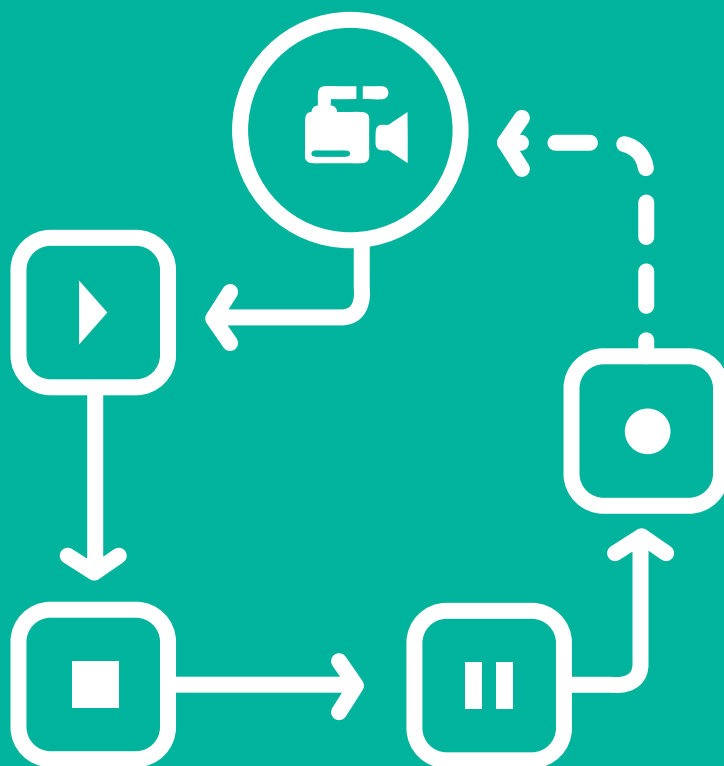


# Video pro.seso

Del guion a la realización de videos creativos

Mario Gutiérrez







# **Video pro.seso**

Del guion a la realización de videos creativos



Mario F. Gutiérrez Olórtegui

# Video pro.seso

Del guion a la realización de videos creativos



Universidad de Ciencias  
y Artes de América Latina

**BIBLIOTECA NACIONAL DEL PERÚ**  
**Centro Bibliográfico Nacional**

778.59  
G96  
Gutiérrez, Mario, 1956-  
Video pro.seso: del guion a la realización de videos creativos / Mario F. Gutiérrez Olórtegui.-- 1a ed.-- Lima: Universidad de Ciencias y Artes de América Latina, 2017 (Lima: Tarea Asociación Gráfica Educativa).  
279 p.: il. col.; 24 cm.

Glosario: p. 264-269.  
Bibliografía: p. 278-279.

D.L. 2017-15506  
ISBN 978-612-47441-1-2

1. Grabaciones en video - Producción y dirección 2. Cortometrajes - Producción y dirección 3. Video digital - Producción y dirección 4. Video digital - Edición 5. Procesamiento de imagen - Técnicas digitales I. Universidad de Ciencias y Artes de América Latina II. Título

**BNP: 2017-2906**

© Mario Fernando Gutiérrez Olórtegui, 2017

© Universidad de Ciencias y Artes de América Latina – UCAL  
Av. La Molina 3755, Sol de La Molina, La Molina, Lima – Perú  
[www.ucal.edu.pe](http://www.ucal.edu.pe)  
[publicacionesucal@ucal.edu.pe](mailto:publicacionesucal@ucal.edu.pe)

Primera edición  
Lima, diciembre de 2017  
Tiraje 500 ejemplares

**Comité Editorial UCAL**

Carla Olivieri, María del Carmen Llontop, Mario Gutiérrez,  
Oscar Mas, Rudolf Giese y Marco Vidal

Hecho el depósito Legal en la  
Biblioteca Nacional del Perú N° 2017-15506

**Edición y corrección de estilo**  
Jesús Crisólogo Galván

**Diseño de carátula**  
Christian Ayuni

**Diseño y diagramación de interiores**  
Gonzalo Nieto Degregori

**Fotografía e Ilustraciones**  
Arístides Díaz Arredondo

**Impresión**  
TAREA, Asociación Gráfica Educativa  
Pasaje, María Auxiliadora 156, Breña  
Publicado en diciembre de 2017  
Impreso en el Perú / Printed in Perú

A Cássia  
La estrellita que llenó mi vida  
y a su luz... que continua iluminándola





# Índice

<b>Agradecimiento</b>	<b>13</b>
<b>Prólogo</b>	<b>15</b>
<b>Introducción</b>	<b>17</b>
<b>MÓDULO I</b>	<b>19</b>
<hr/>	
Capítulo I	
<b>El arte de la imagen y el video en la era digital</b>	<b>21</b>
1.1 La imagen y el video explicado a los niños	21
1.2 El pro.seso creativo en la elaboración de la imagen y el video	23
1.3 La tecnología hecha imagen y sonidos	25
1.4 De lo analógico a lo digital	27
1.5 Las transformaciones expresivas de lo digital	29
1.6 Las transformaciones de lo digital en los medios	30
1.7 Cambios en los procesos de realización del video	32
1.8 Cambios en los procesos de producción del video	34
<hr/>	
Capítulo II	
<b>La metodología del pro.seso creativo aplicada al video</b>	<b>37</b>
2.1 Del videomaker al youtuber	37
2.2 El pro.seso creativo aplicado al video	39
2.3 La creatividad del video pro.seso	52
2.4 El video pro.seso como transformación creativa	53
<hr/>	
Capítulo III	
<b>El video cuenta historias creativas</b>	<b>55</b>
3.1 Comunicación y expresión en el video pro.seso	55
3.2 La narración como video pro.seso creativo	60
3.3 Comunicación y narración en el video pro.seso	61
3.4 La comunicación y el mercado del video	66
<hr/>	
Capítulo IV	
<b>La cámara sirve para narrar</b>	<b>73</b>
4.1 La cámara y la narración con imágenes	73
4.2 Los planos	77
4.3 Los movimientos de la cámara	79
4.4 Los ángulos	81
4.5 La composición del encuadre	83

4.6	El rol del camarógrafo	85
4.7	Los lentes	86

---

<b>MÓDULO II</b>	<b>91</b>
------------------	-----------

---

Capítulo V

<b>El sonido crea atmósferas y sensaciones</b>	<b>93</b>	
5.1	El sonido como lenguaje	93
5.2	La creatividad en el sonido del video	94
5.3	La grabación del sonido directo	95
5.4	El rol del sonidista	95
5.5	Los micrófonos	97
5.6	Los ruidos	98
5.7	El registro de diálogos y entrevistas	99
5.8	La musicalización	100

---

Capítulo VI

<b>El reportaje y la entrevista</b>	<b>103</b>	
6.1	La aventura del reportaje	103
6.2	La creatividad en la producción de reportajes y documentales	106
6.3	Tipos de reportajes según su estructura, estilo y lenguaje	107
6.4	Elementos del reportaje	109
6.5	La realización del reportaje creativo	111
6.6	Producción del reportaje	113
6.7	El camarógrafo de reportajes	114
6.8	El editor de reportajes	116
6.9	La entrevista y el arte de preguntar	119
6.10	Los tipos de entrevista	122
6.11	Cómo elaborar una entrevista	123

---

Capítulo VII

<b>Los tres momentos de la producción</b>	<b>127</b>	
7.1	La creatividad en la producción de video pro.seso	127
7.2	Las etapas de producción del video pro.seso	128
7.3	La preproducción	131
7.4	La producción	135
7.5	La postproducción	138

---

Capítulo VIII

<b>De la estructura narrativa del guion</b>	<b>143</b>	
8.1	La dramaturgia audiovisual	143
8.2	La creatividad estructura la narrativa del video pro.seso	144
8.3	La dramaturgia es la forma en que la acción inspira la ficción	145
8.4	La acción dramática	147
8.5	El conflicto dramático	148
8.6	La trama y el argumento	149
8.7	Los personajes en acción	150

8.8	La estructura narrativa	151
8.9	Los géneros audiovisuales	152
8.10	Los formatos del video	153
8.11	Los formatos televisivos	155
8.12	Construyendo guiones	157
8.13	Etapas para la construcción de un guion	158

---

Capítulo IX

**Creación de personajes y dirección de actores** **171**

9.1	La creación de personajes	171
9.2	La creatividad en la construcción de personajes	172
9.3	La construcción de personajes	174
9.4	El casting de actores	175
9.5	El ensayo con actores	177
9.6	La actuación y la interpretación	178
9.7	La dirección de actores	180
9.8	Recomendaciones para dirigir actores	181

---

**MÓDULO III** **183**

Capítulo X

**La dirección fotográfica y la iluminación** **185**

10.1	Los principios de la luz	185
10.2	La creatividad en la dirección de fotografía	186
10.3	La fotografía es a la vez un arte y una técnica	187
10.4	La luz crea atmósferas y encuadra la realidad	188
10.5	El director de fotografía y su equipo	189
10.6	Los factores de la luz	191
10.7	El triángulo fotográfico: premisas básicas para iluminar un personaje	194
10.8	¿Cómo iluminar a dos personajes?	196
10.9	¿Cómo iluminar a más de dos personajes?	197

---

Capítulo XI

**La dirección de la realización** **199**

11.1	La realización del video pro.seso	199
11.2	La creatividad en la dirección	200
11.3	Las funciones del director	201
11.4	La idea que guía al director	201
11.5	La necesidad de un guion técnico	202
11.6	La importancia de una buena locación	202
11.7	Un rodaje es como cocinar	203
11.8	El encuadre como referente	204
11.9	Elegir el plano es un momento creativo	205
11.10	La técnica del plano master	206
11.11	La técnica de la toma triple	207
11.12	Los movimientos de cámara	208

11.13 Los ángulos y el encuadre	209
11.14 La toma es una síntesis	210
11.15 La puesta en escena	211
11.16 La continuidad de la acción	211
11.17 El tiempo progresa siempre en un lugar o espacio	212
11.18 El nuevo realizador: el videomaker	214
11.19 Los pecados del videomaker	215

---

## Capítulo XII

<b>El rodaje o grabación del video pro.seso</b>	<b>217</b>
12.1 Dirigir un equipo de rodaje	217
12.2 El equipo de dirección	218
12.3 El equipo de imagen y sonido	221
12.4 El equipo de producción	225
12.5 El equipo de postproducción	227
12.6 La dinámica integral del video pro.seso	228
12.7 Los problemas más comunes en el video pro.seso	230

---

## Capítulo XIII

<b>La edición del video pro.seso es ritmo y narración</b>	<b>233</b>
13.1 La edición como un todo creativo	233
13.2 La creatividad en la fase de edición del video pro.seso	234
13.3 Edición y narrativa	235
13.4 Funciones de la edición	236
13.5 Etapas previas al proceso de edición	238
13.6 Tipos de edición	239
13.7 Estructuras de edición	240
13.8 Transiciones de edición	241
13.9 La edición de la imagen	242
13.10 La edición es ritmo	244
13.11 El tiempo y el espacio en acción	246
13.12 La edición no lineal	247
13.13 El sonido en la edición digital	247
13.14 Créditos y agradecimientos	248

---

## Capítulo XIV

<b>La promoción y distribución del video</b>	<b>251</b>
14.1. Creatividad, distribución y mercado del video	251
14.2. El <i>dossier</i> de prensa	252
14.3. Los festivales de video, cortos y largometrajes	254
14.4. Los mercados de distribución	255
14.5. El video en la plataforma <i>transmedia</i>	257
14.6. Derechos de autor y propiedad	259

<b>Glosario de términos</b>	<b>262</b>
<b>Anexo</b>	<b>268</b>
<b>Referencias</b>	<b>276</b>

# Agradecimientos

Mi primer reconocimiento es para todos mis colegas, colaboradores y amigos que a lo largo de los años asumieron el rol de inspiradores de la creación, producción y reflexión de diversas realizaciones en video donde fui productor y realizador.

A los directivos del Instituto *Video Tiers Monde*, de Canadá, que me encargaron la organización y realización de varios talleres y laboratorios de capacitación en video en diversos países de Latinoamérica, donde experimenté las posibilidades creativas del video pro.seso.

A mis compañeros de la *ACS. Calandria*, cuna de mis inicios como camarógrafo, entrevistador y realizador de videos y documentales sociales, y donde aprendí del compromiso y la capacidad creativa del video para educar y capacitar.

A mis alumnos, asistentes y jefes de práctica de las diversas universidades donde enseñé y que me acompañaron en numerosos cursos y talleres de narrativa y video, y desde donde entendí el potencial del video creativo para trascender las reglas, pero sin obviarlas.

Finalmente, mi especial gratitud a UCAL, la Universidad de Ciencias y Artes de América Latina, promotora de la metodología pro.seso creativo y de este texto reflexivo, práctico e ilustrado, que espero contribuya a la enseñanza del cine, la comunicación audiovisual y la realización de videos, y que además acompañe a los nuevos realizadores en su largo camino hacia el perfeccionamiento profesional.

A todos ellos y a los que no menciono por falta de espacio o memoria, pero que forman parte de mi vida y de mi experiencia profesional, y a todos los que han contribuido a modelar este texto, con sus ideas, sugerencias y propuestas, a todos... gracias.



## Prólogo

El relato audiovisual viene siendo estudiado y analizado desde hace varios años por muchos autores que tratan de encontrar qué está detrás de ese enigma que nos hace, como espectadores, ser devorados emocionalmente por una película, el episodio de una serie o cualquier otra historia que utilice la combinación de imágenes y sonidos para narrar. Estos autores tienen en común el arte y la técnica de desglosar cada enigma en un cúmulo de reglas ordenadas con la mayor claridad posible.

Desde hace más o menos 18 años empecé el camino de ser un narrador audiovisual. Eso sí, uno que deseaba obstinadamente estar desvinculado y alejado de las formas ortodoxas y de lo que “funciona” para los autores clásicos del cine de Hollywood. Siempre busqué la manera de contar historias que se conecten más con mi yo interior y con mi propia estética de narración, es decir, con el real compromiso de contar mi historia, desde cada pequeño espacio de ese guion que sale de adentro, hasta lo más verdadero que puedo ser cuando cuento.

Ahora bien, de un tiempo hacia acá vengo construyendo muchos relatos audiovisuales que tienen un rigor mayor: aquel que disfruta el gran público. Sí, hay un rigor mayor en las maneras de contar que están amarradas a un género y al gusto de un público amplio, diverso y, por lo tanto, muy exigente.

Ahí, en ese proceso de contar, descubrí que todas esas películas que consideraba “menores” vienen siendo narradas por personas que conocen demasiado las técnicas y muy bien su oficio, ya que, como decimos arriba, el público amplio es muy exigente. Es en esos escenarios que los realizadores no debemos perder la libertad, sino que debemos mantener el espíritu libre, pero para los receptores. Debemos adecuarnos a ellos y, desde ese lugar, convertirnos en excelentes narradores sin perder la mirada personal ni el espíritu



de búsqueda en cada línea del guion y mucho menos, perder ese yo narrador que tenemos dentro todos aquellos que nos dedicamos a esta hermosa profesión.

Este texto que leerás te propone ser una guía, un manual. Pero ¿cómo se puede hacer cine o contar historias que nacen de la libertad con la ayuda de un manual? Sí, hace 18 años yo pensaba lo mismo. Pero, este libro te ayudará a contar esas historias que no permiten que esa libertad se disipe o disperse, sino que ayude a ordenarla, a manejar sus partes en aras de que tus historias lleguen con mayor contundencia a públicos muy amplios para satisfacer tus necesidades artísticas y las necesidades de “lectura” de ese público exigente.

Es así que este manual, a tu edad o a la mía, resultará de mucha utilidad y, si somos más inteligentes, volveremos a él cuando sintamos que ya no lo necesitamos, porque cuando un narrador siente que no necesita más herramientas... es porque las necesita con suma urgencia.

FRANK PÉREZ GARLAND GAMIO  
La Molina, 20 de octubre de 2017.

# Introducción

No se puede esculpir una escultura sin antes saber cómo se trabaja la piedra o la arcilla. No se podría pintar un cuadro, sin antes aprender de las posibilidades del color y la textura que cada material brinda. De la misma manera, no se puede pensar en escribir un guion o realizar un video, sin antes entender sus fundamentos narrativos, sus procesos de creación y sus posibilidades de lenguaje a través de la imagen y el sonido.

Este libro es un texto práctico-reflexivo y a la vez una guía didáctica para los realizadores de videos o cortometrajes que se inician en el proceso creativo de contar historias y elaborar mensajes audiovisuales. Es un compendio de ideas, conceptos y ejemplos necesarios para crear, creativamente, productos audiovisuales que no quieren repetir estereotipos o caer en errores elementales.

Se trata de un repertorio que propone tomar la metodología del proceso creativo, para entender y desarrollar proyectos y convertirlos en entrevistas, reportajes, cortometrajes y puestas en escena, que logren llegar eficientemente al público y orientar a *videomakers* y *youtubers* a ser grandes realizadores y productores cinematográficos.

Mi labor como realizador, aunada al trabajo de capacitador en video y de docente universitario, me dieron el incentivo para entender la necesidad de publicar este material de referencia dirigido a todo aquel que quiera o necesite de una guía conceptual y práctica sobre la narrativa y la realización de videos.

El texto se basa en la metodología proceso creativo, concebida en UCAL, para generar ideas innovadoras y realizar productos que den solución a problemas y necesidades de expresión. A partir de ahí, se genera empatía con el público, con el usuario o cliente, para entender sus dificultades, necesidades y deseos, y se genera una interacción fundamental en la comunicación, independientemente del video que se elabore. Esto se complementa con el trabajo en

equipo, ya que ello, en toda realización de cine, video o proyecto audiovisual se exige poner en valor: la capacidad del colectivo para aportar identidad y singularidad.

Esta guía de narración, realización y producción consolida los procedimientos, formas y modos con que el video se erige hoy como medio de comunicación creativo y eficaz. Por ello se ha estructurado en tres módulos didácticos, cada uno de los cuales se divide en capítulos y a su vez, en temas específicos del proceso creativo de producción y realización de videos.

**El primer módulo** desarrolla las premisas que se deben considerar para entender la metodología del proceso creativo aplicado a la producción y realización de video. Aborda el cambio de lo analógico a lo digital y las nuevas posibilidades de la imagen y el sonido para transformar ideas, guiones y proyectos en estructuras narrativas y producciones de información o ficción.

**El segundo módulo** desarrolla la etapa de investigación bajo el formato y características de la entrevista, en donde se plasman elementos claves para la realización, tanto de reportajes como documentales, y se articulan con el proceso integral de la producción de videos. De esta investigación deriva la fase para estructurar la narrativa a través de la elaboración creativa del guion, entendido como el arte de contar historias a través de personajes en acción y emoción dramática.

**El tercer módulo** plasma el proceso de dirección y realización de video bajo la metodología proceso creativo, donde el guion se pone en escena a través de secuencias y planos para comunicar las ideas y emociones. Fase que integra la dirección de fotografía, la dirección artística y la dirección de producción y se sintetiza en la etapa de edición y postproducción.

Con estos tres módulos desarrollados en catorce capítulos, se sintetiza el proceso de realización bajo una lógica y metodología que trasciende lo tecnológico y articula la técnica necesaria con el conocimiento, la experiencia, la creatividad y el arte de contar historias, buscando, tanto representar la realidad, como reinventarla a través del proceso creativo y la comunicación.

# Módulo I

---



# El arte de la imagen y el video en la era digital

### 1.1 La imagen y el video explicado a los niños

Un recordado profesor de mi época estudiantil nos explicó de una manera muy particular la magia que contenían las imágenes: “Cierren los ojos, nos decía, e intenten proyectar una imagen al interior de sus ojos, de sus párpados. Imaginen una playa, el mar, la arena y la gente tomando sol. Seguramente no tendrán que moverse ni un centímetro para estar ahí y sentirse en ese lugar. Pero, si quieren comunicar esas imágenes interiores, si quisieran mostrarlas o transmitir las a otros, con seguridad tendrían problemas y apelarían a muchos recursos, medios y tecnologías para hacerlo”<sup>1</sup>.

Proyectar nuestras imágenes interiores y plasmarlas en una pantalla será siempre el gran reto del hombre frente a la naturaleza de su imaginación. Sea cual fuere el origen de las imágenes, lo que queda claro es que los seres humanos no tienen ninguna posibilidad de poder visualizar alguna de ellas, ni proyectarlas ni tampoco compartirlas, sino es a través de procesos, medios y tecnologías.

La naturaleza nos ha dado apenas un aparato fonético para articular palabras, expresar pensamientos y deseos, pero no nos ha proporcionado un proyector o pantalla en la frente para mostrar nuestras imágenes interiores, por ello necesitamos de la tecnología, los medios y del lenguaje audiovisual.

En síntesis, debemos asumir que la imagen fue y será siempre un artificio, un recurso del cual nos servimos para simular algo a lo

---

1. Homenaje a mi maestro Paco Pinilla, profesor de Realización de cine en la Universidad de Lima, en 1979.

que no se puede acceder directamente. Eso explica por qué Platón (1992), en su *Alegoría de la Caverna*, describió la imagen y a su representación desde una enfoque puramente racional, como una ilusión, un engaño de la apariencia y de falsedad. Pensamos que esa misma imagen simulada, esa “apariencia” plasmada en lo icónico, es la que hoy migra y se traslada a la llamada realidad virtual, interactiva y digital.



Con la fotografía, la obsesión del ser humano por capturar la realidad y plasmar su imaginación en imágenes, se hizo realidad.

El video se convierte en el principal medio de la era digital, para captar la realidad y proyectar historias, personajes y paisajes imaginarios.



En la evolución histórica, la fotografía es la primera técnica que permitió reproducir la realidad a través de la imagen. Cámaras,

lentes, películas y cintas magnéticas han sido los instrumentos usados tradicionalmente para representar con imágenes la realidad. Hoy esos recursos han sido remplazados por scanners, lectores ópticos, procesadores y placas de captura para instrumentalizar la llamada era digital.

Hoy, lo digital no es solo una nueva tecnología o una actualización instrumental de los viejos medios como muchos creen, sino un paradigma social y cultural, un proceso de comunicación y de información más eficiente, más rápido, con mejores recursos y con la más alta calidad para que sigamos expresándonos con imágenes y sonidos. El video digital es, por tanto, una nueva y mejor manera de producción audiovisual, ya que permite nuevas formas de intercambio de imágenes y sonidos a escala global y en tiempo real, por lo que debemos saber entenderla y usarla.

La imagen nunca podrá disociarse de la técnica que la realiza ni de sus formas de expresión. La imagen no puede plasmarse sin tecnología, pero tampoco reducirse solo a ella. Toda imagen está asociada a un conocimiento específico, a una cultura y a la manera en que el hombre se relaciona con el mundo.

Esa relación con el mundo es la condición esencial para entender el video en la era digital, para usarlo en la recreación de nuestras imágenes interiores, y no solo “para verla”, sino, como dijo un alumno del viejo profesor: “para sentirla con nuestros propios sensores”.

## 1.2 El proceso creativo en la elaboración de la imagen y el video

El proceso de elaborar y proyectar una imagen parte de nuestra capacidad de percibir y transformar nuestra experiencia y conocimiento en una propuesta narrativa y expresiva para los demás. En términos abstractos, todo proceso creativo es humano y parte de nuestra sola capacidad de pensar y de procesar nuestra inteligencia.

Existe una única inteligencia, entendida como aquel potencial cognitivo que podemos aplicar a diferentes circunstancias, pro-



blemas o situaciones. Es una capacidad de adaptación propia del ser humano. La educación en la Universidad, por tanto, tiene la tarea de desarrollar esa inteligencia, perfilando una especialización desde algún campo concreto de la actividad humana.

Estas aplicaciones y especializaciones nos llevan a entender la creatividad aplicada a lo audiovisual, es decir, a la inteligencia lingüística, musical y espacio-visual. Bajo estas premisas podemos hablar de talentos y potencialidades que tenemos previamente para desarrollar narraciones con imágenes y sonidos.

Asimismo, hay varias formas de utilizar la inteligencia, aunque no todas salen de la tradición y de lo establecido para hacer propuestas creativas, pues existen muchas maneras de flexibilizar nuestras capacidades audiovisuales y de producir videos creativos.

Partiendo de la percepción, como un proceso que obtiene información del entorno y de fuentes de conocimiento y experiencias de otros, podemos entender que no se trata de reproducir o imitar esta realidad rígida y objetiva, sino una nueva creación de la mente. La percepción no es solo lo que captan nuestros sentidos, sino la forma en que nuestro cerebro interpreta el entorno de cada uno y el mundo que lo rodea.

La forma en que transformamos lo que percibimos se basa en el lenguaje. Un lenguaje que es, a la vez, de imágenes, de textos y de sonidos. El lenguaje audiovisual entendido así es usado para representar creativamente los objetos e ideas que recibimos, transformando la propia realidad y representándola para otros.

El lenguaje de imágenes y sonidos es, por tanto, un sistema de simbolización que mantiene una interdependencia constante con el pensamiento creativo. Las personas creativas piensan en imágenes más que en palabras. Einstein solía decir que la representación en imágenes era la mejor forma de llegar a descubrir algo. El genio tenía tanta imaginación, que por ejemplo se imaginó en un viaje a la velocidad de la luz, subido en un átomo, viendo por la ventanilla. Es decir, la imaginación de plasma en el lenguaje de las imágenes y este, en la expresión creativa.

### 1.3 La tecnología hecha imagen y sonidos

El video ha demostrado desde su aparición, cuando se inventa el magnetoscopio AMPEX en 1956, que es un medio autónomo y versátil que no solo contribuye a dar rapidez al periodismo e innovación a la televisión, sino que también ofrece nuevas perspectivas a cientos de videoartistas y realizadores que han encontrado en este medio posibilidades inéditas de expresión y narración.

Ese origen, tanto técnico como creativo del video, no solo se mantiene en el tiempo, sino que hoy más que nunca se consolida como una inigualable herramienta de comunicación, información, expresión estética, educación e intervención social a escala global.

Está claro que hoy el video ha entrado con fuerza a la era digital y, con ello, a una nueva era de representación y realización de imágenes y sonidos. En el contexto actual, los públicos ya no son simples espectadores, sino usuarios interactivos que perciben la imagen no solo como analogía de la realidad, sino como referente de posibilidades de significación, de inmersión y de sensorialidad en esa aún inexplorada realidad virtual.

Lo digital es el aporte más original y poderoso de la historia reciente de lo audiovisual, pues rompe con los paradigmas analógicos del espacio-tiempo y, en especial, con las formas tradicionales de narrar y expresar audiovisualmente.

Hoy lo digital está generando nuevas, infinitas y disímiles maneras de producir, expresar y consumir los medios. La diversificación de la información, la multiplicidad de los recursos y la transformación del espectador en productor de sus propios videos generó una nueva figura, la del videomaker y más recientemente, la del youtuber o del videoblogger, un comunicador empírico que logra vincular al usuario cotidiano de internet con las capacidades de un realizador multifacético e innovador.

En esta nueva era, el espectador ha dejado de lado su pasividad contemplativa y, el productor, sus rutinas mediáticas para potenciar la interacción de ambos roles en la recreación de nuevos modos de percepción de lo real y en la proyección de formas virtuales e

interactivas. Una dinámica innovadora que se refleja en la fusión acelerada de los diversos géneros, en la multiplicación infinita de las posibilidades de manipulación de la imagen y el sonido, y en la transformación de lo racional-objetivo en lo emocional-subjetivo.



La multi-pantallas representan una de las características de la era digital, diversificando los canales y el acceso a diversas plataformas.

Los medios móviles convirtieron el espacio-tiempo en muchos espacios al mismo tiempo, transformando al consumidor en un prosumidor.



¿Cómo condicionan lo digital y el mercado global las nuevas formas de producir lo audiovisual? ¿Qué nuevos lenguajes marcan las formas de expresión de lo audiovisual? ¿Qué nueva cultura visual se está formando en las nuevas generaciones? Reflexionar sobre las tendencias de los lenguajes y narrativas audiovisuales debe llevarnos a entender las nuevas posibilidades que tenemos hoy los comunicadores para expresar el imaginario cultural y conectarnos con él. Hoy el mundo es percibido, de una u otra manera, con otra sensorialidad y, por lo tanto, con una condición humana que nos exige también expresarnos de forma más inmediata, más natural, más personalizada.

Es imposible negar que lo digital haya creado una nueva cultura de percepción y, por ende, de realización audiovisual, particularmente en un medio tan versátil y autónomo como el video. Por tanto, la videografía ha transformado radicalmente su lenguaje, sus formas de narrar y su propia manera de expresarse audiovisualmente.

Desde las cámaras de los celulares y smartphones, hasta los programas de edición caseros, desde las tablets y redes sociales, hasta los más sofisticados softwares de realidad aumentada, la constelación de posibilidades que lo digital nos brinda hoy no solo significa un vasto potencial de recursos para generar relatos, sino, principalmente, un casi ilimitado universo de nuevos procesos de comunicación interpersonal y conexión global.

## 1.4 De lo analógico a lo digital

Para puntualizar nuestra visión de lo digital es clave recuperar la historia de las técnicas de reproducción de las que nos hablaba Benjamín (1973), quien nos recuerda que las imágenes técnicas surgen en el Renacimiento, cuando los artistas buscaban técnicas para mantener la objetividad y la coherencia entre la realidad y correspondiente imagen.

Para los renacentistas la imagen tenía que ser fundamentalmente objetiva, pues se pensaba que esta venía siempre de afuera y, por ello, podía ser capturada y reproducida bajo el imperio del realismo absoluto. La fotografía fue hija directa de esa lógica renacentista. La imagen era una analogía de la realidad. Lo analógico fue siempre la copia y la reproducción más cercana de lo real.

El arte moderno, por el contrario, intentó por todos los medios separarse de esa imagen realista, de esa reproducción analógica. Así la música del siglo XX también pugnó por apartarse de la tonalidad y la armonía a través de la abstracción, y la literatura y luego el cine pasaron del realismo a la ficción construyendo relatos de ensoñación e ilusión.

El video digital, entonces, se presenta como un modelo de ruptura con lo real, ya que al tener como esencia las combinaciones algorítmicas de ceros y unos —de impulsos que sintetizan la

información en abrir y cerrar en *inputs* y *outputs*—, las posibilidades de llegar al realismo más absoluto o a la abstracción más extrema son las mismas.

Hoy se pueden desintegrar totalmente las imágenes captadas por una cámara y reintegrarlas nuevamente para simular aquella realidad que la misma cámara captó. Lo digital es una simultaneidad entre lo objetivo y subjetivo, que crea una imagen que es y no es al mismo tiempo, una ilusión real y una realidad simbólica.



El entretenimiento audio-visual también ha experimentado grandes cambios en los públicos, pasando de la simple proyección de imágenes, a la producción de sensaciones inmersivas.

El futuro de la imagen es la inmersión total, donde el espectador ya no contempla sino que vive la experiencia de la imagen y el relato.



En lo digital, el camarógrafo ya no solo controla el diafragma sino que es capaz de crear una imagen que no necesariamente se capta con el lente. El editor ya no hace un montaje de imágenes previamente grabadas, sino que puede crear realidades a partir de referencias geométricas, por ejemplo, desde la animación o los efectos visuales. El sonidista, el fotógrafo, el director, y hasta el actor se enfrentan a nuevos roles marcados por lo digital, con lo cual hacen de su actividad una dinámica de combinaciones y de interminables posibilidades.

### **1.5 Las transformaciones expresivas de lo digital**

La revolución digital ha globalizado los mercados y transformado las formas de producción audiovisual y esto obliga a los profesionales de la comunicación a desarrollar habilidades innovadoras para generar nuevos procesos de comunicación.

Está demostrado históricamente que, en la comunicación y en las relaciones humanas, cada nueva tecnología impone modos distintos de relacionarnos e instala una cultura diferente para informarnos, educarnos, entretenernos y hacer negocios. Con lo digital se universaliza la interactividad, se fusionan los formatos y se otorga un ritmo vibrante a la comunicación.

Los usuarios de este novedoso sentido de lo audiovisual se involucran en el ámbito de lo digital para el intercambio de información, bienes y servicios. Por ello, lo que realmente está en juego no es la tecnología, sino las formas de producción y producción de contenidos.

En ese sentido, lo audiovisual digital también genera un modo novedoso de hacer negocios que se caracteriza por la descentralización del espacio y la simultaneidad del tiempo, por lo que con esta nueva lógica no se trata de usar la técnica sino de repensar el presente y el futuro de la imagen a la luz de su estética y narrativa.

Así, entre lo digital y las nuevas formas de percepción de la imagen se dan cambios en el lenguaje audiovisual que es preciso reconocer para actualizar nuestros criterios de expresión y narración.



Narrar una historia es contar algo sobre la vida, un afán que acompaña al hombre por siglos. Siempre las narrativas y estéticas han marcado las acciones e identidades de todas las sociedades y por ello el contar historias... por tanto, sigue siendo la gran misión de los comunicadores el cómo contar historias.

Solo debemos intentar narrar de otras maneras, experimentar, probar y desarrollar lenguajes de la imagen y el sonido digital para así llegar a los nuevos públicos desde sus percepciones, gustos y deseos.

La expresión audiovisual es, por tanto, una producción cultural que vincula las imágenes con la vida, y en esa relación se revelan nuevas sensibilidades, conceptos estéticos y formas de comprender el mundo. Estos nuevos sentidos dan forma a la expresión audiovisual que se puede organizar en tres grandes rubros: los medios, los lenguajes y las narrativas.

## 1.6 Las transformaciones de lo digital en los medios

### ■ Lo multimedial

Es la forma de entender hoy lo audiovisual. Los antiguos medios, como el cine, la televisión o la prensa se fusionan en lo audiovisual y sus recursos convergen en su uso y consumo, más allá de sus soportes analógicos.

### ■ Lo multimedia

Lo digital ofrece plataformas y programas cada vez más sofisticados en sus posibilidades e ilimitados en sus formas de combinación y realización.

### ■ Lo virtual

Las posibilidades de simulación que genera lo digital apuntan a la inmersión, la navegación y la sensorialidad para la construcción de ambientes virtuales, objetos artificiales y sujetos de apariencia real.

### ■ La interactividad

Más allá de la acción y reacción, se trata del control que en lo digital tienen los usuarios sobre formas y contenidos, lo

Lo sensorial define una comunicación que ya no será más la de los botones y las pantallas sino la de la interactividad y virtualidad.



que transforma las relaciones, las estructuras de los relatos y los sentidos de los acontecimientos, personajes y objetos.

■ **La heterogeneidad**

La diversidad es el signo de nuestro tiempo. El mundo es ahora una gran red hecha de tramas de relaciones, donde los contrapuntos verticales y horizontales convierten la pantalla en un espacio híbrido de múltiples imágenes, voces y textos.

■ **La mutación**

La imagen ya no necesita del corte para transformarse. Lo digital hace posible que una imagen se convierta en otra en el mismo encuadre, sin transiciones. Lo digital es flujo y transformación que torna mutantes todos los contextos, los personajes y los movimientos.

■ **La fragmentación**

Se rompe la unidad, la imagen es una recomposición de pedazos hecha de múltiples representaciones, un mosaico de imágenes o un collage de segmentos que construyen una apariencia híbrida.

■ **La saturación**

Es una estética neobarroca donde hay un exceso de información. Es decir, una concentración máxima de información en un mínimo de espacio-tiempo.



- **La foto-iluminación**

La revaloración de la estética de la luz y la dirección de fotografía como una textura o trama de imágenes a ser descifrada por un usuario que ha dejado de ser aquel espectador que contemplaba la pantalla.

- **La superposición**

El plano se vuelve relativo y se multiplica en un solo texto pluridimensional, donde las imágenes se captan y se reciclan como meras materias primas.

- **La síntesis**

La lectura de imágenes y relatos es ahora de tipo sinestésico, es decir, sensitiva y aparente. Propone varias lecturas posibles por relación y no privilegia lo que es sino lo que parece: no lo objetivo y sí lo subjetivo, no lo dicho sino lo entendido.

- **La desintegración**

Se rompe la unidad y la continuidad. Ahora se rechazan las formas unitarias. La inestabilidad de la cámara y del relato es hoy una constante, donde la ausencia de integración estructural, narrativa y temática se repite a menudo.

- **La aceleración**

En el plano temporal, no se trata solo de la velocidad sino de las posibilidades de acelerar o desacelerar la imagen y el sonido, lo lento y lo rápido y la resemantización del tiempo que nos lleva al vértigo sin salir del mismo sitio.

- **La simultaneidad**

En el nuevo sentido del espacio se multiplican ambientes y ventanas en paralelo, con lo cual proliferan las acciones y personajes diversos dentro del mismo encuadre para crear desde el fragmento nuevas imágenes.

## **1.7 Cambios en los procesos de realización del video**

Ya no se trata de utilizar las “posibilidades” de las cámaras digitales o editoras no lineales, sino de redefinir nuestra propia manera de entender y lidiar con los medios. Explorar el arte del video implica

subvertir las funciones de la máquina, manejándola contra el tráfico o rebelarse contra la determinación industrial y tecnológica. El realizador, por tanto, debe tener la actitud de un científico o de un inventor: la de experimentar con las formas y los procedimientos, oponiéndose a los patrones y a las finalidades que los condicionan.

Hoy la mayoría tiene en su PC o en su laptop, en su tablet o en su smartphone un programa de edición o una cámara digital en casa. Los programas y recursos multimedia están a disposición de todos, pero esto no significa que todos puedan crear y producir obras, simplemente demuestra que ha cambiado el tipo de aptitud necesaria para crear, ya que no es suficiente la habilidad técnica, sino que se necesita tener la capacidad de narrar de otra manera y de expresarse a través de la producción simbólica.



Lo digital genera las mutaciones de la imagen, la aceleración y la superposición en el nuevo lenguaje de los videoclips, la publicidad y el cine de ciencia-ficción.



El arte del video se basa en el creador y narrador audiovisual que hoy debe saber también de programación, informática y hasta algoritmos de visualización para explotar y enriquecer las posibilidades de lo digital.

El verdadero sentido creador de nuestro tiempo deberá ser un diálogo entre el artista y el técnico a partir de los nuevos instrumentos creativos. Por ello, se debe reflexionar sobre tres ejes de cambio en la realización audiovisual en la era digital: el de las formas narrativas, el de las rutinas de producción y el de los procesos de edición.

## 1.8 Cambios en los procesos de realización del video

### ■ El youtuber

Con lo digital, el trabajo profesional y el del aficionado se aproximan, como sucede, por ejemplo, con lo que se graba con un smartphone o lo que se cuelga en la red (YouTube, Twitter, Facebook, Instagram, Whatsapp).

### ■ No lineal

Hoy el proceso de estructurar el relato se ha vuelto más abstracto. Ahora se pierde la narración lineal como un todo y nos preocupamos más por la secuencia y por el tratamiento que por lo que se cuenta.

### ■ La imagen

El resultado de un video digital está relacionado con la manera en que fue captada y editada la imagen.

### ■ La discontinuidad

Se amplía el sentido narrativo de lo digital, que va más allá del inicio, medio y final para alterar el orden ascendente dramático, privilegiando la discontinuidad y la disnarratividad, entendida como la ruptura de la linealidad.

### ■ La innovación

Los recursos digitales no determinan por sí mismos innovación en los procesos y rutinas de producción. Los realizadores pueden usar lo digital para repetir lo establecido y las estructuras tradicionales o arriesgar a experimentar con el lenguaje y la narrativa.