106	Actores	Extras		Dits/Cables		Stunts	Música/Sonido/Cámara		
107	1. Ma						1 cámara 16 mm		
108	2. Azul						1 locutor		
109	3. Ruido						Ruido de botella al caer al piso		
110	4. Lucy								
111									
112	Veletaria	Pintados/Maquillaje		Efectos especiales		Transporte/Vehículos		Utilería/Ambientación	
113	Ma (3)	Ma (3)/(3)		Líquido para líquidos				Cables	
114	Azul (1)	Azul (2)/(2)						Sillas	
115	Lucy (2)	Lucy (2)/(2)						Botella de cerveza	
116	Ruido (1)	Ruido (1)/(1)						Trípode	
117									
118	Requerimientos especiales								
119	Desarrollar alrededores de departamento de cuartos y vecinos.								
120	Tener permiso a la mano de la administración de los departamentos para filmar ahí.								
121									
122									

El formato del plan de producción lleva el control general de las actividades que se van a realizar, de quién será el responsable, sus datos y observaciones al respecto.

Cuadro 3. Ejemplo de plan de producción (Disponible en: <http://producete.wordpress.com/category/presupuesto/>)

El calendario servirá para poder establecer las fechas exactas de trabajo y tener las actividades a realizar bien planeadas de acuerdo a los días del mes de trabajo. Éste a su vez ayuda a establecer un orden del tiempo de acuerdo a los días del mes

Secuencia	Locación	Interior/Exterior	Descripción	Horario	Día / Noche	Duración	Talentos	Pág. Guión
1	CALLE	EXT	Encuentro de taxi (del taxista y del chofer).	7:00 am - 8:00 am	DA	30	-	1
2	TAXI	INT	El chofer se detiene en semáforo por congestión vial, portatelmófono, tráfico de un auto.	8:00 am - 9:00 am	DA	30	4	2
PREPARACIÓN DE ARNES Y CAMARA CAR (TAXI 1)								
3	TAXI	INT	La viajera siente dolor fuerte en el pecho y dialoga con palabros con taxista.	9:30 am - 10:00 am	DA	30	1,2	1
5	TAXI	INT	Viajera y taxista discuten a bordo del taxi.	9:00 am - 10:00 pm	DA	30	1,2	2,3
DESCANSO A COMER - PREPARACIÓN DE ARNES Y CAMARA CAR (TAXI 2)								
7	TAXI	INT	Viajera se nos muere y taxista cierra el tráfico.	2:00 pm - 3:00 pm	DA	1:00	1,2	4,5
8	TAXI	INT	Chofer y ambulancia discuten a bordo del taxi.	3:00 pm - 4:00 pm	DA	30	4,3	3,4
4	TAXI	INT	Chofer se dirige al hospital para llevar a la ambulancia.	4:00 pm - 5:00 pm	DA	30	4,3	2
FIN DIA DE FILMACION # 1 DOMINGO 5 DE FEBRERO DEL 2006						3 páginas 2/8		
Secuencia	Locación	Interior/Exterior	Descripción	Horario	Día / Noche	Duración	Talentos	Pág. Guión
1	CALLE	EXT	Taxista recoge a viajera desfiliciante.	7:00 am - 8:00 am	DA	30	1,2	1
3	AVENIDA	EXT	Chofer recoge a la ambulancia que espera en la banqueta.	8:00 am - 9:00 am	DA	30	4,3	1,2

Cuadro 4. Ejemplo de calendario (Disponible en: <http://producete.wordpress.com/category/presupuesto/>)

2.5 Producción

La producción es el momento en el que el equipo se reúne para llevar a cabo la grabación de todo lo planeado en la preproducción. Una buena pre-producción garantiza el éxito de la producción.

En general, la producción es la realización del programa en sí, la grabación ya sea en estudio o exteriores, lo cual implica haber llevado a cabo toda la preproducción caso de fallar, habrá que volver atrás y verificar nuevamente que el plan de producción esté bien.

2.5.1 Elementos de Producción

Hay elementos que se requieren para realizar un video sin los cuales no es posible que se realice; Según Carmona (1993) en estos se integran el personal y algún material necesario para dar vida a los personajes, y es indispensable contar con estos elementos; a continuación detallamos algunos de ellos.

Actores ó Talento: Son todos aquellos que aparecen frente a las cámaras (actores, locutores, comentaristas).

- *Diseñador de Vestuario:* Diseña y selecciona el vestuario adecuado para los actores.
- *Maquillista:* Realiza la caracterización de los personajes.
- *Escenógrafo:* Diseña y coordina, con un equipo técnico, la construcción de los sets. Decide qué exteriores se utilizarán en la grabación, así como la decoración y el ambiente del programa.
- *Escenario:* Es parte fundamental de la puesta en escena. En alguna medida funciona como una especie de contenedor de lo que ocurre en el video pero, puede, en ocasiones situarse en primer plano y formar parte de lo que se cuenta.

Al hablar del maquillista y del vestuario, es importante mencionar lo que dice la autora Poloniato:

La función del maquillista es importante en la medida en que ayuda a crear un personaje. En ciertos personajes es imprescindible una buena caracterización facial para dar impresión de vejez, depresión, angustia; en definitiva para

subrayar o atenuar determinados rasgos... El vestuario responde las líneas generales a la idea del director... (Poloniato, 1986, p.32).

En general el vestuario sirve para adaptar las escenas y a sus personajes a una época determinada en donde se desarrolla la historia. Además reafirma ambientación y los lugares que se recrean o graban en locación con fin de englobar el “concepto” del video y evitar confusiones de tiempo y espacio. Cabe mencionar que en el caso de un video memoria, no es necesario recurrir a los personajes, ya que las tomas son hechas de los sucesos tal y como aparecen.

2.5.2 Fotografía

Para la realización de un video, también es necesaria la participación de un fotógrafo que es de suma importancia, pues es él quien acomoda a los personajes de acuerdo al ambiente y/o escenografía para que todos los elementos que en esa toma estén involucrados se encuentren equilibrados visualmente, causando un mayor impacto en el televidente. El trabajo del fotógrafo requiere de una técnica complicada, para esto se necesitan personas que se ocupen de la iluminación.

Es fundamental dar un panorama de las diferentes tomas y movimientos de la cámara que existen ya que son tecnicismos no siempre conocidos, y esenciales para la realización y el entendimiento de un guión. Además los movimientos y las tomas hacen que el concepto del video se logre de una manera adecuada y el impacto sea mayor

Nuevamente cabe aclarar que en el caso de un levantar imágenes de un evento en vivo, la función del fotógrafo consiste en buscar los mejores ángulos, utilizar los elementos de iluminación con los que se cuenta en el momento.

2.5.3 Planos y movimientos de cámara

Estos son fundamentales para la creación del videoclip y darte una atmósfera mediante los diferentes alejamientos, acercamientos, movimientos laterales, traseros y delanteros, estos ayudan para obtener o destacar algún efecto deseado. A continuación se hablará del plano:

“La vista de la cámara... Longitud de planos está en función de la cadencia o ritmo que el director desea dar a su videoclip, una continuidad de planos cortos da dinamismo y visa a este, en tanto que una serie de planos largos trae un retardo en la acción. Un primer plano es percibido inmediatamente y, por lo general, no exige más de tres o cuatro segundos en pantalla. Por el contrario, un plano general necesita una presencia en la pantalla mucho más destacable, a fin de dejar al espectador el tiempo de profundizar en las grandes líneas de la composición; una duración de ocho o nueve segundos parece ser el mínimo, ya que la percepción visual es inversamente proporcional a la dimensión de planos.” (Gutiérrez González y Villarreal Barocio, 1997, p. 75).

Las *shots*, como generalmente se les llama, según Fernández (1994) son las siguientes:

- Extreme long shot. Da un panorama alargado haciendo que las personas se vean más lejos de lo que realmente están.

Long shot (IS). Toma amplia de la cámara en donde se incluye todo el escenario.

- Médiu long shot (MLS). Toma amplia que incluye casi todo el escenario. Menor que el long shot.

- Full shot (FS). Toma de una persona en donde aparece de cuerpo completo.
- Knee shot (KST). Toma una persona de las rodillas a la cabeza.
- Médium shot (MS). Toma de una persona de la cintura a la cabeza.
- Médium close up (MCU). Toma de una persona del pecho a la cabeza.
- Glose up (CU). Sólo se toma el rostro de una persona.
- Big close up (BCU). Consta de un acercamiento de la frente a la barbilla.
- Extreme close up (ECU). Consiste en un acercamiento hacia una parte específica de la cara, por ejemplo, los ojos.

Para complementar los shots, existen los **movimientos de cámara** (Fernández, 1997) que son importantes en la producción, ya que por medio de ellos se puede generar un ritmo en ésta. Los movimientos son los siguientes:

- Travel left. Es un movimiento horizontal que se realiza hacia la izquierda.
- Travel righ. Es un movimiento horizontal que se realiza hacia la derecha
- Pan left. Consiste en un movimiento de la *cámara* sobre su propio eje. Es decir, gira hacia la izquierda.
- Pan righ. Consiste en un movimiento de la cámara sobre su propio eje. La cámara gira hacia la derecha.
- Zoom in. Es un movimiento del lente no de la cámara con el cual se logra un acercamiento.
- Zoom back. Es un movimiento del lente no de la cámara con el cual se logra un alejamiento.

- Dolly in. Es un acercamiento que se da con la cámara y se logra moviéndola por medio de un mecanismo con ruedas, es decir, se desplaza el equipo hacia el objeto.
- Dolly back. Es un alejamiento que se da con la cámara y se logra moviéndola por medio de un mecanismo con ruedas, es decir, se desplaza el equipo lejos del objeto.
- Tilt down. Consiste en una inclinación sobre el eje de la cámara hacia abajo.
- Tilt up. Consiste en una inclinación sobre el eje de la cámara hacia arriba.
- Boom down. Este movimiento es vertical hacia abajo, es de gran proporción logrando este movimiento con la ayuda de una grúa.
- Boom up. Este movimiento es vertical hacia arriba, es de gran proporción logrando este movimiento con la ayuda de una grúa.

Estos movimientos y tomas de cámara son realizados por un camarógrafo el cual es el ojo del productor y del director, incluso del escritor. Algunos autores dicen que "Es él quien traduce en realidad (tomas) los conceptos puestos en el guión. Es importante que el camarógrafo tenga un monitor de referencia para comprobar que las imágenes cumplan con el propósito deseado..." (Gutiérrez González, Villareal Barocio, 1997, p. 69).

2.5.4 Iluminación

La iluminación es uno de los factores que más influyen en la calidad del producto final, "...probablemente sea este elemento lumínico el más importante en la puesta en escena. Calidad, dirección, fuente y color, pueden ir juntos o por separado, configurando tanto

la composición como el carácter significativo de un plano o del video en su totalidad." (Carmena, 1993, pág 132).

Es importante mencionar que la sensibilidad del fotógrafo es lo que imprimirá una perspectiva totalmente diferente debido a que "...el director de fotografía interpreta el guión técnico que indica que efectos hay que conseguir, pues iluminar es crear una atmósfera, y el resultado -el contraste tonal logrado en la imagen- es altamente significativo." (Poloniato, 1986, pág. 32). Es por ello que la luz es extremadamente importante en la puesta en escena ya que tiene diversas funciones. En primer lugar, puede servir para que la imagen se vea nítida y clara. También funciona como composición, es decir, con la luz se pueden definir objetos, lugares, personajes y/o artistas con el juego de luces y sombras; realzar o difuminar cierto encuadre.

2.5.5 Audio

La construcción de la banda sonora de un vídeo se obtiene uniendo voces, sonido ambiente, música y efectos de sonido. Los encargados son, durante la grabación en directo, el jefe de sonido, y durante la edición, el ingeniero de sonido.

En ocasiones el sonido es registrado al mismo tiempo que se realiza la grabación; para ello se utiliza una mesa de mezclas de sonido que, además de enviar al control de realización la señal que recogen los micrófonos de estudio, también añade música y efectos de sonido pre-grabados. A través de los distintos canales de audio va seleccionando la fuente y regulando su intensidad y su calidad.

Cualquier pieza de equipo de audio -- micrófono, amplificador, grabadora o monitor de audio -- pueden afectar la fidelidad del sonido. De cualquier forma son el micrófono (el sistema inicial que transforma las ondas sonoras en energía eléctrica) y el monitor (el sistema que transforma la energía eléctrica en ondas sonoras) los elementos más críticos en la calidad del audio.

En la antología “Pasos para la producción audiovisual” publicada en 2003 por el Media College de California. Se menciona que existen tres categorías direccionales básicas de micrófonos:

- Omnidireccional
- Bi-direccional
- Unidireccional

Micrófono omnidireccional

Los micrófonos omnidireccionales (también llamados no-direccionales) son igualmente sensibles a los sonidos que provienen de cualquier dirección.

Aunque este atributo posee ventajas en la radio donde varias personas pueden estar alrededor del micrófono, en la producción de video casi siempre es mejor utilizar alguna forma de micrófono direccional. Ello permite eliminar sonidos no deseados (ruido detrás de cámaras, ambiente en locación, ruido, etc.) mientras captamos el sonido proveniente del talento.

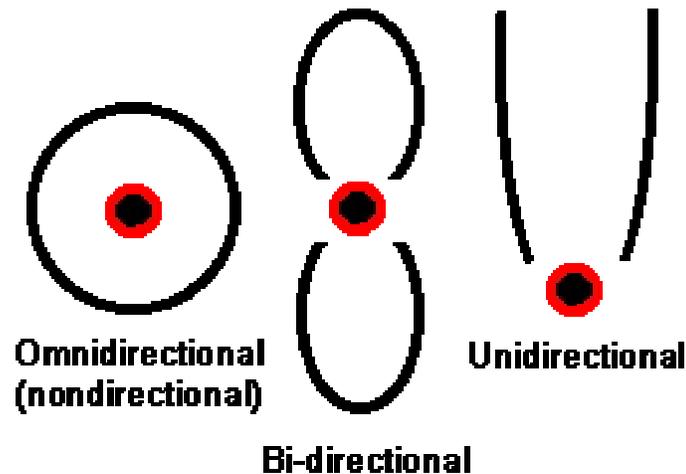
Micrófono bi-direccional

En un patrón sensitivo bi-direccional (patrón polar) el micrófono es receptivo a los sonidos que provienen de dos direcciones.

Aunque son frecuentemente utilizados en entrevistas radiofónicas (para personas sentadas una frente a otra en una mesa) y con la ventaja del estéreo, el micrófono bi-direccional (también llamado figura ocho) tiene un uso muy limitado en televisión. Hablaremos de estéreo y la necesidad de este tipo de patrón direccional en un módulo posterior.

Micrófono unidireccional

El término unidireccional se refiere simplemente a la clasificación general de micrófonos que son sensibles a los sonidos que provienen primordialmente de una sola dirección.



CUADRO 2. Fuente: Pasos para la producción audiovisual

Para la producción de videos de campo, se utilizan consolas pequeñas; tanto los mezcladores como las consolas de audio tienen 6 funciones básicas:

- Amplifican la señal recibida.
- Con la ayuda de medidores VU, permiten ajustes del nivel (volumen) de cada una de las fuentes de audio.
- Permiten monitorear las fuentes individuales.
- Permiten monitorear la mezcla de audio total.
- Permiten mezclar sin dificultad múltiples señales de audio
- Permiten dirigir el efecto combinado a un dispositivo de transmisión o de registro.

Es posible utilizar durante la post-producción un equalizador u otro dispositivo de audio para limpiar la respuesta de un micrófono de mala calidad. Sin embargo, aun los mas sofisticados equipos y técnicas no pueden lograr milagros. Entre mejor sea la captación original del audio mejor será el producto.

2.6 Post producción

La postproducción es uno de los procesos más importantes de la cadena para la elaboración de videos profesionales. Es aquí donde se verifica, corrige y arma el trabajo final que ha llevado muchas horas y dinero, y que en la mayoría de los casos es imposible la repetición de la filmación; es donde los especialistas deben contar con las herramientas necesarias para desarrollar su arte y creatividad y reflejar la esencia de los objetivos del proyecto.

2.6.1 Edición y efectos especiales

La edición establece la estructura, el contenido, la intensidad y el ritmo creando la intención general de la producción.

Dancyger (1999) Menciona que es el conjunto de operaciones realizadas sobre el material grabado para obtener la versión completa y definitiva del programa. El responsable de realizar esta operación es el **editor** (equivalente al montador en cine) que **trabaja bajo la supervisión del realizador**. El realizador y el editor deben tener en cuenta una serie de características para dotar de armonía al conjunto y transformarlo en un producto de consumo para el espectador. En los programas en directo hay que ser especialmente cuidadoso con:

1. **El orden de las tomas**, para mantener la relación de continuidad que establecen entre sí dos o más planos.
2. Su **duración temporal**, teniendo en cuenta que tomas muy largas se corre el riesgo de que el espectador desconecte y cambie de canal.
3. El **Ritmo**, cada programa ha de tener su propio ritmo, un aspecto tan subjetivo que depende del instinto y la sensibilidad del realizador y el editor.

Cuando se usan apropiadamente, las transiciones y efectos especiales pueden mejorar la calidad de los videos dándoles tono y ritmo. Añaden impacto a algunas escenas o eventos importantes o corrigen algunos tipos de inconsistencias visuales entre diferentes segmentos de video.

Los elementos que mueven una escena hacia la otra se llaman transiciones.

- El *fade* o desvanecimiento es la transición más popular.
- Un *crossfade* o disolvencia mezcla dos segmentos desvaneciendo uno mientras el siguiente aparece.
- Las disolvencias pueden personalizarse para que sean rápidas, lentas, lineales, suaves o bruscas.
- También se puede incorporar un efecto visual animado al final o al principio de un segmento para crear un mayor impacto.

Los efectos especiales son elementos que, se aplican para mejorar o destacar secciones de un video y garantizan un impacto visual extra. También son usados para corregir problemas con el video, como los colores y la iluminación.

De igual manera es posible modificar la iluminación de ambiente, el ángulo de la iluminación o añadir incandescencia a la imagen para darle una presencia diferente.

Hay otros efectos destinados a ajustar los elementos visuales y corregir problemas o asegurar la uniformidad durante el video. El corrector de color es un añadido que permite ajustar colores individualmente o todos los colores de un video. Este es un gran efecto para ser usado cuando se tengan imágenes deslavadas o cuando cierto color se ve distorsionado en el video.

Las transiciones y los efectos son los mejores amigos de un director de video. Ellos llevan a la audiencia suavemente a través de la historia, contribuyendo con el tono y estilo de la escena para reflejar la atmósfera y el formato de la historia y atraen la atención hacia los

elementos visuales importantes para su progresión. Cuando se usan con discreción e intención, estos efectos transforman un video bueno en uno extraordinario.

2.7 Vídeo

Con se mencionó al inicio del apartado 2.3. Etapas de Producción de video, es necesario determinar las diferencias que existen entre televisión y video, con el fin de no caer en una confusión, para ello y con el fin de dejar muy claro esta situación a continuación se presentan algunas definiciones de vídeo con la finalidad de ampliar el panorama y no quedarnos con una sola enunciación:

“La palabra vídeo corresponde en latín a la primera persona del singular del presente indicativo del verbo videre. Etimológicamente vídeo significa yo veo” (Ferrés, 1991, Pág. 19)

“El término vídeo se usa para denominar aquel producto que se graba con una sola cámara, posteriormente se edita y se puede o no transmitir a través de la televisión.” (Tostado, 1995 Pág, 22)

“... el vídeo es un sistema de almacenamiento de imágenes en movimiento y sonidos sincronizados, que utiliza, por lo general, procedimientos magnéticos.. además posibilita la reproducción de las imágenes grabadas tantas veces como se quiera y se distingue del cine en que no utiliza un soporte químico- fotográfico sino un soporte magnético” (Martínez Abadía, 1997, Pág. 54)

El vídeo hizo su aparición cuando la televisión en vivo llevaba aproximadamente una veintena de años con programas en vivo al aire. Este medio se utiliza para ser presentado tanto a un grupo específico de personas como puede ser masivo en caso de transmitirse por televisión.

Dentro de las características más importantes que podemos destacar es que puede ser visto por un número ilimitado de personas en infinidad de ocasiones aunque esté diseñado para un evento específico, su uso no requiere personal especializado y permite englobar muchos conceptos integrándolos en una idea general.

2.7.1 Tipos de video- géneros

La producción de video se divide en diferentes géneros. A continuación detallaremos algunos de ellos, para caer en el género que a esta investigación le interesa, que es el memorial o histórico.

2.7.1.1 Video Institucional

Utilizado normalmente para describir la actividad o proceso productivo de una empresa o Institución. Puede describir esa actividad o también puede tener como fin la obtención de fondos de entidades financieras (es el caso de Instituciones trans nacionales, ONGs, proyectos de cooperación internacional, organizaciones ecológicas, educativas, religiosas, etc) y si se trata de empresas comerciales la finalidad suele ser la promoción o reforzamiento de la imagen empresarial o la promoción de un producto, servicio o actividad específica.

El video institucional ha comprobado su eficiencia en muchas áreas.

- **Como vínculo entre gerencia y empleados** el video puede ser una herramienta efectiva para proporcionar información sobre las políticas, progresos o problemas de la compañía. Esto es particularmente importante en una institución que esta diversificada en varios departamentos o áreas.
- **Video didáctico.** En este mundo actual cambiante y competitivo, la habilidad de mantener a los empleados actualizados con las últimas técnicas y desarrollos es una gran preocupación. El video puede usarse como una gran herramienta en este campo.

- **Relaciones públicas.** para Muchas instituciones usan comúnmente videos para explicar ciertas políticas, anunciar productos, investigar desarrollos o comunicar cambios institucionales.
- **Mercadotecnia.** Mientras que los medios masivos pueden ser una manera efectiva para alcanzar al público en general, no es la mejor forma de comunicar a un grupo específico de personas sobre productos o servicios especializados. Ejemplo de esto son videos especializados que podemos encontrar en puntos de venta de materiales de construcción, maquillaje, ropa o herramientas.

2.7.1.2 Vídeo Clip

Las características más sobresalientes que definen al videoclip actual, según Flichy, (1982, p. 37) son principalmente tres:

- a) Tiene fines publicitarios: su objetivo principal y relativamente manifiesto es la venta de un disco, una canción o tema determinado y, más sutilmente, la imagen y personalidad de un grupo o solista. Aunque este tipo de formato nació íntimamente ligado con la publicidad, los grandes presupuestos que mueve permiten múltiples posibilidades de creación, así como la contratación de los mejores equipos técnicos. Ello ha hecho posible la consecución de otro tipo de logros: a través de él se crea ideología y modos de comportamiento, estereotipos sociales y referencias culturales y vitales.
- b) Es una combinación o mezcla de música, imagen (imagen móvil y notaciones gráficas) y lenguaje verbal (y excepcionalmente otras materias audiovisuales: ruido, silencio y diálogos). La idea de la que parte un videoclip resulta del intento de asociar unas imágenes a una música siempre preexistente, anterior. Este constituye, sin duda, el rasgo particular que diferencia al vídeo musical de las demás producciones audiovisuales, aunque eso no signifique que no sea imitado sistemáticamente por otras modalidades o formatos audiovisuales.
- c) Constituye un discurso específico, particularizado, que tiene su andamiaje en la especial relación que establecen imagen y sonido (música) en relación a unos fines publicitarios.

2.7.1.3 Video Memoria

Según lo dicho por algunos expertos en el área de la producción televisiva podemos decir que un video memoria tiene la intención de plasmar en audio e imágenes un evento de gran trascendencia, que sirva para que futuras generaciones lo admiren y reconozcan la relevancia que tuvo dicha actividad. Moisés García Balmori, productor y director de Tele cinco, define al video memoria de la siguiente manera: “Debe ser un video que realmente guarde una memoria, es como un documento de un evento normalmente en vivo, que puede ser de uno, dos tres días, de una semana o hasta anual, pero lo que tienes que ir guardando.” (comunicación personal, 7 de julio de 2008)

Por su parte, Felipe Ávila, productor de televisión y catedrático de la Universidad Madero, mencionó que: “Las características de un video memoria deben ser, conocer a fondo la biografía si es que va a ser de una persona, o la vida de una organización, la historia... no tiene una característica tan particular como los demás videos. Aquí en este caso importa también la investigación, por ejemplo en este caso de una exposición o un evento... Dos, darle una secuencia cronológica, marcar el acontecimiento como fue ocurriendo año con año, mes con mes o día con día.” (comunicación personal, 9 de julio de 2008)

Cabe mencionar que este tipo de videos, hace que las instituciones y los eventos pasen a la historia, que la gente los recuerde y que también sirvan como un tipo documento histórico, donde las personas puedan tomarlo como referencia en el caso de necesitarse.

2.8 Plataforma 2006

A continuación se detallará el evento de Plataforma 2006, con la intención de conocer más a fondo la relevancia de este evento y las actividades que se desarrollaron en el mismo.

2.8.1 ¿Qué es Plataforma 2006?

Plataforma 2006, es un evento cultural organizado por la asociación civil Puebla 2031, que es un grupo conformado por empresarios y miembros de otros sectores importantes de la ciudad de Puebla, en alianza con el Gobierno del Estado de Puebla, la Secretaría de Cultura y el H. Ayuntamiento de la ciudad de Puebla.

“Plataforma busca entretejer redes que inviten a una nueva experiencia y reinterpretación de Puebla, estableciendo circuitos nodales a partir de proyectos específicos dentro del centro histórico de la ciudad y la ex fábrica la Constancia, joya arquitectónica y cultural de nuestra comunidad.” (Puebla 2031, 2006, s/p)

De acuerdo a lo dicho por Bárbara Perea y Príamo Lozada, el evento de Plataforma 2006 consiste en 32 eventos con más de 150 artistas latinoamericanos (100 de ellos mexicanos) que van aconteciendo en diferentes museos y galerías del Estado y el Ayuntamiento poblano, además de contar con actividades en varios espacios urbanos. Durante este evento de gran magnitud se podrá ver la integración de diversos medios y soportes creativos, incluyendo pintura, dibujo, escultura, videoarte, arte sonoro, instalaciones interactivas, video instalación y conciertos de música en vivo bajo lo que se ha denominado como Nodos (intervenciones, exposiciones, nuevas tecnologías, información, sonic lounge, video lounge, conciertos, educación, etc.) (Disponible en: <http://www.criticarte.com/Page/file/art2006/Plataforma06FS.html?=&Plataforma06.html>)

Por otro parte, Plataforma tiene como misión: reivindicar a Puebla como baluarte artístico y cultural iberoamericano del siglo XXI, mediante el arte contemporáneo, la ciencia y nuevas tecnologías. Su visión es: Crear una plataforma donde el arte contemporáneo detone el diálogo y el intercambio cultural, además de posicionar a Puebla como un centro nodal para el intercambio cultural iberoamericano del siglo XXI.

Sus objetivos estratégicos son:

- Reactivar la economía turística, social y culturalmente a la ciudad de Puebla y su entorno
- Fomentar la formación de públicos, así como el diálogo y la discusión en el campo del arte contemporáneo.
- Facilitar el acceso a la cultura y a la producción artística contemporánea
- Generar modelos de gestión cultural independiente y descentralizada que den pauta a la cooperación entre instancias privadas y públicas. Descentralizar la cultura del D.F.
- Fortalecer la relación cultural entre los estados de la República.
- Plantear rutas alternas de consumo cultural en la ciudad de Puebla que subrayen el goce y lo lúdico planteando el arte como una opción de recreación a favor de desarrollar reflexiones estéticas en el público. (Plataforma 2006, s/p)

Una vez conocido el concepto de Plataforma, a continuación se detallan los eventos que lo conforman y sus sedes.

2.8.2 Actividades

Plataforma 2006, es un evento que estima la visita de 400 mil espectadores de los cuales 150 mil se espera sean turistas, es decir personas que viven fuera del estado de Puebla.

Las actividades se encuentran divididas de la siguiente manera:

- a) Arte y Nuevas Tecnologías / 1er evento con la participación de 20 artistas

Es un espacio de difusión del Arte Mexicano producido con las nuevas tecnologías. Donde los artistas han propuesto y desarrollado diversos proyectos en el que hacen uso de la tecnología como medio de expresión contemporánea.

Sede: fábrica de la Constancia. Invitados: Arcangel Constantino, Alfredo Salomón, Ariel Guzik, Carolina Esparragoza, Enrique Rosas, Gilberto Esparza, Iván Puig, Mariana Rondón, Rafael Lozano Hammer,

b) Intervenciones:

A espacios públicos y privados, obras creadas ex profeso por algunos de los artistas contemporáneos mexicanos más destacados, como son Héctor Zamora, Manuel Rocha, Silvia Gruner, Teresa Margolles, Colectivo Torolab, Luciano Matus, Santiago Sierra, Colectivo, Tercerunquinto, Carlos Arias, Museo Peatonal, Radio Global.

c) Exposiciones /evento con 37 artistas

Heterotopías: Se hace una revisión del arte contemporáneo en México en los últimos diez años. Sede: galería de arte contemporáneo

Op-era: autores Rejane Cantoni y Daniela Kustchat, es una interfaz interactiva creada para la experimentación multisensorial del concepto del espacio. Este proyecto se centra en la intervención entre hombres y máquinas y los diversos caminos alternativos para la percepción del espacio y del conocimiento.

Le parc Lumiere: estudio intensivo de la luz en movimiento para formar una gran sinfonía de luz en movimiento que es de los años 70's. Sede Museo San Pedro.

Arte Emergente poblano: espacio para la difusión de la obra poblana. Sede la casa de los Muñecos.

d) Sonic Lounge / 4 eventos con 40 artistas

Presentará programas de arte sonoro concebidos por curadores invitados de Argentina y México: Ricardo Dal Farra y Lidia Camacho. Sede Casa de los Muñecos y el Paseo de San Francisco.

e) Conciertos / 5 eventos 1 artista

La intención de este nodo es ofrecer un menú de actos sonoros y conciertos, generando una propuesta musical original. Este nodo incluye las propuestas más novedosas de la escena electrónica así como una serie de conciertos de compositores contemporáneos reflejando un amplio panorama de las manifestaciones musicales populares. Nikzon Curador (Ricardo Alberto Guzmán Flores) Sede, la Constancia y el Instituto Cultural Poblano

f) Video Lounge / 3 eventos con 20 artistas

Son piezas de video seleccionadas por curadores de España, Brasil y México, ofreciendo una revisión de la obra videográfica de estas regiones Iberoamericanas. Se contará con artistas como: Ximena Cuevas (México). Cineasta y videoasta; El Perro (España) colectivo de artistas; Ramon Mateos, Iván López, Pablo España y Arlindo Machado (Brasil) profesor de cine, radio y televisión. La sede será la Casa de los Muñecos y Museo San Pedro. (Plataforma 2006, s/p).

Cabe destacar que se realizarán un total de 32 eventos y participaran 121 artistas, todo esto del 24 de noviembre del 2006 al 28 de enero del 2007, es decir que habrá una actividad de 65 días.

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

1.1 Enfoque

El enfoque a utilizar en esta investigación será el cualitativo pues para alcanzar el objetivo de esta investigación que es: Desarrollar un video memoria para el evento Plataforma 2006, es necesario conocer tanto las características del evento como las de un video tipo memoria, con esto se cumple uno de los puntos que dicta Sampieri en su libro Metodología de la investigación: “El enfoque cualitativo evalúa el desarrollo natural de los sucesos, es decir no hay manipulación ni estimulación con respecto a la realidad”. (2006, p. 310) esto además se da, porque tanto el evento como las características del video ya existen y no se manipularán, más bien serán observadas tal y como suceden.

Otro punto importante que marca Sampieri para el enfoque cualitativo es que: “la recolección de datos consiste en obtener perspectivas y puntos de vista de los participantes”. (2006, p. 315) En este caso la ayuda de expertos que trabajan día a día con el ámbito del video y de los que laboran en la producción del evento Plataforma, será de suma importancia. Además otro punto importante, es que nos interesa conocer cualidades y no aspectos cuantitativos, queremos saber características.

1.2 Tipo de estudio

El tipo de estudio será correlacional pues su propósito es conocer la relación que existe entre dos o más conceptos, categorías o variables en un concepto en particular.

1.3 Tipo de diseño

El diseño es de tipo no experimental, transaccional, correlacional. Se realizará una investigación en la cual no se manipularán las variables si no que se observará el fenómeno tal y como se da en su contexto natural. Se obtendrá información de primera fuente para después analizarla, no se construirán nuevos datos, más bien se evaluarán los ya existentes. “Los fenómenos son observados y posteriormente analizados tal como

ocurren en su contexto natural, de manera que el investigador no posee un dominio directo sobre las variables estudiadas” (Hernández, 2003, p. 267).

1.4 Universo y Muestra

El universo está conformado por todos los productores de televisión que existen en la ciudad de Puebla. La muestra por su parte se compone por tres especialistas en el área del video, que con su experiencia nos pueden ofrecer una visión más amplia de cómo se debe producir un video tipo memoria para el evento de Plataforma 2006, la muestra la componen los siguientes sujetos:

Moisés García Balmori: director de Tele Cinco, productor de televisión y video

Felipe Ávila Camacho: productor de televisión y docente de la Universidad Madero

Guillermo Ortega Flavio: Productor y Director Ejecutivo de Visual Estratégico

Además, también se entrevistará a la persona encargada del área de Comunicación de Plataforma 2006. (Tabata Pardo)

Por otro lado, el instrumento a utilizarse será la entrevista semiestructurada, ya que es flexible y abierta, ésta es de tipo cualitativa y se lleva a cabo con apoyo de “una guía de asuntos o preguntas y el entrevistador tiene la libertad de introducir preguntas adicionales para precisar conceptos u obtener mayor información sobre los temas deseados” (Hernández, 2006, p. 345).

Este instrumento nos sirve cuando se quiere saber algo de alguien que no se pueda obtener por vía numérica, dicho de otra manera estos datos cuentan con información que se requiere sobre una persona, como su experiencia, su visión sobre ciertos temas etc.

3.5 Resultados

Una vez realizadas las entrevistas a los especialistas en la materia y a la encargada de la comunicación del evento de Plataforma 2006, se obtuvieron los siguientes resultados, mismos que nos servirán de base para la realización de la propuesta que se estableció en este trabajo de tesis:

1. Qué características debe tener un video memoria:				
Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo	Interpretación
Es guardar los testimonios en vivo. Una buena memoria debe guardar el alma de lo que fue el evento, una memoria se tiene que ver desde otro punto de vista, mostrándolo de tal forma que parezca que tú espectador, también estás participando en el evento, debes dejar bien en claro lo que se siente estar en el evento	La investigación a fondo biografía si es que va a ser de una persona, o la vida de una organización, la historia... no tiene una característica tan particular como los demás videos. Aquí en este caso importa también la investigación, por ejemplo en este caso de una exposición o un evento, pero la característica principal es que debe estar bien investigado. Dos, darle una secuencia cronológica, marcar el acontecimiento como fue ocurriendo año con año, mes con mes o día con día.	Guardar los testimonios del evento, que cuando lo vuelvas a ver, de alguna manera lo vuelvas a vivir, entonces su principal característica es hacer que la gente se vuelva a sentir en el evento.		Un video memoria, guarda los testimonios en vivo de un evento. Hace participe al espectador del evento mismo. La investigación forma parte de este tipo de videos que tienen una secuencia sobre lo ocurrido en alguna actividad
2. ¿Todos los eventos de una actividad como Plataforma 2006, se deben incluir en un video memoria?				
Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo	Interpretación
Lo recomendable es	Lo que se recomienda	Cuándo existe una gran	Recapitular todos	De acuerdo a los

<p>incluir todas las actividades. por ejemplo yo separaría los eventos. El DVD te da la oportunidad de hacer menús que antes no tenía el VHS, entonces yo haría pequeñas cápsulas. Si tu por ejemplo tienes 32 eventos, puedes hacer 32 cápsulas de 1 minuto e ir las enlazando con testimonios o con presentaciones o con cortinillas, que te permitan avanzar rápidamente pero que esté unidos por ligas que te permitan enlazar todo el material.</p>	<p>es que tu platiques desde antes con los organizadores, que les preguntes cual es su objetivo, que tu escribas un pre guión y que se los muestres para que sobre eso puedas adaptarlo. Entonces tienes que destacar lo más importante. Tal vez en grupo puedan llegar a un consenso de que es lo que ha sido lo más trascendente y ya con eso hacerlo.</p>	<p>cantidad de eventos, como sucedió en este caso, es importante que se decida junto con el cliente, cuáles son los más relevantes y entonces se les ponga mayor interés. Considero que el cliente te va a decir que quiere todo, entonces tendrás que jerarquizar de acuerdo a la importancia. Te aconsejo que cubras todos los eventos por alguna exigencia específica del cliente.</p>	<p>los espacios. Por supuesto La Constancia Mexicana; que se pudieran acomodar todos los artistas porque fácil fueron 20 artistas los que estuvieron ahí. Yo creo que todos valen la pena, todos tiene gran importancia, pero la información es mucha así que por lo menos dedicar un momento en el video para cada espacio en el que Plataforma tuvo presencia.</p>	<p>entrevistados, es recomendable hablar con el cliente para determinar que eventos deben incluirse, o bien recapitular todos los espacios de manera breve. Para lo cual se deben grabar todos, pero platicar cuáles se deben integrar.</p>
--	--	---	--	---

3. ¿Considera necesario y adecuado incluir el armado de las exposiciones?

Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo	Interpretación
<p>Si claro porque un buen evento lleva una muy buena preparación, algo que no se ve. De hecho hay un dicho entre los que nos dedicamos a la grabación profesional y todo lo que tiene que ver sobretodo con la actividad artística, “¿cuándo tu demuestras que algo es profesional? Cuando se ve fácil de hacer” y es que lo complicado se ve fácil.</p>	<p>No no creo, no creo que sea el objeto. Si hubiera sido un detrás de cámaras de lo que es una exposición quizá, pero ya que sea como un reportaje complementario, o un reportaje de color complementario pero no se me hace tan trascendente</p>	<p>Todo depende mucho del cliente, pero puede ser una buena estrategia para hacer una especie de intro, ahora bien, aquí si creo que sería bueno grabar sólo el montaje de las muestras más relevantes, para no desgastarte demasiado en el armado de exposiciones que tal vez no sean tan atractivas</p>	<p>Si me lo preguntas de manera personal a mí si me gustaría. Claro que algo muy breve, siempre es interesante un detrás de cámaras pero para este trabajo sería más interesante lo que sucedió, sobretodo porque es un evento que ya pasó. Si estaría bien</p>	<p>De acuerdo al cliente se puede determinar, en este caso. Se debe incluir de manera breve, con la intención de mostrar todo el trabajo previo que se realizó al evento, y para que la gente vea la relevancia de dicha actividad</p>

			tomarlo como una introducción pero obviamente darle mucho más énfasis a las obras plenas.	
--	--	--	---	--

4. ¿Se debe incluir la inauguración y clausura?

Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo	Interpretación
Si, es parte de la memoria. Si no tienes la entrada y la salida pues no tienes armada una buena memoria, nada más estás haciendo una reseña del evento. Si es memoria debes incluir desde la apertura hasta la clausura. Es como en los Juegos Olímpicos, es lo mismo.	Si, aunque muy rápido, porque la esencia es aquello que te va a dar impacto como en este caso las exposiciones. Aunque si en la inauguración o la clausura hubo algo trascendente pues lo puedes poner, sino pues tocarlo como algo muy rápido, como un poco de apertura y cierre.	Por su puesto, son elementos fundamentales, a los clientes regularmente les interesan esos dos eventos que van a marcar la historia de sus productos, es importante grabar todo y con lujo de detalles, tal vez algún evento se te vaya, pero no puedes dejar pasar la inauguración y la clausura.	sí porque dentro de la inauguración y la clausura estuvieron presentes muchos de los artistas que participaron. Hubo algunos que vinieron, estuvieron poco tiempo y se fueron. Pero durante la inauguración estuvieron muchos de ellos, También hubo muchas autoridades de la Ciudad de Puebla que sería importante mencionar.	Tanto la inauguración como la clausura se deben incluir, son elementos fundamentales para el video memoria del evento Plataforma 2006

5. ¿Se deben incluir entrevistas de los artistas participantes?

Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo	Interpretación
Por supuesto, como te mencionaba. Yo creo que para un evento así	Si siempre debes incluir testimoniales de la gente, cómo lo vivieron,	Si, posiblemente si estos son de renombre, pues aún más. Además es una	¡Claro! Pues es que ellos fueron la parte central de	De igual forma se deben incluir las entrevistas a los artistas participantes,

<p>una cámara no te da, deben ser 3 o 4 cámaras.</p>	<p>cómo lo sintieron. Acuérdate que también hay una técnica que se llama inserts ligados, donde no se escucha tu voz sino que todo lo van narrando los mismos espectadores, personas facultadas para decirlo, expertos.</p>	<p>forma de hacer nutrir tu video, que en realidad esté completo, además considero que es importante darle el crédito al artista y puedes vestir gran parte de la entrevista con su propio evento u obra</p>	<p>Plataforma, la verdad si no fuera por esos artistas que dedican su vida entera a tratar de decirnos cosas en este caso a través de las nuevas tecnologías que es muy interesante, porque a final de cuentas a eso es a lo que vamos, muchas personas se valen de su computadora, de su televisión o de su iPod para crear cosas.</p>	<p>para captar su opinión sobre su experiencia en el evento.</p>
--	---	--	---	--

6. ¿Se deben de incluir entrevistas de los espectadores?

Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo	Interpretación
<p>Por supuesto. En el momento que el evento termine la cámara de Backstage se va a ver las experiencias del Mimo; y mientras la del público, inmediatamente capta, pero en caliente, no se espera a que se enfríen los comentarios, en ese momento va a recolectar las experiencias del público, pero tiene que ser en el momento exacto en que se corta el evento.</p>	<p>También puedes hacer inserts vivenciales , que alguien te cuente que se vio muy bonito, y tu lo pones exactamente como se vio. Todo depende de cómo organices el guión, de cómo lo structures. Acuérdate que hay muchas variantes para un guión: voz off, con música es decir puro musical, con inserts ligados es decir puro testimonio, todo depende de tus</p>	<p>Si en menor medida que de los artistas, desde mi punto de vista, tal vez para que den su voto aprobatorio del evento, que digan que les pareció interesante, que obra o evento les agradó más, pero creo que en un video de esta naturaleza, lo más relevante será el evento mismo</p>	<p>Yo creo que esa también es la respuesta, es algo así como la acción y la reacción. El artista ya lo hizo, pero si no hay gente que comente si le gustó o no le gustó, si no te dicen su mirada de la obra pues el artista no está completo, sin esa parte que le diga su opinión</p>	<p>De acuerdo a los entrevistados, si se deben incluir de manera breve algunos testimoniales de los espectadores. Con la intención de que estos den su opinión sobre el evento y sirva para enriquecer la obra.</p>

	prioridades, de tus alcances, de tu presupuesto también y de tu tiempo.			
--	---	--	--	--

7. ¿Qué tipo de tomas y movimientos se deben utilizar?

Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo	Interpretación
<p>Mira es una Memoria de un solo evento tienes que hacer tomas un poco conservadoras. A lo mejor hacer tomas ligeramente inclinadas, hacer unas cámaras rápidas. No pueden ser tomas fijas, que es lo que hacen en muchas ocasiones. El camarógrafo debe tener experiencia previa en eventos y tener a alguien que los dirija, como un productor o un director, que les exija. Debes tener muchas más tomas que en un video de un solo evento, tienen que ser tomas más dinámicas y movidas. Puras cámaras al hombro por ejemplo. Mejor metes grúas o dollys que te permitan tener</p>	<p>Obviamente un video memoria no es tan rápido en el sentido de hacer muchas tomas alocadas, porque pierdes la esencia y pierdes el guión. Entonces lo que quieres hacer que la gente recuerde pues no lo recuerda, tiene que ser un poco más pausado. Quizá usar muchos backs, o muchos títulos. Si es cronológico tienes que estar destacando a cada rato el año, el mes o la fase o en este caso el evento; apoyándote mucho con "la inauguración", o "la exposición", etcétera. Debes ocupar muchos títulos para ir reforzando, recuerda que debemos hacer también videos para gente sorda entonces</p>	<p>Dependerá del tipo de evento, pero para hacer lucir un video de esta naturaleza, te sugiero muchas tomas de carácter, donde se exprese lo que el público está sintiendo al ver el espectáculo o la obra... tomas tal vez no tan convencionales o encuadradas, pero variará según el evento... si es algo de música, pues entonces tenga motividad, movimiento, picadas, contrapicadas.. etc... Si es una exposición pictórica, pues tomas cerradas, tanto a las obras como a los expectadores, movimientos suaves, que te ayuden a la edición...</p>		<p>De acuerdo a los expertos, dependiendo del evento, se realizan las tomas y los movimientos; para este caso, proponen tomas de carácter donde se aprecie la obra y lo que el público siente, además de usar tomas donde se aprecien las actividades, se pueden utilizar backs o títulos para ir indicando los eventos y no confundir al espectador.</p> <p>Se deben incluir tomas emotivas y ser dinámicos, jugando con movimientos suaves pero al mismo tiempo conjugando la acción.</p>

<p>movimientos suaves de la cámara y que se desplace por el escenario o el público, que te permitan hacer tomas como de ojo de águila o un paneo pero desde otro plano, como bidimensional</p>	<p>lo que está sucediendo también se va reforzando con los títulos.</p>			
--	---	--	--	--

8. ¿Qué tan importante es la música para la realización de un video memoria?

Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo	Interpretación
<p>Es muy importante por que te va a marcar el dinamismo, los cortes entre las tomas. Te decía que este tipo de video con más de 30 eventos debe ser muy dinámico, y algo que va a marcar eso es precisamente la música. En este caso yo no pondría una música relajada, podría algo más juvenil, que me ayudara a marcar las tomas rápidas, sobretodo para no aburrir.</p> <p>Además la música transfiere emociones, entonces si quiero reflejar que mi evento fue fresco, o divertido,</p>	<p>Pues marca ritmos. La música ambiente y es dinámica. Un video con música movida pues te hace pensar que el evento fue dinámico y alegre. Aunque en este caso, aunque fue un evento cultural yo no pondría música clásica, porque le haría falta un contraste. Escoger música que se adapte a las necesidades del evento, a tu público meta y a aquello que quieras transmitir con el video. Es decir la música es esencial para marcar ritmos, tanto de edición como de comunicación hacia los</p>	<p>Mucho, porque la música en un video, es la que te da pautas para seguir viéndolo, o cambiarle... además puedes aprovechar la música de los propios eventos para vestir tu material, ahora si no hubo música, te aconsejo utilizar música original, para evitar broncas de autor, además de que no debe ser comercial y si debe impactar e ir de la mano con lo que estás vistiendo... que se unan, que te lleve de la mano junto con las imágenes para recordar los momentos y decir, guau!. Eso me gusta, estuvo padre ele</p>		<p>La música tiene gran relevancia en la edición de un video, ésta marca el dinamismo, los cortes entre tomas y le da personalidad al video. Se propone aprovechar la música de los propios eventos, o bien aquella que represente la esencia del video, que transmita vitalidad y que se conjunte con voz en off y audio ambiente.</p>

<p>o elegante, etcétera; pues la música me va a ayudar a transmitirle esa sensación al espectador.</p>	<p>espectadores, pero hay que saber balancearla de acuerdo a lo que quieres decir, además de juntarla con efectos, inserts y audio ambiente. Y no saturar mucho de música porque luego no se escucha lo que dicen los entrevistados.</p>	<p>evento, recuerdes y te den ganas de volver a otra evento de es la misma naturaleza. La música es fundamental y es el 50% del éxito de tu video.</p>		
--	--	--	--	--

9. ¿En el momento de la postproducción, se deben utilizar transiciones, disolvencias, efectos de imagen? o ¿qué recomienda para la edición?

Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo	Interpretación
<p>Pues recomiendo primero una planeación exhaustiva, todo se tiene que preparar; por eso a veces el cliente no sabe por qué cuestan las cosas, por qué los videos son caros. Y desde el principio decirle a los camarógrafos como quieres las cosas, por ejemplo que tome todo el evento de arriba a abajo pero con tomas cortas, que tome al público o que</p>	<p>Quizá lo que te queda un poco más es la vuelta de página, o una cortina donde se suba o se baje la imagen o se sustituya una por otra, puesto que como es cronológico puedes utilizar la vuelta de página para pasar de un evento a otro, de una fecha a otra, hasta puedes utilizar un efecto de blanco y negro y pasar la siguiente a color. Realmente tampoco hay una estructura, es</p>	<p>Si, puedes utilizar transiciones o disolvencias y estás deben ir al ritmo de la propia música de fondo, por eso te decía que es muy importante cuidar este aspecto, porque de lo contrario no tendrá ritmo. Lo que si es que te aconsejo no abusar de las transiciones o wippers, porque ya no se usan, los universitarios recurren mucho a eso, porque les parecen atractivos y más si descubren que hay algunos muy locos,</p>		<p>Para la postproducción se puede incluir transiciones, pero para ello se debe realizar con anterioridad una planeación de lo que se quiere, para entonces desarrollar ritmo y con ello visualizar el tipo de efectos o disolvencias se deben de utilizar. Se proponen vueltas de página, pero sin abusar</p>

<p>tome al Mimo de cerca, o las manos del músico que está tocando, aunque no tome una rola. Es decir que grabe dos o tres rolas para que se escuche bien el audio y después a la cuarta se cierra con los músicos o ve las reacciones del público, puro Close Up puro Big Close Up; tiene que ser un camarógrafo que vaya pero rapidíto, que te pueda sacar más tomas en menos tiempo.</p>	<p>realmente como quieras tu transmitir el video, aunque ciertamente no debemos abusar de los efectos. A todos los que empezamos nos da efectitis, y queremos usar todos pero eso no es lo correcto; regularmente se mete un efecto cuando estás cambiando de tema o de subtema en este caso, entonces ocupas una vuelta de página, o puedes incluso poner un back, pero sin abusar.</p>	<p>pero todo depende del estilo de tu video. Algo más corporativo, pues deben tener cierta seriedad y no recurrir a efectitos, colorcitos y esas cosas...hay que hacerlo más formal, pero no rígido, me explico?, hay que hacerlo con calidad en imagen y audio, que es el que te dirá cómo hacer la edición.</p>		
--	--	---	--	--

9. ¿Cuál debe ser la duración de un video memoria?

Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo	Interpretación
<p>Pues variada porque muchas veces depende del cliente o en sí del propio evento. Por ejemplo en este caso te decía que puedes hacer pequeñas cápsulas de cada evento de un minuto o minuto y medio cada una, o bien hacer el video completo de media</p>	<p>Pues yo lo haría de 10 minutos máximo como te comentaba, pero para cubrir tantos eventos igual te puedes echar hasta 20 minutos. No más porque aburre. Pero en eso radica la habilidad del comunicólogo no, en tratar de sintetizar un evento de varios días</p>	<p>No hay una duración específica, puede ser media hora, una hora, dos horas... depende de tu propia edición, podría ser por capítulos... no se, dentro de tu propio DVD haces un menú, donde muestras la inauguración completa, la clausura, lo mejor de los eventos, y a parte</p>		<p>La duración del video, es variada y dependen del tipo de actividades que se deben incluir. Pero lo recomendable es que no tenga una gran duración, que no rebase los 20 min porque puede aburrir.</p>

hora; pero lo importante es que sea muy dinámico, para que no aburra a la gente. No tiene caso que hagas un video que la gente no va a aguantar y que va a pausar a la mitad, es absurdo, no funcionaría.	en un video de 15 minutos.	haces un resumen de unos 15 min, podría ser, o menos, no se dependiendo...entonces son sólo tienes un video de todo, si no por separado ... eso podría ayudarte con la cuestión tiempo.		
---	----------------------------	---	--	--

Comentarios finales

Moisés García Balmori	Felipe Ávila Camacho	Guillermo Ortega F.	Tabata Pardo
<p>en cuanto a los equipos de grabación deben ser cámaras que vayan lo suficientemente preparadas, sobretodo las que va a ir con el Backstage, con la gente; que tengan luz autónoma. Es decir que al momento que ellos se tengan que desconectar o que el escenario se apague, que ellos tengan como iluminar. Y también que tengan buen audio, que vayan preparaos con un micro de mano o con un lavalier que en ese momento les permita tener un buen audio. al principio hay que hacer un Breakdown que es, vaciar todos los días de tus grabaciones, los tiempos, el material necesario que es muy importante. Además debes tener todo bien separado por carpetas en la edición, primero de cada</p>	<p>Dos cosas. Uno, hay que sentirlo y dos, hay que hacerlo como nos dice la técnica, en orden. Es decir no te puedes alzar la planeación, lo que implica que hagas un buen plan de producción, que hagas una buena logística, que hagas una buena elección del tema, que hagas lluvia de ideas; que puedas consensar el guión en equipo y que puedas llegar a un acuerdo con toda la gente que está implicada, que hagas primero un pre guión y después el guión, que cheques las locaciones, que cheques el material que en este caso</p>	<p>sólo que este tipo de videos, no es fácil de producir, pero son muy relevantes hoy en día, a las empresas, instituciones o a las mismas personas, les interesa tener en video la memoria de sus eventos, que al mirar, puedan volver a recordar lo que ahí sucedió, por eso deben estar bien producidos, para que les den ganas de ver y volver a ver lo que un día sucedió. Entonces hay que hacerlos emotivos, dinámicos, completos y sobre todo de calidad en todos los sentidos</p>	<p>Decir que la tecnología, como herramienta para el arte tiene muchísimo futuro y siempre mostrar aquello que se quiere proyectar porque muchos de los artistas empezaron grabando con su cámara, por ejemplo Cuevas, que ahora es una gran artista del Videoarte empezó haciendo videos caseros . Entonces si hay la facilidad de tener una cámara o cualquier herramienta de la tecnología hay que explotarla, y Plataforma es un gran ejemplo de lo que se está haciendo al respecto a nivel mundial.</p>

<p>evento: la carpeta del Mimo, la carpeta del músico, del baile, etcétera; y después adentro de esas carpetas vuelves a hacer carpetas por ejemplo una de entrevistas, otra de aspectos generales del público, otra carpeta de Backstage y otra de música.</p>	<p>supongo que será mucho material de archivo. Que también es importante porque si te vas a basar en material de archivo primero lo tienes que checar y ya después armar tu guión.</p>		
---	--	--	--

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

4.1 Propuesta

De acuerdo a los comentarios vertidos por los especialistas en el área de video y las respuestas otorgadas por una de las organizadoras del evento Plataforma 2006, se llegó a la conclusión de que un video memoria para la actividad antes mencionada, debe cumplir con ciertas características, mismas que pueden garantizar la efectividad del video memorial:

- a) Se debe incluir la inauguración y la clausura del evento, principalmente donde se visualice la presencia del organizador del evento y de las autoridades del estado de Puebla.
- b) Se deben incluir entrevistas – testimoniales, tanto con espectadores como con los mismos artistas, quienes podrán dar su opinión sobre la calidad del evento.
- c) De igual forma, se debe incluir el montaje de algunos de los eventos, tal vez de los más relevantes o que involucran mayor trabajo.
- d) Proponen tomas de carácter donde se aprecie la obra y lo que el público siente, además de usar tomas donde se estimen las actividades, se pueden utilizar backs o títulos para ir indicando los eventos y no confundir al espectador.

- e) Se propone aprovechar la música de los propios eventos, o bien aquella que represente la esencia del video, que transmita vitalidad y que se conjunte con voz en off y audio ambiente.
- f) Para la postproducción se deben incluir transiciones, con ello se marcará el ritmo.
- g) La duración del video no debe rebasar los 20 min.

Teniendo claras las especificaciones anteriores, ahora se debe desarrollar todo el plan de producción:

Preproducción: con base en un calendario otorgado por los organizadores de Plataforma 2006, se realizará el levantamiento de imágenes basándonos en el siguiente plan de producción

Video memoria Plataforma 2006 / Calendario levantamiento de imágenes – eventos			
Fecha y hora	Descripción	Requerimientos	Observaciones
20 noviembre	Grabación montaje: Constancia Mexicana	2 Equipo completo de grabación e iluminación	Dividir equipos por salas / entrevistas
24 noviembre	Rueda de prensa /constancia	Equipo básico de grabación	
25 noviembre	Inauguración Constancia	2 Equipo completo de grabación e iluminación	Grabación evento / entrevistas varias – organizadores y gober
25 noviembre 19:00 hrs.	Concierto Paseo de San Francisco / tratamiento de la semilla	Equipo completo de iluminación y grabación	Llegar a las 14:00 hrs. para montaje
25 noviembre 18:00 hrs.	Musical zócalo	Equipo básico	Llegar a las 14:00 hrs. para montaje

2 Diciembre	Montaje Constanca Mexicana	Equipo completo de grabación	Dividir equipo por áreas y salas principales
3 diciembre 19:00 hrs.	Concierto I / Paseo de San Francisco	Equipo completo de iluminación y grabación	Llegar a las 14:00 hrs. para montaje
16 de diciembre 19:00 hrs.	Concierto / Paseo de San Francisco	Equipo completo de iluminación y grabación	Llegar a las 14:00 hrs. para montaje
18 de diciembre	Sonic lounge	Equipo completo de iluminación y grabación	
20 de diciembre	Varios / lounge / Centro cultural poblano	Equipo completo	Varias salas
22 de diciembre	Varios / lounge / Constanca Mexicana	Equipo completo	Varias salas
28 diciembre 13:00 hrs.	Cine México	Equipo básico	
17 de enero	Exposición pictórica / visual Centro cultural poblano	Equipo completo de grabación	Dividir equipo en diversas salas
19 de enero (11:00 hrs)	Grabación de visita de alumnos a la constancia y	Equipo básico de grabación	
20 de enero	Concierto en Paseo Bravo	Equipo completo de grabación	
22 de enero 19:00 hrs	Concierto Paseo de San Francisco	Equipo completo de iluminación y grabación	Llegar a las 14:00 hrs. para montaje
24 de enero 19:00 hrs	Concierto Paseo de San Francisco	Equipo completo de iluminación y grabación	Llegar a las 14:00 hrs. para montaje
28 de enero	Clausura Constanca Mexicana	2 Equipo completo de grabación e iluminación	Grabación evento / entrevistas varias – organizadores.

Durante el proceso de grabación, se deberá hacer un vaciado del material y bitacorearlo para llevar un control de cada uno de los eventos, lo que facilitará la postproducción del video memoria. Se procesará el audio de los eventos musicales (lounge), con la intención de utilizarlo para la postproducción del video de Plataforma 2006.

Una vez levantadas todas las imágenes de cada uno de los eventos, se procederá a realizar el guión del video memoria de Plataforma.

Guión Técnico:

Producción: Video Memoria Plataforma 2006

Duración: min.

Guionista: Héctor Noriega Machorro

Producción: Post-Comunicación

	VIDEO	AUDIO
	Imagen: collage instalación de plataforma 2006. Título: Puebla	Loc1: Puebla Vive
	Imagen: collage instalación de plataforma 2006. Título: Plataforma 2006	Loc 1: Plataforma 2006
	Imagen: Pablo Ocejo en conferencia Título: Pablo Ocejo	Insert: Pablo Cejo (inauguración)
	Imagen: collage varios plataforma 2006 Imagen: Mario Marín en conferencia. Título: Mario Marín	Insert: Mario Marín (inauguración)
	Imagen: collage varios plataforma	

<p>2006</p> <p>Titulo: tecnología</p> <p>Imagen: collage varios de tecnología plataforma 2006</p> <p>Back: Arte</p> <p>Imagen: collage varios de arte plataforma 2006.</p> <p>Back: Interacciones</p> <p>Imagen: collage varios de instalaciones y gente plataforma 2006.</p> <p>Imagen: collage varios de gente plataforma 2006.</p> <p>Back: 63 días de cultura viva, 23 eventos simultáneos, 11 sedes en espacios históricos.</p> <p>Imagen: collage varios de sede de plataforma 2006.</p> <p>Back: La constancia Mexicana</p> <p>Imagen: collage varios gente trabajando en plataforma 2006.</p> <p>Back: Museo de San Pedro</p> <p>Imagen: collage varias. Museo de San Pedro</p> <p>Back: José Luis Bello</p> <p>Imagen: collage varias. Museo Bello</p>	<p>Loc1: Puebla es tecnología.</p> <p>Loc1: Puebla es Arte.</p> <p>Loc1: Es interacciones</p> <p>Loc1: Es experiencia</p> <p>Loc2: 63 días de cultura viva, 23 eventos simultáneos, 11 sedes es espacios históricos.</p> <p>Loc 1: La constancia Mexicana</p> <p>Loc2: Museo San Pedro</p> <p>Loc2: Museo José Luis Bello</p>
---	---

	<p>Back: Galería de Arte contemporáneo y diseño</p> <p>Imagen: Collage varios de Galería de Arte contemporáneo y diseño.</p> <p>Back: Instituto Cultural Poblano</p> <p>Imagen: Collage varios de ICP</p> <p>Back: Cine México</p> <p>Imagen: Collage varios de Cine México</p> <p>Back: Explanada Paseo De San Francisco</p> <p>Imagen: Collage varios de Galería de Paseo de San Francisco</p> <p>Back: Paseo Bravo</p> <p>Imagen: Collage varios de Paseo Bravo</p> <p>Back: Zócalo</p> <p>Imagen: Collage varios de Zócalo</p> <p>Collage varios (artistas y obras)</p> <p>Back: Más de 100 artistas de Puebla, México, Iberoamerica y España</p> <p>Collage varios (estudiantes, visitantes)</p>	<p>Loc 1: Galería de Arte contemporáneo y diseño</p> <p>Loc 2: Galería del Ayuntamiento</p> <p>Loc 1: Instituto Cultural Poblano</p> <p>Loc 2: Cine México</p> <p>Loc 1: Explanada Paseo de San Francisco</p> <p>Loc 2: Paseo Bravo</p> <p>Loc 1: Zócalo</p> <p>Loc 2: Más de 100 artistas de Puebla, México, Iberoamerica y España</p> <p>Loc 1: 60 escuelas nos visitaron.</p> <p>Loc 2: El público enfatizó que las</p>
--	---	---

	<p>Collage varios (visitantes en obras y conciertos)</p> <p>Tit: sondeo</p> <p>Collage : constancia mexicana y museo de arte</p> <p>Back: Arte contemporáneo de nivel internacional en Puebla</p> <p>Back: Plataforma 2006</p>	<p>obras eran de excelente calidad, tanto que una de las piezas fue seleccionada para representar a México en la bienal de Venecia 2007</p> <p>Insert: Espectador 1,2,3,4,5,6</p> <p>Loc 1: La constancia mexicana y san pedro museo de arte, fueron las sedes más visitadas.</p> <p>Loc 2: Arte contemporáneo de nivel internacional en Puebla</p> <p>Loc1: Plataforma 2006</p>
--	--	--

Una vez realizado el guión literario, se inicia con la etapa de la postproducción, donde se analizará el material que previamente fue grabado durante los eventos de Plataforma 2006, para seleccionar las imágenes idóneas para vestir el guión del video memoria, de igual forma, se buscan las pistas de audio que pueden ser utilizadas para la postproducción .

Es importante mencionar que durante esta etapa, donde se lleva a cabo el armado del video, el papel del editor es vital y debe mostrar creatividad y sensibilidad artística para transmitir a través de las imágenes lo que sucedió en el evento, si no se muestra calidad y visión al momento de editar de nada habrá servido todo el proceso de grabación, selección de imágenes y elaboración del guión.

CAPÍTULO V: CONCLUSIONES

5.1 Conclusiones generales

El video es una herramienta tangible que puede transmitir a través de imágenes en movimiento acompañadas de audio, infinidad de sensaciones intangibles, es capaz de hacer que el espectador se sienta dentro de la imagen, que la viva, la disfrute, la palpe, y por supuesto recuerde lo que en el ayer se vivió. Además el video hoy en día nos permite conocer lugares inimaginables, nos facilita intercomunicarnos, esto “debido a que el video es universal, es la mejor forma de poderse comunicar entre individuos” tal y como lo describe Chad Hurley cofundador de Youtube, el portal de videos más visitados y utilizados en el mundo, (Disponible en: <http://estadis.eluniversal.com.mx/finanzas/60624.html>)

Considero vital mencionar que durante la presente investigación se puso de manifiesto la relevancia de los medios de comunicación sus funciones sociales y el papel que cada uno juega dentro de nuestra comunidad, sin ellos, viviríamos aislados, reprimidos y seguramente sin avances, por ello, el papel fundamental del video como una herramienta de difusión que por sus características persevera al paso del tiempo y sobre todo le llega al corazón del espectador gracias a la magia de las imágenes y el sonido.

Por tal motivo el video está proliferando a pasos agigantados dentro de nuestra sociedad, lo que ha dado como consecuencia que ciento de aficionados se digan productores, cuando la realidad es que, producir un video es un proceso complejo, que arrastra consigo infinidad de trabajo tanto de planeación como de ejecución, por ello es importante conocer primero los elementos a utilizarse para desarrollar un buen trabajo.

En este caso, para la realización del video memoria de Plataforma 2006, fue de gran ayuda las opiniones y experiencias que los expertos compartieron, reafirmando la

importancia de planear para ejecutar y desarrollar un buen producto. Por otro lado, la misma investigación facilitó el comprobar que un video memoria puede ser un excelente medio para que la gente recuerde lo que se vivió en dicho evento tan relevante para la ciudad de Puebla.

Para la realización de un producto audiovisual es necesario analizar las condiciones de dicha producción en relación a su capacidad de generar contenido con identidad y calidad; así como los instrumentos necesarios para fortalecerla, conocer el mercado y obviamente las exigencias de nuestro propio cliente, además de tener en mente cuáles son las características o los elementos que serán necesarios enfatizar en dicha producción, es decir identificar el objetivo central de nuestro audiovisual, de lo contrario no se logrará el objetivo y tal vez se produzca un material atractivo visualmente pero carente de la identidad de la que hablaba en líneas anteriores.

Obviamente como se mencionó en la presente investigación, el proceso para la producción de un video memoria no es cosa fácil se requiere de tener un excelente plan de producción, sobre todo cuando se habla de eventos de la envergadura de Plataforma 2006, que como se dijo, se desarrollaron 32 eventos y contó con la participación de más de 100 artistas tanto mexicanos como latinoamericanos y españoles. Además fue un evento donde cientos de poblanos se dieron cita para apreciar el arte contemporáneo con una chispa de tecnología, dando como resultado que Puebla se convirtiera en punta de lanza en eventos de este tipo. Por ello un video memoria debía de captar todo lo que allí se vivió de tal manera que cuando la gente lo viera, sintiera el ambiente que se desarrolló durante el festival, que prácticamente palmara la obra y las sensaciones que el artista quería transmitir.

De acuerdo a las sugerencias hechas por los especialistas, me di cuenta de la importancia que tiene conocer a tu cliente, por ello la entrevista hecha Tabata Pardo, jefa de comunicación de Plataforma, facilitó hacer un resumen de los 32 eventos, dando mayor énfasis a aquellas actividades que significaron, de alguna manera, el corazón del evento. Por ello, conocer al cliente es tan relevante como conocer a nuestro mercado, a

quien al final verá nuestro producto, ya que gracias a esto podemos desarrollar el concepto y con ello emitir el mensaje correcto, de lo contrario se podría caer en realizar algo visual sin sentido sin objetivos claros y por ende sin relevancia para el cliente.

Por otro lado, una vez que ya se ha logrado establecer un objetivo, ahora continua el proceso de pre producción, que consiste en la planeación de cada una de las actividades a desarrollar para lograr el producto final, en este caso, consistió en la realización de calendarios de actividades donde se programaban cada uno de los eventos que tenían que cubrirse, las herramientas que se necesitaban, la gente, el horario y el tipo de imágenes que se iban a levantar, este sin duda fue un proceso arduo, ya que no hay que olvidar que Plataforma 2006 se llevó a cabo desde el 24 de noviembre al 28 de enero, es decir que durante más de dos meses hubo actividades artísticas, esto significó sin duda un desgaste tanto físico como de producción, porque se requería de una gran concentración para no perderse de los detalles más relevantes de cada actividad. Obviamente esta planeación y levantamiento de imágenes fueron de la mano con el guión que se pre visualizó en una primera etapa y que posteriormente, una vez contando con las imágenes se llevo a cabo. Esto quiere decir que el guión es la clave para un buen proyecto, es ahí donde se debe definir el perfil o la esencia del producto, es como darle una personalidad al video memoria, pues de lo contrario se produciría un moustro sin pies ni cabeza.

Para la realización del guión las opiniones de los especialistas fueron de gran ayuda, ya que estos dieron la pauta para la organización y los aspectos que se tenían que tomar en cuenta, como por ejemplo: incluir entrevistas, hacer un breve resumen desde el montaje hasta la clausura de las obras, no dejar de lado al público, que se pudieran visualizar sus experiencias, su forma de captar lo que los artistas estaban tratando de decir, por otro lado, considerar el tiempo idóneo de la producción, el tipo de tomas y efectos considerar en la postproducción, la música idónea, etc.

Para finalizar quiero hacer énfasis en que gracias a todo el proceso de investigación se pudo comprobar la hipótesis planteada al inicio de este trabajo y textualmente dice: Un

video memoria es la herramienta idónea para preservar las actividades realizadas dentro del evento cultural "Plataforma 2006" y se comprueba ya que con el apoyo de los especialistas podemos decir que si se cumple, porque un video memoria capta los aspectos más relevantes de los eventos lo que hace que estos perduren, además por la trascendencia del evento este tipo de materiales servirán para la planeación de nuevos festivales que pongan muy en alto el nombre de nuestra ciudad y obviamente de todo el talento nacional e internacional que mostraron al mundo sus obras.

A título personal, este producto resulta un logro de gran relevancia, ya que significó horas y horas de arduo trabajo, de organización, de creatividad, de visualización y de vivir plenamente mi pasión por el video, de reiterar la importancia del medio para que sea valorado, ya que muchas veces se cree que el proceso de producción es sencillo, pero por el contrario es complejo y requiere de administración y planeación, de lo contrario no se logran los objetivos. Este video significa un logro personal y profesional y para Puebla, y los poblanos, significa mantener en la memoria un evento cultural y tecnológico sin precedentes.

Anexo 1

ENTREVISTAS A EXPERTOS

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A TABATHA PARDO

JEFA DE COMUNICACIÓN DEL EVENTO PLATAFORMA 2006

Tabatha Pardo: Yo fui jefa del área de comunicación. Yo me encargué de la difusión aquí en la ciudad de Puebla, trabajando de la mano de una persona más en la ciudad de México, entonces digamos que yo realicé la promoción del evento en medios de comunicación locales y algunos foráneos; tuvimos algunos contactos con revistas del Distrito Federal, pero su gran mayoría fue aquí en la ciudad de Puebla.

Entrevistador: ¿Cuál fue el objetivo de Plataforma 2006?

TP: Fue dar a conocer el arte contemporáneo y las nuevas tecnologías, ya que en Puebla nunca se había realizado un evento completamente dedicado a ese tema. De hecho tenemos una galería de arte contemporáneo, pero de hecho las nuevas tecnologías es una herramienta que en la actualidad está muy de lleno entre el arte de los jóvenes y los no tan jóvenes. Pero fue más que nada dar a conocer estos medios de comunicación y estas obras de arte que realizaron los invitados.

E: ¿Qué tipo de eventos se presentaron en Plataforma 2006?

TP: Pues en el evento se había pensado en varios temas. Hubo una parte musical, con cinco conciertos y uno de ellos pues también, valiéndose de estos artistas de las nuevas tecnologías pero también muchos de rock, y otros de música académica que utilizaban herramientas como lo son los sintetizadores, las computadoras, las pantallas; precisamente para crear este universo tecnológico que es una herramienta más para la música.

Por supuesto en cuanto a exposiciones fueron muchísimas las disciplinas, hubo pintura, escultura, fotografía, instalación e intervenciones, lo que también fue algo muy novedoso, se hicieron intervenciones ex profeso para el lugar, por ejemplo en La Constancia, en el Museo de San Pedro, en el Museo de Santa Rosa, especialmente adecuadas para esos lugares.

E: ¿Cuál fue la trascendencia de Plataforma?

TP: Fue bastante. En el 2006 fue sin lugar a dudas el evento de arte contemporáneo y nuevas tecnologías, más importante en toda la República. Por la capacidad que tuvo, por la reflexión que tuvo... ahorita no tengo las cifras exactas pero en ningún lugar de la República durante ese año se registró un evento de tal magnitud; por la cantidad de artistas que participaron, por la cantidad de obras expuestas, por los visitantes que observaron estas obras, fue muy trascendente, nunca se había realizado uno así o yo no me he enterado de un evento de arte y nuevas tecnologías que haya tenido tal magnitud como lo tuvo Plataforma.

E: Para un evento de esta magnitud creo que sería necesaria la realización de un video memoria ¿qué le interesaría que este video memoria cubriera de lo que fue Plataforma?

TP: Pues sobretodo a los artistas participantes, porque la verdad es que si estuvieron personalidades a un nivel reconocido mundialmente. Por ejemplo Rafael Lozano; son artistas que invitan a inaugurar Bienales en Tokyo, en Nueva York, en Europa, y él estuvo aquí. Entonces, sin lugar a dudas que incluyera a todos los artistas que estuvieron y cuales fueron las obras que se presentaron. Precisamente Rafael Lozano presentó en La Constancia "Almacén de Corazonadas", entonces regresas a La Constancia y extrañas ver obras de arte ahí. Yo se que La Constancia por sí sola es hermosa pero las estructuras que puso Rafael Lozano daba una mirada super diferente del lugar.

También recordar a través del video que fue lo que se presentó en cada lugar: en el Museo de San Pedro, en la Galería de Arte Contemporáneo, y pues en cada uno de los

espacios que fue intervenido recordar qué fue lo que sucedió ahí. Fueron muchas las actividades pero por lo menos incluir las más importantes.

E: Y bueno dentro de los eventos hubo varios artistas ¿cuáles serían los que formarían parte de este video memoria?

TP: Pues yo creo que todos. Sería recapitular todos los espacios. Por supuesto La Constancia Mexicana, la exposición central era la de Rafael Lozano pero en las orillas de la Constancia tu podías apreciar muchas otras obras de artistas, entonces definitivamente toda una memoria de lo que hubo en La Constancia que fue bastante, que se pudieran acomodar todos lo artistas porque fácil fueron 20 artistas los que estuvieron ahí.

En la Galería de Arte Contemporáneo también estuvieron como 15 ó 16 artistas aproximadamente. En el Museo Bello también hubo una sección de Videoarte bien interesante, también se colocaron obras en le Museo San Pedro... yo creo que más bien sería consultar el listado de todos los eventos que tuvo Plataforma y de ahí sacar el video memoria...

E: Es decir abarcar todos los eventos...

TP: Yo creo que todos valen la pena, todos tiene gran importancia, pero la información es mucha así que por lo menos dedicar un momento en el video para cada espacio en el que Plataforma tuvo presencia.

E: ¿Le interesaría que se incluyera la parte del armado de la exposiciones? Es decir cómo se fue montando cada exposición... es decir el inicio de lo que fue Plataforma

TP: Si me lo preguntas de manera personal a mí si me gustaría. Claro que algo muy breve, siempre es interesante un detrás de cámaras pero para este trabajo sería más interesante lo que sucedió, sobretodo porque es un vento que ya pasó. Si estaría bien tomarlo como una introducción pero obviamente darle mucho más énfasis a las obras plenas.

E: Y con respecto a la inauguración y la clausura del evento ¿le gustaría que se incluyeran?

TP: Pues sí porque dentro de la inauguración y la clausura estuvieron presentes muchos de los artistas que participaron en Plataforma. Porque hubo algunos que vinieron, estuvieron poco tiempo y se fueron a exhibir sus trabajos a otros lugares. Pero durante la inauguración estuvieron muchos de ellos, por ejemplo a mí me gustaría que se vieran esas imágenes de los artistas presentando su obra. También hubo muchas autoridades de la Ciudad de Puebla que sería importante mencionar. Entonces esa parte sí porque fue una manera de que el arte contemporáneo uno lo viviera y se sintiera parte de él, porque a fin de cuentas Plataforma terminó por convertirse en un evento en el que todos participábamos, porque tú tenías esa facilidad de convivir con los artistas.

E: ¿Le gustaría que se incluyeran entrevistas a algunos artistas participantes dentro del video?

TP: ¡Claro! Pues es que ellos fueron la parte central de Plataforma, la verdad si no fuera por esos artistas que dedican su vida entera a tratar de decirnos cosas en este caso a través de las nuevas tecnologías que es muy interesante, porque a final de cuentas a eso es a lo que vamos, muchas personas se valen de su computadora, de su televisión o de su iPod para crear cosas.

E: Y ¿le gustaría que se incluyeran entrevistas pero de espectadores, es decir de personas que vivieron el evento?

TP: Yo creo que esa también es la respuesta, es algo así como la acción y la reacción. El artista ya lo hizo, pero si no hay gente que comente si le gustó o no le gustó, si no te dicen su mirada de la obra pues el artista no está completo, sin esa parte que le diga su opinión. Es que una cosa lleva a la otra, porque a final de cuentas el artista te va a hablar bien de su trabajo pero también nosotros como personas tenemos que decir que

aprendimos o que no aprendimos, lo que nos va a ayudar a saber si nos sigue gustando el arte contemporáneo.

E: Y ¿le gustaría que se incluyeran entrevistas a los organizadores de Plataforma?

TP: Pues.... Pues sí, pero no como parte central, porque a fin de cuentas la organización está plagada de mucha metodología y de muchas cuestiones diferentes. Tal vez sería mejor que quedara como un documento pero para futuros organizadores de eventos, por ejemplo para que les pueda platicar mi experiencia, por ejemplo lo que a mi me sucedió, si era fácil lidiar con ciertos medios o con otros no, pero pues no me parece la parte central; solamente como una recomendación... pero insisto que eso serviría creo yo sólo para la gente que a su vez vaya a realizar un evento.

E: Es decir que no lo incluiría en un video para recordar el evento...

TP: Bueno por supuesto al director, Pedro Ocejo Tarno, sería muy bueno porque de él surgió la idea, pues el fue quien a final de cuentas inició. Entonces como el director pues a él si sería bueno incluirlo.

E: Ahora digamos que en proporción a qué es más importante incluir dentro de un video memoria de Plataforma 2006 ¿tu qué me dirías?

TP: Yo creo que un 60% los artistas, un 30% público y un 10% lo restante: el director, o por ejemplo los curadores, que también fueron una parte muy importante, ya que ellos también tiene una forma muy particular de ver lo que fue Plataforma.

E: ¿Te gustaría agregar algo más o quisieras dar alguna sugerencia para la creación del video?

TP: Pues decir que la tecnología, como herramienta para el arte tiene muchísimo futuro y siempre mostrar aquello que se quiere proyectar porque muchos de los artistas

empezaron grabando con su cámara, por ejemplo Cuevas, que ahora es una gran artista del Videoarte empezó haciendo videos caseros . Entonces si hay la facilidad de tener una cámara o cualquier herramienta de la tecnología hay que explotarla, y Plataforma es un gran ejemplo de lo que se está haciendo al respecto a nivel mundial.

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA MOISÉS GARCÍA BALMORI

PRODUCTOR DE TELEVISIÓN

Entrevistador: ¿Qué características debe tener un video memoria?

Moisés García: La primera característica, es decir el ancla, el nombre te lo indica. Debe ser un video que realmente guarde una memoria, es como un documento de un evento normalmente en vivo, que puede ser de uno, dos tres días, de una semana o hasta anual, pero lo que tienes que ir guardando es una memoria de lo que es el evento.

Las características que debe tener un video memoria para que sea completo... algo que la mayoría de las personas no toma en cuenta y es fundamental es guardar los testimonios en vivo. Una buena memoria debe guardar el alma de lo que fue el evento, una memoria se tiene que ver desde otro punto de vista, mostrándolo de tal forma que parezca que tú espectador, también estás participando en el evento, debes dejar bien en claro lo que se siente estar en el evento. Por ejemplo si en el video memoria de Plataforma 2006 tú vas y grabas un Mimo, debes grabar las experiencias de la gente como se divierte, del Mimo como actúa, y de la interacción de todo eso.

E: ¿Qué actividades se deben incluir en el video de un evento como Plataforma 2006?
¿Se incluirían todos o solamente los más importantes?

MG: Pues si es un video memoria, que es como un recuerdo, lo recomendable es incluir todas las actividades. De hecho, para un video memoria bien hecho debes incluir lo que fue el Back-stage, es decir cómo se preparan las cosas. Obviamente no desde cómo se armó el escenario, a lo mejor no. Pero sí cómo se prepara el actor que está apunto de salir a escena, porque es la vivencia. Porque no puedes grabar únicamente al público y al Mimo en escena, sino que debes enseñar cómo se preparaba el actor antes de salir a escena, y después cómo la gente esperaba al Mimo, después la interacción de los dos y después cómo le fue al Mimo, un testimonio de él, y después la gente que pensó de la actuación del Mimo.

E: Y bueno en un evento como Plataforma que duró bastante tiempo y con tantos eventos ¿cómo tratar de cubrir todos esos aspectos que usted menciona en tan poco tiempo?

MG: Pues por ejemplo yo separaría los eventos. El DVD te da la oportunidad de hacer menús que antes no tenía el VHS, entonces yo haría pequeñas cápsulas. Si tu por ejemplo tienes 32 eventos, puedes hacer 32 cápsulas de 1 minuto e irlas enlazando con testimonios o con presentaciones o con cortinillas, que te permitan avanzar rápidamente pero que esté unidos por ligas que te permitan enlazar todo el material.

E: ¿Entonces sí considera necesario y adecuado incluir el armado de las exposiciones?

MG: Si claro porque un buen evento lleva una muy buena preparación, algo que no se ve. De hecho hay un dicho entre los que nos dedicamos a la grabación profesional y todo lo que tiene que ver sobretodo con la actividad artística, “¿cuándo tu demuestras que algo es profesional? Cuando se ve fácil de hacer“ y es que lo complicado se ve fácil. Porque ahí te das cuenta de la relevancia que tiene y del trabajo que le metieron a alguna actividad. Y también haces conciencia en la audiencia de que cuesta trabajo hacer un evento de esa magnitud, es decir le comunicas a la gente que todo requiere una preparación.

Y si la video memoria la ven, sobretodo los artistas que participaron, se dan cuenta del trabajo que hicieron, y también de cómo tuvieron que trabajar en equipo y todo lo que

tuvieron que hacer antes de llegar al escenario. Porqué, aunque no pareciera lo más fácil es subite al escenario, lo más difícil es la preparación previa.

E: Y en un video de un evento como Plataforma 2006 ¿se debe incluir lo que fue la inauguración y la clausura?

MG: Si, es parte de la memoria. Si no tienes la entrada y la salida pues no tienes armada una buena memoria, nada más estás haciendo una reseña del evento. Si es memoria debes incluir desde la apertura hasta la clausura. Es como en los Juegos Olímpicos, es lo mismo.

E: ¿Y se deben incluir también entrevistas de los espectadores?

MG: Por supuesto, como te mencionaba. Yo creo que para un evento así una cámara no te da, deben ser 3 o 4 cámaras. Por ejemplo con tres cámaras, yo pondría una en el Backstage que sería la misma que cubriría el escenario de cerca, una general o sea la cámara master que cubriría las tomas abiertas de todo el escenario; y una cámara que es la que esté grabando desde abajo, entre los artistas y el público.

En el momento que el evento termine la cámara de Backstage se va a ver las experiencias del Mimo; y mientras la del público, inmediatamente capta, pero en caliente, no se espera a que se enfríen los comentarios, en ese momento va a recolectar las experiencias del público, pero tiene que ser en el momento exacto en que se corta el evento.

E: Y hablando del manejo de la cámara ¿qué tipo de tomas y movimientos se deben utilizar en este tipo de video?

MG: Mira es una Memoria de un solo evento tienes que hacer tomas un poco conservadoras. A lo mejor hacer tomas ligeramente inclinadas, hacer unas cámaras

rápidas, a lo mejor tú caminas desde la entrada del auditorio hasta donde está la pista y después en edición le pones cámara rápida para que se vea un poco más dinámico. A lo mejor puedes montar una cámara y que se vea como llega desde la primera persona y después como se va llenando el auditorio de personas con una cámara rápida, son cosas creativas.

Ahora en un video memoria de 30 eventos, que por ejemplo dure una hora, tienes que hacerlo dinámico, no puedes hacer tomas muy largas. Ahí debes tener camarógrafos expertos, para que te lo tomen como si fuera un comercial de televisión, puros cortos, cortos y cortos; para que tu llegues y entonces saques unas tomas muy dinámicas. Porque si a ti te presentan un video de 30 eventos y no te lo muestran de una forma muy atractiva, muy juvenil, muy dinámica y con buena música, pues te aburrirías mucho.

No pueden ser tomas fijas, que es lo que hacen en muchas ocasiones. El camarógrafo debe tener experiencia previa en eventos y tener a alguien que los dirija, como un productor o un director, que les exija. Debes tener muchas más tomas que en un video de un solo evento, tienen que ser tomas más dinámicas y movidas. Puras cámaras al hombro por ejemplo.

En un video de un solo evento pues las tomas deben ser más conservadoras, varias fijas o tomas largas. Pero en este caso no, al contrario, casi debes prescindir de los tripiés. Mejor metes grúas o dollys que te permitan tener movimientos suaves de la cámara y que se desplace por el escenario o el público, que te permitan hacer tomas como de ojo de águila o un paneo pero desde otro plano, como bidimensional; que tu con tu plano puedas correr arriba de las cabezas de la gente

E: ¿Qué tan importante es la música para la realización de un video memoria?

MG: Es muy importante por que te va a marcar el dinamismo, los cortes entre las tomas. Te decía que este tipo de video con más de 30 eventos debe ser muy dinámico, y algo que va a marcar eso es precisamente la música. En este caso yo no pondría una música relajada, podría algo más juvenil, que me ayudara a marcar las tomas rápidas, sobretodo para no aburrir.

Además la música transfiere emociones, entonces si quiero reflejar que mi evento fue fresco, o divertido, o elegante, etcétera; pues la música me va a ayudar a transmitirle esa sensación al espectador.

E ¿En el momento de la postproducción, se deben utilizar transiciones, disolvencias, efectos de imagen? o ¿qué recomienda para la edición?

MG: Pues recomiendo primero una planeación exhaustiva, todo se tiene que preparar; por eso a veces el cliente no sabe por qué cuestan las cosas, por qué los videos son caros. Pero claro los videos baratos son porque no llevan planeación. Cuando tú lo planeas desde el principio, tu sabes exactamente el número de horas, la cutida de material que debes llevar, las tomas que se deben hacer.

Por ejemplo para esos 30 eventos pues mandas mínimo 30 cassettes de una hora. Y desde el principio decirle a los camarógrafos como quieres las cosas, por ejemplo que tome todo el evento de arriba a abajo pero con tomas cortas, que tome al público o que tome al Mimo de cerca, o las manos del músico que está tocando, aunque no tome una rola. Es decir que grabe dos o tres rolas para que se escuche bien el audio y después a la cuarta se cierra con los músicos o ve las reacciones del público, puro Close Up puro Big Close Up; tiene que ser un camarógrafo que vaya pero rapidíto, que te pueda sacar más tomas en menos tiempo.

E: Y en cuanto al tipo de efectos y transiciones que se ocuparían...

MG: Pues lo que yo recomendaría si va a ser un video tan largo es hacer cortes directos y disolvencias, dentro de una misma cápsula. Es decir cada cápsula, por ejemplo va a ser un minuto del Mimo, un minuto de un bailable, un minuto de un cuate con una mandolina, un minuto de una conferencia. Entonces primero acomodas tu material, primero escoges tus tomas y después haces cortes o disolvencias, pero no mucho efecto entre cápsulas porque vas a ocupar esos efectos en la transición entre cápsula y cápsula, para que la audiencia entienda que se está cambiando de evento totalmente y ahí pueden entrar

títulos de lo que vas a presentar; para que la mente humana pueda captar que estás cambiando una página de tu video.

E: ¿Cuál debe ser la duración de un video memoria?

MG: Pues variada porque muchas veces depende del cliente o en sí del propio evento. Por ejemplo en este caso te decía que puedes hacer pequeñas cápsulas de cada evento de un minuto o minuto y medio cada una, o bien hacer el video completo de media hora; pero lo importante es que sea muy dinámico, para que no aburra a la gente. No tiene caso que hagas un video que la gente no va a aguantar y que va a pausar a la mitad, es absurdo, no funcionaría.

E: ¿Algo más que le gustaría agregar?

Pues por ejemplo en cuanto a los equipos de grabación deben ser cámaras que vayan lo suficientemente preparadas, sobretodo las que va a ir con el Backstage, con la gente; que tengan luz autónoma. Es decir que al momento que ellos se tengan que desconectar o que el escenario se apague, que ellos tengan como iluminar. Y también que tengan buen audio, que vayan preparaos con un micro de mano o con un lavalier que en ese momento les permita tener un buen audio.

Y debes llevar a alguien más que haga las preguntas y que sepa como hacerlas. Y también las preguntas deben estar preparadas desde antes.

Además hay que ver cómo quiere hacer uno la video memoria, quieres que sea nostálgico, quieres que sea artístico, y ya con eso se pueden formular las preguntas. Y ya por ejemplo en la posproducción, si las personas de levantamiento de imagen y las de edición son diferentes, también debe haber una reunión previa, ellos se deben andar comunicando. Igual a veces llevarte al mismo editor a la grabación para que le diga al camarógrafo como puede trabajar con el material y se vaya dando una idea de cómo se va a ir armando el video.

Y pues al principio hay que hacer un Breakdown que es, vaciar todos los días de tus grabaciones, los tiempos, el material necesario que es muy importante. Además el

productor o el editor en dado caso si no hay productor, debe tener la capacidad de sintetizar el material, porque obviamente te van a llegar 30 horas de la calle, entonces que no se pase horas sin saber que agarrar sino que lo haga rápido, que tome a la gente cuando ríe, cuando llora, cuando brinca, cuando la gente está emocionada, cuando está bien clavada, cuando de repente sale una sonrisa espontánea o una lágrima.

Además debes tener todo bien separado por carpetas en la edición, primero de cada evento: la carpeta del Mimo, la carpeta del músico, del baile, etcétera; y después adentro de esas carpetas vuelves a hacer carpetas por ejemplo una de entrevistas, otra de aspectos generales del público, otra carpeta de Backstage y otra de música por ejemplo, porque la música de cada evento probablemente va a ser diferente. Es decir acomodar todo tu material en más para que te quede en menos. Porque mucha gente no ha grabado todavía y ya quiere tener el video editado. Y recordar la regla del 80/20. Ochenta por ciento planeación y 20% todo lo demás, que va a salir solito si de antemano hubo una buena planeación.

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA A FELIPE ÁVILA CAMACHO

PRODUCTOR DE TELEVISIÓN

E: ¿Qué características debe tener un video memoria?

FA: Las características de un video memoria deben ser, conocer a fondo biografía si es que va a ser de una persona, o la vida de una organización, la historia... no tiene una característica tan particular como los demás videos. Aquí en este caso importa también la investigación, por ejemplo en este caso de una exposición o un evento, pero la característica principal es que debe estar bien investigado. Dos, darle una secuencia cronológica, marcar el acontecimiento como fue ocurriendo año con año, mes con mes o día con día.

E: ¿Todos los eventos de una actividad como Plataforma 2006, se deben incluir en un video memoria?

FA: Pues el evento y también si es que ha habido eventos previos, poner el primero, segundo o tercero, alguna anécdota quizá, algo que destacar, algo trascendente, a las personas que se entrevistaron. Por ejemplo en este caso si es de un evento que se va a organizar pues mostrar sus características. Obviamente debemos acordarnos que lo fundamental en estos casos es establecer el guión, no podemos acudir a la grabación hasta que no tengamos el guión autorizado.

Lo que se recomienda es que tu platiques desde antes con los organizadores, que les preguntes cual es su objetivo, que tu escribas un pre guión y que se los muestres para que sobre eso puedas adaptarlo más adelante a lo que ellos te puedan autorizar. Si ellos están de acuerdo en lo que dice el guión, pues pasa. Y si no pues tienes que corregirlo hasta que te lo autoricen ellos.

E: Y por ejemplo en un evento como Plataforma 2006 con tantas exposiciones ¿es necesario cubrir todos los eventos?

FA: No puedes hacer un video tan largo. No se donde lo vayas a presentar pero finalmente un video así no debe durar más de 10 minutos. Entonces tienes que destacar lo más importante. Tal vez en grupo puedan llegar a un consenso de que es lo que ha sido lo más trascendente y ya con eso hacerlo. Porque si resaltas todo, después tienes que valorarlo porque luego puede resultar muy aburrido, o en su defecto tocarlo pero muy muy ágil.

E: Entonces ¿Cuál consideras tu que debe ser la duración de un video memoria? cumpliendo estas condiciones.

FA: Pues yo lo haría de 10 minutos máximo como te comentaba, pero para cubrir tantos eventos igual te puedes echar hasta 20 minutos. No más porque aburre. Pero en eso radica la habilidad del comunicólogo no, en tratar de sintetizar un evento de varios días en un video de 15 minutos.

E: Y pues por ejemplo para ese caso ¿crees necesario y adecuado incluir lo que fue el armado de las exposiciones?

FA: No no creo, no creo que sea el objeto. Si hubiera sido un detrás de cámaras de lo que es una exposición quizá, pero ya que sea como un reportaje complementario, o un reportaje de color complementario pero no se me hace tan trascendente. Es más si tienes mucha información es algo que te va a estorbar, lo que puedes hacer más bien es destacar solamente las exposiciones. Quizá grabar algunas tomas de cuando se está preparando pero no mencionarlo en el guión, no tiene caso.

E: ¿Y la inauguración y clausura también es necesario incluirlas?

FA: Si, aunque muy rápido, porque la esencia es aquello que te va a dar impacto como en este caso las exposiciones. Aunque si en la inauguración o la clausura hubo algo trascendente pues lo puedes poner, sino pues tocarlo como algo muy rápido, como un poco de apertura y cierre.

E: ¿Se deben incluir entrevistas de los artistas participantes y de los espectadores?

FA: Si siempre debes incluir testimoniales de la gente, cómo lo vivieron, cómo lo sintieron. Acuérdate que también hay una técnica que se llama inserts ligados, donde no se escucha tu voz sino que todo lo van narrando los mismos espectadores, personas facultadas para decirlo, expertos.

En este caso al expositor o al encargado general de evento o al público, es decir alguien te quiera y que pueda hacerte voz off y ligarlo. O también puedes hacer inserts vivenciales, que alguien te cuente que se vio muy bonito, y tu lo pones exactamente como se vio. Todo depende de cómo organices el guión, de cómo lo structures. Acuérdate que hay muchas variantes para un guión: voz off, con música es decir puro musical, con inserts ligados es decir puro testimonio, todo depende de tus prioridades, de tus alcances, de tu presupuesto también y de tu tiempo.

E: Y yendo más al aspecto técnico, ¿qué tipo de tomas y movimientos se deben utilizar?

FA: Pues todo depende, sobretodo de a quien va dirigido, eso es lo esencial. Si va dirigido a un público joven, pues lo puedes hacer muy dinámico, con movimientos de cámaras tipo tomas holandesas, más quizá que zoom back, o tilts o paneos; quizá más ladear la cámara. Si es para gente mayor a lo mejor no lo puedes hacer tan rápido, haces mejor secuencias, le metes disolvencias, o haces un poquito más largas las tomas, aunque tampoco hay que exagerar. Tienes que saber exactamente cual es el perfil de tu público, no lo puedes decidir sin saberlo porque te puedes perder.

O si lo van a ver todos, es decir gente grande y gente menor, tienes que hacerlo en un punto medio, no puedes abusar de la dinámica. Es decir lo debes armar pensando un poco más en la gente grande. Obviamente un video memoria no es tan rápido en el sentido de hacer muchas tomas alocadas, porque pierdes la esencia y pierdes el guión. Entonces lo que quieres hacer que la gente recuerde pues no lo recuerda, tiene que ser un poco más pausado.

Quizá usar muchos backs, o muchos títulos. Si es cronológico tienes que estar destacando a cada rato el año, el mes o la fase o en este caso el evento; apoyándote mucho con “la inauguración”, o “la exposición”, etcétera. Debes ocupar muchos títulos para ir reforzando, recuerda que debemos hacer también videos para gente sorda entonces lo que está sucediendo también se va reforzando con los títulos.

E: ¿y qué tan importante es la música para la realización de un video memoria?

FA: Pues marca ritmos. La música ambienta y es dinámica. Un video con música movida pues te hace pensar que el evento fue dinámico y alegre. Aunque en este caso, aunque fue un evento cultural yo no pondría música clásica, porque le haría falta un contraste. Escoger música que se adapte a las necesidades del evento, a tu público meta y a aquello que quieras transmitir con el video.

Aunque también es importante la voz en off o el audio ambiente sin ser opacado por la música, para que haga sentir a la persona que realmente está viviendo el evento. Es

decir momentos musicales con tomas y los vivenciales o en voz off o respaldarlos también con audio ambiente que es muy importante.

Es decir la música es esencial para marcar ritmos, tanto de edición como de comunicación hacia los espectadores, pero hay que saber balancearla de acuerdo a lo que quieres decir, además de juntarla con efectos, inserts y audio ambiente. Y no saturar mucho de música porque luego no se escucha lo que dicen los entrevistados.

E: Y ya que estamos hablando de la posproducción ¿ se deben utilizar transiciones, disolvencias, efectos de imagen? o ¿qué recomienda para la edición?

Quizá lo que te queda un poco más es la vuelta de página, o una cortina donde se suba o se baje la imagen o se sustituya una por otra, puesto que como es cronológico puedes utilizar la vuelta de página para pasar de un evento a otro, de una fecha a otra, hasta puedes utilizar un efecto de blanco y negro y pasar la siguiente a color. Realmente tampoco hay una estructura, es realmente como quieras tu transmitir el video, aunque ciertamente no debemos abusar de los efectos. A todos los que empezamos nos da efectitis, y queremos usar todos pero eso no es lo correcto; regularmente se mete un efecto cuando estás cambiando de tema o de subtema en este caso, entonces ocupas una vuelta de página, o puedes incluso poner un back, pero sin abusar.

E: ¿Algo más que le gustaría agregar?

Dos cosas. Uno, hay que sentirlo y dos, hay que hacerlo como nos dice la técnica, en orden. Es decir no te puedes altar la planeación, lo que implica que hagas un buen plan de producción, que hagas una buena logística, que hagas una buena elección del tema, que hagas lluvia de ideas; que puedas concensar el guión en equipo y que puedas llegar a un acuerdo con toda la gente que está implicada, que hagas primero un pre guión y después el guión, que cheques las locaciones, que cheques el material que en este caso supongo que será mucho material de archivo. Que también es importante porque si te vas a basar en material de archivo primero lo tienes que checar y ya después armar tu guión.

Entonces no hay que saltarse los pasos: Preproducción con su respectivo scouting, lo producción que te implica toda la grabación, y después la posproducción que implica el armado y el decorado, la música, no hay que abusar de la música alta y de la música cantada, hay que ir de acuerdo al ritmo de la música. Es decir vamos paso por paso sin perder de vista que la preproducción es vital.

ENTREVISTA SEMIESTRUCTURADA

Guillermo Ortega Flavio

Productor y Director Ejecutivo de VisualEstrategico

E: Para la realización de un video memoria: ¿Qué características debe tener un video memoria?

¿Todos los eventos de una actividad como Plataforma 2006, se deben incluir en un video memoria?

G: Cuando existe una gran cantidad de eventos, como sucedió en este caso, es importante que se decida junto con el cliente, cuáles son los más relevantes y entonces se les ponga mayor interés. Considero que el cliente te va a decir que quiere todo, entonces tendrás que jerarquizar de acuerdo a la importancia. Te aconsejo que cubras todos los eventos por alguna exigencia específica del cliente.

E: ¿Considera necesario y adecuado incluir el armado de las exposiciones?

G: Todo depende mucho del cliente, pero puede ser una buena estrategia para hacer una especie de intro, ahora bien, aquí si creo que sería bueno grabar sólo el montaje de las

muestras más relevantes, para no desgastarte demasiado en el armado de exposiciones que tal vez no sean tan atractivas

E: ¿Se debe incluir la inauguración y clausura?

G: Por su puesto, son elementos fundamentales, a los clientes regularmente les interesan esos dos eventos que van a marcar la historia de sus productos, es importante grabar todo y con lujo de detalles, tal vez algún evento se te vaya, pero no puedes dejar pasar la inauguración y la clausura.

E: ¿Se deben incluir entrevistas de los artistas participantes?

G: Si, posiblemente si estos son de renombre, pues aún más. Además es una forma de hacer nutrir tu video, que en realidad esté completo, además considero que es importante darle el crédito al artista y puedes vestir gran parte de la entrevista con su propio evento u obra. Además, por ejemplo, no se quien estuvo en Plataforma, pero se me ocurre que haya estado un José Luis Cuevas, bueno, pues lo entrevistas, que te platique de la obra que está presentando, sus simbolismos, lo qué significa para él, lo que quiere mostrar al público, etc, entonces cuando él te vaya platicando, pues tu vas vistiendo con sus obras y eso es más padre, porque es como explicar el producto del artista que a veces es complejo... creo que si es importante entrevistar a la gente, además de que tal vez muchos de ellos, tal vez nunca vuelvan a presentarse en un evento como estos... si debes incluirlos.

E: ¿Se deben de incluir entrevistas de los espectadores?

G: Si en menor medida que de los artistas, desde mi punto de vista, tal vez para que den su voto aprobatorio del evento, que digan que les pareció interesante, que obra o evento les agradó más, pero creo que en un video de esta naturaleza, lo más relevante será el evento mismo, no se si me explico, si, qué luzcan las exposiciones, las muestras de música, etc, y que la opinión de la gente, sólo corroboré la calidad, pero sin hacer que el evento deje de lucir, no? Si, exacto!, el evento debe ser lo más relevante, junto con sus artistas, eso es lo que yo pienso, pero te repito, siempre es importante conocer lo que el

cliente quiere. Si el dice, mucha gente, pues a hacerlo, aunque antes tal vez es importante contarle tu idea y los pros y contras.

E: ¿Qué tipo de tomas y movimientos se deben utilizar?

G: Dependerá del tipo de evento, pero para hacer lucir un video de esta naturaleza, te sugiero muchas tomas de carácter, donde se exprese lo que el público está sintiendo al ver el espectáculo o la obra... tomas tal vez no tan convencionales o encuadradas, pero variará según el evento... si es algo de música, pues entonces tenga motividad, movimiento, picadas, contrapicadas.. etc... Si es una exposición pictórica, pues tomas cerradas, tanto a las obras como a los espectadores, movimientos suaves, que te ayuden a la edición... NO se, todo dependerá del tipo de evento, pero eso podría ayudarte.

E: ¿Qué tan importante es la música para la realización de un video memoria?

G: Mucho, porque la música en un video, es la que te da pautas para seguir viéndolo, o cambiarle... además puedes aprovechar la música de los propios eventos para vestir tu material, ahora si no hubo música, te aconsejo utilizar música original, para evitar broncas de autor, además de que no debe ser comercial y si debe impactar e ir de la mano con lo que estás vistiendo... que se unan, que te lleve de la mano junto con las imágenes para recordar los momentos y decir, guau!. Eso me gusta, estuvo padre el evento, recuerdes y te den ganas de volver a otro evento de es la misma naturaleza. La música es fundamental y es el 50% del éxito de tu video.

E: En el momento de la postproducción, se deben utilizar transiciones, disolvencias, efectos de imagen, o qué recomienda para la edición.

G: Si, puedes utilizar transiciones o disolvencias y éstas deben ir al ritmo de la propia música de fondo, por eso te decía que es muy importante cuidar este aspecto, porque de lo contrario no tendrá ritmo. LO que si es que te aconsejo no abusar de las transiciones o

wippers, porque ya no se usan, los universitarios recurren mucho a eso, porque les parecen atractivos y más si descubren que hay algunos muy locos, pero todo depende del estilo de tu video. Algo más corporativo, pues deben tener cierta seriedad y no recurrir a efectitos, colorcitos y esas cosas...hay que hacerlo más formal, pero no rígido, me explico?, hay que hacerlo con calidad en imagen y audio, que es el que te dirá cómo hacer la edición.

E:¿Cuál debe ser la duración de un video memoria?

G:No hay una duración específica, puede ser media hora, una hora, dos horas... depende de tu propia edición, podría ser por capítulos... no se, dentro de tu propio DVD haces un menú, donde muestres la inauguración completa, la clausura, lo mejor de los eventos, y a parte haces un resumen de unos 15 min, podría ser, o menos, no se dependiendo.. entonces son sólo tienes un video de todo, si no por separado ... eso podría ayudarte con la cuestión tiempo.

E:¿Algo más que le gustaría agregar?

G:No, pues sólo que este tipo de videos, no es fácil de producir, pero son muy relevantes hoy en día, a las empresas, instituciones o a las mismas personas, les interesa tener en video la memoria de sus eventos, que al mirar, puedan volver a recordar lo que ahí sucedió, por eso deben estar bien producidos, para que les den ganas de ver y volver a ver lo que un día sucedió. Entonces hay que hacerlos emotivos, dinámicos, completos y sobre todo de calidad en todos los sentidos.

LISTA DE REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS Y ELECTRÓNICAS

1. Biagi Shirley (1999) Impacto de los medios, THOMSON: México
2. Dancyger, Ken.(1999) Técnicas de edición en cine y video. GEDISA: Barcelona
3. Durán. R. (1998) Los videoclips: precedentes, orígenes y características.
Universidad Politécnica de Valencia: España
4. Flichy, P. (1999) Las multinacionales del audiovisual. GUSTAVO GILI: Barcelona
5. Lozano Rendón, José Carlos (1997) Teoría e investigación de la comunicación de masas. ALHAMBRA: México
6. González Treviño, Jorge Enrique.(2000), Televisión y comunicación : un enfoque teórico-práctico. PEARSON: México, D.F
7. Kreps Gary (1995) La comunicación en las organizaciones. Addison Wesley Iberoamericana. USA
8. Moragas de Spa Miguel (1994) Sociología de la comunicación de masas.
GUSTAVO GILI: Barcelona
9. Media Collage (2003) Antología Pasos para la producción audiovisual
10. Tostado Span Verónica, (1995), Manual de producción en video: un enfoque integral, ALHAMBRA MEXICANA: México.
11. Wolf, Mauro (1996) La investigación de la comunicación de masas: críticas y perspectivas. PAIDÓS
12. Yurén, Adriana (1994) Conocimiento y comunicación. ALHAMBRA: México