

BLOQUE I

FUNDAMENTOS DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

TEMA 1 – LO AUDIOVISUAL

1.1. EL CONCEPTO DE LO AUDIOVISUAL

Término: Aparece en EE.UU. en torno a los años treinta cuando empiezan a desarrollarse las técnicas de incorporación del sonido al cine. También del sonido en televisión.

Se necesitaba de un término para unificar además diferentes manifestaciones de lo audiovisual; para hacer referencia a medios que llegaba por lo auditivo (radio) y para los medios que llegaban a través de la vista (diapositiva, fotografía, etc.) y para el que combinaba el sonido y la imagen (cine y televisión).

- Desde la perspectiva lingüística:
- Adjetivo: aplicado a medios, lenguaje, mensajes, etc.
- Sustantivo: designa diaporamas (diapositivas y sonido).

1.2. PERCEPCIÓN AUDIOVISUAL

Desde el punto de vista de las percepciones, lo audiovisual es todo aquello que afecta al oído y a la vista: audición y visión.

Es una experiencia cotidiana en la que los sentidos son una vía de información. Representan una forma / vía de información de todo lo que sucede en el entorno del individuo. Entre los dos sentidos (vista y oído) existen diferentes grados de credibilidad. El ser humano otorga una mayor credibilidad a la vista que al oído. El oído, los sonidos que nos llegan nos sirven para complementar la información que recibimos del entorno y viceversa. Esta complementariedad permite reforzar la información y facilita que permanezca en la memoria del individuo.

Esto provoca un menoscabo, un deterioro, una disminución de los demás sentidos. Se valoran más la vista y el oído y los otros no están tan bien desarrollados.

- **Percepción visual**

Es la acción y proceso de percibir la luz de los objetos mediante los órganos de la vista.

Luz: radiación electromagnética que es reflejada en los objetos. Captamos esa luz mediante la vista. Esa luz proporciona información sobre el objeto (color, tamaño, forma, posición, distancia respecto al sujeto, etc.).

La percepción visual sólo se produce en línea recta. Nuestro campo de visión se reduce a un ángulo de 30° (no vemos lo de los lados o detrás).

- **Percepción auditiva**

Es la acción y el proceso de percibir sonidos mediante los órganos de los oídos.

Sonido: resulta de las vibraciones generadas por los cuerpos y propagadas por las ondas. El proceso de percepción auditiva: los sonidos llegan al oído. Esta información: la distancia respecto a nuestra ubicación. Además nos da la información de la dirección de donde procede la percepción auditiva es omnidireccional.

1.3. DE LO AUDIOVISUAL NATURAL AL TECNIFICADO

Hay dos formas de percibir lo audiovisual:

- percepciones directas
- mediada por la técnica (la técnica intercalada)

En función del grado de intervención de la técnica se distinguen cuatro diferentes formas de lo audiovisual:

- 1. Lo audiovisual natural:

La realidad percibida en su entorno mediante todos los sentidos. *Ejemplo: Recital de un cantautor en una reunión de amigos.* Espacio reducido. Percepción directa.

A través del olfato, tacto y gusto percibimos el entorno en el que nos encontramos. Conocimiento natural. Vista y oído: percepción audiovisual más tradicional.

Limitaciones de estos sentidos:

- Además del campo de visión, la agudeza visual y la distancia nos limita.
- La agudeza auditiva, la potencia del volumen del sonido.

Para suplir nuestras deficiencias físicas hemos desarrollado la técnica.

- 2. Lo audiovisual natural parcialmente tecnificado:

Se establece una combinación entre: percepción natural – mediada por la técnica. *Ejemplo: Actuación en una sala de conciertos / actuación en un estadio de fútbol.*

Aquí, asistimos al concierto y recibimos la información de forma natural pero del oído necesitamos refuerzos. Aunque nos encontramos en el espacio necesitamos la técnica para oírlo. Además a través de una pantalla su imagen se amplía para que todos puedan verla. El punto atencional se ve ampliado por la técnica.

La realidad es percibida por todas las personas asistentes.

- 3. Lo audiovisual técnico a distancia espacial o temporal:

Percepción de la realidad: se hace intercalada por la técnica entre la realidad y el receptor. Se elimina el contacto físico (receptor – entorno de la realidad). Se pierde la información que nos llegaría a través del resto de sentidos.

Esta modalidad de percepción audiovisual es la que se produce cuando nos llegan a través de los medios audiovisuales de comunicación social.

Modificaciones básicas:

- Se eliminan todas las demás percepciones.
- Se puede prolongar la realidad en el espacio.
- Se prolongan en el tiempo.
- Llega a un número potencial ilimitado de receptores.

Lo audiovisual técnico puede presentarse bajo diferentes tratamientos:

- 1. Tratamiento técnico sonoro / prolongado en el espacio (ejemplo: la radio en directo).

- 2. Tratamiento técnico sonoro prolongado en el espacio y en el tiempo (ejemplo la radio en diferido). El tiempo a través de las grabaciones (CD).
- 3. Tratamiento visual prolongado en el espacio (ejemplo: circuito cerrado de televisión – realidad) (ejemplo: visualizar el derrumbe de las Torres Gemelas, sin sonido – durante un momento).
- 4. Tratamiento visual prolongado en el espacio y en el tiempo (ejemplo la fotografía, el cine mudo).
- 5. Tratamiento visual y sonoro prolongado en el espacio (ejemplo la televisión en directo).
- 6. Tratamiento visual y sonoro prolongado en el espacio y en el tiempo (ejemplo: el cine, televisión en diferido, el video).

- 4. Lo audiovisual tecnificado en la recepción:

Llamada de atención (Mariano Cebrián Herreros)

- Realidad, es percibida a través de la técnica.
- Realidad del entorno de la recepción (intervienen todos los sentidos) – percepción audiovisual natural).

La percepción de lo audiovisual tecnificado se ve condicionada por el entorno de recepción. Porque en el entorno están presentes todos los demás sentidos.

1.4. LA MEDIACIÓN TÉCNICA Y HUMANA

MEDIACIÓN TÉCNICA (Ángel Faus Belau)

Definición: Tecnología audiovisual: conjunto de instrumentos y sistemas técnicos que haciendo posible la captación de imágenes o sonidos, la difusión de éstos de forma inmediata o no, la conversión de ese material y la recepción de imágenes y (o sonido) actúan como separadores de la realidad.

Sustituyen la percepción directa por la de representaciones (permitiendo y condicionando su elaboración y observación).

INSTRUMENTOS TÉCNICOS

Aquellos elementos y dispositivos que son capaces de obtener – generar – tratar imágenes y sonidos. Permiten la conservación d los sonidos: micrófonos, magnetófonos, cámaras, magnetoscopios, mesa de mezclas (tratamiento de los sonido), generadores de efectos, etc. Permiten captar la realidad, generada a través de los sonidos e imágenes, difundirla.

SISTEMA TÉCNICO

Engranaje técnico en el que están integrados los instrumentos. No es una mera yuxtaposición de instrumentos, exige una interacción entre ellos, de tal forma que esos instrumentos integran una cadena de equipos que son todos imprescindibles para que se produzca el proceso de comunicación. Eso va a permitir (captar, tratar, transmitir, descodificar, etc.).

En función de cómo se combinan los instrumentos técnicos obtendremos diferentes tipos de sistemas técnicos audiovisuales:

Sistema técnico videográfico / televisivo / cinematográfico / radiofónico.

A pesar del perfeccionamiento técnico progresivo influirán esos instrumentos. Transformaciones físicas en la captación de:

- La voz: micrófono.
- La imagen: cámara (utilización objetiva).

LA TÉCNICA

- No actúa indiferentemente.
- Introduce elementos significativos.
- La selección del instrumento u otro supone una predilección artística.
- Influye en el valor expresivo.

MEDIACIÓN HUMANA

Detrás de cada operación técnica hay mediación humana. La técnica funciona según la voluntad del operador.

- Sensibilidad del operador.
- Destreza del operador.
- Factor tiempo de la operación.
- Exigencias de calidad.

Condicionantes que repercuten en el producto audiovisual final. Hay una interacción máquina–hombre

1.5. SISTEMA EXPRESIVO AUDIOVISUAL

Sistema audiovisual:

Componentes del sistema (conjunto de relaciones entre elementos)

REALIDAD SONORA

- Naturales / creados por el hombre
- Presentes / ausente del interior del encuadre sonoro

Sonido fuera de campo: el que no pertenece a la imagen pero recibimos

- Subsistema verbal hablado: la palabra
- Subsistema musical
- Subsistema de ruidos
- Subsistema de silencio

REALIDAD VISUAL

Incluye todo cuanto configura la realidad visual (todo lo susceptible de ser percibido visualmente), distinguiendo:

- Lo verbal escrito
- Todas las variaciones gráficas (cualquier modalidad de representación gráfica).

COMBINACIÓN

De los subsistemas de la realidad sonora y visual.

TRANSFORMACIÓN TÉCNICO–RETÓRICA

Incluye todo lo referente a la intervención de la técnica, tendrá repercusión en la expresividad.

TECNOLOGÍA ----- influye y determina ----- LENGUAJE AUDIOVISUAL

Ejemplo: un plano es más comunicativo si dispone de una tecnología que permita el movimiento.

1.6. LO AUDIOVISUAL COMO SISTEMA DE COMUNICACIÓN

Lo audiovisual en el proceso de la comunicación se define como un vehículo de la información. No se limita a transportar (prensa), además, moldea la información y deja su estigma o imprime su carácter en el mensaje.

El medio pasa a ser parte integrante del mensaje, no lo suplanta.

TEMA 2 – COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

2.1. PROCESO DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

2.1.1. EPISODIOS DE LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Jean Pierre Cloutier: prolongar en el espacio y en el tiempo el mensaje / Necesidad del ser humano de informar

* Primer episodio – Lenguaje humano: El lenguaje del ser humano es audiovisual, nos expresamos con sonidos y gestos, oído–vista. Es audiovisual por excelencia.

* Segundo episodio – Comunicación de elite: El arte se pone en servicio de ciertos seres para materializar la comunicación audiovisual. Ejemplo: opera, danza, video–clip.

* Tercer episodio – Comunicación de masas / Mass media: Inserción de instrumentos técnicos, tecnología, que permitirán la multiplicación de las obras humanas y para vencer las barreras del espacio y del tiempo; caracterizado por la presencia de profesionales de comunicación, imprescindible.

* Cuarto episodio – Comunicación individualista / Self media: mediado por la técnica, se puede grabar, conservar y tratar imágenes y/o sonidos. Son medios de operación y de uso individualizado y en esta modalidad se elimina la figura del profesional de comunicación.

2.1.2. ELEMENTOS DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL, LA COMUNICACIÓN DE MASAS

EMISOR

Es el 'quién'.

No es un individuo en la comunicación audiovisual. Es un emisor impersonal. Una empresa u organización fuertemente estructurada.

Este emisor responde a determinados intereses políticos, económicos y sociales. Configuran una línea editorial, condicionan el contenido y forma de los mensajes.

Existen intermediarios entre la empresa y el receptor. Se presentan ante la audiencia, representan a la cadena (presentadores o locutores), materializan el mensaje (guionistas, operadores, realizadores).

Esos intermediarios son elegidos por el emisor. El emisor está constituido por un equipo complejo de numerosos profesionales. El emisor ostenta el control del proceso de comunicación. Decide los horarios, los contenidos, la calidad de la imagen y sonido, las zonas de emisión.

CÓDIGO

Es el 'cómo'

El lenguaje audiovisual es un código:

- Lo comparten emisores y destinatarios.
- Abierto (en continua evolución).
- Tiene validez universal.

MENSAJE

Es el 'qué'.

Son mensajes idénticos (en todo el mundo llegan igual), públicos dirigidos a una audiencia heterogénea (mensajes que sean sencillos y de fácil comprensión).

En la elaboración del mensaje interviene: un gran número de profesionales (editores, guionistas, redactores, presentadores, editores, operadores) que dejan su impronta en el mensaje.

Los contenidos son muy abundantes y variados (incluso canales temáticos).

Los mensajes se desarrollan dentro de una estructura establecida, en la parrilla de programación (tendencia auto programación).

CANAL

Es el 'por dónde'.

* En los medios audiovisuales:

- Medio físico: empleado en la transmisión del mensaje (ondas hertzianas, cable)
- Medio técnico: sistema técnico (televisión, radio, cine)

* Elaboración del mensaje: es imprescindible tener presente cuál es el canal y la adaptación al canal.

RECEPTOR

Es el 'a quién'.

La audiencia se caracteriza por:

- Heterogeneidad
- Anonimato
- Dispersión
- Por constituir una masa

El receptor tiene más presencia, más poder de decisión sobre los medios (radio y TV).

RETROALIMENTACIÓN

La comunicación audiovisual es unidireccional porque hay mecanismos de interacción.

- Se participa:
 - Presencia en pantalla
 - Presencia telefónica
 - Presencia a través de Internet / SMS

- Se reacciona:
 - Cambiar de canal

EFFECTOS

Es el 'con qué efecto'

- Evaluación de la comunicación:
 - Estudios de audiencia.
 - Estudios de nivel de satisfacción de la audiencia (% share).
 - Es determinante la política de producción de la cadena y la estrategia de programación.

2.2. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

2.2.1. EL MEDIO RADIOFÓNICO

- Unisensorial (se vale de un único sentido)
 - Consecuencias:
 - ◆ Peligro de fatiga.
 - ◆ Una única fuente de estímulos.

- ◆ Monotonía / cansancio.
- ◆ Facilidad provocadora en radio.
- ◆ Peligro de distracción ya que la audición no es una actividad excluyente.
- ◆ La capacidad de concentración humana es limitada.
- ◆ La comunicación radiofónica está expuesta a ruidos.

- Poder de sugestión

· Para Armand Balsebre hay dos metas en radio:

- Reconstrucción y recreación del mundo real (a través de voces, ruidos, música y silencio)
- Creación de un mundo imaginario y fantástico (productor de sueños)

La radio tiene un gran poder de sugestión y la sugestión es una exigencia pues:

· Si la imaginación del oyente se moviliza:

- Atenderá el mensaje
- Se le retendrá
- asimilará

· Si la imaginación del oyente no se moviliza:

- se distraerá
- no participará activamente
- los contenidos no llegarán débilmente o simplemente no llegarán

- Fugaz

El mensaje radiofónico es efímero, se inscribe en el tiempo (no puede volver sobre él).

- Redundante

- ◆ Consecuencia de la fugacidad
- ◆ Es una forma de asegurar la correcta decodificación del mensaje
- ◆ Entraña consecuencias:
 - ◇ Limita la información (en radio sólo se pueden expresar unas pocas ideas en cada emisión).
 - ◇ Peligro de monotonía (la repetición puede provocar aburrimiento).

- Inmediato

Permite la transmisión de sucesos de manera simultánea a su desarrollo para la audiencia. Confiere un poder extraordinario. Confiere flexibilidad: capacidad para reaccionar.

- Su recepción es directa e individual

· El acceso es directo:

- ◆ Llega cómodamente al usuario (hogar, coche, lugar de trabajo)

· Recepción individual: Evolución de grupal a individual.

Tipos de escucha según Abraham Moles:

- ◆ Radio Mobiliario: los sonidos apenas sobresalen de los ruidos ambiente.
- ◆ Radio Compañía: se presta una atención marginal con un fondo sonoro.
- ◆ La atención concentrada: el oyente rechaza su entorno y le presta atención a la emisión, aumentando el volumen.
- ◆ La Radio Selección: el oyente que sintoniza un determinado dial, cadena, y programa.

- Audiencia inestable / heterogénea

- Inestabilidad

- ◆ Acostumbrado a oír y a escuchar (nivel de atención bajo)
- ◆ Audiencia libre: facilidad para cambiar de dial.

- Heterogeneidad

- ◆ Es el medio más popular. Al alcance del más amplio espectro de audiencia (+ / – poder de adquisición.
- ◆ Relación con el oyente en la comunicación radiofónica

Identificación del oyente

Mecanismos psíquicos

- Oyentes:

- Hay una relación afectiva especial o de empatía con los locutores o colaboradores del programa.
- Se crea una imagen mental del locutor.
- La capacidad del locutor de ponerse en la piel del oyente (Ejemplo de Iñaki Gabilondo).
- Hay curiosidad e interés que se traduce en preguntas y reacciones que se reflejan en respuestas.

- ◆ Feedback de la radio

Medio unidireccional.

Pero hay mecanismos de retorno para la audiencia, formas de expresar opinión e interactuar:

- Cambio del dial

- Correo tradicional

- Teléfono

- Internet

- ◆ Medio de bajo coste

Emisión:

- Equipamiento: reducido / económico
- Personal: reducida plantilla / no siempre profesional

Recepción:

- Equipamiento: transistor a pilas

♦ Estructura del sistema radiofónico en España

El sector radiofónico está estructurado en empresas según:

- Titularidades
- Formas de emisión
- Coberturas
- Tipo de programación
- Etc.

TITULARIDAD

Pública: creada y controlada por una institución pública (Estado, Comunidad Autónoma o un Ayuntamiento). Ejemplos: Radio Nacional, Onda Regional o Radio Sintonía. La llamada radio-pública.

Privada: creada y controlada por una empresa privada (con ánimo de lucro). La llamada radio-comercial.

FINANCIACIÓN

Pública: depende de los presupuestos del Estado, Comunidad o Ayuntamiento.

Privada: financiación a través de la publicidad.

Mixta: Los recursos proceden de los presupuestos públicos y de los ingresos de la publicidad.

COBERTURA

Internacional, nacional, regional, local.

FORMA DE DIFUSIÓN

Por ondas hertzianas

Por cable (Internet)

PROGRAMACIÓN

Niveles de estructuración de la programación:

- Programación convencional (programación generalista) = SER, COPE, ONDA CERO, RNE.
- Programación de radiofórmula (programación más especializada):
 - Musical (Cadena 40, Radio Olé, Radio 2 clásica, Cadena 100).
 - Informativa (R5 todo noticias o Catalunya Radio).
- Programación a la carta: Emisoras en Internet (descargas).

2.2.2. EL MEDIO TELEVISIVO

◆ Perceptibilidad audiovisual

Repercusión en la capacidad atencional y en la memoria (retención). Reclama también atención excluyente. La recepción en condiciones ambientales de ruido no favorece la evasión del televidente.

◆ Preciso

Medio de gran realismo. Hay precisión porque tenemos rasgos y detalles (imagen y sonido).

◆ Inmediato

Capacidad para emitir en directo hechos que se desarrollan simultáneamente. Tiene un gran poder de persuasión.

◆ Fugaz

Se caracteriza por la fugacidad e irrepetibilidad.

No permite acumulación de datos ni conceptos.

◆ Espectacular

Convierte cualquier realidad en espectáculo:

- Lo cotidiano se transforma en espectáculo.
- Es espejo de otros espectáculos.
- Otorga mayor espectacularidad al espectáculo.

◆ Recepción directa / grupal

Aceso directo:

- Hogar sin desplazamiento
- Oferta amplia
- Adaptación a unos horarios

Grupal:

- En familia (tendencia a la recepción individual)

◆ Espectador medio

- Audiencia heterogénea.
- Busca atender los gustos de todos los miembros de una familia.
- Tendencia a la sencillez.
- Audiencia libre: medio gratuito / cambio fácil.

◆ Formas de consumo de televisión

Tipos según José A. Cortés (estrategias de la seducción – EUNSA)

- ◆ **Grazing** (el televidente salta de cadena en cadena hasta encontrar algo al azar).
- ◆ **Zapping** (consiste en el cambio de cadena para eludir spots publicitarios).
- ◆ **Flipping** (saltar de una cadena a otra para saber qué ofrece cada una, curiosidad).
- ◆ **Muting** (se corta el sonido del programa para prestar atención a otra cosa, tlf.).
- ◆ **Ziping** (sirviéndose del vídeo, hacer desfilar a velocidad acelerada una secuencia que no

interesa o bloque de publicidad).

- ♦ **Cruissing** (saltar de una cadena a otra por placer, asociaciones ridículas).
- ♦ **Switch – hitting** (mirar varias emisiones simultáneamente pasando de una cadena a otra).
- ♦ **Medio de coste elevado**

Tiene una estructura técnica compleja

El equipamiento técnico es costoso.

Nutrida plantilla de profesionales.

- ♦ Estructura del sistema televisivo

TITULARIDAD

Pública: creada y controlada por una institución pública (TV pública) ya sea el Estado, una Comunidad Autónoma o un Ayuntamiento.

Privada: creada y controlada por una empresa privada (TV comercial).

FINANCIACIÓN

Pública: depende de los presupuestos del Estado/C. Autónoma/Ayto.

Privada: Financiación a través de la publicidad o abonados.

Mixta: los recursos proceden de los presupuestos públicos y de los ingresos de la publicidad.

COBERTURA

Internacional, nacional, regional o local.

FORMA DE DIFUSIÓN

Televisión por ondas

Televisión digital terrestre

Televisión por satélite

Por cable

PROGRAMACIÓN

◊ Televisión generalistas (programación estructurada y variada con unos horarios marcados por el emisor).

◊ Televisión temáticas (especializadas).

MODALIDADES DE ACCESO A LA TELEVISIÓN

(Según el grado de personalización)

- ♦ **TV en abierto** (basada en la programación)

- convencional
- programación estructurada
- no codificada
- canales públicos / privados
- no hay desembolso económico
- ◆ TV de pago por abono: Pay TV
 - el espectador paga una tarifa
 - el espectador compra la disponibilidad de una/s programación/es.
 - el espectador puede o no consumir
 - la oferta responde a los gustos:
 - dependiente de la demanda de espectadores
 - no se ajusta a los gustos exactos
 - se desconoce el consumo efectivo exacto del espectador.
- ◆ TV de pago por programa: Pay per view (programación debilitada)
 - formulación de TV a la carta.
 - se ofrecen productos unitarios (se pagan según tarifa).
 - la cadena sigue produciendo los productos de mayor atractivo, el horario y la frecuencia.
 - la cadena conoce con exactitud los gustos, emanados y el consumo de los clientes.
- ◆ TV interactiva: video on demand
 - es la auténtica TV a la carta.
 - el espectador accede a un banco de programas audiovisuales.
 - se elimina la función del programador (no del todo).
 - convergencia de la TV / Internet

TENDENCIA GENERAL DE LA TELEVISIÓN

- 1 – Multiplicación de la oferta (cada vez más canales), ahora el consumidor es más crítico.
- 2 – Especialización de la oferta. Hay canales temáticos que se dirigen a una determinada audiencia.
- 3 – Segmentación de la audiencia. Es una audiencia muy interesante para los publicitarios.
- 4 – Avance de la lógica de pago por consumir.

2.2.3. EL MEDIO CINEMATOGRAFICO

◆ Percepción audiovisual

Repercusión generada sobre la memoria y la atención.

◆ Recepción espectacular

En salas de exhibición.

- Condiciones técnicas en la recepción:
 - Imagen: hay mucha definición y llega con gran nitidez (pantalla)
 - Sonido: calidad y sensación envolvente

- Condiciones de la sala
 - Oscuridad: atención sostenida
 - Silencio: concentración

◆ Valor figurativo

La imagen cinematográfica tiene todas las apariencias de la realidad.

Crea en el espectador sentimiento de realidad.

◆ Intervención artística

Vehículo para expresar las ideas.

Capaz de emocionar y provocar estados anímicos.

◆ Mediato y perdurable

El tiempo cinematográfico no se corresponde con el tiempo real.

El cine desafía el tiempo (obra de arte), cambia de formato.

◆ Coste de producción elevado

Industria:

- complejidad técnica.
- numerosos profesionales en cada producción.
- figuras intermediarias entre director / espectador:
 - productor: financiación (llega a elegir al director).
 - distribuidor: difusión (circuito comercial).
 - exhibidor: puesta en cartelera.

◆ Audiencia cinematográfica

Público es la dimensión más esencial del cine (Jacoste Quesada).

(Satisfacer al público con productos de interés generalizable).

Dentro de la heterogeneidad la audiencia comparte el gusto por una temática, un director, un actor, etc.

- El acceso no es directo (sala) hay que ir allí y pagar.
- Recepción grupal, se comparten reacciones.
- Audiencia cautiva (no se suele salir aunque no guste la película).

◆ Otras formas de recepción del producto cinematográfico.

◆ En soportes VHS / DVD (soportes de los que se aprovecha el medio cinematográfico)

Es una salida rentable para la producción de cine

- Venta
- Alquiler

– VHS

- * Soporte videográfico no medio.
- * Prestaciones limitadas.
- * Interactividad (elegir momento, ritmo).

– DVD

- * Numerosas prestaciones.
- * Calidad digital de la imagen y sonido.
- * No hay deterioro del soporte.
- * Grado elevado de interactividad.

◆ *En televisión*

Los productos cinematográficos se difunden gradualmente:

- Pago por visión (pay per view) (interactividad).
- Canales por abono, canales temáticos de cine.
- Generalista.

◆ *En Internet*

Otra de las vías.

2.2.4. EL MEDIO VIDEOGRÁFICO

No es lo mismo que el soporte videográfico. Es un método autónomo con identidad propia. Pertenecce a la nueva cultura de la producción, distribución y consumo de productos audiovisuales. Características:

◆ Percepción audiovisual

◆ Versatilidad

Capacidad de adaptarse a diferentes prácticas comunicativas (ámbitos educativos, empresariales, artísticos, etc.)

Funciones:

- Ámbito divulgativo: función informativa (colecciones de la BBC, NG)
- Ámbito educativo: función formativa (para la docencia)
- Ámbito empresarial: comunicación interna / externa de la empresa (video industrial para la feria del mueble por ejemplo).
- Ámbito artístico: desarrollo de la creatividad (video ZOOTV).
- Otros.

◆ Perdurabilidad

Soporte autónomo que perdura en el tiempo.

◆ Recepción

- El acceso no es directo. Es preciso adquirirlo.
- Distribución: empresa, institución, kiosco
- Grupal o individual. Depende.

◆ Audiencia

- La audiencia es libre (puede haber interactividad).
- Homogénea (pertenece a un sector y está interesada en el producto).

◆ Sector económico

En desarrollo, en período de impulso.

2.2.5. OTROS MEDIOS AUDIOVISUALES

Medios:

- Integrados en otros medios (fotografía) integra un medio
- Integrado por otros medios.

FOTOGRAFÍA

Modalidades de comunicación

◆ *Individual o grupal (self media)*

Individual

- sobre soporte en papel.
- como documento personal / uso particular.

Grupal

- en soporte diapositiva (diaporamas).
- soporte papel para exposición (fotografía artística).

◆ *Comunicación colectiva*

- Adquiere dimensión de mass media:

– *En el ámbito informativo:* en la prensa diaria, en las revistas. La fotografía y el fotoperiodismo como elemento informativo (complemento–atracción). También se utiliza en medios como la televisión, el video o los libros.

– *En el ámbito publicitario:* ya que es una forma de expresión publicitaria que tiene numerosos soportes como la prensa, los carteles, las vallas publicitarias, etc.

MULTIMEDIA

- ◇ Es un sistema integrador de las aportaciones de otros medios.
- ◇ Capacidad para integrar en un mismo soporte: escritura, sonido, imágenes fijas

(fotografía), imágenes en movimiento (vídeo, TV y cine).

◊ Interrelación de otros medios para ofrecer una modalidad comunicativa e información nueva.

◊ En función de su uso:

- Mass Media (a través de Internet)

- Group / Self Media (CD para enciclopedias, cursos de idiomas).

Ejemplo una página web donde haya sonido, imágenes, voces

TEMA 3 – LENGUAJE AUDIOVISUAL

3.1. LINGÜÍSTICIDAD DEL AUDIOVISUAL

3.1.1. LOS SIGNOS AUDIOVISUALES

Los medios de comunicación audiovisuales (la televisión, el cine, la radio y el vídeo) articulan la información a partir de signos diferentes a los utilizados en la expresión escrita.

SIGNO AUDIOVISUAL

El signo lingüístico está constituido por el significante y el significado.

El significante audiovisual es la materia de expresión y el soporte del significado (enfoque, tipo de plano). Los significantes constituyen la materia, integran la base del lenguaje audiovisual.

Hay dos tipos de materias sensibles con las que se aborda la expresión del lenguaje audiovisual:

- ◆ Visuales: imágenes en movimiento, signos escritos, gráficos.
- ◆ Sonoros: voces, ruidos, música, silencio

3.1.2. LENGUAJE AUDIOVISUAL

Si entendemos por lenguaje un dispositivo que nos permite expresar ideas o sentimientos, y que ese lenguaje también nos permite comunicar información, podemos afirmar que el lenguaje aparece plenamente como un lenguaje. Es capaz de expresar con pocos elementos. Ejemplo, una fila de personas desnutridas frente a una Iglesia = expresión de la hambruna, de la desolación = ¡AYUDE!

El audiovisual es un lenguaje codificado (como el nuestro escrito u oral). Son compartidos tanto por emisores como por destinatarios; requiere de un cierto aprendizaje (es otra forma de expresión, un segundo lenguaje). Ejemplo: cuando apareció el montaje no se comprendía una situación que no era continua.

El lenguaje de lo audiovisual está compuesto por:

Una reglas sintácticas que articulan los signos, eso da lugar a unos significados (semántica).

Existe un paralelismo entre el lenguaje escrito y el audiovisual que se debe, entre otras, al hecho de que ambos se organizan a partir de unas unidades.

PARALELISMOS

Unidades lingüísticas escritas	Unidades narrativas audiovisuales
Palabra	Plano
Oración	Escena
Párrafo	Secuencia
Signos de puntuación	Transiciones
Texto escrito	Texto audiovisual (con imágenes, sonido)

También existen divergencias:

El lenguaje escrito es un lenguaje sistemático mientras que el audiovisual no (éste es más dinámico, evoluciona, es movable)

Así, el lenguaje audiovisual:

- ◆ No dispone de sistematicidad (lenguaje rico y dinámico, expuesto a las nuevas tecnologías).
- ◆ Lenguaje mixto, no lenguaje puro (Francesco Cassete), asume:
 - Lenguaje del oído: música, lenguaje natural, ruido, silencio.
 - Lenguajes de la vista: lenguaje escrito, pintura, etc.

3.2. INSTRUMENTOS DE EXPLORACIÓN / CREACIÓN DEL TEXTO AUDIOVISUAL

Los instrumentos los vamos a utilizar para crear. Primero se aprende su manejo y después se usan). Nuestros instrumentos son los códigos.

CÓDIGO

Definiciones:

Es un repertorio de señales dotado de sentido (código marinerio).

Es un conjunto de leyes o de normas de comportamiento (código jurídico).

Es un conjunto de reglas y normas a respetar (código de la circulación).

CÓDIGO AUDIOVISUAL

Christian Metz ha aplicado el concepto de código al ámbito audiovisual:

Un sistema compuesto por reglas, normas y procedimientos que van a ser la base de la creación audiovisual. La materia con la que trabajamos (sonidos, imágenes) se trabajan a través del código audiovisual. Esa combinación de sonidos e imágenes nos permite crear nuestro discurso audiovisual. Éstas son las reglas sintácticas.

El código se nos presenta como todo un corpus de principios básicos que debemos aplicar en para la creación audiovisual.

Es un cuerpo de reglas que podremos transgredir. A diferencia del resto de códigos, el audiovisual permite la transgresión consciente. Esa transgresión tendrá validez siempre que no sea un error, debe seguir unos parámetros estéticos que provoquen al espectador. Hay

cineastas que destacan por sus transgresiones.

(la transgresión de estos códigos provoca una ruptura, invalida el resultado de la acción).

Los códigos son compartidos por creadores y analistas para evaluar las obras.

La terminología que supone el desarrollo de los códigos ha dado origen a una jerga profesional unificada (como un sub-lenguaje) que dominan necesariamente los diferentes profesionales implicados en la producción audiovisual. Ejemplo: un plano medio, un travelling

3.3. EL ANÁLISIS AUDIOVISUAL

3.3.1. LAS FASES DEL ANÁLISIS AUDIOVISUAL

¿En qué consiste la actividad de analizar en el sentido científico del término?

Por Francis Vanote:

PRIMERA FASE

- ◊ Descomponer un texto audiovisual (un spot, una película) en sus elementos constituyentes, en todas esas materias que son su base (los significantes). Trocear el texto, desmontarlo en piezas.
- ◊ Enumerar los materiales que en un primer acercamiento (visual / sonoro) no se aprecian aisladamente porque quedan absorbidas por el conjunto.

SEGUNDA FASE

- ◊ Establecer la relación que esos elementos (ahora aislados) mantienen en el conjunto del texto,
- ◊ Comprender cómo se ha integrado en el texto.
- ◊ El texto audiovisual (cinematográfico, televisivo, videográfico o radiofónico) es el punto de partida y llegada.

ESPECTADOR DEL PRODUCTO AUDIOVISUAL

- ◊ Instrumento de análisis / hipótesis.
- ◊ Distanciarnos del producto.
- ◊ Campo de la reflexión.
- ◊ Actitud activa.

3.3.2. UN MODELO DE ANÁLISIS FORMAL

Modelo de Franceso Caseti, división de los códigos audiovisuales:

- ◆ Códigos visuales
- ◆ Códigos sintácticos
- ◆ Códigos gráficos
- ◆ Códigos sonoros
- ◆ Códigos tecnológicos

TEMA 9 – DEFINICIÓN DEL SONIDO

9.1. EL CONCEPTO DE SONIDO

9.1.1. DEFINICIÓN

Es una sensación causada en el oído humano por el movimiento vibratorio de los cuerpos transmitido a través de los medios elásticos que lo propagan.

Se propaga a través de la atmósfera, los cuerpos sólidos, los líquidos. Esos son los vehículos del sonido.

9.1.2. CARACTERÍSTICAS DE LA ONDA SONORA

- ◇ El ciclo: es el recorrido completo de la onda sonora (desde que se inicia el movimiento vibratorio hasta que se genera el siguiente).
- ◇ La frecuencia: es el número de oscilaciones, de ciclos que se repiten por una unidad de tiempo (segundos). Se expresa en ciclos / seg. = hertzios. 1 hertzio = 1 ciclo/seg.
- ◇ La amplitud: es la máxima desviación que una onda puede alcanzar en el movimiento oscilatorio. Se refiere a la potencia / intensidad de la onda / a la cantidad de energía que contiene.

9.1.3. COMPORTAMIENTO DE LAS ONDAS SONORAS

Una onda sonora puede tener un comportamiento de **reflexión**.

Consiste en que, cuando la onda sonora incide sobre una superficie no elástica es reflejada. El ángulo de reflexión = al ángulo de incidencia.

Si la onda sonora incide perpendicularmente a la superficie de onda reflejada vuelve sobre su misma trayectoria.

Este comportamiento de la onda se tiene en cuenta para el acondicionamiento acústico de un habitáculo, se evita la reflexión para evitar ecos. Eso conduce al desarrollo de técnicas de absorción de los sonidos.

Ejemplo: las paredes de corcho en un estudio de radio.

La **refracción** consiste en que: cuando una onda sonora pasa de un medio en el que se propaga a una determinada velocidad, pasa a otro medio (cuya velocidad de propagación de la onda sonora varía).

Se produce un cambio en la dirección de propagación de la onda.

Ejemplo: pasamos de la atmósfera al medio líquido. Como la onda se propaga a diferente velocidad en cada uno de ellos el ángulo también varía.

La difracción es otra variedad de propagamiento:

- ◆ Cuando un haz sonoro se encuentra con un orificio en una superficie no elástica, el sonido que atraviesa dicho orificio se propaga radialmente como si el orificio fuera una fuente sonora (es como si el sonido se colase por un agujero).
- ◆ El otro caso de la difracción es cuando un sonido alcanza una superficie sólida impenetrable pero de una dimensión reducida.

9.2. CUALIDADES DEL SONIDO

9.2.1. INTENSIDAD

Es la cantidad de energía acústica que contiene un sonido. Depende de la potencia de vibración y generadora del sonido. Viene determinada por la amplitud de la onda sonora.

Cuanto > menor sea la amplitud, menor es la sensación de fortaleza del sonido.

A mayor < amplitud, mayor es la sensación de fortaleza del sonido.

Es la cualidad por la que los sonidos se presentan fuertes o débiles, es el volumen de la onda.

9.2.2. EL TONO

El tono es una cualidad sonora por la que los sonidos se nos presentan como graves o como agudos. Está relacionado con la frecuencia, viene determinado por la frecuencia de la onda sonora.

Se mantiene la misma intensidad pero varía la frecuencia:

- Frecuencia reducida = sonido grave
- Frecuencia elevada = sonido agudo

La frecuencia de las voces femeninas es más elevada que la de las masculinas.

9.2.3. EL TIMBRE

Los sonidos que escuchamos no se manifiestan de forma pura o simple, van acompañados de otros denominados armónicos.

ARMÓNICOS

Son sonidos secundarios. Son más débiles, inciden en la cualidad de los sonidos (timbre), modifican el timbre, el hecho de que no sea puro el sonido,

La del timbre es una cualidad estrechamente relacionada con la fuente de la que proceden los sonidos. Permite conocer las características del emisor y diferenciarlo cuando el sonido se manifiesta en una misma intensidad y un mismo tono.

- Sonido oral: Gracias a los armónicos podemos reconocer la edad, el sexo sólo por el timbre, él nos da el dato.
- En el sonido musical se reconocerá el instrumento del que proviene el sonido (aunque interprete la misma nota).

9.3. TIPOLOGÍA DE SONIDO

Propone una tipología de sonidos que completará Mariano Cebrián. Según Ángel Faus Belau, nos encontramos con los sonidos:

9.3.1. NATURALES

Procedentes de la naturaleza, resultado de la existencia de seres vivos. Está ajena a cualquier tecnificación, son irrepetibles y fugaces. Hay diferentes tipos de sonidos naturales:

- ◆ Sonidos naturales sencillos: oleaje, trueno.
- ◆ Sonidos producidos por el hombre: pero todavía no articulados, el de los bebés, el llanto, la risa (sonidos guturales)
- ◆ El lenguaje convencional humano articulado.
- ◆ Los sonidos naturales emitidos por el hombre: las onomatopeyas.

9.3.2. CREADOS

Son aquellos que se han producido por una intervención humana, bien por un proceso tecnificador, bien por uno creativo. Serían los producidos con algún instrumento técnico o un proceso creativo. Ejemplo: Cantos culturales.

9.3.3. RECONSTRUIDOS

Son aquellos que son consecuencia de un registro técnico, pueden ser tanto fruto del registro de sonidos naturales o del registro de los sonidos creados. Son una grabación, se pueden grabar ambos. Los reconstruidos son repetibles, a voluntad del oyente, además se pueden manipular. Ejemplo: la grabación de un cantautor entre amigos, la grabación de una entrevista.

9.3.4. RECREADOS

Son productos cerrados. Son las grabaciones para ser difundidas, ha habido un proceso de industrialización. Nos llegan en formato CD, que no podemos manipularlos. Se puede reproducir. Ejemplo: un CD de música, un CD de efectos.

9.3.5. RADIOFÓNICOS

Según Mariano Cebrián. Son aquellos que son resultado de la difusión por el medio radiofónico. No se trata sólo de una difusión sino de una transformación. A todos estos sonidos, la radio les da otra dimensión tecnificada. El sonido que llega al receptor no es el mismo que entra al micrófono.

9.4. RETRANSMISIÓN TÉCNICA DE LA SEÑAL SONORA EN RADIO

- ◆ PROCESO DE CODIFICACIÓN
- ◆ Transmisión acústico-eléctrica

Aquí se produce la primera fase de la transformación técnica de los sonidos.

Las ondas sonoras son captadas por micrófonos que transforman las ondas en señales eléctricas. Es la primera y más importante transformación. De su fidelidad depende todo el proceso del resto de la cadena. Su calidad depende de la fidelidad de los micrófonos.

MICRÓFONOS

Son el punto inicial de toda la cadena radiofónica.

Son traductores: convierten las ondas acústicas en eléctricas útiles para la producción

radiofónica.

Características del micrófono: Sensibilidad, direccionalidad y respuesta de frecuencia.

♦ ***Sensibilidad***

La sensibilidad de un micro hace referencia a la alta capacidad de captar los sonidos en función de su volumen.

Alta: capacidad de captar sonidos de baja intensidad. Los ruidos se magnifican (se usa en los reportajes de investigación).

Baja: se utilizan para situaciones en las que el ambiente sonoro es complejo (ruido). Capta sólo la fuente que le interesa reduciendo los sonidos ambiente. Esta modalidad se utiliza en estadios de fútbol, ruedas de prensa,

♦ ***Direccionalidad***

Es preciso tenerla en cuenta para la selección de los sonidos que más nos interesan.

Omnidireccionalidad: Capta los sonidos procedentes de cualquier orientación. Interesa para captar sonidos ambiente, en una situación en la que intervienen diferentes personas. Interesa si el locutor está en movimiento.

Bidireccionalidad: Son aquellos que captan sonidos procedentes de zonas laterales dejando zonas muertas como la parte superior/inferior del micro. Se utiliza para la realización de entrevistas.

Unidireccionalidad: Permite captar unos sonidos muy localizados. Aquí se suprimen los ruidos ambiente, se utilizan tanto en interiores como en exteriores: ruedas de prensa, en los estudios de radio.

La alcachofa es la espuma protectora. Son filtros anti-viento de goma-espuma. Favorece que el sonido sea más limpio, atenúan las oclusivas, ayudan a crear imagen corporativa.

♦ ***Respuesta de frecuencia***

Hace referencia al comportamiento del micro ante sonidos de diferentes características / frecuencias.

La fidelidad de los micrófonos a los sonidos originales depende de esta respuesta de frecuencia.

La voz humana tiene una frecuencia que oscila entre 50hz-15000 hertzios.

Si el micro tiene una respuesta de frecuencia amplia, pues no distorsiona la voz.

Los sonidos musicales oscilan: 20hz-20000 hertzios.

♦ ***Tratamiento de la señal eléctrica***

Esos sonidos, ya convertidos en señales eléctricas pueden:

- ◇ Pasar directamente a un magnetófono para su conservación.
- ◇ Pasar a la mesa de mezclas.

MESA DE MEZCLAS

Es el corazón de la expresividad radiofónica. Permite infinidad de recursos. Es la oferta más generosa de la técnica. Por ella pasan, cruza, mezclan, interrelacionan todos los sonidos. Es la coctelera fónica. Permite elaborar con agilidad lenguaje radiofónico en toda su potencialidad, convierte los sonidos en lenguaje radiofónico.

TEMA 10 – CÓDIGOS SONOROS EN RADIO

Lenguaje radiofónico: un conjunto de elementos que intervienen en la radio combinados para crear imágenes sonoras. Esas imágenes auditivas son estímulos, los sonidos, que se transforman en representaciones visuales en la mente del oyente.

10.1. ELEMENTOS SONOROS

Esos elementos sonoros son:

Las palabras unidas a la voz, las músicas, los efectos sonoros y los silencios, se combinan y pierden su esencialidad como elemento aislado. El lenguaje radiofónico es fruto de la combinación de esos elementos (interacción, mezcla).

10.1.1. LA PALABRA

Es el elemento imprescindible, principal del lenguaje radiofónico. En el ámbito de la radiodifusión se hace obligada. Nos remitimos a la palabra hablada, es la manera en la que se manifiesta la palabra.

◆ Caracterización del lenguaje hablado en radio

· **Corrección:** A diferencia del hablado en público, un discurso, en donde puede ser un nivel culto. En una conferencia elitista no hay problemas de erudición.

En radio no se puede mantener el nivel culto elevado porque se pierde el contacto visual. Por eso, busca un lenguaje que llegue al público receptor, heterogéneo, con diversidad de intereses y capacidad de descodificación del mensaje. Por esto, el lenguaje radiofónico debe ser como el lenguaje coloquial culto. Debe ser espontáneo, con tendencia a improvisar, la improvisación debe ser preparada, pero dar sensación de espontaneidad.

· **Claridad:** el grado de eficacia comunicativa está en el grado de la claridad en la exposición. Se abordan dos aspectos de la claridad:

- ◆ La claridad enunciativa: hace referencia a la sintaxis y al léxico (en radio hay que huir de términos grandilocuentes y pedantes, que puedan llevar a la confusión a la audiencia).
- ◆ La claridad temática: que afecta al contenido de esa pieza radiofónica. Hay que evitar tratar determinados temas engorrosos, difíciles de comprender, excesivamente técnicos.

· **Concisión:** debe apoyarse en frases cortas, si es posible, frases que tengan entre 15–20 palabras. Escribir para radio supone cambiar el estilo de escritura, prescindir de subordinadas, coordinadas y compuestas porque pueden perder al oyente. Mejor usar presente que pasado y las activas mejor que las pasivas. Simplifican la construcción y el contenido de la frase.

· **Captación del lector:** capacidad de adaptar temas literarios, de prensa escrita, etc al lenguaje oral, al texto del lenguaje hablado. No hay que huir de reproducir un texto tal cual.

La palabra está asociada a la voz.

◆ La voz en el lenguaje radiofónico

A través de ésta se produce el primer contacto sensitivo con el receptor. La voz identifica al emisor, (el timbre), sitúa al hablante en la mente del receptor. Y es la voz la que crea la imagen acústica del emisor (imagen mental del oyente).

El mensaje se materializa a través de la voz, la materia sensorial, ante el oyente. Cualidad de la voz:

El timbre: por donde se reconoce la fuente, el locutor.

La voz se nos presenta de dos formas diferentes: *armónicas e inarmónicas*.

Las voces *armónicas* suenan de forma suave, clara, limpia, brillante.

Las voces *inarmónicas* suenan de forma rugosa, poco clara, quebrada, rota.

Los factores que intervienen en la corrección de la locución son:

◆ **Vocalización:** articulación con la debida distinción para hacer plenamente inteligible lo que se habla. Una pronunciación deficiente de los sonidos provoca la pérdida de claridad en el mensaje. Esa incorrecta dicción o articulación llama la atención sobre la forma del defecto (resulta desagradable). Es un elemento distorsionante: provoca en el destinatario del mensaje radiofónico una pérdida de credibilidad respecto al emisor del mismo.

◆ **Entonación:** Consiste en la musicalidad del lenguaje en la palabra hablada (en el texto escrito equivale a la puntuación). Se consigue:

- con la inflexión de la voz
- variando el tono
- variación en intensidad de ciertas palabras para marcar énfasis en determinadas expresiones.

Esto supone aportar una mayor carga semántica, más riqueza al texto, locución más atractiva (hay que huir de la monotonía).

◆ **El ritmo / velocidad:** varía en cada tipo de programas, también a lo largo del mismo programa. No es recomendable mantener una misma velocidad. Buscar un equilibrio (adaptándolo al mensaje):

- excesivamente lento: produce desinterés.
- el excesivamente rápido produce cierta tensión que si es prolongada, llega a resultar insoportable para el oyente.

Velocidad de exposición: la velocidad adecuada a diarios hablados de RNE, la velocidad oscila entre 160 y 190 palabras por minuto.

Cuando se supera la velocidad media nos podemos encontrar ante una situación de ruido semántico.

◆ **La actitud del emisor, depende:**

- Tipo de programa (para el que ponga la voz).
- Asuntos que se vayan a comunicar.
- Del momento del día (franja horaria).

El tipo de locución dependerá según Amparo Huerta:

Locución informativa: informativo en cualquiera de sus variantes es uno de los discursos verbales. Más fríos y sobrios porque no se permiten licencias redaccionales / orales (Emili Prado).

Locución con música: la más permisiva. Se permiten las licencias de un género. Definición de la personalidad del estilo propio = son básicos para contactar con los oyentes. El locutor debe crear una sensación de amistad con su audiencia.

Otros modelos de locución: único denominador común (magazines, concursos, programas nocturnos, de participación, especializados).

La necesidad de explotar un estilo personal, la obligación del locutor de modelar y modular su voz, de adecuar el discurso a la tarea encomendada.

Según Arias Ruiz: un locutor tiene que hablar. No puede leer ante el público oyente. Debe leer hablando y no hablar leyendo. El locutor debe ser capaz de leer dando al oyente la completa sensación de que está charlando con él y contándole una cosa.

10.1.2. MÚSICA

(Arturo Merayo) La utilización que de la música es posible hacer en radio abarca un amplio espectro de posibilidades.

Los recursos expresivos del medio

Armand Balsebre: A través de la música el lenguaje radiofónico ha sabido expresar y comunicar un mayor caudal de imágenes auditivas.

La radio como arte acústico está muy íntimamente ligada a la música más que a otros tipos de arte.

♦ Funciones de la música en radio

*Arturo Merayo

1. Ambientación de una época o localización específica. Para ubicar al oyente en un espacio o época pasada.
2. Imprimir o subrayar en un discurso oral el carácter humorístico, romántico, épico, violento, de determinados mensajes.
3. Sirve de elemento de transición, para encadenar partes del discurso.

*Armand Balsebre

1. *Función expresiva*: el movimiento afectivo connota la música. Crea un clima emocional y una 'atmósfera' sonora.
2. *Función descriptiva*: el movimiento espacial que denota la música describe paisaje, ubica el lugar donde discurren los hechos del relato radiofónico.

*Miguel Ángel Ortiz y Federico Volpini

Función de acompañamiento:

- ◊ Una intención exclusivamente estética para acompañar.
- ◊ Arropear la palabra.
- ◊ Es el fondo en el que la palabra se apoya.

◆ ***Tipos de inserción musical***

Según su procedencia (Mariano Cebrián):

Diegética:

- ◊ Es música captada directamente de la realidad por los micrófonos.
- ◊ Es parte integrante de la realidad (recital, concierto, estudio de radio).

Extradiegética:

- ◊ Es música introducida durante el proceso de realización en directo o mediante montaje.
- ◊ No es captada de la realidad.

Según la forma:

- ◆ **Tema musical:** la música tendría función autónoma (Miquel de Moragas). La música constituye por sí sola y durante un cierto tiempo el contenido único y principal del mensaje.
 - Es el elemento protagonista en sí mismo.
 - Cuando la música es el elemento fundamental del mensaje, se representa en primer plano.
 - Utilizando como una ilustración o como una ilustración semántica más.
 - No es preciso que se trate de un programa especializado en música
- ◆ **Música de fondo:** Ejerce una función auxiliar (Miquel Moragas)
 - La música no se sitúa en primer plano.
 - Se presenta siempre en un plano de fondo.
 - Acompaña a los restantes elementos del mensaje radiofónico, 'arropa'.
 - Subyace en la secuencia lineal de sonidos para mantenerla compacta.

◆ **Jingle / Cuñas de promoción:**

- Sirven para dar publicidad, promover una cadena, un programa o la sección de un programa.
- Suelen utilizarse músicas o componerse para la promoción (composición instrumental y vocal).

◆ **Sintonía:**

- Presentación y cierre musical de un programa / espacio (careta de entrada y de salida).
- Puede sustituir al propio enunciado verbal. Suele ir acompañado de un enunciado verbal.

Funciones de la sintonía

- Facilita al receptor la identificación de la emisora que se escucha (familiaridad)
- Reciben también el nombre de indicativos (cadena). Los indicativos actúan como música corporativa (el fonotipo) en la empresa radiofónica.
- Sirven como código particular de órdenes entre las emisoras de una misma cadena (comienza o termina la programación de la cadena, conexiones regionales).

♦ **Cortina musical**

- Es el tema musical que separa secuencias, contenidos o bloques temáticos de un programa.

♦ **Ráfaga**

- Música breve que señala transición de un tema a otro, segmentando la continuidad temática radiofónica.
- La ráfaga desarrolla una función rítmica principal. Constituye un factor esencial del ritmo radiofónico.

♦ **El golpe musical**

- Música breve que da énfasis a una determinada acción.
- Es semejante a la ráfaga, en este caso tiene connotaciones semánticas.

♦ **Cuñas de promoción**

- Sirven como cuñas publicitarias para promocionar la propia cadena o alguno de sus programas.

10.1.3. EFECTOS SONOROS (RUIDOS)

♦ MODALIDAD DE MANIFESTACIÓN DE RUIDOS

RUIDO

Desconcierto de sonidos que se deben a una superposición de elementos / sonidos de excesivas fuentes desordenadas. Puede ser originado por problemas técnicos.

El ruido es una obstrucción informativa porque no permite percibir con nitidez la realidad a la que pertenecen.

RECURSO SONORO (RUIDO)

Diegético:

- Sonido captado directamente de la realidad por los micrófonos (ejemplo murmullos, público, etc.).
- Son parte integrante de la realidad (ejemplo: aplausos).

Extradiegético:

- Son sonidos introducidos por el informador en el estudio bien durante la realización en directo bien mediante el montaje.
- Se introducen con una intencionalidad expresiva (ejemplo: en una cuña publicitaria se puede introducir griterío del público).

Auténticos:

- Son sonidos procedentes de la realidad.
- Por su traducción técnica no siempre resultan creíbles.

Verosímiles:

- Son efectos sonoros producidos de forma artificial que producen sensación de realidad.

- Tiene más credibilidad para el oyente.
- Se caracterizan por su verosimilitud.

Irreconocibles:

- Son sonidos que no permiten identificar con exactitud la realidad de la que dimanen.

Icónicos:

- Llevan directamente a la realidad – indican la fuente del sonido.
- No importa sea o no auténtico,
- cuanto que lleve directamente al reconocimiento de la misma.
- Por su carácter icónico ofrecen una imagen concreta de la realidad: lluvia, tren, olas

Sonidos iconográficos:

- Son sonidos convencionales y arbitrarios (sonidos que significan gol, la hora en punto, etc.).

◆ FUNCIONES DE LOS EFECTOS SONOROS

Función ambiental o descriptiva

El efecto sonoro pretende:

- Restituir la realidad.
- Localizar la acción en un espacio visual
- Los efectos refuerzan la impresión de realidad del mensaje radiofónico.
- A veces es el efecto sonoro descriptivo

El *único recurso expresivo* que tiene el creador del mensaje radiofónico para alcanzar la imaginación del espectador. Para ubicar al oyente.

Función narrativa y expresiva

- El efecto sonoro con función narrativa es un elemento sustantivo en la narración.
- Recurso mediante el cual se puede construir un discurso sin el apoyo de la palabra, ayudado por cierto convencionalismo.

Funciones de la sintonía

- Facilita al receptor la identificación de la emisora que se escucha (familiaridad).
- Reciben también el nombre de indicativos (cadena). Los indicativos actúan como música corporativa (el fonotipo) en la empresa radiofónica.
- Sirven como código particular de órdenes entre las emisoras de una misma cadena (comienza o termina la programación de la cadena, conexiones regionales).

MC LEICH

Paso del tiempo	Sonido de un reloj
Noche	Sonido de un búho
En la costa	Sonido de las olas y gaviotas
Mañana temprano	Canto del gallo
Ambiente rural	Canto del pájaro

10.1.4. SILENCIO

Configura un sistema expresivo prácticamente ignorado por el emisor en sus estrategias de producción del mensaje radiofónico.

El radioyente: interpreta la presencia del silencio como un ruido (fallo técnico). Por breve que sea le parece una eternidad. Provoca pérdida de credibilidad hacia el sujeto emisor. Puede inducirle a cambiar de emisora.

Sin embargo, el silencio es una forma sonora:

- ◆ Delimita núcleos narrativos / puede emplearse como un elemento de puntuación.
- ◆ Un elemento para subrayar determinadas informaciones (tiempo que se concede al oyente para la reflexión).
- ◆ El silencio es la lengua para expresar estados o sensaciones: la sorpresa, el miedo, etc.

Depende también un poco de la intención.

10.2. PLANOS SONOROS

La radio crea sensación de espacio mediante la planificación de los sonidos. No hay contacto ni elementos visuales.

El plano sonoro: es el grado de nivel de presencia de un sonido. Es un elemento más de la búsqueda del realismo y una mayor expresividad.

ESCALA DE PLANOS

◇ Primerísimo Primer Plano (PPP)

- Es el plano de la intimidad, sumamente cercano al micrófono.
- Es una voz susurrante (para crear confidencia, propio de programas nocturnos) como si el locutor estuviera hablando al oído.
- Su expresión y función dependen de lo que se quiere decir en cada momento.
- Introduce en la información una valoración subjetiva.

◇ Primer Plano (PP)

- Presenta un sonido similar al utilizado en las conversaciones corrientes entre dos personas.
- El locutor se sitúa a unos 30 centímetros del micrófono con un volumen con el que se hablaría a una persona distanciada aproximadamente a un metro y medio.
- Es el plano que se usa con más frecuencia en todos los programas informativos o magazines.

◇ Plano General (PG)

- El sonido se percibe alejado por relación al primer plano.
 - La lejanía o proximidad se percibe según las escalas en cada programa y siempre según la relación que mantenga con otros planos.
- ◊ Plano de Fondo (PF)
- Es el que suena como fondo de otro.
 - Aparece siempre en presencia de otro: música mientras se expone un comentario verbal, ruidos en una situación mientras se habla de ella

TEMA 11 – CÓDIGOS DE MOVILIDAD

La sensación de movimiento en radio se produce de tres formas diferentes.

11.1. MOVIMIENTO DE LA FUENTE SONORA

Este movimiento es protagonizado por la propia fuente sonora. Se desplaza aproximándose o alejándose del instrumento de captación, el micrófono.

11.2. MOVIMIENTO EXTERNO (DE LOS MICRÓFONOS)

Se debe al desplazamiento del instrumento de captación del sonido, el micrófono, podemos hablar de travelling sonoro.

Travelling hacia delante: da la sensación de aproximación hacia la realidad informativa.

Travelling hacia detrás: se produce la sensación de distanciamiento de audición de la realidad.

Travelling de acompañamiento: cuando el micrófono sigue, acompaña, a la fuente en movimiento.

11.3. MOVIMIENTO INTERNO (A TRAVÉS DE LA MESA DE MEZCLAS)

Regulando el volumen de una fuente para darle mayor o menor presencia produce una sensación de movimiento. (El poder es ese dispositivo cuadrado – la tecla – con el que se sube y baja el volumen en la mesa de mezclas).

TEMA 12 – CÓDIGOS SINTÁCTICOS EN RADIO

CONCEPTO DE MONTAJE RADIOFÓNICO

El montaje radiofónico es la disposición y combinación de 2 o más sonidos radiofónicos simultáneos y / o consecutivos.

Se ordenan según dos ejes:

- Simultaneidad
- Sucesividad

Cada sonido radiofónico adquiere su valor por la relación que establece con los demás sonidos.

El montaje se puede producir:

◊ en directo = la realización sonora contemporánea

◊ en diferido = montaje que supone la manipulación del material sonoro

OBJETIVOS BÁSICOS DEL MONTAJE

A través del montaje se pueden lograr los siguientes objetivos:

- ◆ Disponer los elementos en una secuencia más lógica. Ejemplo: hacer una entrevista y elegir los cortes.
- ◆ Eliminar lo no interesante, repetitivo o técnicamente inaceptable.
- ◆ Condensar el material según las disponibilidades de tiempo.
- ◆ Aportar una carga estética a través del uso y combinación de los diferentes elementos sonoros (música y efectos sonoros).

TRANSICIONES

Forma de paso de un sonido a otro. Hay diferentes formas.

◊ **Yuxtaposición** o coordinación de unas partes con otras (corte):

Mediante enlace imperceptible de un elemento con otro, evitar el salto brusco del sonido, mediante el Raccord (continuidad).

◊ **Fundido encadenado**

Un sonido se desvanece mientras otro emerge. Un fundido de sonidos, se cruzan, se superponen durante unas décimas de segundo.

◊ **Por resolución**

Un sonido se desvanece, llega el silencio y empieza el siguiente.

◊ **Superposición de sonidos**

Se debe evitar porque los dos están en primer plano. En informativos se evita pero en radio fórmula se suele utilizar.

MONTAJE INFORMATIVO

En función del tratamiento del tiempo y el orden de los hechos se trata de distinguir el tratamiento y la exposición de los hechos en función del tiempo y el orden de éstos.

Tipos de montaje según Mariano Cebrián:

◆ *Tratamiento en tiempo real de los hechos:*

El montaje radiofónico puede afrontar el tiempo real de los hechos de tres maneras:

- Respetando el tiempo real con la máxima fidelidad.
- Reduciendo el tiempo real a un tiempo radiofónico inferior.
- Ampliando el tiempo real del suceso. Ejemplo: accidente (se puede ampliar con entrevista).

◆ *El orden en la narración determina varios tipos de montajes narrativos:*

- Montaje lineal: se exponen los hechos siguiendo un orden cronológico.
- Montaje invertido: se parte de resultados. Ejemplo: partido de fútbol.

LOS PROGRAMAS RADIOFÓNICOS

◊ *La programación radiofónica*

La previsión de los programas que van a ser emitidos durante un tiempo determinado y a través de una emisora de radio.

La programación de una emisora se diseña para períodos cortos de tiempo, hay que modificar cuando cambien los gustos del oyente (exigencias publicitarias por ejemplo). Hay que renovar.

◇ **Programa radiofónico**

Arturo Merayo, Mariano Cebrián, José Javier Muñoz y César Gil

Se entiende un conjunto de contenidos, mensajes, que están sometidos a una unidad de tiempo que tiene unos límites, esos contenidos están dispuestos en una estructura (siguiéndola) y se presentan bajo un título. Esos contenidos se preparan para ser difundidos con cierta periodicidad a través del medio.

◇ **Secciones**

Arturo Merayo

Un programa de radio se estructura en secciones (generalmente)

Aquellas partes del programa que disponen de unidad temática y que son fácilmente reconocibles y diferenciables en el conjunto del programa: Pueden ser secciones fijas u ocasionales, pueden introducirse con un título o sintonía (se puede abrir una sección diaria dedicada a la semana de cierto congreso).

◇ **Los tipos de programas**

* **Informativo**: también se denominan noticiarios. Esta modalidad se diferencia del resto por el hecho de que aborda exclusivamente noticias y lo pueden hacer bajo diferentes tratamientos, son:

· **Flash informativo**: es la configuración mínima del programa informativo porque está constituida por una sola noticia. Es un avance escueto y urgente de la noticia de gran repercusión que obliga incluso a interrumpir la emisión. Se introduce por la sintonía para avisar / impactar.

· **Avances informativos**: consiste en un adelanto de los titulares de las noticias que luego se van a desarrollar en el informativo. Se presenta a modo de resumen y suele durar en torno a dos minutos. En este tipo de programa se desarrollan las noticias más relevantes. Se suelen introducir dentro de otros programas como el magazine. Lo programan aquellas cadenas que no tienen boletines horarios.

· **Boletín horario**: se presenta como una cita con la audiencia, cada cierto tiempo, para ofrecer un resumen de noticias sobresalientes y para actualizar hechos y datos que recojan los servicios informativos hasta ese momento. Suele darse después de las señales horarias, requiere de una puntualidad muy rigurosa, suelen tener entre 3 y 5

minutos de duración. Se inicia con las señales horarias y una careta, sintonía, y se pasa a desarrollar las noticias, que separan en bloques por ráfagas y la despedida, la hace el locutor citando a la audiencia a la hora siguiente. Pueden ser presentados por una sola persona. No son monótonos porque son cortos.

· Los diarios hablados: trazan la columna vertebral de una cadena. Difunden todo un conjunto de noticias de actualidad. Si la periodicidad de los boletines es cada hora (depende de la cadena), éstos se presentan cuatro veces al día en horarios matinales que pueden oscilar desde las 06:00 horas hasta las 09:00 horas., a mediodía la franja suele ser de 13:30 a 15:30, hay otra para el final de la jornada laboral de 20:00 horas a 21:00 horas, y por último la franja nocturna de 11:00 a 01:00 horas. Suelen durar unos 30 minutos, eso obliga a resumir el número de informaciones, lo que presume una estricta selección.

La estructura de los diarios hablados:

Se programan a las horas justas o partidas y, así, van precedidos de las señales horarias. Entra sintonía del programa, con el saludo del locutor y comienza con la noticia de apertura (la más destacada), se le dedican unos segundos y se da paso a los titulares. Son sumarios muy breves de las noticias que se van a desarrollar a lo largo de todo el programa (tampoco todas). En titulares suelen estar sólo 6. Después se da paso al desarrollo de la noticia de apertura. Se desarrolla todo el informativo (generalmente por bloques). Después se vuelve a hacer una especie de resumen con los mismos titulares. Sólo son para fijar las informaciones en la mente del oyente y después, cierre y despedida.

En la presentación puede haber dos personas alternándose o la del conductor único.

· El informativo especial: son otra de las modalidades. Son de actualidad, pueden ser de carácter monográfico, puede ser un resumen de la información de la semana, o programa especializado en un tema determinado. Ejemplo: in informativo deportivo, literario, la crisis del Prestige.

Tienen una periodicidad inferior. Puede ser esporádico o semanal. Hay mucho tiempo para elaborarlo y hacer reportajes.

* **El magazín**: es una modalidad de programa muy generalizada donde combina la información, la opinión, el entretenimiento, el espectáculo, etc.

Es una fórmula que presenta una gran variedad de temas, de voces, de situaciones, de tratamientos (reportajes, entrevistas) todo esto le da un gran ritmo. Hay diferentes tipos:

· Magazín general: se centra, no en dar información, sino a comentar, a ampliar, a analizar, a través de comentarios, de tertulias, de entrevistas. También incluye información de corresponsales (variedad temática y de voces).

La duración del magazín ha ido extendiéndose, ha ido pasando de dos o tres horas a franjas de seis. Están interrumpidos por diarios hablados y por boletines informativos. (ejemplo: Cadena Ser 'Hoy por hoy' de 06:00 a 12:30 horas.

La permanencia en antena es bastante amplia, 'Protagonistas' tiene ya treinta años. El presentador suele ser una estrella.

Estructura: se combinan secciones más amplias con otras más breves (agilizar). Hay que renovarla en función de los gustos de los oyentes. Hay humor, opinión e

información.

- Magazín especializado: temático (cultural, deportivo).

Los deportivos se centran en noticias de actualidad, carácter más cercano al noticiario, el tratamiento de la información: con comentaristas, tertulias, fragmentos de retransmisiones. Es un público objetivo específico (son aficionados). Suelen durar entre una hora, hora y medio o dos horas. Ejemplo: El Larguero.

Los culturales. Se suele hacer un resumen de las noticias de la semana y entran temas literarios, de bellas artes, cine, etc. Ejemplo: El ojo crítico de RNE y la Rosa de Onda Cero.

- Noticiario: se centran en la información, también la comenta y analiza, la amplía. Tiene una estructura más relajada que el diario hablado (diálogo, tertulia). Hay comentario y mucha opinión. Ejemplo: La linterna.

- Fin de semana: busca un público que cambia en el fin de semana. Ya no hay un seguimiento de la información. Son entrevistas (a personajes de interés). Está más relacionado con el ocio. Variedad de tratamiento, de voces, de temática.

*** Otros:**

- Programas musicales: son los más populares (entretenimiento). Son los más fáciles de realizar. Fórmulas, lista de éxitos, los musicales especializados, en un determinado género musical, fórmula de la revista musical (incluye entrevistas). Discos dedicados, programas de retransmisiones de actuaciones.

- Programas de ficción: se basan en la creatividad, en la elaboración de contenidos inventados, bien para esa obra radiofónica ex profeso, adaptaciones literarias. Dentro tenemos los programas dramáticos como la radionovela. Radio de terror (se buscan los efectos sonoros). El docudrama (el documental con la ficción se entremezclan, Declaraciones reales mezcladas con actores).

- Programas monográficos: programas muy cercanos a los programas de documentales. Se centran en un contenido y lo desarrollan. Ejemplo: un gran reportaje tipo Prestige.

- Programas de participación: buscan el contacto con la audiencia. Ejemplo: Hablar por hablar.

- Programas de entretenimiento: concursos, juegos, secciones de humor. Radiador del Tirachinas. Suelen estar en formato de sección.

· Programas específicos: temática concreta (religiosos, beneficencia), caen en la modalidad magazine.

BLOQUE II

LOS CÓDIGOS DE LA ENUNCIACIÓN AUDIOVISUAL

TEMA 4 – LA DEFINICIÓN DE LA IMAGEN

4.1. CRITERIOS DEFINITORIOS

El concepto de imagen es muy difícil de formular, hay una gran variedad.

Justo Villafañe, con ánimo de aproximarse, propone una serie de criterios definitorios. Criterios que, aplicados a las imágenes, nos ayuden a definir las.

Esas variables se refieren tanto a aspectos formales como a aspectos de contenido. Al aplicar esos criterios, se dosifican las imágenes:

♦ **Materialidad**

El universo de imágenes puede dosificarse hasta 4 tipos de imágenes en función de la materialidad (más o menos tecnificadas) de lo más inmaterial a lo más tecnificado.

- ◇ Imagen mental: inmaterial. No requieren de un referente de la realidad, carecen de soporte físico y se caracterizan por no tener intencionalidad comunicativa porque no se pueden exteriorizar. Ejemplos: los pensamientos, los sueños, las alucinaciones.
- ◇ Imagen natural: es la que más se acerca a la realidad, lo es. Necesita de un referente para formarse y, para que pueda producirse, se necesita que el espacio esté iluminado y que, por parte del receptor, se necesita un sistema visual activo. Es la percepción ordinaria. Tampoco hay intencionalidad comunicativa.
- ◇ Imagen creada: Ya hay intencionalidad comunicativa. En este caso, además, existe una mediación artística, es una imagen que se realiza siguiendo un sistema de representación de la realidad (pintura, escultura), requiere de un soporte físico (lienzo).
- ◇ Imagen registrada: Hay intencionalidad comunicativa (se capta la imagen de la realidad, se selecciona). Existe una mediación técnica. Requiere de un soporte físico (la película fotográfica, una cinta de video). Es una representación muy cercana a la realidad.
- ◇ Imagen generada por ordenador: Tiene intencionalidad comunicativa, existe mediación artística, hay un sistema de representación (dibujo asistido por ordenador) y soporte físico (disco duro). No es necesario un referente, basta con la imaginación.

♦ **Modelización**

Es un criterio que define a la imagen en función de su capacidad de representar la realidad. Afecta a dos aspectos de la realidad: el tiempo y el espacio.

La imagen. En cuanto a la representación del **tiempo** nos encontramos con dos formas de representarla:

- ◇ La imagen aislada: Captando solamente un instante. Simultaneidad. Instante aislado

de su contexto, se recogen todos los elementos de la imagen. Soportes como: la fotografía, los carteles, la prensa (ilustran así).

- ◇ La imagen semencial: Los elementos son recogidos de forma simultánea pero también sucesiva. Están ordenados en el tiempo. Le otorgan a la imagen la capacidad de narrar, de evolución. Esa capacidad de recoger los elementos es la narración. Ejemplos: cómic, vídeo, televisión, cine.

La imagen. En cuanto a la representación del **espacio** nos encontramos con:

- ◇ Las que se clasifican en función de la dinámica interna:

- *Imagen fija*: ausencia de movimiento. Estática. Ejemplo: la fotografía, la viñeta.
- *Imagen dinámica / móvil*: se representa el movimiento. Sensación de espacio interior a la imagen. Ejemplo: televisión y cine.

- ◇ Las que se clasifican en función de la representación de la 3ª dimensión:

- *Imagen plana*: se inscriben en dos ejes. El de la horizontalidad y el de la verticalidad. No pueden representar la 3ª dimensión. Da sensación de profundidad pero no de relieve. Ejemplo: cine y televisión.
- *Imagen estereoscópica*: es posible representar la 3ª dimensión, intentan reproducir la visión humana. Son captadas con dos cámaras, (objetivos situados a la misma distancia de los ojos, 65 mm). Se reproducen también en dos cámaras, visualizadas con gafas especiales.

◆ **Iconicidad**

Es un criterio que se basa en la semejanza entre la imagen y su referente. La iconicidad se puede evaluar y, para ello, Villafañe propone una escala de iconicidad, donde quedan reflejados los diferentes grados de semejanza de la imagen y su referente.

Este autor aplica la escala a las imágenes fijas, pero nosotros la trasladamos al terreno de la imagen registrada, secuencial, en movimiento e imagen plana. Esa escala, aquí, tiene ocho niveles:

- ◇ 8º Nivel: imagen cinematográfica / Vídeo / Televisión – todo registrado en color. Es el nivel de mayor iconicidad, son imágenes que reproducen las formas de los objetos, los colores reflejan la disposición de los objetos en el espacio. Reproduce la realidad. Ejemplo: un telediario.
- ◇ 7º Nivel: imagen cinematográfica / Vídeo / Televisión – todo registrado en blanco y negro. Puede reflejar las formas, los tamaños, la disposición no el color. Resta fidelidad con la realidad. Ejemplo: la película Casablanca.
- ◇ 6º Nivel: imagen de animación figurativa realista. Este nivel se caracteriza porque hay intervención artística, se basa en imágenes creadas en las que se representan unas formas, tamaños, proporciones se intenta representar la realidad de la forma más fiel pero a través de la técnica del dibujo. Ejemplo: Pocahontas (película de la factoría Disney).
- ◇ 5º Nivel: imagen de animación figurativa no realista. También hay intervención artística. Imagen creada que representa formas, colores, aunque éstos están alejados de la realidad. Ejemplo: Los Simpsons.
- ◇ 4º Nivel: imágenes de pictogramas animados. Hay intervención artística en la elaboración de la imagen pero todas las características de la realidad son abstraídas, sólo queda la forma estructural. Ejemplo: el muñeco del Zapping de Canal +.

- ◇ 3º Nivel: imagen de esquemas motivados. Son creadas, todas las características de la realidad están abstraídas y sólo se mantienen las relaciones orgánicas. Ejemplo: una gráfica en movimiento que ilustre datos (en los telediarios). Aquí sólo son contornos, apenas hay formas.
- ◇ 2º Nivel: imagen de esquemas arbitrarios. Son los logotipos. No se representan características sensibles y la relación de los elementos es arbitraria. No hay semejanza entre el logotipo y la realidad que representan. Ejemplo: el logotipo de Antena 3.
- ◇ 1º Nivel: imagen de representación no figurativa. Abstracción de las características sensibles entre la imagen y lo representado. Ejemplo: la imagen de publicidad en Canal +, es un elemento de continuidad.
- ◇ 0 Nivel: imagen textual. Ninguna semejanza entre la imagen y el referente. Ejemplo: la palabra Telefónica.

◆ **Creación del sentido**

Es el hecho de que una imagen signifique sólo una cosa o pueda remitir a varias.

En este caso son las imágenes monosémicas, en el terreno de la denotación, del significado., mientras que las polisémicas están en el de la connotación – el significado que se le otorga a una palabra.

- ◇ Las imágenes monosémicas (denotación): remite a la realidad representada; de forma unívoca. Se utilizan en los informativos, hay que evitar la connotación. También se utiliza en el ámbito didáctico. Ejemplo: un telediario.
- ◇ Las imágenes polisémicas (connotación): nos remiten a posibles/múltiples significados. Tienen un carácter más político. Se utilizan para provocar al espectador (su inteligencia), provocan la reflexión Se utilizan en el ámbito de la publicidad y también en el de la ficción. Ejemplo: Cuando Aragorn recuerda a Arwen hablando con Eowyn.

◆ **Estructura**

Para diferenciar las imágenes sencillas de las imágenes complejas:

- ◇ Sencilla: Se aprecia en una sola mirada, de un solo vistazo. Ejemplo: anuncio de Evax en el que salen las chicas, con un fondo blanco, y ellos dicen porqué.
- ◇ Compleja: Más difícil de descodificar, más elementos, diferentes formas, colores, tamaños, movimiento, etc. Ejemplo: anuncio de Hugo Boss.

◆ **Generación**

Sirve para diferenciar imágenes originales de imagen copia:

- ◇ Original: la captada – un master –, a partir del cual montamos una pieza, obra. En el cine se corta y se pega.
- ◇ Copiada: Es reproducida y copiada. En función del número de veces que haya sido copiado, la imagen va perdiendo calidad (en el sistema analógico). Así es de 1ª, 2ª, 3ª, 4ª, 5ª generación (no en el digital).

4.2. LOS SIGNOS BÁSICOS DE LA IMAGEN

4.2.1. EL PUNTO

Es el elemento más sencillo de la comunicación visual. El punto tiene una gran fuerza de atracción visual.

Cuando está en un extremo de la imagen, les otorga cierto desequilibrio. Cuando aparezca en el centro, le da equilibrio. Cuando aparecen varios puntos se tiende a unirlos.

A partir de estos puntos tendemos a percibir formas geométricas:

En una imagen de una película: los sombreros, las cabezas vistas desde la arriba en una manifestación.

4.2.2. LA LÍNEA

Es la huella de un punto en movimiento, es una sucesión de puntos contiguos.

Tipos:

◇ Líneas rectas: verticales, horizontales, oblicuas

◇ Líneas curvas

Cada una revela un determinado ritmo (grado de dinamismo).

Las rectas horizontales y verticales se identifican con la quietud. Mientras que las oblicuas y curvas se identifican con la acción y el movimiento. Ejemplo: El escorial.

Las rectas oblicuas crean sensación de profundidad en la imagen. Recurso para crear perspectiva, 3ª dimensión.

4.2.3. LAS FORMAS

La forma es un signo con una superficie delimitada que tiene cierta extensión. Viene dada por dos aspectos:

- La apariencia.
- El punto de vista desde el que se capta esa forma:
- Ángulo cenital (desde arriba 90°) sería un
- Desde el lateral sería un

Las formas tienen ciertos valores subjetivos:

- El triángulo expresa tensión.
- El cuadrado robustez.
- El círculo expresa perfección, equilibrio.

No percibimos formas puras, sino una combinación ilimitada de esas tres formas básicas, en función de cual predomine habrá más componente de esas sensaciones.

4.3. LAS UNIDADES NARRATIVAS

◇ El texto

- Texto escrito: conjunto de palabras que componen un documento escrito.
- Texto audiovisual: en el ámbito audiovisual el texto es un conjunto de imágenes o planos.

◊ El párrafo

- Definición: Es cada una de las divisiones del texto escrito.

◊ La secuencia

- Definición: *En lo audiovisual es lo equivalente al párrafo en lo escrito.* Es la unidad de división del relato visual en la que se plantea, desarrolla y concluye una situación dramática. Puede desarrollarse en una o varias escenas. Puede ir de principio a fin sin interrupciones o fragmentarse para enlazar con otras secuencias. Por tanto es una unidad temática que recoge una acción con sentido completo. Ejemplo: secuencia dramática que concluye feliz en La vida es bella desde los trámites para abrir la librería hasta que se cruza con la chica.

◊ La frase

- Definición: conjunto de palabras que basta para formar un sentido.

◊ La escena

- Definición: *la frase en el ámbito audiovisual es la escena.* Es una parte del discurso audiovisual que se desarrolla en un mismo escenario y que, por sí misma, no tiene sentido completo. Puede desarrollarse sin interrupción o fragmentada (y entremezclarse con otras escenas).

◊ La palabra

- Definición: conjunto de sonidos articulados que expresan una idea.

◊ El plano

- Definición: *la palabra en el ámbito audiovisual es el plano.* Es una unidad mínima de narración audiovisual en la que hay que distinguir, de un lado, el plano de rodaje y el plano de montaje.

◊ Plano de rodaje: Es todo aquello que registra la cámara desde que se pulsa el encendedor hasta que se apaga. Todo. Es el plano master.

◊ Plano montaje: Es una unidad mínima espacio-temporal en la que puede fragmentarse un texto audiovisual.

◊ Más sobre el plano

Es una unidad portadora de información que presenta un espacio y deja fuera otro, se selecciona una porción de la realidad. El plano tiene significado sobre todo cuando se une a otros planos, dependerá del plano que le precede y sucede. Es cada punto de vista de la cámara, cada vez que cambia de enfoque.

◊ El plano secuencia

Definición: *la palabra en el ámbito audiovisual es el plano.* El plano de rodaje se corresponde con el plano de montaje. Se aplica a una toma en la que existe un movimiento y en la que se produce una variación en el registro de espacios, con el fin de captar una acción completa (capta toda la acción en un plano de rodaje). Se pretende captar toda la acción de la secuencia.

Ejemplo: cuando siguen a un coche la cámara puede cambiar de punto de interés, coche, protagonistas La cámara permanece en el mismo espacio, registrando todo lo que pasa. Grabado en continuidad.

Un solo plano capta toda la secuencia

1 plano de rodaje = 1 plano de montaje

LAS UNIDADES NARRATIVAS EN TELEVISIÓN (EN DIRECTO)

CLASIFICACIÓN DE JAIME BARROSO

◊ El bloque

Es el fragmento del relato en televisión registrado en continuidad sin interrupción entre dos espacios de publicidad. Más una unidad de producción que narrativa. Se origina por una necesidad de publicidad y su incursión televisiva y tener unos momentos de respiro.

◊ La secuencia

Es un segmento autónomo del discurso constituido por dos o más planos que desarrollan una acción única presentada / desarrollada en orden cronológico. Se caracteriza por la unidad de escenario. Está integrada por escenas.

◊ La escena

Es una subdivisión de la secuencia y recoge una breve acción dentro del discurso televisivo pero que no tiene sentido por sí misma aislada de la secuencia. Tiene unidad espacial y se desarrolla en un determinado set (escenario).

◊ Inserción

Es un plano autónomo que se introduce para ilustrar un discurso televisivo. Puede ser un plano o todo un vídeo (un reportaje).

◊ Anexo de la imagen secuencial

La imagen secuencial, ¿cómo la captamos?

Esa sensación de movimiento que apreciamos se debe a un defecto de visión que se llama persistencia retiniana. Al impactar una imagen en el ojo, la imagen se mantiene 1/15 de segundo (un quinceavo de parón).

Eso permite que la imagen cinematográfica como una en continuidad.

En cine las imágenes desfilan a 24 fotogramas por segundo. En realidad son imágenes fijas aisladas que el ojo no percibe ya que las percibe en continuidad.

En televisión, estamos ante lo digital, la imagen se llama frame, no desfilan, se van leyendo con un pincel electrónico que no percibimos. Lee las líneas impares (primer campo) y después los pares (segundo campo). Son 25 imágenes por segundo.

TEMA 5 – CÓDIGOS AUDIOVISUALES

5.1. CÓDIGOS ICÓNICOS

Conjunto de reglas que rigen la creación audiovisual

5.1.1. CÓDIGOS DE RECONOCIMIENTO ICÓNICO

Este código se basa en la relación de los elementos de la imagen con lo que representa. El creador de la imagen (el director), juega con él. Permite al espectador diferenciar los elementos de la imagen a partir de sus referentes de en la realidad. El creador puede

introducir elementos (de otras culturas, de otro mundo – irreconocibles para algunos), depende de sus experiencias, memoria, etc. Ejemplo: imágenes de ciencia ficción, El Quinto Elemento, galaxias en un documental de otras culturas.

5.1.2. TRANSCRIPCIÓN ICÓNICA

Se pone en juego: los elementos de la imagen con su apariencia respecto a los objetos representados (la real). Se basa en el concepto de nitidez.

Nitidez:

- Lo que llamamos *acutancia* (el grado de nitidez del contorno de los objetos).
- Poder resolutivo (la capacidad de reproducir detalles de los objetos)
- Ejemplo: si la imagen se desenfoca (difumina), es menos nítida (como si alguien que lleva gafas no las llevara)
- Ejemplo: el anuncio del lavaplatos y el individuo que mete sus gafas y luego va buscándolas.

5.1.3. CÓDIGO DE COMPOSICIÓN ICÓNICA

Jugamos con la relación de los elementos de la imagen, entre sí, en el interior de esa imagen. Regula la construcción del espacio visual, es decir, la composición, que es la operación de organizar los elementos dentro de la imagen. Se agrupan y se ordenan para otorgarles valor visual.

Con la *finalidad* de obtener imágenes que tengan *un sentido*, siguiendo una *intención comunicativa*, según el estilo del creador.

La composición tiene un valor estético e informativo.

◊ Tamaño y formato

Son factores externos al encuadre (composición), pero que repercuten. Mediatizan.

- Tamaño: la *dimensión de la pantalla* en la que la imagen se proyecta o difunde (cine o televisión). El director debe pensar si es una producción para la gran pantalla o no, la percepción del espectador será diferente.
- Formato: es la relación que existe entre sus lados verticales y los horizontales – de la imagen –. Nos lleva a hablar de imágenes de formato corto (se aproximan al cuadrado), o de formato largo (rectángulo).

Las de formato corto corresponden al formato de televisión y al cine de películas antiguas.

Las de formato largo serían el cine (panorámico). El formato largo extremo es el de Cinemascope.

Las imágenes de cine alargadas, cuando pasan a televisión, se ven afectadas de dos formas:

1ª :

2ª : la imagen lo mantiene, eso supone reducir el tamaño de la imagen para que quepa en el ancho del formato. Provoca la aparición de franjas superior e inferior.

◊ Encuadre

Es resultado de la selección d una parte de la realidad, es acotar aquello que sea relevante para

nuestra narración.

La realidad no tiene fronteras – *la representación de esa realidad precisa de límites* (cine, televisión, fotografía, pintura).

Esa limitación es un factor creativo. La decisión de selección responde a una intención comunicativa o estética. Ejemplo: el zoom de una cámara.

Tiene su límite en el marco / cuadro.

El marco / cuadro es el perímetro del encuadre. Es el contorno del objetivo de la cámara. Lo que queda dentro es lo que llamamos *campo visual*. El campo visual es lo que queda dentro de esa delimitación, la porción de espacio que se recoge dentro del marco.

Fuera de campo: es aquello que queda fuera de la cámara. Es aquello que el espectador cree que hay fuera del encuadre basándose en la información de lo que ve dentro del cuadro. Es *un espacio sugerido no representado en la imagen* (Noel Burch). Ejemplo: directores de películas de suspense lo usan mucho (el sonido de los talones acercándose), escenas eróticas, violentas, en *La Vida es Bella* el disparo del asesinato de Güido se produce fuera de campo.

ORGANIZACIÓN DEL ENCUADRE

PRINCIPIOS GENERALES DE COMPOSICIÓN

◊ 1– Claridad

Nitidez en la composición de los elementos visuales de la imagen. El todo debe resultar inteligible, útil a la narración y agradable a la vista. Una correcta descalificación de la imagen. Este es el principio fundamental en la creación de la imagen.

◊ 2– Armonía

Organización del encuadre en la que los elementos mantienen cierto grado de *similitud*. El creador la crea introduciendo elementos similares:

- agrupando líneas (alineación de elementos).
- Formas similares o incluso colores de un mismo círculo cromático. Ejemplo: un bosque con árboles rectos.

◊ 3– Contraste

Estrategia compositiva. El contraste entre los elementos de la imagen *atrae la atención* del espectador. El contraste afecta a la luz, el color, el tamaño (se puede jugar mezclando elementos *opuestos*).

◊ 4– Variedad

El grado de atracción de una imagen está determinado por el número de componentes que ésta presenta.

Una imagen puede estar integrada:

- Por pocos elementos visuales = poco atractivo, más simple.
- Una variedad de elementos = es más seductora y compleja. Más contraste, más complejidad.

◊ 5– Equilibrio

Sensación subjetiva, es una impresión de que una imagen está organizada adecuadamente.
Equilibrio:

- *Simetría*: igualan los valores visuales (armonía).
- *Asimetría*: ruptura de lo continuo para marcar dinamicidad (contraste, variedad). Ejemplo: anuncios sobrios.

◊ 6- Centro de interés

Se dota a un elemento de un mayor poder de *atracción* dentro de la imagen, para convertirlo en el elemento dominante de la *imagen*.

Contiene la esencia del significado de la imagen a través de:

- La ley de los tercios
- Peso visual
- Direcciones visuales

◊ 1- LEY DE LOS TERCIOS

Este principio se basa en un principio de la Edad Media. Regla Aurea o Proporción Divina. La fuerza visual de una forma se potencia cuando ésta se encuentra *situada en alguno de los puntos de intersección de los tercios de la superficie de la imagen*.

- Los puntos gordos: puntos de atracción visual. Aquí, los elementos que se sitúan deben tener un poder visual.
- Los puntos menos gruesos: éstos serían los puntos en corto, pero no se consiguen.

En el formato corto variarían de posición y esto repercute en su traspaso al corto. Están aislados.

◊ 2- EL PESO VISUAL

Un elemento visual se convierte en centro de interés si adquiere peso visual en el conjunto de la imagen.

◊ **Factores según Justo Villafañe:**

- 1- Ubicación

Un elemento que aparezca separado del cuadro y situado en la zona derecha del encuadre (mayor peso visual).

Está separado – el elemento – de la base y del lateral del encuadre. No está en uno de los cuatro puntos (donde tendría mucho más peso que en ninguno). Este sería el siguiente peldaño

- 2- Tamaño

A mayor dimensión mayor atención

- 3- Forma

Las formas irregulares pesan más (a condición de que no sean simples manchas sino que tengan contornos definidos).

- 4- Color

El blanco pesa más que el negro

El rojo pesa más que el azul

Arnheim: *Los colores claros pesan más que los oscuros*

- 5- Profundidad de campo

El peso visual aumenta cuando éste se percibe con nitidez a pesar de la distancia entre el objeto y la cámara.

- 6- Textura

Los elementos con acabado texturado (rugoso = rocas, campo de trigo, nubes en el cielo – no liso) pesan más que otros con un acabado pulido.

Villafañe: *la textura parece prolongar la superficie del objeto más allá de sus propios límites.*

- 7- Aislamiento

La figura aislada crea un foco respecto al resto de la composición.

◊ 2- DIRECCIONES VISUALES

Funciones:

- A través de la mirada de los personajes concatenar unos elementos con otros, dentro del encuadre, o bien desde dentro hacia fuera del campo.
- Servir de unión entre distintas unidades espaciales en las que pueda estar articulado un espacio de la imagen.

Tipos de direcciones visuales:

- *Dirección visual representada*: Cuando la dirección visual tiene una presencia explícita, está representada en la imagen. Lo que el personaje mira está dentro del encuadre
- *Dirección visual inducida*: cuando la dirección visual no tiene una presencia tangible. El centro de interés se distancia hacia el fuera de campo. Ejemplo: cuando el personaje firma el documento y todas las miradas de los personajes convergen en él.

5.1.4. CÓDIGOS ICONOGRÁFICOS (NO ICÓNICOS)

Es la relación de los elementos de la imagen y el significado que le otorgan al objeto representado.

Son un recurso para el director que sirve para regular la construcción de unos personajes, figuras muy convencionalizadas (clichés) o con un significado fijo.

Se construyen los personajes a partir de:

- sus rasgos físicos
- su comportamiento
- su vestimenta (Reservoir Dogs o Pulp Fiction)

Se utilizan para representar: un ama de casa, un estereotipo de un ejecutivo, un mafioso son los personajes prototípicos.

5.1.5. CÓDIGOS ESTILÍSTICOS

Se asientan sobre la relación de los elementos de la imagen en relación al uso que hace de ellos su creador. Es la marca del creador.

Se manifiestan en:

- Una particular disposición de las cosas.
- La insistencia de algunos objetos típicos.
- Uso de algunos recursos.

De estos rasgos podemos extraer:

- La firma el autor (los planos largos de Woody Allen y los primeros de Luc Beson, los fundidos rojo/amarillo de Scorsesse)
- La personalidad del autor
- La idiosincrasia del autor

LA COMPOSICIÓN DEL ENCUADRE DE LA INFORMACIÓN TELEVISIVA

◇ La composición informativa (la noticia)

- Marca los puntos de interés informativo.
- Se trata de dirigir la dirección de la mirada del espectador a lo que queremos que vea.
- La composición informativa trata de evitar la presencia de elementos secundarios del hecho.
- Los componentes del hecho informativo (el rango, etc) se ordenan conforme a los puntos de interés en la superficie de la pantalla.

Hay dos tendencias:

◆ INCLINACIÓN HACIA PLANOS ESTÉTICOS

- Es más estético, responde a criterios de belleza de la imagen.
- Composición que expresa imaginación y creatividad, pero escasa información de los hechos.
- Planos estetizantes que no añaden nada novedoso a los planos.
- Son los planos de tarjeta postal.
- Son los creadores de imágenes para reportajes (Informe Semanal, documentales, etc.).

◆ PLANOS INFORMATIVOS

- Se impone el objetivo informativo: ser lo más fiel posible al hecho.
- Si los planos informativos además de informar del hecho consiguen una composición estética mejor. Pero no es ese el objetivo.
- Generalmente la mayoría de planos informativos carecen de la mínima estética creativa por falta de composición. Sin embargo encierran una gran carga informativa.

La actitud del reportero:

- Seguir la realidad tal y como le viene dada.
- Su objetivo es captarla con la máxima claridad y ofrecer la mejor información (la realidad se desenvuelve con tal rapidez que a penas tiene tiempo y posibilidades de captarla).
- No hay tiempo para componer o encuadrar con perfección la realidad.

5.2. CÓDIGOS FOTOGRÁFICOS

5.2.1. PLANIFICACIÓN (ESCALA DE PLANOS)

Al principio sólo había un plano, lo que recogía el objetivo de la cámara.

5.2.1.1. PLANOS LARGOS

Se utilizan para situar / establecer el marco de la acción, la actividad de los personajes, en los que se recogen los decorados y los paisajes, donde se desarrolla la acción.

Planos de referencia:

- ◇ Gran Plano General (GPG): Plano descriptivo en el que se sitúa la acción en el escenario más amplio que puede captar la cámara. La figura humana apenas se distingue, se le da prioridad al paisaje. Se sitúan los personajes y acción pero lo que se recoge es el contexto. Ejemplo: la imagen de un campo.
- ◇ Plano General: Es descriptivo. Ese espacio que puede ser abierto (exteriores) o cerrado (interiores) está más delimitado que el GPG. Aquí nos acercamos más a la figura humana y la acción está más localizada, se acota el escenario donde se desarrolla la acción.
- ◇ Plano General Corto: El escenario sigue siendo importante dentro de la imagen y donde nos vamos acercando más a la figura humana (se ve más nítida).
- ◇ Plano Conjunto: Aparecen muchos personajes agrupados en un ámbito más cerrado. Entre cuatro y ocho personas.

5.2.1.2. PLANOS MEDIOS

Los objetos y los personajes se acercan al espectador a medida que disminuye el tamaño del plano. Son planos idóneos para mantener diálogos y mostrar acciones.

- ◇ Plano Entero: Recoge la figura humana completa, incluidos los *pies*. Es adecuado para mostrar acciones físicas (de una o más personas).
- ◇ Plano Americano o Plano 3/4: Es el plano intermedio en la escala. La figura humana queda recortada por las *rodillas*. Es idónea para mostrar acciones físicas. Suficientemente cercano como para observar el rostro del personaje (muy utilizado en comedias).
- ◇ Plano Medio Largo: En el plano la figura humana está recortada desde las *caderas*.
- ◇ Plano Medio: La figura humana se alza desde la *cintura*. Más adecuado cuando la acción pide un acercamiento a los personajes (por el diálogo u otros). Los personajes tienen una decidida presencia y protagonismo, pero aún están contextualizados en su entorno.
- ◇ Plano Medio Corto: Incluye la cabeza y una parte del torso del personaje cortando a la altura del *pecho*.

5.2.1.3 PLANOS CORTOS

Planos claves en la narrativa cinematográfica. Se produce una aproximación física de la cámara a los personajes en un tamaño que ocupa por entero la visión del espectador. Se acerca a la intimidad o psicología del personaje.

- ◇ Primer Plano: Abarca el *busto* de la figura humana. El personaje está suficientemente concretado. La atención del espectador no puede distraerse de su expresión (todos los detalles). *El personaje queda aislado de su contexto*. Es un plano adecuado para un

diálogo intenso, intimista. Es un plano muy potente, altamente emocional.

◊ Primerísimo primer plano: Se centra en el rostro del personaje, lo recorta en la parte superior por la frente y en la inferior por la barbilla. Es un plano decididamente expresivo. Corresponde a un momento de la acción especialmente significativo, intenso (*miedo, amor, amargura, ilusión, alegría, etc.*) mantiene cierta descontextualización (sólo se ve la cara).

◊ Plano detalle: Muestra un elemento concreto ya sea de un objeto o de una parte del cuerpo humano. Transmite información parcial. Ejemplo: los ojos, la boca, etc.).

AIRE

Espacio libre del encuadre (imagen) por encima de la cabeza o a ambos lados de la figura humana respecto del marco de la imagen.

Depende del director, algunos recortan más, otros dejan más aire por encima de la cabeza y laterales. Es cuestión de gustos. No hay normas o directrices respecto al corte por encima o los laterales.

Lo que sí hay que respetar es la uniformidad en este criterio a lo largo de una producción, para no crear choques visuales (si dejas mucho aire debes hacerlo siempre). Más aire, más espacio, más contexto.

LA PLANIFICACIÓN EN LA INFORMACIÓN TELEVISIVA

PLANOS GENERALES

Para situar y contextualizar los hechos y luego pasar a planos de tamaño más reducido (del general para contextualizar a los reducidos para concretar).

ESCALA DE PLANOS INFORMATIVOS

Elegir el tamaño del plano encuadre es un elemento muy importante a la hora de la objetividad informativa.

◊ Generales: Sirven para situar los hechos y las personas en el escenario del acontecimiento. Para dar una visión global del conjunto, descubrir acciones, hechos. No se trata de mostrar todos los componentes de la escena sino sólo aquellos que son informativamente importantes. (Israel / Palestina).

◊ Medios: se utilizan para recoger las declaraciones de protagonistas. Para marcar una aproximación o lejanía respecto de situaciones escabrosas:

- Para evitar el morbo o la excesiva espectacularidad de los elementos secundarios de los hechos.
- Para evitar un impacto excesivo de las imágenes reales en la sensibilidad de la audiencia. Ejemplo: una entrevista a un niño palestino. Un herido en ese enfrentamiento.

◊ Cortos: aparecen resaltando determinados aspectos del conjunto de la realidad. Pero se debe evitar que sean demasiado reducidos para no incorporar otros elementos de expresividad dramática. Ejemplo: un niño palestino con una piedra en la mano.

5.2.2. EL PUNTO DE VISTA

El punto de vista, en el proceso de captación de la imagen, se refiere al emplazamiento físico, la ubicación de la cámara respecto al objeto, a la escena. En la organización del encuadre es

importante.

Elementos a tener en cuenta:

◇ Eje óptico:

- Línea imaginaria perpendicular al objeto de la cámara. Perpendicular.
- Une hipotéticamente el centro del fotograma con el centro del espacio abarcado.

◇ Eje de acción:

- Línea imaginaria trazada sobre la escena a partir de:
 - Dirección de la acción.
 - Dirección que marca la mirada de un personaje.
 - Línea que une las miradas de dos personajes que dialogan.

REFERENCIAS DEL PUNTO DE VISTA

- ◇ Angulación vertical: es la posición de la cámara en el eje vertical, es decir, tomando como referencia la mirada de los sujetos. Hay una escala.
- ◇ Angulación horizontal: toma como referente la mirada del rostro, es una posición horizontal por lo que, la cámara, se coloca alrededor de ese sujeto u objeto.
- ◇ Inclinación: inclinación de la cámara, el grado de inclinación que tiene la cámara respecto a la verticalidad de la figura humana.
- ◇ Subjetividad: La cámara toma como referencia la mirada de uno de los sujetos que está dentro de la escena. La coincidencia de la ubicación de la cámara con la mirada (como si la cámara fuesen los ojos del sujeto).

5.2.2.1. ANGULACIÓN

◇ A- Vertical

- *Normal*: ángulo frontal. La realidad se representa a la altura hipotética de los ojos del personaje. No tiene repercusiones expresivas.
- *Alta*:
 - Cenital:
 - Se sitúa en un ángulo de 90° en vertical respecto del personaje.
 - El punto de vista se sitúa en la vertical superior del personaje. Ejemplos: Arwen enfocada desde arriba y Corvent Dallas enfocado desde arriba.
- Picado:
 - La acción se capta desde arriba, por encima de la perpendicular trazada respecto a la figura humana.
 - No se alcanza la verticalidad. Sino que es más oblicua.
- *Baja*:
 - Nadir: el punto de vista se sitúa en la vertical inferior del personaje. Espectacular pero poco habitual.
 - Contrapicado:
 - ◆ La acción se observa desde abajo.
 - ◆ La cámara se sitúa por debajo de la perpendicular trazada respecto de la figura humana (eje óptico). Recurso expresivo, para ensalzarla o para minimizarla (los personajes). Ejemplo:

◇ B- Horizontal

Posiciones básicas del rostro respecto a la cámara.

- Frontal
 - Mirada directa al objetivo.
 - La angulación coincide con el eje de acción.
 - Generalmente no permitida en obras de ficción.
 - Aplasta el rostro, no tiene volumen poco favorecedora.
- Tres Cuartos
 - Mirada directa al objetivo.
 - La angulación coincide con el eje de acción.
 - Generalmente no permitida en obras de ficción.
- Perfil
 - Ángulo de 90° respecto a la mirada del personaje.
 - Posición delicada en la composición de imágenes.
- Espalda
 - No es muy frecuente.
 - Escena en movimiento: acompañar a un personaje entero en travelling.
 - Toma estática: potenciar dramáticamente una escena.

5.2.2.2. INCLINACIÓN (Respecto a la verticalidad del sujeto)

- ◇ Normal: la cámara está en posición perpendicular al suelo.
- ◇ Oblicua: la cámara no está en posición perpendicular al suelo sino que está suspendida/inclinada hacia la izquierda o a la derecha en un ángulo inferior a 90° respecto al suelo (la verticalidad del sujeto se ve afectada, torcida).
- ◇ Vertical: (verticalidad del sujeto). La cámara en posición horizontal respecto del suelo (se deposita en el suelo pero en vertical sino en horizontal). (El suelo se queda como si fuese una pared).

5.2.2.3. SUBJETIVIDAD

- ◇ Punto de vista subjetivo
 - Los ángulos (horizontal / vertical) e inclinación de la cámara coinciden con la mirada de uno de los personajes.
 - La observación de un acontecimiento desde la óptica de un personaje.
 - Se da sobre todo en ficción. E información es más un recurso estético. (Intención comunicativa sería otra cosa, está en todo).
Ejemplo: la niña ciega que se le nubla la vista
- ◇ Punto de vista en las imágenes informativas
 - Angulación
 - Normal: es la más adecuada para la información, la más objetiva.
 - Picado / Contrapicado: Introducen elementos enfáticos y sumamente subjetivos.
 - Picado: puede cumplir funcionalidad descriptiva narrativa para captar imágenes de masas (manifestación).
 - Nadir / Cenital: No se emplean en la captación de imágenes informativas. (Excepto en imágenes captadas con cámaras ocultas / reportajes de investigación).
 - La inclinación
 - Impuesta por la dificultad en la captación de la realidad informativa.
 - En las imágenes informativas más estéticas (reportajes).

- Subjetividad

- En las imágenes informativas que buscan efectos (reportajes). Se justifica si tiene un carácter estético o informativo.

5.2.3. REPRESENTACIÓN

Intención de dar una impresión similar a la percepción directa de la realidad. Aunque trabajamos con imágenes planas, algunas técnicas mejoran su volumen, dan sensación de 3D.

EFECTO DE REALIDAD

♦ Perspectiva:

Es el arte de representar objetos sobre su superficie plana (similar percepción de objetos reales en espacio tridimensional).

Consiste en simular la tercera dimensión del espacio encuadrado partiendo del plano de dos dimensiones.

El efecto perspectiva: se consigue ubicando la cámara en una determinada posición en la que se aprecia una variación del tamaño de los elementos de la imagen. Se manifiesta:

- variación del tamaño aparente
- convergencia de líneas paralelas (en punto de fuga) (oblicua) la cámara.

♦ Profundidad de campo:

- Espacio en el eje de la tercera dimensión. Los sujetos y objetos se aprecian con nitidez aceptable, que no haya desenfoque.
- Es un elemento de fuerte expresividad.
- Estilo visual: pretende darle realismo a la imagen, respetando el espacio físico. Aquí, el espectador participa activamente en la lectura de la imagen (tiene más libertad para fijar su mirada en los puntos que le interesan).
- Si el fondo está desenfocado no hay profundidad de campo.

LA PROFUNDIDAD DE CAMPO EN LA INFORMACIÓN TELEVISIVA

La profundidad de campo desde el punto de vista informativo permite:

- ◊ Integrar valorativamente en el mismo plano acciones y personajes de la noticia presentados en diferentes términos (primer término, segundo, tercero, fondo y la relación entre ellos).
- Sin necesidad de recurrir a la fragmentación y posterior montaje. Eso da libertad al receptor, no le dirige la fragmentación.
- ◊ Encuadrar al sujeto principal en un determinado tamaño de plano y simultáneamente a otros personajes en tamaño de plano mayor o menor según se encuentren físicamente en la escena más próximos o más alejados de la cámara.

5.2.4. ILUMINACIÓN

5.2.4.1. LUZ

- La luz es energía luminosa; una radiación electromagnética a la que el ojo es sensible. La luz incide en los objetos. Su reflejo impresiona nuestra retina. Las imágenes son la huella de la luz que esos objetos reflejan.
- La luz es otro de los elementos de la imagen.
- Permite: crear sombras, resaltar colores, destacar volúmenes, resaltar la profundidad de los

ambientes cerrados y de los espacios abiertos, crear atmósferas (profundidad de campo).

◇ Procedencia

· Natural

- Ventajas: es una iluminación barata, abre una amplia superficie.
- Desventajas: depende de la meteorología. No siempre puede asegurarse que va a ser la adecuada: puede ser demasiado brillante, demasiado alta (dependiendo del momento del día), puede proceder de una dirección inadecuada.

· Artificial

Permite el control más exacto de los parámetros que intervienen en la iluminación de un objeto.

Parámetros en los que se puede intervenir: Potencia lumínica, el tipo de dispersión, direccionalidad, temperatura del color.

◇ Dispersión

· *Neutra (tonal / difusa)*

Objetivo: hacer conocibles los objetos encuadrados. Evitar sombras. Sirve de base en TV – iluminación homogénea.

· *Subrayada (luz dura / claroscuros)*

- Se obtiene con fuentes luminosas directas
- Se crea ese claroscuro:

- luz de sombras marcadas
- luz contrastada
- luz violenta

· Objetivo dramático, narrativo

- acentuar aspectos dramáticos de la escena.
- permite efectos fuertemente expresivos con la proyección de sombras

◇ Dirección

· *Vertical:*

> Luz alta: dirigida desde arriba, sería la luz del mediodía, luz inhabitual, poco favorecedora para el rostro humano. Provoca sombras anti-estéticas (ojeras, arrugas, etc.).

> Luz baja: proporciona un efecto contrario. Son las luces que emiten las hogueras, los fuegos de chimenea (por debajo de la mirada / desde el suelo). Alarga las sombras. El efecto es de un aspecto misterioso. Es una iluminación asociada a lo fantasmagórico, amenazador.

· *Horizontal*

> Luz lateral: es una luz con la que se obtiene la ilusión de volumen. Se ilumina un lado del sujeto, dejando el otro en penumbra, sin detalle. La sombra va aumentando conforme la luminaria (fuente de luz) se separa de la cámara. Ejemplo: media cara con luz y media cara sin luz.

· *Contraluz*

La fuente luminosa está situada detrás del sujeto. Diametralmente opuesta a la cámara. La sombra es total. Con esta luz se destaca la silueta, la forma global del personaje.

· *Luz frontal*

Proporciona información en toda la zona iluminada. Pero el resultado es plano, no tiene volumen. No hay sombras visibles.

◇ Temperatura de color

Es el parámetro por el que se mide la calidad cromática de la luz.

En función de la temperatura de color, variará el aspecto de un objeto (el color de un objeto) sometido a la luz (radiaciones).

Para asociar la temperatura de color a las tonalidades: Ejemplo: una barra de hierro a temperatura intensa, su tonalidad variará de rojiza a naranja, de naranja a amarillo, de amarillo a verde y de verde a azul. A medida que sube la temperatura cambia la tonalidad.

· *Baja temperatura de color*

– Se habla de una temperatura de color baja, cuando la imagen tiene unas tonalidades rojizas, arañajadas, crean atmósferas muy cálidas. Dan una connotación de pasión, de violencia, de sentimientos, de sensualidad, de emoción, de pasión, etc.

– Las fuentes de la naturaleza son: la luz del amanecer y atardecer / la luz de una vela o una hoguera / la luz de una bombilla

· *Alta temperatura de color*

Tonalidad verde, azulada a la escena. Crea un ambiente frío (ciudad), distante, se asocia a la calma, la paz, el sosiego, la frialdad.

Las fuentes: luz del mediodía / luz natural de un día nublado / tubos fluorescentes.

FUNCIÓN DE LAS FUENTES EN LA LUZ ARTIFICIAL

Luz principal:

- Determina la dirección de la luz, creando el modelado principal de las figuras.
- Es la que marca la sombra.
- Se denomina luz clave.

Luz secundaria:

- La proporciona generalmente una luz difusa.
- Se distribuye de manera homogénea sobre toda la escena para controlar la relación de contrastes entre las luces y las sombras.

Si es más intensa que la principal, no existirá tanto contraste entre la sombra y la luz. Es el contraste, puede anular las sombras.

Luz de contra:

Separa el personaje del fondo. Acentúa su entorno. Dará profundidad a una imagen. Detrás de la figura, le da relieve.

Luz de fondos:

- Se utiliza para la iluminación del decorado (del entorno de la figura).
- Es independiente de la iluminación que recibe el sujeto y no influye sobre éste.

ILUMINACIÓN EN LA INFORMACIÓN TELEVISIVA

Busca reflejar la realidad tal cual, lo más fiel posible, reflejando colores tal cual son, sin introducir modificaciones en la temperatura del color que pudieran modificar los tonos. Iluminación lo más neutra posible, evitando angulaciones exageradas (como es la alta, baja) deben recogerse todos los elementos en su color.

5.3. CÓDIGOS DE MOVILIDAD

5.3.1. MOVIMIENTO DE LO PROFÍLMICO

Se refiere al movimiento de la realidad captada en la imagen. El movimiento de la imagen se debe al movimiento de los elementos.

5.3.2. EL MOVIMIENTO DE LA CÁMARA

Se refiere al movimiento que se genera dentro de la imagen pero desde la captación, desde el punto en el que empieza-finaliza. Interviene la técnica. Es un movimiento que afecta al equipo de registro y este movimiento que se genera puede producirse: o bien porque se produce un desplazamiento del equipo o por el juego de lentes de la cámara que varía.

Generalmente lo que hay es una combinación de estos dos puntos anteriores.

5.3.1. MOVIMIENTO DE LO PROFÍLMICO

Es el movimiento de lo representado en el encuadre, puede ser cualquier cosa (personas, animales, objetos, naturaleza).

La presencia de esos elementos en movimiento se manifiesta de diversas formas:

◊ Se diferencia por la entrada / salida del encuadre:

- Transversal: entra en el encuadre de forma lineal, horizontal. Ejemplo: un personaje cruzando por la derecha o la izquierda y cruzando la pantalla.
- Frontal: los personajes vienen hacia nosotros.
- Oblicua: cruzan la pantalla en diagonal
- Vertical: ejemplo: el que sube en un ascensor.

◊ En el interior del encuadre:

- Puede ser cualquier combinación de las anteriores. Hay que describir el movimiento que haga dentro de la imagen.

5.3.2. EL MOVIMIENTO DE LA CÁMARA

FUNCIONES

- ◆ Descriptiva: poder abarcar todo el escenario y contemplarlo por entero
- ◆ De acompañamiento: está vinculada al profílmico porque consiste en seguir a uno de los elementos (o personaje) que está en movimiento.

- ♦ De relación: la cámara se mueve para establecer un vínculo entre dos elementos de un mismo escenario. Ejemplo: pregunta–respuesta / partido de tenis.

Si no se cumplen estas funciones el director está buscando otros movimientos:

- poseen una fuerte carga emotiva
- opinan acerca de aquello sobre lo que se mueve

HAY DOS TIPOS DE DESPLAZAMIENTO EXTERNO DE CÁMARAS

♦ ***Sin desplazamiento de la cámara:***

La cámara se gira sobre su propio eje, el soporte de ésta permanece fijo.

♦ ***Con desplazamiento de la cámara***

La cámara y su soporte se desplazan conjuntamente.

♦ **MOVIMIENTO SIN DESPLAZAMIENTO**

Panorámica: es uno de los tipos, es el movimiento más sencillo, sólo se trata de una rotación de la cámara sobre el eje fijo, puede hacerlo en sentido: vertical (cuando sube de pies a cabeza), horizontal (todo un paisaje), oblicuo. La velocidad es variable, se acomoda al ojo del espectador.

Barrido: es una panorámica pero giro se produce a tal velocidad que la imagen queda desenfocada por la captación. Se observa con claridad al principio y al final, pero a mitad de seguimiento pierde nitidez.

Se suele emplear para:

♦ Relacionar distintas acciones (para que no queden inconexas):

- La segunda es consecuencia de la primera
- La velocidad de giro es más reducida que la empleada en la función siguiente. Ejemplo: dos vecinos discutiendo.

♦ Servir de transición:

- Es un elemento de transición muy dinámico
- Se usa de forma esporádica
- En este movimiento alcanza gran velocidad (las formas se convierten en manchas fugaces)
(al final de una escena y al principio de la siguiente)

Cabeceo: es un movimiento ligero y suele realizarse lentamente su uso es poco frecuente. No hay desplazamiento de la cámara tampoco. Ejemplo: en TV cuando la presentadora alude al cámara, éste mueve la cámara para decir sí o no.

• **MOVIMIENTO CON DESPLAZAMIENTO**

Se desplaza toda la cámara

Travelling

El desplazamiento de la cámara puede producirse como travelling en cualquiera de las tres dimensiones:

♦ Horizontal

· Profundidad: acercarse o alejarse

· Horizontalidad

♦ Se desplaza en paralelo recto

♦ Se desplaza en paralelo circular

• Vertical

*POR LA TÉCNICA
EMPLADA*

♦ **Grúa**

Ejemplo: U2
Beautiful Day MTV
VMA / se combina
movimiento
ascensor con el de
acercamiento, para
sacar la escena de
una ventana

· Es una
combinación
de diversos
movimientos
de cámara:

- Profundidad
- Horizontalidad
(en
todos
sus
posibles
sentidos
y
direcciones)
- Verticalidad

· Es un
movimiento:

- Conjunto
y
complejo
- Capaz
de
resolver
en

una
sola
toma
diversos
aspectos
de
la
acción
(sin
fragmentarla
• Es
propio
del
plano
secuencia

◇ **Cámara Car**

Ejemplo: Taxi
Driver

- La cámara es situada:
 - Sobre un vehículo
 - Sobre una plataforma enganchada al vehículo

◇ **Helicóptero / Huescam**

Ejemplo:
movimiento de
cámara situada en
un helicóptero

- Utilizan el dispositivo de huescam (amortiguador)
- O cámara al hombro

◇ **Sky Camera**

Ejemplo: desde el
techo varias
habitaciones, pasar
de una a otra.

- Movimiento de la cámara por

su
deslizamiento
en vertical
desde unos
raíles
situados en
el techo o
parrilla de
iluminación.
· Angulación
cenital.

◇ **Steadycam**

Ejemplo:
movimiento de
cámara situada en
un helicóptero
· Es un peto
(para el
cámara) al
que va
sujeto un
flexo (brazo
articulado)
y éste
soporta una
cámara.
Tiene
también un
sistema de
amortiguación
para cuando
el cámara
camine o
suba una
escalera o
se mueva,
así evita
vibraciones,
la cámara
está
equilibrada.
· Término
anglosajón
que
significa
cámara
estable.
· Ejemplo:
Lo+Plus

◇ **Cámara al hombro**

· El operador

es el
soporte, éste
controla el
movimiento,
tiene ciertas
limitaciones
–
vibraciones
· Puede
realizar:
alejamiento,
acercamiento,
ascensión,
descenso o
combinarlos.
· Ejemplo:
típico del
cine
independiente

II. MOVIMIENTO INTERNO DE CÁMARA

ZOOM

Movimiento interno
generado por el
desplazamiento de las lentes
del objetivo. Permite un
efecto visual:

- acercamiento
/
alejamiento
de los
elementos
de la
imagen
- se modifica
el tamaño
de los
elementos
- varía la
profundidad
de campo
de la
imagen
- Muy
utilizado en
TV

RALENTIZACIÓN / ACELERACIÓN

Se modifica la velocidad de captación de la imagen para modificar la velocidad de reproducción (en cine).

Ralentización de la imagen:
se aumenta la captación de la imagen

- se asocia a valores poéticos
- pueden emplearse con fines didácticos

Por ejemplo, una imagen captada a una velocidad de 72 fotogramas/seg., la velocidad de la imagen reproducida sería tres veces más lenta que en la realidad.

Aceleración de la imagen:
se reduce la velocidad de captación.

- se asocia a recursos cómicos (Bennie Hill)
- pueden emplearse con fines didácticos (documental de naturaleza)

Por ejemplo, una imagen captada a una velocidad de 12 fotogramas por segundo, la velocidad de la imagen reproducida sería tres veces superior a la realidad.

III. MOVIMIENTO MIXTO EXTERNO / INTERNO DE CÁMARA

Generalmente es el resultado de la combinación

simultáneamente:

De panorámica, travelling o grúa (como movimiento externo)

+

zoom (como movimiento interno)

Estos movimientos son muy complejos y poco usuales. Ejemplo: metralla en Airbag

EL MOVIMIENTO EN LA IMAGEN TELEVISIVA INFORMATIVA

Los movimientos prestan mayor fiabilidad para destacar datos de la información. Tienen funciones:

- descriptiva
- de acompañamiento
- de relación

Son movimientos que están en función del hecho informativo

Cuando la realidad se presenta de forma estática. La cámara se mueve para producir cierto dinamismo. Son más atractivos.

Los movimientos de cámara suelen aparecer combinados

- movimientos con desplazamiento + zoom
- movimientos sin desplazamiento + zoom

Otros tratamientos del movimiento

- Recursos de ralentización:
 - análisis detallado de una secuencialidad del hecho (ejemplo: una agresión).
 - Comprobación de determinados detalles / situación exacta de la acción
- Aceleración de la cadencia (sucesión) de imágenes

TEMA 6 – CÓDIGOS GRÁFICOS

6.1. DIDASCÁLICOS

Disdascalia = enseñanza, instrucción

Signos gráficos escritos:

Función:

- ◇ Integrar todo lo que presentan las imágenes
- ◇ Explicar el contenido de las imágenes
- ◇ Situar al espectador en las imágenes

Ubicación:

- Entre secuencias, escenas o planos (común en el cine mudo)

- Dentro de una imagen (sobreimpresionados [en cine sonoro para informar de un salto de tiempo o espacio que afecta a la narración])
- Ejemplo: Tres años después – New York 1987

6.2. SUBTÍTULOS

Signos gráficos escritos:

Función:

- ◇ Traducción escrita de diálogos e versión original (Arwen hablando en élfico)
- ◇ Traducción escrita de textos escritos

Ubicación:

- Se encuentran sobreimpresionados en la imagen
- Están situados generalmente en la parte inferior de la imagen

6.3. TÍTULOS

Signos gráficos escritos

Función:

- ◇ Presentar la producción bajo su título distintivo
- ◇ Presentar el aparato

productivo
(nombres y tareas
de los miembros de
la producción).

Ubicación

- No hay normas sobre la ubicación en pantalla o en la forma de aparecer
- Situadas al principio de la producción sirven para presentarla
- Situados al final de la producción sirven para presentar al equipo de prod

6.4. TEXTOS

Signos gráficos escritos

Función:

- ◇ Forman parte de la realidad presentada
- ◇ Pertenecen al plano de la historia
- ◇ Forman parte de la narración

Ubicación

- Cualquier lugar dentro de la escena
- Sobre cualquier soporte

Ejemplo: Es todo, pancartas traducidas

**LOS RECURSOS
ALFANUMÉRICOS Y**

ESCRITOS EN LA INFORMACIÓN TELEVISIVA

La escritura en TV tiene una presencia abundante con funciones informativas:

- en solitario
- en combinación con imágenes y sonidos

Si la escritura:

- se refiere a la información que se ofrece. Refuerza la percepción de esa información.
- se emplea para una información distinta. Obliga a desdoblar la capacidad atencional del espectador.

♦ TIPOGRAFÍA

- forma de la letra
- tamaño
- grosor
- color

Tienen que facilitar la lectura.

No absorber totalmente la atención del espectador

♦ TOPOGRAFÍA

- Composición de la escritura en el conjunto de las imágenes
- La ubicación de la escritura:

- ♦ Suele ser en la parte inferior
- ♦ Al pie de las imágenes
- ♦ Pero admite otras situaciones
- ♦ **PRESENTACIÓN**

En televisión puede aparecer sobreimpresionada de forma:

- La escritura fija: requiere un tiempo de permanencia en pantalla para su lectura.
- La escritura intermitente: suele emplearse para llamar la atención o destacar algún aspecto.
- La escritura en movimiento: la movilidad puede producirse horizontalmente 'CROLL' (de derecha a izquierda) / verticalmente 'ROLL' (de arriba abajo)

♦ **FUNCIONES**

(Rótulos)

- sumarios y titulares
- identificación de profesionales (presentadores, corresponsales, reporteros)
- identificación de personalidades
- identificación del lugar, fecha y a veces hora
- información de aspectos técnicos de interés (conexión en directo / señal telefónica, de agencia, de archivo, de aficionado).

TEMA 8 – CÓDIGOS SONOROS

8.1. TIPOLOGÍA DE SONIDOS

Acusmática: Es aquella en la que se oyen sonidos sin ver las causas que los

producen.

Concepto de escucha se oponen por definición

de Michael Chion

Visualizada:

Es aquella en la que se observan las causas que producen los sonidos.

8.1.1. SONIDO DIEGÉTICO

La fuente se encuentra en el espacio y tiempo de la historia

♦ Sonido In

La fuente aparece en la imagen y pertenecen a la realidad que ella evoca

- ♦ Externo: el sonido que es emitido físicamente por una fuente (sujeto u objeto) que aparece en la imagen (ejemplo hombre al piano).
- ♦ Interno: el sonido que proviene de dentro de la mente de un personaje (humano / animal) que aparece en la imagen (ejemplo Homer Simpson).
- ♦ Sonido fuera de campo

Es el sonido acusmático cuya fuente no se muestra en la imagen (temporal definitivamente). Ejemplo: Jinetes Negros gritos en la persecución o Faramir gritando Nâzgul).

8.1.2. SONIDO EXTRADIEGÉTICO / OFF

La fuente está situada en un espacio y tiempo ajenos a

los de la historia.

8.1.3. OTROS SONIDOS

- ◇ On the air: el sonido presente en una escena, pero transmitido por medios eléctricos, radio, teléfono, equipo de música, etc. Ejemplo: Güido hablando a su princesa desde radio.

8.2. COMPONENTES DE LA BANDA SONORA

8.2.1. LA PALABRA

- ◇ **EL COMENTARIO (sonido extradiegético)**

Voz en off:

- Sonido vocal que explica lo que la imagen no puede aclarar por sí misma al espectador.
- Complemento eficaz al relato visual.
- Elemento de gran fuerza dramática.

- ◇ *Voz en off narrador impersonal*: comentario objetivo, propio de producciones documentales. No hay vinculación.

- ◇ *Voz en off narrador literario*: vinculado a la historia (Galadriel)

- ◇ **DIÁLOGO SINCRONIZADO (sonido diegético)**

Función: (Gutiérrez Espada)

- Completar la acción.

- Caracterizar al personaje.

Características:

- Contribuye a perfilar y dibujar psicológicamente al personaje
- Explica con claridad.
- No repite la acción, sería redundancia.
- No sea literario.

Clasificación del diálogo sincronizado por Margarita Schmidt:

◊ *Diálogo de comportamiento*

- Son los diálogos expresados de forma directa por los personajes.
- Surgen de la propia acción y no manifiestan sentimientos, valores o posturas ideológicas.

◊ *Diálogo de escena*

- Informan sobre los pensamientos, sentimientos e intenciones del protagonista. Es el diálogo típicamente teatral.

8.2.2. LA MÚSICA

Su interacción da fluidez al desarrollo de los acontecimientos

Funciones: (Margarita Schmidt)

- ◊ De refuerzo: se asocia a la imagen

de una melodía,
puede identificar
figuras, objetos,
sentimientos,
símbolos.

- ◇ De enlace:
transición entre
diferentes planos o
secuencias, enlace
de acciones o
imágenes de
recuerdos.

Fuentes de origen:

- La composición concebida
para un filme concreto.
- Selección y montaje de
registros de archivo.

◆ LA MÚSICA DIEGÉTICA

- ◆ Surge de la misma acción,
de la propia escena.
- ◆ Procedente de fuentes
sonoras presentes o latentes
en la pantalla.
- ◆ Puede ser IN / OUT de
campo:

- Sam tocando el piano
(enfocado o desenfocado)

◆ LA MÚSICA NO DIEGÉTICA O EXTRADIEGÉTICA

- ◆ No surge de la misma
acción.
- ◆ Se inserta en la banda
sonora con objeto de
conseguir unos
determinados efectos
estéticos.
- ◆ Música en off (nunca va a
estar visualizada en la
pantalla (siempre estará
fuera de campo).

8.2.3. EL RUIDO (EFECTOS SONOROS Y AMBIENTALES)

- ◇ Contribuyen a la
sensación de

realismo (pequeños ruidos cotidianos que acompañan la vida cotidiana).

- ◊ En un film de acción subrayan los movimientos (dan relevancia).
- ◊ Poseen un valor expresivo propio que se añaden a la imagen y la palabra.
- ◊ Cumplen mejor su cometido cuando su presencia no es constante a lo largo de una producción (despertar el interés del espectador).
- ◊ En la mayoría de los casos los efectos sonoros (ruidos) se obtienen por medios artificiales. Son más creíbles que los reales.

A – Ruidos diegéticos

- ◆ Ruidos, efectos sonoros in: sus fuentes son físicamente constatables. Aparecen en la imagen (cuando disparan helicópteros en Apocalypse Now, cuando se ven).
- ◆ Ruidos, efectos fuera de campo: son los sonidos latentes, aquellos que provienen del fuera de campo (helicópteros disparando con música clásica de fondo y no se ven).

B – Ruidos extradiegéticos

Proceden de un espacio y tiempo ajenos a los de la escena (Martin Sheen oyendo el ruido de helicópteros en la cama en el hotel de mientras está ebrio).

8.2.4. EL SILENCIO

- ◇ Se presenta como una pausa o interrupción de diálogos, ruido, músicas.
- ◇ Recurso expresivo.
- ◇ Si se introduce bruscamente añade dramatismo, expectativa, interés por la imagen.
- ◇ Escena del Balrog y la cara de Gandalf.

8.3. TIPO DEL REGISTRO DEL SONIDO

8.3.1. SONIDO DIRECTO

- Se registra durante el rodaje
- Conlleva numerosas dificultades:
 - > Es imposible eliminar los ruidos parásitos.
 - > No pueden graduarse los volúmenes de las diferentes fuentes.
 - > Dificultades en la colocación de los micrófonos.

8.3.2. MONTAJE SONORO

- La banda sonora sigue un proceso constructivo similar al montaje de imágenes.
- Se manipula los sonidos.
- Permite una mayor creatividad.

En el proceso de montaje se establece una jerarquía de elementos sonoros siempre en función del tipo de secuencia planteada.

ORIGINAL SOUNDTRACK (OST)

Banda con todo el audio de la película, u otro tipo de producción (video, programa, etc) sin diálogos.

LOS RECURSOS SONOROS EN LA INFORMACIÓN TELEVISIVA

LOS SONIDOS

· Según la vinculación de los sonidos con los hechos:

- ◆ Sonidos reales de los hechos registrados en vivo y transmitidos en directo.
- ◆ Sonidos reales de los hechos pero grabados y transmitidos en diferido.
- ◆ Sonidos reales de los hechos captados antes o después de haberse producido.
- ◆ Sonidos de archivo de situaciones similares, declaraciones anteriores que recuperan la actualidad.
- ◆ Sonidos ambiente general de lugares como calles.
- ◆ Sonidos generados por ordenador u otros recursos técnicos empleados como fondos, ambientación, cabeceras, transiciones, ráfagas, etc.

PALABRA

- Sonidos de los protagonistas.
- Sonido de

- testigos.
- Sonidos de especialistas y expertos.
- Sonidos de los reporteros en el lugar de los hechos.
- Sonidos de corresponsales, enviados especiales, cronistas.
- Sonidos de presentadores y locutores de estudio.

MÚSICA

- ◊ La multiplicación de sistemas expresivos aumenta la comprensión
- ◊ Atrae fuertemente la atención anímica y, por tanto, es un componente que incorrectamente usado, puede dispersar y distraer la atención del conjunto audiovisual.

TEMA 7 – CÓDIGOS SINTÁCTICOS

INTRO

EN LA IMAGEN SECUENCIAL

DISTINGUIR UNA DOBLE ARTICULACIÓN

PRIMERA ARTICULACIÓN	SEGUNDA ARTICULACIÓN
Consiste en componer la imagen dentro del cuadro.	Consiste en construir una especialidad y temporalidad

	propias de la imagen secuenciada
· Buscando una ubicación a los elementos representados (composición)	Ordenando los segmentos obtenidos mediante la primera articulación
· Decidiendo sobre la dimensión de lo representado (planificación)	MONTAJE COMO OPERACIÓN SINTÁCTICA (Elementos que van sumando)
· Seleccionando los puntos de vista más adecuados (angulación)	
· Definiendo cuáles son los movimientos (movilidad)	

POTENCIAL CREADOR
POTENCIAL
MANIPULADOR

LEV KULECHOV (1918)

Efecto Kulechov

Potencial creador:

Demuestra la capacidad del mensaje para crear con un mismo plano distintos significados en función de los planos que le preceden o suceden (dependen).

Potencial manipulador:

Demuestra la capacidad para crear elementos, espacios existentes sólo en la pantalla. Ejemplo: Ideal de mujer = escogió por las mejores partes de varias mujeres (otro ejemplo las tomas de las piernas en Pretty Woman no son de Julia Roberts).

--	--

MONTAJE MECÁNICO	MONTAJE ESTILÍSTICO
Montaje que se rige escrupulosamente por las normas y principios básicos del montaje para proceder a	Montaje en el que (se respetan las normas básicas del montaje). No se trata de un simple encadenamiento. Sino que se hace a veces
· cortar · medir · ordenar · empalmar	· c · g · p · g · o
	Directores = montaje creador

7.1. MONTAJE MECÁNICO

7.1.1. LA CONTINUIDAD

El objetivo principal del montaje es = que sea comprensible

Consiste en lograr una continuidad que resulte = suave

Montaje suave

Significa: unir dos planos de modo que la transición no dé lugar a un salto perceptible. La finalidad es que el espectador mantenga la ilusión de estar viendo un fragmento de acción continuo.

Equivale: a raccord = el perfecto ajuste de movimientos y detalles entre distintos planos de modo que no se produzca falta de coordinación entre ambos.

LA CONTINUIDAD

Afecta a diferentes aspectos
y depende de distintos
factores:

NO ADMISIBLE	ADMISIBLE
El montaje de dos planos:	El montaje de dos planos: · <u>Planos cercanos a la escala</u>, por ejemplo: · Plano General – Plano General Corto · Plano Medio – Plano Medio Corto · <u>Planos muy alejados en la escala</u>, por ejemplo: · Plano General – Un Plano de talle · Gran Plano

	General – Primer Plano
--	---------------------------------

♦ Salto proporcional

Es imprescindible lograr:

- Un sistema armónico de paso de un plano a otro.
- Un salto proporcional

♦ La lógica de direcciones

Es el elemento más relevante en la continuidad

Eje de acción = Es la línea imaginaria que enlaza la mirada al sujeto con:

- la mirada de otro sujeto
- el punto al que dirige la atención
- el punto al que se dirige

El eje de acción se establece como un referente que hay que respetar (no volver loco al espectador) (la cámara no deberá saltar bruscamente el eje de acción).

Casos en los que sí se permite el salto del eje de acción:

- ♦ Siempre que el espectador estuviera advertido, informado (no hay confusión si se sitúa en el contexto).
- ♦ Cuando se justifica porque cámara y sujeto se encuentran en movimiento. El espectador sigue el movimiento.

ALTERNANCIA DE PLANOS PARA MONTAJE

◇ Escena de diálogo:

- El cambio de plano para mostrar el sujeto sobre el que recae el peso de la escena se denomina CONTRAPLANO.
- En el contraplano la cámara cambia de emplazamiento para que las posiciones con respecto a ésta se inviertan.
- En el contraplano se muestra a los dos personajes, uno de ellos,
 - El principal de la escena se muestra de frente o en $\frac{3}{4}$
 - El otro personaje aparecerá generalmente de espaldas, sólo se

muestra
el
hombro
y la
cabeza.

* También se produce un
campo vs. campo al cambiar
el paisaje de detrás de cada
personaje.

3) Angulación

Como norma

Del mismo sujeto del plano
1

Dos planos contiguos de
----- la angulación -----
debe diferenciarse al menos
en + de 40°

A la misma distancia del
plano 2

+ De 40° para que haya
choque visual

4) Similitud

En mantenimiento de la
continuidad también afecta a
la similitud.

Viene dada por:

- iluminación
- atrezzo
- decorado
- vestuario,
etc.

La persona encargada de
velar por este factor de
continuidad durante el
rodaje es la Script.

7.1.2. LAS TRANSICIONES

PLANOS separar

Marcan el paso entre

ESCENAS enlazar

SECUENCIAS dar énfasis

◇ CORTE

- Sustitución brusca de una imagen por otra.
- Es la más elemental / corriente / fundamental.
- Se realiza cuando no tiene valor significativo por sí misma.

◇ FUNDIDO

- Generalmente a negro pero admite otras tonalidades.
- Es la forma de transposición más destacada.
- Suele separar las secuencias unas de otras.
- Sirven para marcar un cambio importante de acción.
- La duración del fundido tiene una carga expresiva (puede marcar un punto de inflexión).

◇ FUNDIDO
ENCADENADO

- Consiste en la situación de un plano por otro

sobreimpresión momentánea de

una imagen que aparece sobre la anterior que se desvanece

Tiene por objeto por:

- Significar un transcurso temporal.
- Suavizar el corte seco para evitar saltos bruscos de una imagen a otra.

◇ CORTINILLA

- Una imagen es reemplazada por otra que se desplaza (ambas imágenes conservan toda su nitidez).
- La clásica es la horizontal pero existe una variedad de posibilidades.
- Puede ser circular (Buggs Buney y la Metro Golden Mayer), triangular.

◇ BARRIDO

- Se obtiene por panorámica rápida de salida de un plano + panorámica, rápida entrada del plano siguiente.
- Su uso es poco aconsejable.

◇ DESENFQUE

- Consiste en desenfocar los últimos fotogramas del plano.
- Comenzar el plano siguiente con la imagen desenfocada que paulatinamente adquiere nitidez.

◇ EFFECTOS ESPECIALES

- Sustitución brusca de una imagen por otra.
- Es la más elemental / corriente / fundamental.
- Se realiza cuando no tiene valor significativo por sí misma.

7.1.3. EL RITMO

El ritmo en la imagen secuencial

A) Ritmo interno de los planos

La intensidad de los planos depende del:

- movimiento profílmico contenido
- movimiento de cámara
- dinamismo de su contenido

B) Ritmo externo de los planos

1. Montaje sintético

- plano secuencia
- mirada sin saltos
- el espectador ejecuta el montaje, decide fijarse en lo que quiere

2. Montaje analítico

- secuencia fragmentada
- planos muy cortos, se dirige la atención

Los efectos del montaje en función de la duración del plano.

Tranquilidad: los planos se presentan con medios largos

Rapidez: se recurre a tiempos cortos de los planos en pantalla.

Aceleración: los planos son acortados progresivamente (produce en el público un aumento de interés).

Retardo: los planos se alargan progresivamente.

PRÁCTICA DE CLASE

EJEMPLO

Película: El sueño eterno de Howard Hawks (Humprey Bogart como actor)

PLANO	DURACIÓN	MOV. PROFÍLMI
1	2'18	Escaso
2	4	Sí (tiroteo)

2.3. DESARROLLO

2.3.1. BLOQUE

- ◊ Normalmente las noticias son agrupadas por bloques (permite una mejor contextualización y ubicación de los hechos).
- ◊ Cada telediario establece su criterio de valoración:
 - Áreas temáticas / bloques
 - Noticias
- ◊ Las secciones son muy similares a las que se plantean tradicionalmente en periódicos:
 - Política nacional / autonómica / local / internacional

- Economía
- /
- trabajo
- /
- sociedad
- /
- cultura
- /
- deportes
- Deportes
- Meteorología
- Etc.

◊ Los bloques se separan mediante ráfagas sonoras y efectos visuales

2.3.2. NOTICIA

A – Elementos expresivos de la noticia

Se aborda con autonomía respecto a las demás. Integra los diversos sistemas expresivos:

◊ Imágenes

- Gráficos
- Fotografías
- Animaciones
- Imágenes en movimiento

◊ Sonidos

- Expresión oral (testimonios, declaraciones)
- Voz en off (redactor)
- Sonido ambiente
- Silencio

◊ Escritura

(TODO SE INTEGRA EN UNA UNIDAD MENSAJE)

B – Ritmo de la noticia

· La noticia en televisión tiene un ritmo más lento que en radio.

- Porque las imágenes necesitan una atención y concentración que no permiten incluir más informaciones.

C – Duración de la noticia

- ◇ La duración media oscila entre 1/2 minutos.
- ◇ Promedio imprescindible para la comprensión de los hechos de cierta complejidad.
- ◇ Los contenidos de las noticias se organizan pensando en esta duración.
- ◇ Una duración inferior supone una menor importancia del hecho. Reducción de los elementos más destacables.
- ◇ Una duración superior otorga un relieve mayor a los hechos. Permite un tratamiento más profundo.

D – Extensión del texto de la noticia en televisión

La televisión exige una enorme y rigurosa elección. Datos:

- En un periódico 2 páginas
- En televisión quedan reducidos a 20 líneas o menos para una expresión oral de ritmo adecuado a la descodificación.

E – Estructura de la noticia televisiva

Las noticias simples se

estructuran en dos
apartados:

- ◆ Entradilla: basada en la expresión oral del presentador general en pantalla sin imágenes.

- ◆ Desarrollo:

Diferentes configuraciones:

- ◆ Video: VTR – es la solución integral de la noticia (presenta el montaje y acaba su función en la noticia)
- ◆ Colas: imágenes montadas para la locución en directo (lo hace mucho Lorenzo Milá en el informativo de TVE-2 de las 22:00 horas)
- ◆ Declaraciones – Totales – interlocución de manifestaciones de personalidades.

ESTRUCTURA, requiere:

- claridad en el ordenamiento lógico de los datos:
- por orden lógico
- por orden cronológico
- por orden de deducciones