

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Curso teórico-práctico de producción de montajes audiovisuales para catequistas y agentes de pastoral en general

Autor: Adriana Flores Arellano

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. En Diseño Gráfico**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.



ESCUELA DE DISEÑO GRAFICO



TESIS

que para obtener el título de

Licenciada en Diseño Gráfico

presenta

Adriana Flores Arellano

1

INTRODUCCION

2

OBJETIVOS

pagina 4

- 2.1 Objetivo general
- 2.2 Para los agentes de pastoral
- 2.3 Para el investigador
- 2.4 Para la UVAQ

3

MARCO DE REFERENCIA

- 5 3.1 Parroquias en general
- 7 3.2 Parroquias en particular
- 12 3.3 Agentes de pastoral

4

MARCO TEORICO

- 14 4.1 Definición de audiovisual
- 16 4.2 Generalidades de los montajes audiovisuales
- 22 4.3 Proceso de producción
- 23 4.4 El diseño gráfico en el montaje audiovisual
- 43 4.5 El montaje audiovisual en el aprendizaje
- 53 4.6 El montaje audiovisual en la evangelización

5

CURSO

- 59 5.1 Justificación
- 60 5.2 Objetivo general del curso
- 60 5.3 Análisis para su realización
- 65 5.4 Programa

6

DISEÑO GRAFICO

- 80** 6.1 Logotipo
- 81** 6.2 Manual básico de aplicación
- 86** 6.3 Promoción

7

CONCLUSIONES

89

8

ANEXOS

- 92** 8.1 Bibliografía
- 94** 8.2 Otras fuentes
- 95** 8.3 Instrumentos
- 97** 8.4 Citas
- 97** 8.5 Actualización de datos

En este momento en que la comunicación se realiza de distintas maneras y echando mano de la tecnología, cualquier persona que sea responsable de transmitir un mensaje a otros debe estar al día en cuanto a técnicas y medios de comunicación.

El quehacer del Diseño Gráfico es satisfacer necesidades de comunicación visual integrando distintos elementos para la transmisión de un mensaje como son: fondo, forma, color, equilibrio, etc. Por tanto, el diseñador debe tener la capacidad necesaria para manejar diversos recursos, puesto que las formas de comunicación del hombre son variadas.

El Diseño Gráfico abarca distintas áreas de aplicación como identidad corporativa, marca, logotipo, editorial y fotografía, entre otras; y todas tienen una constante: comunicar por medio de la imagen.

Dicha imagen debe contener toda la información que se necesita transmitir, debe "hablar" por sí misma para poder obtener la respuesta buscada del público al que se dirige.

El área audiovisual, si bien tiene un aspecto que no es perfectamente manejado por un diseñador gráfico, como es el audio, tiene otro en el que su labor es indispensable: la parte visual.

Hablando de medios audiovisuales en general, el video, la T.V., el cine o los montajes audiovisuales manejan imágenes, ya sean estáticas o en movimiento, reales o ficticias, en color, de mil formas, pero todas éstas comunican.

Es ahí donde está la labor del diseñador gráfico: utilizar y componer cada elemento que integra dicha imagen.

Así como en el diseño editorial se busca el equilibrio entre imágenes, texto y espacios en blanco y se utiliza cada uno de estos elementos para comunicar gráficamente, así en el área audiovisual, se comunica gráficamente y caso se refuerza la información con el sonido.

El Diseño Gráfico es cien por ciento aplicable en un montaje audiovisual: al obtener una fotografía que tenga una buena composición, que cada elemento que la integre tenga un porqué, al poder transmitir emociones, sentimientos e ideas por medio de una sola diapositiva proyectada.

El diseñador gráfico es capaz de comunicar por medio de formas, líneas, colores, etc. Sin importar la técnica o el área que abarque. En este caso es un montaje audiovisual.

¿Por qué en la evangelización?

Sabemos que se aprende mejor algo o se recibe un mensaje de forma eficaz cuando en la percepción se involucra más de un sentido, es decir, si se combina olfato y gusto, vista y tacto, etc. En los montajes audiovisuales se emplea este recurso, por lo que conocemos y aprendemos mediante la imagen y el sonido, es decir, gracias a la vista y al oído. Este tipo de material es muy socorrido en el campo de la evangelización, pero desgraciadamente no están al alcance de todos y algunos enfoques que presentan ya no se adaptan a la realidad de un grupo específico.

Este medio de comunicación fue utilizado en distintas áreas durante la década de los 70's y 80's, se veía igual una presentación de un producto comercial, una explicación de un tema escolar o la vida de algún santo mediante "audiovisuales". Sin embargo, con la misma velocidad que se ha ido transformando la tecnología y los medios de comunicación, así se ha ido desplazando éste.

Aunque su situación en la evangelización se explica en el capítulo 4.6, "El montaje audiovisual en la evangelización", se justificará grosso modo el enfoque de este trabajo:

Evangelizar es comunicar y puede hacerse por distintos medios como libros, charlas, películas, etc. En este momento que estamos viviendo de masificación o globalización, que es casi lo mismo, se han olvidado las características o necesidades de los pequeños grupos, que al unirse, van conformando las grandes comunidades de una ciudad, un país o un continente. De un tiempo a la fecha pareciera que la comunicación va dirigida hacia la masa como un solo conjunto de pequeños grupos, pero sin importar las características de dichos grupos que son la base.

Esta masificación ha entrado ya al área de la evangelización gracias a los medios de los que echa mano.

El montaje audiovisual es el medio grupal por excelencia porque promueve la vida de grupo al proyectarse a grupos pequeños donde los integrantes comparten las mismas características y también al invitar a la reflexión dentro del mismo; además, porque surge de un trabajo en equipo.

Se ha olvidado su uso porque se cortó su producción y lo que existe actualmente es un producto obsoleto, "antiguo".

Mucho de este material utilizado en la evangelización

presenta imágenes con moda pasada, con enfoques de la sociedad que no se adaptan a la realidad actual. Algunos evangelizadores no usan los montajes audiovisuales porque no saben siquiera qué son o cómo funcionan; otros, no quieren presentar algo con lo que no se identifican.

Si a los catequistas y agentes de pastoral se les dan los conocimientos y la técnica necesarios para desarrollar sus propios montajes audiovisuales, ellos mismos podrán elaborar el material que se adapte a sus necesidades y de acuerdo a sus recursos, además de ayudarles a tener una formación más completa.

Aunque se ha distorsionado, el objetivo principal de un profesionalista es buscar mejorar su entorno y el diseñador gráfico no tiene por qué quedar fuera de esto.

Evangelizar es una forma de mejorar conciencias, de promover seres humanos plenos.

Esto no significa que un diseñador deba ser evangelizador, pero puede ayudarlo compartiendo sus conocimientos como comunicador que es, independientemente del credo que profese.

Haciendo caso de un proverbio chino que dice que si quieres ayudar a alguien no le des un pescado sino que le enseñes a pescar, presento este proyecto, buscando brindar las herramientas necesarias para que el trabajo del evangelizador en mi comunidad pueda renovarse y comiencen a adaptarse poco a poco a las exigencias actuales.

Consiste en el diseño de un curso teórico-práctico para catequistas y agentes de pastoral, donde aprendan a elaborar un guión, conozcan los fundamentos de composición y fotografía, puedan grabar una cinta de audio y elaboren un montaje audiovisual completo. Al final del taller, el evangelizador habrá elaborado un material con el que tendrá los conocimientos y la práctica básicos para seguir apoyándose en esta técnica al desarrollar su apostolado.

Diseño Gráfico, evangelización y montajes audiovisuales son una buena combinación para comunicar, para mejorar nuestro entorno, pues "...merecemos imágenes dignas como seres humanos trascendentes", como señaló Luz María Ibarra.

2.1 Objetivo general

Mediante un análisis de la imagen y su importancia en el proceso de comunicación y especialmente en el de enseñanza - aprendizaje, proponer una aplicación real del uso del montaje audiovisual en un área de la comunicación gráfica.

2.2 Para los agentes de pastoral

Brindarles una preparación complementaria para que sean un instrumento eficaz de comunicación.

2.3 Para el investigador

Desarrollar una tesis que no sea sólo un libro de estantería, sino un proyecto que se realice para satisfacer una necesidad de mi comunidad.

2.4 Para la UVAQ

Continuar con el espíritu de Don Vasco de Quiroga y aplicar su sistema al brindar no sólo una forma de mejoramiento del individuo y de la comunidad, sino enseñando cómo llevarlo a cabo.

MARCO DE REFERENCIA

3.1 Parroquias en general

3.2 Parroquias en particular

3.3 Agentes de pastoral

El marco de referencia son las parroquias en Morelia y las que se tomaron como muestra para obtener los datos en las encuestas son las que tienen mayor trabajo pastoral y abarcan distintas áreas de la ciudad.

En el centro de Morelia hay varios templos que sin ser parroquias tienen mucho trabajo; en las orillas hay algunas parroquias muy recientes que apenas comienzan o que se están reestructurando. La investigación resultaría poco real si se tomaran en cuenta sólo las parroquias del centro por tener mucha actividad o sólo las de la orilla por encontrarse en situaciones y ambientes variados.

Estas ocho parroquias elegidas representan poco más del 30% del total que hay en Morelia, que es el porcentaje utilizado para que un muestreo sea confiable y se acepte como representativo de la totalidad. Todas están dentro de la zona urbana.

La Merced se tomó como base para elaborar el cuestionario porque es la que cuenta con más servicios e infraestructura, aunque se complementó en algunas partes para tener un instrumento completo de investigación.

3.1 Parroquias en general.

El universo al que va dirigido el presente proyecto es a los agentes de pastoral en general, pero especialmente a los catequistas de Morelia. Para poder analizar su situación real con respecto a los montajes audiovisuales fue necesario primero conocer el ambiente donde desarrolla su labor: la parroquia.

Partiendo de ahí se pudo conocer: los recursos con que cuenta, sus necesidades, su nivel de preparación, etc. y así plantear un proyecto que subsane una necesidad real.

Una parroquia está constituida por una comunidad delimitada en cierto territorio, un sacerdote (párroco) a la cabeza, en algunos casos con algunos sacerdotes auxiliares (vicarios), un templo y oficinas al servicio de dicha comunidad.

La parroquia es la célula de la organización de la Iglesia Católica y el centro de las actividades que se realizan en y para la comunidad.

Como se mencionó anteriormente, para hacer este análisis se tomaron como muestra las parroquias que tienen mayor actividad pastoral y atienden a distintos sectores de la ciudad:

SERVICIOS

CULTURA

- 1 cursos
- 2 charlas
- 3 deportes
- 4 fest. artísticos
- 5 concursos
- 6 festividad
- 7 paseos

INFRAESTRUCTURA

- 8 casa
- 9 templo
- 10 oficina
- 11 sacristía
- 12 patios
- 13 área de juegos
- 14 áreas verdes
- 15 salones
- 16 baños
- 17 bodega
- 18 estacionamiento

SERVICIOS

- 19 asesoría jurídica
- 20 bazar
- 21 bolsa de trabajo
- 22 comedor
- 23 dispensario médico
- 24 gpos. de ayuda
- 25 tienda
- 26 trabajo social

PARROQUIAS

FATIMA

- 1, 2, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 18, 24

SAN MARCELINO CHAMPAGNAT

- 1, 2, 3, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 23, 25

LA MEDALLA MILAGROSA

- 1, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 20, 21, 23, 24, 26

LA MERCED

- 1, 2, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 15, 16, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26

SAN ANTONIO DE PADUA

- 1, 6, 9, 10, 11, 12, 16, 17, 23

SAN JOSE

- 1, 2, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 20, 23, 24

STO. NIÑO DE LA SALUD

- 2, 6, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 15, 16, 17, 23, 26

NUESTRA SEÑORA DE GUADALUPE

- 1, 2, 3, 4, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 15, 16, 17, 20, 23

Nuestra Señora de Guadalupe, La Merced, San José, La Medalla Milagrosa, San Marcelino Champagnat, Fátima, Sto. Niño de la Salud y San Antonio de Padua.

El estudio consistió en investigar por medio de encuestas hechas a los párrocos, la situación de las parroquias en cuanto a servicios, infraestructura y cultura.

Son ocho las parroquias investigadas, de las cuales el 75% cuentan con dispensario médico, el 37.5% tiene bazar de ropa, un 37.5% albergan algún grupo de ayuda (Alcohólicos Anónimos, Neuróticos Anónimos, etc.), un 25% cuenta con trabajo social; comedor, asesoría jurídica o bolsa de trabajo, se encontró en un 12.5%.

En cuanto a infraestructura, el 100% cuenta con templo, sacristía, oficina y baños; un 75%, con casa parroquial, patios y salones; un 37% tiene área para juegos y áreas verdes; el 62%, bodega y un 25% tiene cafetería o tienda y estacionamiento.

Con estos recursos se pueden llevar a cabo actividades que permiten el desarrollo cultural de cada parroquia:

El 100% tiene su fiesta patronal cada año; se imparten charlas de distinta índole en un 100%; el 50% tiene paseos, un 100%; el 50% tiene paseos, ya sea en general o con algún grupo; en un 25% se desarrollan eventos deportivos y festivales artísticos y sólo un 12% tiene cursos.

Esta es una visión general de la situación de las parroquias en Morelia.



3.2 Parroquias en particular

3.2.1 Nuestra Señora de Guadalupe

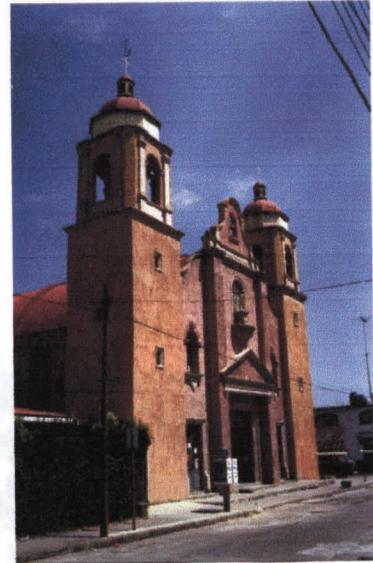
Ubicada en la esquina de las calles Anáhuac y Séptima en la colonia Guadalupe, esta parroquia abarca un sector muy amplio de la ciudad. Su territorio está delimitado por la Av. Madero Pte., al sur; la colonia Tierra y Libertad, al norte; el Río Grande, al oriente; el estadio Morelos, al noroeste y el cerro del Quinceo, al poniente.

Comprende también las rectorías de El Señor de la Misericordia, atendida por el P. José Luis Pantoja; y El Espíritu Santo, por el P. Benjamín Hernández.

La parroquia lleva 25 años desde que fue erigida como tal y actualmente está a cargo de los sacerdotes Enrique Díaz y Pedro Ortíz.

Se puede decir que el trabajo pastoral aquí apenas inicia, pues el P. Enrique Díaz lleva poco tiempo como párroco y comenzó a reestructurar lo que ya existía y a implementar cosas nuevas.

La parroquia ofrece los servicios de bazar y dispensario médico. En cuanto a infraestructura, cuenta con el templo y casa parroquiales, sacristía, oficinas, salones y baños, además de una pequeña bodega. Todo esto favorece el desarrollo de actividades como cursos, charlas, eventos deportivos, festivales artísticos y paseos durante el año; además del PRODEVAC (Programa de Vacaciones) y la fiesta patronal cada año.



fachada del templo de
Nuestra Señora de Guadalupe

3.2.2 La Merced

Esta parroquia es una de las más grandes de Morelia, no en territorio sino en actividad pastoral y social. Comprende las rectorías de Cristo Rey, San Agustín, El Prendimiento, Las Rosas y el Santo Niño. Su territorio está delimitado por las calles de Manuel Muñiz, Cuautla, Nocupétaro y García Obeso.

El párroco es el P. Miguel Contreras y cuenta con el P. Antonio Mora que le apoya como vicario.

En el domicilio de Madero Pte. #618, en el centro de la ciudad está el templo parroquia y a un costado está un anexo que cuenta con sacristía, oficinas, salones, baños, un patio central y la casa parroquial. Aquí se ofrecen los servicios de dispensario médico y grupos de ayuda como Neuróticos Anónimos.

En el domicilio de Allende #543 se desarrolla la Pastoral Social:



patio, salones y oficinas de la
parroquia de La Merced

se cuenta con bolsa de trabajo, trabajo social, comedor, consultorio médico, asesoría jurídica y tienda de abarrotes con precios bajos. Esta casa cuenta con todos los servicios.

Además se ofrecen cursos de capacitación para el trabajo como carpintería o belleza. Y para la comunidad en general, charlas, algún paseo con un grupo en específico y la fiesta patronal que se celebra el 24 de septiembre de cada año.

3.2.3 San José

La parroquia de San José está ubicada en Belisario Domínguez #258, en el centro de la ciudad y está delimitado su territorio por las calles de 20 de Noviembre, al sur; Amado Nervo, al oriente; Zaragoza, al poniente y el Río Grande, al norte.

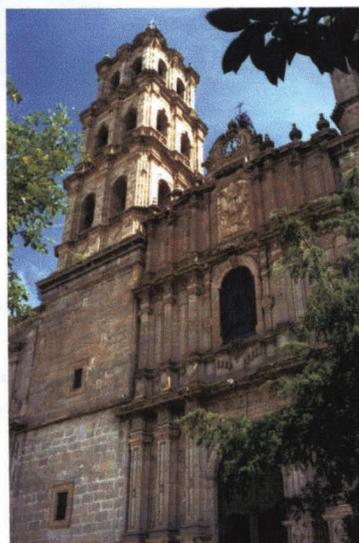
Fue nombrada parroquia desde el año de 1920 y comprende los templos de El Carmen, Nuestra Señora de la Salud y San Felipe. El párroco es el P. Agustín Magaña Figueroa y el P. Daniel Cortés Reséndiz, el vicario.

Aquí se ofrecen los servicios de dispensario médico, grupo de Neuróticos Anónimos, bazar y reparto de despensas.

Se organizan actividades como cursos, charlas, festivales artísticos, paseos y la fiesta patronal.

En cuanto a infraestructura, la parroquia cuenta con templo, casa parroquial, sacristía, oficinas, salones, baños, área para juego, una pequeña bodega y dos patios interiores. Además tiene una capilla anexa para celebraciones especiales y un pequeño teatro.

El trabajo pastoral en San José está reorganizándose pues ha habido algunos cambios de sacerdotes.



fachada estilo barroco del templo de San José

3.2.4 La Medalla Milagrosa

Delimitada por las avenidas Lázaro Cárdenas y Solidaridad; la calzada Juárez y la calle Miguel de Cervantes Saavedra, se encuentra esta parroquia.

Su domicilio es Río Nazas #317, en la colonia Ventura Puente.

Esta es otra parroquia que se encuentra en proceso de reestructuración. A cargo está el P. Antonio Rangel.

Cuenta con los servicios de dispensario médico, trabajo social, bolsa de trabajo y bazar; además en sus instalaciones se llevan a cabo actividades de grupos de ayuda.

Aunque parece pequeña a simple vista, la parroquia cuenta con templo y casa parroquiales, oficina, sacristía, salones, baños y un atrio que hace las veces de patio. Estas instalaciones permiten que se desarrollen actividades como cursos, concursos y, por supuesto, la fiesta patronal.

Fue nombrada parroquia en 1972.



*fachada del templo de
La Medalla Milagrosa*

3.2.5 San Marcelino Champagnat

Esta parroquia tiene su domicilio en la calle Cutzi #401, en la colonia Félix Ireta. Su territorio está marcado entre las avenidas Juárez, Solidaridad, Ventura Puente y la calle Mozart.

El párroco es el P. Gerardo Velázquez y el P. Efrén Cervantes está como vicario.

Nombrada parroquia en 1992, es una de las más completas en cuanto a infraestructura: cuenta con templo y casa parroquiales, un pequeño departamento



*salones y oficinas de la parroquia
de San Marcelino Champagnat*

para los vicarios, sacristía, oficina, salones, baños, cancha deportiva, tienda, cafetería, patio, áreas verdes y bodega.

Cuenta también con un dispensario médico.

Aquí se organizan cursos y charlas para los distintos grupos y para la comunidad en general, así como un festival de música navideña cada año, el PRODEVAC, paseos y festividades como el aniversario de su nombramiento como parroquia y la fiesta patronal. También hay concursos y festivales artísticos.

3.2.6 Nuestra Señora de Fátima



*Interior del anexo de la parroquia
de Nuestra Señora de Fátima*

A cargo del P. Vicente Rodríguez como párroco y los sacerdotes Rafael Sánchez y Benjamín Osornio como vicarios, Fátima, nombrada parroquia en 1990, comprende los templos de La Visitación y Santa Teresita.

Su límite territorial lo marcan las calles Rafael Carrillo, Ortega y Montañez, Juan José de Lejarza y Miguel de Cervantes Saavedra, las avenidas Solidaridad y Ventura Puente.

Esta parroquia tiene clara su división de pastorales y sus encargados, aunque en general tiene poco tiempo con esta organización.

En sus instalaciones trabajan los grupos de Neuróticos Anónimos y Familias Anónimas; como servicio propio, se reparten despensas.

Además del templo y la sacristía, cuenta con casa parroquial, oficinas, salones, baños, patios y áreas verdes. Frente al templo se está construyendo una nueva área que contará con espacios más amplios para toda su actividad.

Como en la mayoría de las parroquias visitadas, aquí se llevan a cabo cursos, charlas y la fiesta patronal.

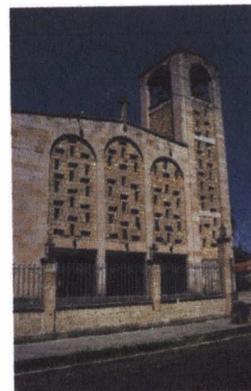
3.2.7 Santo Niño de la Salud

Los templos de Santa Rita de Casia, María Reina, San Pedro y El Corazón de María pertenecen a esta parroquia cuyo territorio lo delimitan: Av. Camelinas, al sur; el libramiento, al oriente; la salida a Charo, al norte y la Av. Ventura Puente al poniente.

Esta parroquia fue nombrada en 1967 y actualmente la atienden los sacerdotes José Guadalupe Franco como párroco y Miguel Castañeda, Felipe Gamiño y José Cortés como vicarios.

Se ofrecen los servicios de dispensario médico y trabajo social. Sus instalaciones son: templo, casa parroquial, sacristía, oficinas, salones, baños, áreas para juego, atrio, áreas verdes y estacionamiento.

Esporádicamente se ofrece alguna charla y se celebra la fiesta patronal cada año.



fachada del templo
del Santo Niño de la Salud

3.2.8 San Antonio de Padua

Situada en la colonia Virrey de Mendoza, esta parroquia está en construcción; sin embargo cuenta con dispensario médico, una pequeña oficina para el párroco, un área de reunión y una pequeña bodega para material; todo es provisional, a excepción del templo, la sacristía y un baño.

Fue nombrada parroquia el 13 de abril de 1997. Está a cargo del P. Félix Castro Morales, quien hasta la fecha ha organizado retiros y algunos cursos.



interior del templo
de San Antonio de Padua

3.3 Agentes de pastoral

Un agente de pastoral es una persona que lleva el mensaje del Evangelio mediante alguna actividad específica en la Iglesia; en este caso, de la Iglesia local o parroquia.

Para evaluar su situación se eligió a los coordinadores de los distintos grupos de las ocho parroquias y se les cuestionó acerca de su preparación, sus grupos y su trabajo específico para poder saber su conocimiento y uso de los montajes audiovisuales. La realidad es que la gran mayoría no los utiliza porque "ya pasaron de moda" y por lo tanto ni siquiera saben en qué consisten, de qué se tratan o cómo se pueden utilizar.

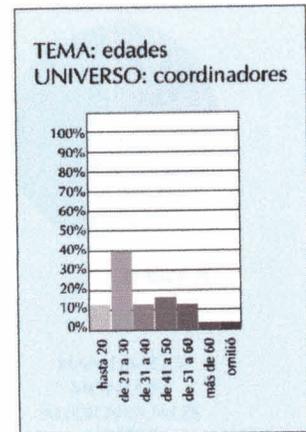
Manifestaron muchos problemas para usarlos.

El total de encuestados es de 38 personas.

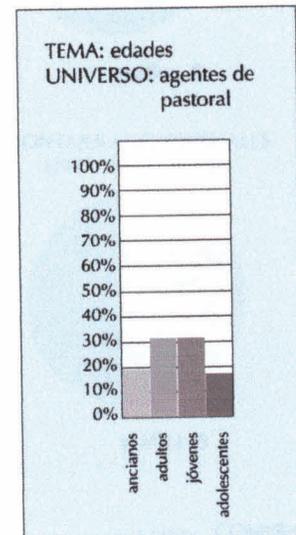
La primera información es acerca de las edades de los coordinadores. El 13.1% son menores de 20 años; el 39.5% está entre los 20 y los 30; el 13.1%, entre 31 y 40; el 15.8%, entre 41 y 50; el 13.1% entre 51 y 60; un 2.6%, más de 60. Y no faltó un 2.6% que omitió ese dato. (gráfica 1)

Los integrantes de los diferentes grupos de pastoral están compuestos en igual porcentaje de jóvenes y adultos, 31.6%; le siguen los ancianos, 19.35% y por último los adolescentes, 17.5%. (gráfica 2)

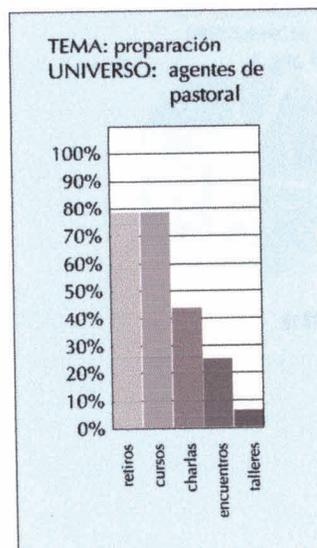
El 100% de los encuestados considera que tiene algún tipo de preparación para su apostolado, de los cuales un 79% es por medio de cursos; un 79%, de retiros; un 42.1% recibe charlas; un 23.7%, encuentros y sólo un 2.6%, talleres. (gráfica 3)



gráfica 1



gráfica 2



gráfica 3

Para poder preguntar acerca de los montajes audiovisuales fue necesario explicarles qué son y sustituir el término por "sonoramas" o "transparencias".

El 79% cuentan con material didáctico en su parroquia y el 21% restante lo consigue o lo elabora (gráfica 4).

Sólo el 34.2% ha utilizado los montajes audiovisuales en alguna ocasión y un porcentaje igual tiene uno en su parroquia. (gráficas 5 y 6)

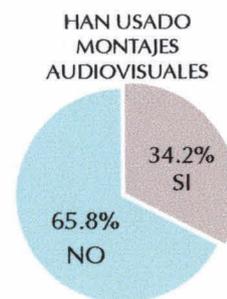
De los que sí los han utilizado, un 74% los consiguen prestados, el 13%, alquilados y un 13% los compran, pero ninguno los elabora. (gráfica 7)

La mayoría de los encuestados considera que este material se utiliza poco, el 73.7%; un 21% piensa que tiene un uso regular y sólo un 5.3%, que mucho. (gráfica 8)

De los problemas que se encontraron para utilizarlos, un 73.7% piensa que principalmente es porque no existen los temas que necesitan; un 21.5%, que son caros; un 20%, que es difícil conseguirlos; un 3%, que no hay material específico para su apostolado; un 27.7%, porque no hay proyector en su parroquia; 4.6%, que el enfoque que presentan no se adapta a la realidad actual; 3% opina que les falta creatividad y un 1.5% tiene opiniones diversas como falta de local, no saben usarlos, no lo consideran necesarios o son desiduosos. (gráfica 9)

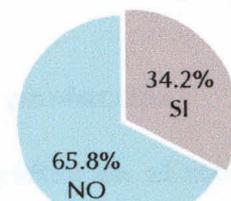


gráfica 4

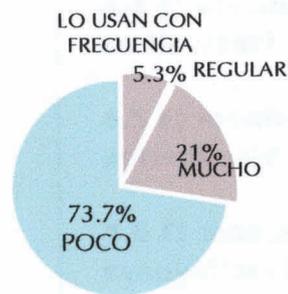


gráfica 5

MONTAJES AUDIOVISUALES EN SU PARROQUIA



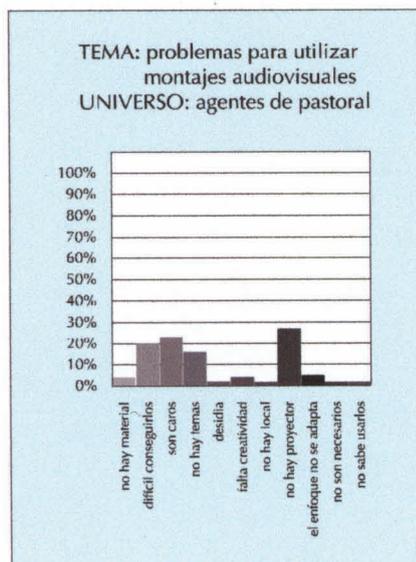
gráfica 6



gráfica 8



gráfica 7



gráfica 9

4

MARCO TEORICO

4.1 Definición de audiovisual

4.2 Generalidades de los montajes audiovisuales

4.3 Proceso de producción

4.4 El diseño gráfico en el montaje audiovisual

4.5 El montaje audiovisual en el aprendizaje

4.6 El montaje audiovisual en la evangelización

4.1 Definición de audiovisual

Resulta muy difícil delimitar el concepto de "audiovisual" pues hay distintas posturas en varias partes del mundo. En Francia, por ejemplo, se considera audiovisual a las manifestaciones que comprenden aparatos mecánicos y electrónicos, como cine, radio, T.V., etc. En EE.UU. hay quienes en su concepto incluyen manufacturas como carteles o modelos; otros se concentran a partir de la tecnología de la T.V.

En un sentido general se tiene que:

"El audiovisual es toda recepción de información por medio de la vista y el oído"

"Es una comunicación que se capta con la vista y el oído"

Buscando una definición más específica se tiene el peligro de limitar el concepto. Por ejemplo:

"Es una comunicación ofrecida por medio de aparatos mecánicos o electrónicos que se capta por medio de la vista y el oído"

¿Y todo lo que no es producido o reproducido por medios mecánicos, como una charla acompañada de un rotafolios?

La historia del término "audiovisual" es muy reciente. Se ha desarrollado en la pedagogía de EE.UU. donde se fue difundiendo cuando, hacia 1930, "los procesos de producción sonora y de la radiodifusión y (...) la aparición del cine sonoro" permitieron "añadir el término 'audio' a los procedimientos ya tradicionales de enseñanza visual basada en la imagen".

(H. Dieuzeide, 1965).

Sin embargo el término no ha sido unívoco. Ha variado a lo largo de su breve historia adaptándose a la diversidad de puntos de vista.

Así, va desde los expertos en el área didáctica que le otorgan este nombre a cualquier medio que se emplee en ella, desde el profesor que habla y gesticula al dar su clase, hasta otros que sólo consideran audiovisual al cine o la T.V.

Es por tanto un término ambiguo que contiene en sí varios aspectos continuamente cambiantes: medios de comunicación,

lenguajes y procesos perceptivos y psicológicos, entre otros.

Simplemente, en cuanto a medios de comunicación, hay que ver cuánto han cambiado y siguen cambiando desde la introducción del neologismo.

Para no caer en el error de restringir el ámbito del término, es necesario delimitarlo según se requiera: medios audiovisuales, lenguajes audiovisuales, etc.

Dentro del área de la educación se entiende por audiovisual:

"Un conjunto de instrumentos pedagógicos que utilizan la imagen, el sonido o una mezcla de ambos con la palabra al servicio de una idea a transmitir" ¹

Para el presente proyecto esta definición pudiera resultar útil, pero es necesario especificar un poco más.

Dentro del ámbito de la comunicación se tomará el uso de las máquinas para producción y reproducción, como parámetro para delimitar los "medios audiovisuales".

Ahora, como medios audiovisuales, también existe una gran variedad.

En este trabajo se encontrará como

MONTAJE AUDIOVISUAL

Una serie de diapositivas organizadas y montadas con base en un guión y una estructura definida, complementándose con una banda sonora formada por voz, música y efectos.

4.2 Generalidades de los montajes audiovisuales

La comunicación entre los hombres ha ido cambiando conforme éste va encontrando nuevas formas o medios para realizar dicho proceso.

Desde la pintura prehistórica hasta el Internet, es el hombre en búsqueda de velocidad, efectividad o sencillez al transmitir un mensaje, lo que ha permitido experimentar y definir formas continuamente cambiantes de comunicación que han revolucionado al mundo entero con su aparición.

Un ejemplo contundente que se tiene al respecto es el cambio del libro manuscrito a la producción mecánica mediante la imprenta inventada por Gutenberg en el s.XVI.

Este invento permitió al hombre una comunicación capaz de llegar a un gran número de receptores de forma más rápida y sin tanto esfuerzo, entre otros muchos efectos.

Este es un antecedente para muchos medios de comunicación que prevalecen.

Los medios audiovisuales tienen también como parte remota de su origen la imprenta, pero hay inventos que marcaron radicalmente su aparición.

Para analizar los antecedentes de los medios audiovisuales es necesario separar las tecnologías que afectan el canal visual, las que se refieren al canal sonoro y las que van a ambos.

Para las visuales, sus antecedentes se basan en la fotografía:

Van desde las técnicas básicas de los procedimientos óptico - químicos que permitieron dibujar formas con la luz, hasta la técnica precisa del daguerrotipo.

El daguerrotipo, inventado a mediados del s.XIX es la base de toda la tecnología que se refiere al canal visual. Con éste se dio la pauta y más adelante se siguió experimentando con diferentes materiales sensibles a la luz y con una gran variedad de soportes.

La fotografía, como primera técnica de producción y reproducción propiamente mecánica de la imagen, permitió que ésta se introdujera a la cultura con un papel de comunicadora, comenzando así la "civilización de la imagen".

En 1895 los hermanos Lumière patentaron el cinematógrafo. Con ello ahora es posible reproducir no solamente una imagen, sino imágenes en movimiento. Esta tecnología también sigue perfeccionándose.

La pintura rupestre es una de las manifestaciones de comunicación más antigua que se conoce



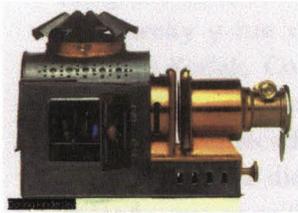
mas con el paso de los siglos dicha comunicación se desarrolla de formas muy variadas



Gutenberg fue uno de los precursores de las formas modernas de comunicación al inventar la imprenta en el siglo xv



el primer libro que se imprimió fue la Biblia



La linterna mágica, inventada en el s.XVII proyectaba imágenes de transparencias sobre una pantalla, utilizando una fuente de luz que podía ser una vela o lámpara, y una lente.

Para los montajes audiovisuales, propiamente, la "materia prima" de la parte visual es la diapositiva. Es donde está plasmada la imagen que se va a proyectar.

Una diapositiva es:

"una fotocopia positiva en cristal o en película celuloide que se proyecta o se mira por transparencia" ²

Esta técnica para ver imágenes es muy antigua. Se tiene como antecedente la "linterna mágica" de Kirche. Era un aparato óptico que hacía aparecer amplificadas, por medio de lentes, figuras llenas de color pintadas en tiras de vidrio, en papel o en la pared.

El invento de la fotografía y su rápida popularidad permitió una comunicación por medio de imágenes al alcance de la sociedad en general.

Eastman popularizó la película fotográfica en rollo con su cámara Kodak en 1888 y en 1889 se introdujo al mercado el primer rollo comercial de película celuloide transparente.

Este nuevo material fue usado por William Kennedy Laurie Dickson, el asistente de Edison. Dickson estaba desarrollando las ideas de Edison para complementar una cámara de cine al más moderno fonógrafo grabador.

Un paso anterior relevante para la diapositiva es la cinta para cine.

La película de celuloide de Eastman, clara, delgada, pero flexible fue ideal para el propósito de Dickson.

Para la cámara prototipo Kinetograph, Dickson cortó la película de 70mm. en dos tiras iguales, las perforó y las juntó por los extremos haciendo una película de 35mm. de ancho. El tamaño de la película fue de 24mm. x 18mm. y cada cuadro tenía perforaciones rectangulares en los extremos de la película.

Sin embargo con esta película se tenía el problema de que, para hacer pruebas de alguna toma, se desperdiciaba bastante. Era necesario tener una película de las mismas características pero que permitiera tener tomas individuales.



El daguerrotipo fue muy popular para retratos en los primeros años de la fotografía.

Sobre placas recubiertas con una placa de plata tratada con vapor de yodo (sustancia fotosensible), se exponía la placa a la luz y se revelaba con vapor de mercurio y luego se fijaba con una solución salina.

Es así como en 1935 surge el mayor adelanto en la fotografía en color: la diapositiva. Fue la creación de Leopoldo Godowsky y fue comprada para su comercialización por Eastman Kodak, Co. La película Kodachrome de 35mm. estuvo disponible en el mercado hasta 1936.

Estos antecedentes marcan claramente la necesidad por la que surgió la diapositiva: tener una película flexible, clara, delgada, que permitiera una impresión en positivo de una imagen, para ser proyectada.

Con esta base se comprende que siga utilizándose esta técnica con fines diversos.

En cuanto a las tecnologías sonoras, su evolución es contemporánea a las anteriores.

Parte de la invención del fonógrafo en 1857 por Edison, pasando por el gramófono y las grabaciones magnéticas hasta llegar a la radio entre los años de 1915 y 1917, por Marconi.

Todo ello permitió reproducir el sonido en forma real, cosa que ni el alfabeto ni el pentagrama consiguieron. Además con la radio se logró transmitir el sonido justo en el momento en que se producía, aún a larga distancia.

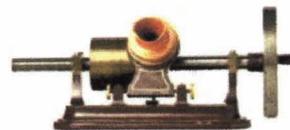
Con el desarrollo de la electrónica se ha podido innovar en técnicas como la manipulación del sonido para conseguir mayor fidelidad de grabación y transmisión, hasta técnicas de mezclado y sintetización que amplían la gama de modulaciones sonoras hasta crear otras nuevas.

En este desarrollo tecnológico se encuentra también la T.V.

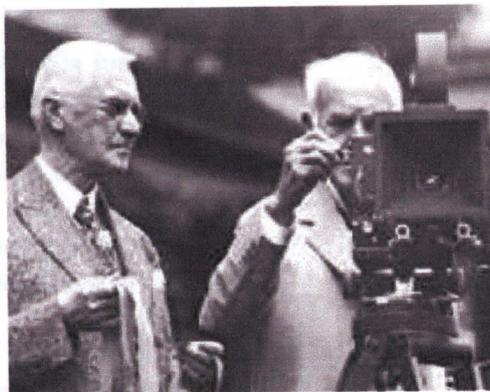
Surge cuando entre 1920 y 1930 se inventa el tubo catódico y la célula fotoeléctrica.

Ésta va más allá de la utilizadas en fotografía y cinematografía. La T.V. transmite una imagen electrónica ya sea simultánea o posterior al momento de los hechos.

El cine sonoro (1927) y la T.V. son las tecnologías fundamentales que obran simultáneamente en el canal visivo sonoro. Se les puede considerar como tecnologías de base de los medios audiovisuales.



la primera grabación de sonido se debe a Edison en 1877. La primera frase que se reprodujo fue "hello"



Thomas Alva Edison (derecha)

junto con George Eastman, trabajan en una cámara cinematográfica. Estos dos hombres son los "estándares" que llevaron a desarrollar la tecnología audiovisual. A Edison se le atribuye el invento de la bombilla, el fonógrafo y el generador eléctrico, además de la tecnología cinematográfica y sincronizó películas con sonido grabado, realizando las películas del cine sonoro. Gracias a Eastman que patentó la película de celuloide se pudieron conjuntar ambas tecnologías.

Estas tecnologías difieren en procesos de producción y reproducción, lo que al combinarlos dan lugar a una gran diversidad de sistemas que hoy son novedad y mañana resultan obsoletos, como en el área de la computación.

En un montaje audiovisual la parte auditiva está compuesta por voz, música, efectos y silencio. Aunque este último no está considerado en el texto, es muy importante pues también comunica algo: si está al principio, crea expectación; si es al final, invita a la reflexión, y así, durante toda la proyección.

El audio no es ni más ni menos importante que la imagen. Son partes que se complementan para crear un todo.

Con base en el guión y los objetivos, se elige con mucho cuidado la voz o voces que intervendrán en el proyecto, así como la música y los efectos. Todos estos elementos deben integrarse perfectamente y a la vez mantener su importancia individualmente.

Por ejemplo, la música puede ser usada como fondo durante la mayor parte del tiempo, pero con un segundo que suba a primer plano, logra romper el ritmo y llamar la atención al instante. Así mismo la entonación del locutor, la fuerza y la modulación de la voz.

Los efectos sonoros son muy útiles empleándolos adecuadamente, pues si se abusa de ellos, sólo crearán ruido, basura.

Los medios audiovisuales no sólo son tecnología. También manejan lenguajes, pues son el vehículo por el cual el mensaje tiene vida.

Según Pierre Babin en su libro "La era de la comunicación. Para un nuevo modo de evangelizar", existen dos lenguajes utilizados para la enseñanza: el lenguaje de Gutenberg, que se refiere a todo lo que se enseña mediante el libro, teniéndolo como base. Este tipo de lenguaje es el que prevalece en las escuelas y es el que la mayoría de las personas conoce y maneja: se aprende leyendo.

El lenguaje de Gutenberg comunica y enseña por medio de la palabra escrita, poniendo énfasis en el contenido más que en la forma. Es una comunicación fría, general, casi sin atender a la persona. Podemos ver cómo los libros antiguos utilizados para la enseñanza básica eran todos iguales, quizá

con algunas imágenes, pero sin atender su apariencia. Todos tenían el mismo tamaño y estilo.

El lenguaje audiovisual es, como su nombre lo indica, a través de la vista y el oído. Es un lenguaje que ha comenzado a utilizarse más, aunque con mucho trabajo, pues se está hablando de un lenguaje relativamente moderno que vino a competir y busca romper "estructuras" que llevan siglos frente a un lenguaje tradicional y arraigado en las personas, el de Gutenberg.

El lenguaje audiovisual es dinámico y busca la identificación del auditorio con el contenido y la forma del mensaje. No sólo informa o transmite datos, sino que sugiere más: emociones y sensaciones mediante imágenes visuales y auditivas. Este lenguaje provoca reacciones de forma más directa que el anterior.

Los medios audiovisuales tienen elementos de estos dos lenguajes:

LENGUAJE DE GUTENBERG

De este retoma la claridad, su carácter propio y cerrado de la palabra, necesarios para la transmisión de la idea. Puede ser un medio didáctico pues, si se pretende enseñar, el mensaje está en el discurso.

LENGUAJE AUDIOVISUAL

De este tiene el carácter sugestivo y atrayente propio de la imagen y necesario para el impacto de su idea. Es un medio simbólico. El mensaje está en el efecto producido.

Se han clasificado de diversas formas los medios audiovisuales. Una de ellas es por la cantidad de personas a las que llegan. Así, se clasifican en: medios masivos (mass media), medios grupales (group media) y medios individuales (self media).

Los montajes audiovisuales, materia de este proyecto, están clasificados en los medios grupales.

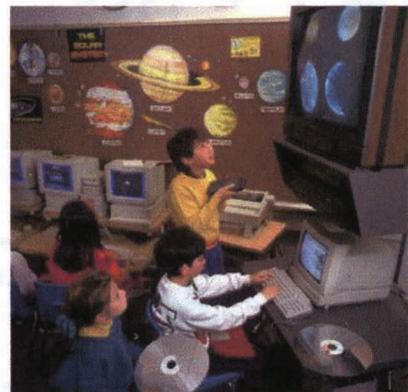
El término de "medios grupales" surge entre 1975 y 1980. Incluye los medios sencillos que proponen un intercambio o una búsqueda en grupo.

Se ha utilizado como tal sobre todo para la evangelización, pues busca hacer de una reacción de masa una participación personal dentro de una comunidad.

Según Manuel Olivera, uno de los líderes latinoamericanos de los medios grupales, señala que una de las características de estos medios es su carácter ambiguo y sugestivo del lenguaje: a partir del impacto del mensaje el grupo puede reaccionar, discutir o investigar.

Algunas de las ventajas que presenta el uso de los montajes audiovisuales en comparación con otros medios audiovisuales son:

- Concentra la atención de los espectadores.
- Es una de las formas más económicas de producción audiovisual.
- Es, en general, simple para su realización.
- Se requiere de poco equipo técnico.
- Tiene grandes posibilidades expresivas.
- Sólo exigen el conocimiento de procedimientos técnicos bastante sencillos.
- Necesitan poca inversión.



Cada vez más se busca que la educación en las escuelas y en otros centros de aprendizaje se utilicen el "lenguaje de Gutenberg" y el "lenguaje audiovisual".

4.3 Proceso de producción

Existe una variedad amplia de montajes audiovisuales que van desde los más rudimentarios como un proyector que es manejado manualmente y proyectando las imágenes en una sola pantalla, con una cinta de audio simple; hasta montajes mucho más elaborados donde se juega con varios proyectores haciendo disolvencias o, efectos; mezclándolo con proyecciones de cine o video, en varias pantallas a la vez y con una cinta de audio llena de efectos, variaciones de música y más.

Ya sea para un tipo u otro de montajes audiovisuales se tiene un proceso básico de producción; el orden puede variar según la necesidad o el material que se tenga. Este modelo es el básico para un montaje simple, rudimentario. Ahora, para uno de dos o más proyectores se tienen dos pasos más:

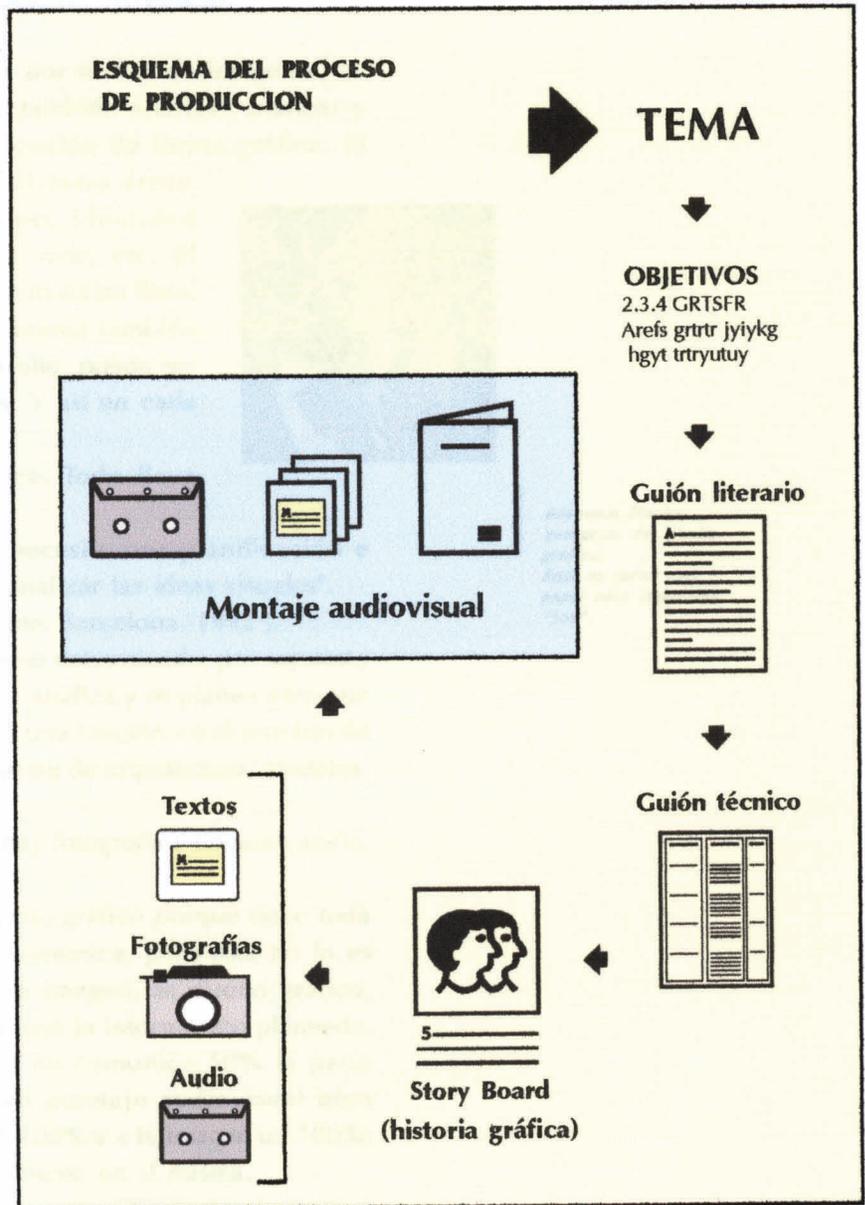
GRABACION DE MOVIMIENTOS

Este paso consiste en grabar la forma en la que se pasará de una imagen a otra: corte, disolvencia, etc.

SINCRONIZACION

Cuando ya se tiene la cinta de audio con la grabación definitiva y los movimientos de la presentación de cada imagen, se procede a sincronizar las dos partes.

Consiste en grabar los cambios de diapositivas donde correspondan según el audio. Esto queda grabado en una cinta para ser reproducido en la sincronizadora que los lea.



4.4 El diseño gráfico en el montaje audiovisual

El diseño gráfico comunica por medio de imágenes, es una comunicación no verbal. Es también analizar, planear y resolver necesidades de comunicación de forma gráfica. El diseño gráfico está presente en diversas áreas: diseño editorial, marca, logotipo, identidad corporativa, fotografía, páginas web, etc. El diseño editorial va desde un tríptico hasta un libro, revista o catálogo; un diseño de marca también tiene un espacio amplio de desarrollo, puede ser un dulce o una línea de muebles. Y así en cada área.



Todo esto es imagen gráfica. Todo lleva análisis y planeación.

"El diseño gráfico exitoso necesita una planificación e investigación cuidadosa antes de analizar las ideas visuales".
(Alan Swan. Diseño Gráfico. Blume. Barcelona. 1992).

La fotografía, con un objetivo determinado, por supuesto es diseño gráfico, pues una toma se analiza y se planea para que cada elemento que la integra tenga una función en el proceso de comunicación. La fotografía puede ser de arquitectura, modelos, producto, etc.

En un montaje audiovisual hay fotografía y comunicación, es decir, hay diseño gráfico.

Es cierto que no es puramente gráfico porque tiene toda una parte auditiva que también comunica, pero ésta no lo es todo. La parte gráfica, es decir, la imagen, es diseño gráfico, pues por sí misma debe transmitir toda la información planeada.

En un montaje audiovisual no comunica 50% la parte gráfica y 50% la auditiva. En un montaje audiovisual bien hecho, al audio le corresponde un 100% y a la imagen un 100%; es decir, cada parte debe ser suficiente en sí misma.

Además de todo el diseño contenido en las imágenes presentadas, el proceso de producción de un montaje audiovisual es similar a una metodología de diseño: cuando ya se tiene hecha la investigación y delimitado el problema a resolver, se determina el tema. De ahí se crea el objetivo y posteriormente se establece un esquema o una lógica a seguir, es decir, los pasos que habrán de darse hasta llegar a la solución final.

Todo esto va acompañado siempre de un presupuesto, para no "salirse" de la realidad.

En el esquema presentado en el capítulo 4.3 está el

*Alphonse Mucha,
precursor del diseño
gráfico.
Aquí un cartel para
papel para cigarrillos
"Job".*

proceso de producción de un montaje audiovisual y, a excepción de la parte auditiva, se puede hacer la comparación antes mencionada.

4.4.1 Planeación general

Para la elaboración de un montaje audiovisual se hace una planeación del trabajo que permitirá marcar paso por paso su desarrollo, administrar el tiempo y los recursos de la mejor manera para que sea efectivo.

Existen distintas formas para organizar el material: se puede partir de las imágenes cuando se tiene un conjunto de diapositivas con las que se concrete un discurso visual, un tema; cuando se cuenta sólo con el audio, (por ejemplo un cuento grabado o una canción) ese será el inicio del proceso; se puede partir también de imágenes y sonido cuando no existe un guión o desde un tema dado.

Esta última opción es la que se analizará durante los temas del presente proyecto, pues cada uno de los modelos mencionados tiene sus propias características y exigencias.

En cualquier caso, no hay que olvidar que el objetivo y el guión son la médula para un buen trabajo.

4.4.1.1 Tema

No importa el punto del que se parta para la elaboración de un montaje audiovisual, debe tenerse una estructura y una planeación general.

Para poder elegir el tema, según este caso, debe ser muy específico, pues el tiempo es determinante, de 5 a 15 min. Este es un tiempo promedio utilizado en este tipo de material. Durante la presentación del montaje audiovisual se tiene cautiva la atención del espectador; si se alarga más de 15 minutos se corre el riesgo de perder su atención y, por lo mismo, el objetivo planteado. Ahora, lógicamente no se puede considerar como *montaje audiovisual* a un material de menos de 5 minutos, pues no da tiempo de "atrapar" la atención del auditorio.

El tiempo se calcula con base en las características del público hacia el que se planeó.

No se pueden presentar temas generales mediante este material porque requerirían más tiempo al momento de su presentación o

parecería que se presentan imágenes aisladas, porque no habría tiempo de hacer una hilación. Cuando esto sucede, se recomienda abordar el tema mediante varios montajes audiovisuales que formen una serie y así, sí se pueden presentar uno a la vez.

Cuando es un tema muy extenso y no se quiere abarcar todo, una forma para establecer sus límites es primero, tener un objetivo bien definido que sirva como eje; después, puede hacerse un pequeño cuestionario, por ejemplo:

¿Cómo se llama el proyecto?

¿Cuáles son los puntos a tratar?

¿En qué puntos se va a profundizar?

Y así hasta tener una buena guía que ayude a tener una redacción concisa y consistente, es decir, una síntesis.

Un tema debe estar delimitado en tiempo y alcances desde el principio. Si se elige una que ocupe mucho tiempo, se debe dividir para hacer una serie y presentarlo por partes.

El contenido del tema elegido debe redactarse en síntesis.

Pueden buscarse asesores en caso de que no se domine el tema, para que guíen el desarrollo de la redacción y sin perder de vista los límites establecidos.

4.4.1.2 Objetivos

Para que un montaje audiovisual sea efectivo es necesario tener muy claro desde el principio cuál es la finalidad y cómo se va a lograr.

Tener un objetivo claro del trabajo a realizar es como tener trazado un camino con una meta clara para que a la hora de empezar a caminar no se pierda tiempo, dinero ni esfuerzo en "explorar" otras zonas que quizá desvíen el fin buscado.

Para desarrollar un trabajo realmente efectivo se debe:

• **Delimitar el objetivo:** Una misma idea puede resultar distinta según sea la finalidad con la que se diga. Cuando se determina el objetivo se responde a las preguntas "¿qué?" y "¿para qué?", es decir, qué tema se va a tratar y con qué finalidad, si se busca informar, motivar o formar ciertos valores en el auditorio. Cada forma de abordar un tema es distinta.

• **Establecer tiempos:** Consiste en planear una agenda de trabajo, dando un tiempo específico para seleccionar e investigar fuentes de información, redactar el guión, etc.

• **Definir el perfil del público:** Si son niños, jóvenes, adultos, ancianos, enfermos; su nivel cultural, sus características socioculturales, etc. Mientras más clara y completa sea esta descripción, será una mejor ayuda para redactar el objetivo.

• **Definir la extensión del guión:** Sabiendo quién y cómo es el auditorio que se tiene contemplado, se delimitará también la duración de la proyección, tanto en número de cuartillas como el tiempo de duración de la presentación, buscando que sea un tiempo razonable para presentar las ideas planeadas sin que se pierda la atención del espectador.

• **Plantear subtemas y puntos de interés a desarrollar:** Esto es útil para saber el alcance y el enfoque que tendrá el tema.

• **Seleccionar y revisar las fuentes de información:** libros, revistas, programas, videos.

• **Adecuar la cantidad de información con el tiempo para redactar el guión.**

Al plantear objetivos y para poder delimitarlos existen dos finalidades generales:

a) Provocar en el espectador una respuesta de participación consciente y crítica. En esta línea se incluyen los objetivos educativos, documentales y artísticos.

Cuando se planea un montaje audiovisual para la enseñanza se tendrá en cuenta la participación del alumno.

b) Provocar una respuesta más o menos automática al influir en su conducta. Principalmente se observa en los objetivos publicitarios.

Tener objetivos claros es también un primer paso para la realización de cualquier trabajo de diseño gráfico, independientemente del método a utilizar. De igual forma para el desarrollo y efectividad de un montaje audiovisual.

4.4.1.3 Guión

Otro paso importante es la elaboración del guión.

El guión es el instrumento que establece las condiciones para la elaboración del trabajo. Mientras más complicado sea un montaje audiovisual, el guión debe ser más preciso y detallado.

Según los elementos de la comunicación mencionados en el tema 4.4, al elaborar un guión se debe poner atención al mensaje, código, receptor y marco de referencia.

El guionista va a enviar un mensaje, pero debe ser expuesto claramente para que el código que se utilice vaya de acuerdo con el receptor y su marco de referencia.

Existen dos tipos de guión:

GUIÓN LITERARIO

Es la narración que se utiliza como base para todo el proyecto; incluye diálogos y acción, si los tiene.

Es el desarrollo del tema adecuado al objetivo, al auditorio, etc.

Tres elementos para elaborarlo son:

a) Idea: Consiste en tener una visión clara del tema y del objetivo a desarrollar que responde al "¿qué?" y "¿para qué?". Es decir, de qué se va a tratar el trabajo y con qué finalidad. Es la primera idea que da la pauta para la elaboración de la sinopsis.

b) Sinopsis: Es el concepto general del trabajo. Consiste en abordar el tema, expresando en pocas palabras lo esencial del contenido. La sinopsis responde al "¿cómo?", es decir, la forma en la que se va desarrollar el tratamiento.

c) Tratamiento: Es el desarrollo de la sinopsis. Es la idea concreta del inicio, desarrollo y desenlace o final. Consiste en desglosar los puntos establecidos en el paso anterior.

Estos tres pasos son como la planeación de un viaje: primero se tiene un mapa y se define cuál es el punto de partida y cuál es el destino final (idea); luego, se marcan las ciudades o puntos de interés que se quieren visitar y el tiempo total con que se cuenta (sinopsis). Por último se describe cada recorrido, los lugares a visitar y el tiempo aproximado de cada uno antes de llegar al final (tratamiento).

Para el guión literario existen ciertas características:

Claridad: Consiste en expresar las ideas sin ambigüedades de acuerdo al destinatario, su cultura, su edad, etc.

Concisión: En un guión conciso se utilizan sólo las palabras necesarias para expresar una idea. No debe tener ideas secundarias, palabras ociosas, rellenos, etc.

Sencillez: Que contenga palabras y frases fáciles de comprender.

Naturalidad: No escribir rebuscadamente.

Originalidad: Tratar el tema de forma innovadora.

GUIÓN TÉCNICO

Se elabora el guión técnico cuando se tiene el guión literario definitivo, porque es hasta entonces cuando se tiene el contenido a tratar, es decir, el mensaje.

La manera de transmitirlo es lo que se determina con este tipo de guión. En éste se va dando forma al trabajo.

El guión técnico para un montaje audiovisual consiste en determinar cómo entra y sale una imagen (corte directo, disolvencia, etc) y cuánto tiempo se presenta; el orden de las diapositivas, además de que se sincroniza con el sonido.

También se escribe todo lo referente al sonido: el texto, la música que le corresponde y sus características de presentación (cuándo y cómo entra, el tiempo de presentación, el plano, etc.) además de los efectos y los silencios de acuerdo con la imagen.

Todo esto va dando el tiempo real de la presentación.

El formato para un guión técnico debe contener todos estos datos bien claros, pues es la guía para el resto del trabajo.

4.4.1.4 Presupuesto

Como puede verse, la producción de un montaje audiovisual tiene varias etapas y cada una requiere material, equipo y en algunos casos, personas especiales.

Tener una idea global de los gastos que implica es bueno para saber si se podrá terminar el trabajo, prever lo más posible y no tener que abandonarlo antes del fin.

El presupuesto se elabora cuando ya se tiene el guión

porque ahí está especificado la cantidad de imágenes, el tiempo de proyección, las fuentes de imágenes a utilizar, etc.

No se puede hacer un presupuesto si no se tiene el guión.

Los elementos a evaluar son:

- Materiales técnicos: Película y cinta magnetofónica.
- Materiales auxiliares: Todo material gráfico para letreros, notas, etc.
- Equipo: Aparatos necesarios para la realización de cada etapa.
- Varios: En este punto se consideran los gastos de viáticos, material extra que pudiera necesitarse, contratación de profesionales o personal auxiliar, etc. Este aspecto es especial para cada caso.
- Equipo técnico: Se debe separar en este punto el audio del aspecto visual, pues cada uno tiene sus propias exigencias. Según el tipo de montaje que se planee hacer, el equipo se compra o se renta, siempre y cuando se respete la calidad del trabajo final.

4.4.1.5 Story board o Historia gráfica

Cuando una persona tiene la formación para "visualizar" un concepto, es decir, puede "ver" claramente con su imaginación y no con sus ojos una idea, podría resultar poco necesario elaborar un story board. Sin embargo, se tenga o no la formación o la capacidad, esta etapa es muy útil y hasta puede evitar el desperdicio de material.

El story board es una herramienta que permite visualizar el contenido del guión y, por tanto, poder planear el trabajo.

Consiste en una serie de dibujos ordenados en secuencia de las acciones que se van a fotografiar, filmar o grabar. Cada dibujo va acompañado de una descripción, narración o diálogo. En el caso del montaje audiovisual, en el story board los dibujos van acompañados de la parte verbal que le corresponde.

El nivel de complejidad para la elaboración de un story board va desde un dibujo rudimentario hecho a lápiz hasta obras muy elaboradas con varias técnicas.

Se puede utilizar cualquier técnica, el objetivo siempre será el mismo: visualizar una historia a través de imágenes en secuencia.

"story board"

es el nombre técnico para hablar de la historia gráfica del proyecto, es decir, la secuencia de las imágenes en dibujo.

Esto tiene la gran ventaja de que permite controlar la toma de las fotografías y el efecto que producirán. Se planea la composición de la imagen.

Pudiera resultar un trabajo lento pero es sumamente útil.

CARACTERISTICAS

A continuación se da un ejemplo de un cuadro de story board y sus características:



8

...brindemos por esta ocasión especial...

Además todas las hojas deben llevar el nombre del proyecto e ir enumeradas. El orden de los dibujos debe llevar el orden normal de lectura (de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo).

4.4.2 Composición de la imagen

La imagen ha venido acompañando al hombre desde hace miles de años. Desde la pintura rupestre hasta las producciones más elaboradas que conocemos en la actualidad.

El uso de la imagen siempre ha sido una manifestación de la realidad y se hace con una finalidad social.

A partir de la aparición de la fotografía, el desarrollo de la imagen tuvo un cambio sustancial. Vino a ser parte del manejo de la imagen, como la imprenta para la difusión de las ideas.

Con el paso del tiempo, la forma de ver imágenes y de expresarse por medio de ellas ha ido cambiando.

El uso de la imagen implica un conocimiento de las funciones que realiza para mantenerse en una línea y poder

lograr los objetivos planteados al inicio de un proyecto.

La imagen es una versión de la realidad, no la realidad en sí misma.

Según Miguel Fonseca,

" la imagen es siempre una realidad en sí misma, pero distinta de la realidad que refleja. La imagen no es la realidad, tampoco un sustituto de la realidad".³

Esta realidad es un mensaje que se transmite y que al ser un proceso completo de comunicación, debe tener un receptor. Éste interpreta o decodifica dicho mensaje o imagen.

Para que este paso sea más sencillo e inequívoco, se tienen como directrices los siguientes elementos, según Roland Barthes (1974):

OBJETO: De quien se dice algo.

SOPORTE: El contexto. Marca el límite del mensaje con respecto al público.

VARIANTE: Los posibles cambios del objeto y el soporte (color, perspectiva, gestos, etc.).



OBJETO

VARIANTE

SOPORTE
En este caso el tratamiento que se le da a la tipografía lo determina.

De acuerdo a la construcción de imágenes, éstas pueden desempeñar distintas funciones:

FACTUAL:

Cuando comunica algo directamente.

AMBIENTAL:

Cuando establece una ubicación.

INTERPRETATIVA:

Evoca ideas, pensamientos, sentimientos.

SIMBOLICA:

Se emplean símbolos para asociar ideas.

IMITATIVA:

Expresa una acción o apariencia.

IDENTIFICATIVA: Evoca personajes o eventos en particular.

RECAPITULATIVA:

Para recordar algo ya presentado o conocido.

CONECTIVA:

Liga o une temas, hechos, etc.

MONTAJE:

Cuando se realiza un intercorte entre una secuencia de imágenes.

La comunicación didáctica es una forma particular de comunicación.

Es preciso mencionarla y explicar brevemente los tipos de funciones didácticas de la imagen, pues este trabajo va dirigido principalmente a educadores.

Jaime Goded considera que "una comunicación didáctica se caracteriza por la necesidad, la consciencia, la voluntad y la intención explícita de alcanzar determinado objetivo didáctico".⁴

Funciones de la imagen



FACTUAL



AMBIENTAL Y
RECAPITULATIVA



INTERPRETATIVA



SIMBÓLICA



IMITATIVA



IDENTIFICATIVA

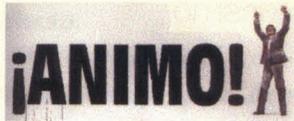


CONECTIVA



MONTAJE

La imagen en la enseñanza



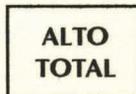
MOTIVADORA



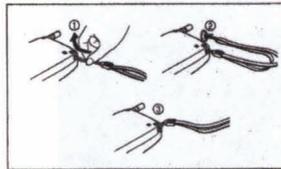
INFORMATIVA Y
EXPLICATIVA



REDUNDANTE



VICARIAL



CATALIZACION
DE EXPERIENCIAS



ESTETICA

Rodríguez Diéguez (1977) señala en su libro "Las funciones de la imagen en la enseñanza" los siguientes tipos:

MOTIVADORA: Cuando se tiene que dar un matiz emotivo por medio de la imagen y el mensaje aparece explícito.

VICARIAL: Cuando una imagen se sustituye por una explicación.

CATALIZACION DE EXPERIENCIAS: Comunicar un mensaje por medio de una secuencia de imágenes.

INFORMATIVA: Cuando una imagen presenta una información en sí misma y puede ser complementada por un texto, pero nunca sustituida.

EXPLICATIVA: Cuando se explica el mensaje con una imagen y señales de dirección.

REDUNDANTE: Se refuerza un mensaje ya expresado por medio de la imagen.

ESTETICA: La utilización de imágenes con fines puramente estéticos.

"No se puede enseñar mediante imágenes, si el marco de conocimiento del individuo no corresponde, por lo menos en parte, a lo representado en esas imágenes".⁵

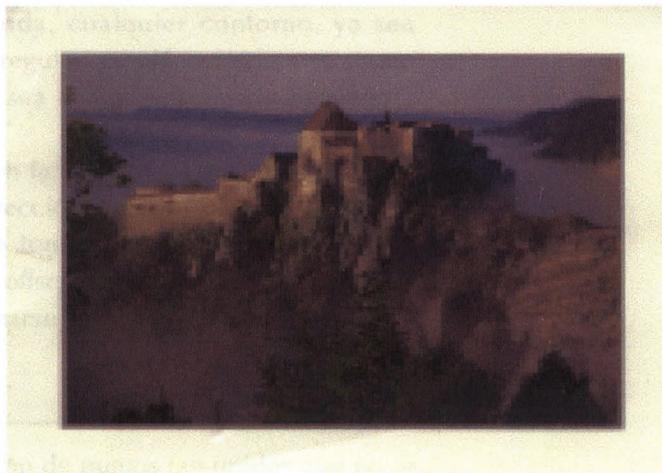
COMPOSICION

La composición es el paso más importante para la comunicación visual.

Es aquí donde se puede controlar el uso de cada elemento y su efecto.

En esta etapa el emisor puede "prever" el efecto que tendrá su mensaje, pues depende del orden y disposición que dé a cada parte. La interpretación que el receptor dé al mensaje depende de la composición pero también de la percepción.

Los elementos básicos para la composición son:



FORMATO: Es el espacio delimitado en el que se colocará la imagen. Un formato, cualquiera que sea, tiene límites. Una hoja de papel, un lienzo, un enorme muro o hasta el mismo cielo donde imaginariamente se pueden dibujar diversas formas, tiene visualmente, si no físico como en este caso, un límite. Es el material con forma específica. Se considera parte del diseño.

FONDO: Forma el soporte visual. Es el elemento que siempre existirá y está integrado por todo aquello que complementa, contrasta, contiene o rodea a la forma.

FORMA: La forma se constituye cuando los elementos conceptuales son visibles. Así, el concepto "punto" o "línea" se convierten en forma cuando se ven, cuando toman una realidad física (tamaño, figura, color, etc.).

En este ejemplo le formato es una tarjeta postal, el fondo lo hace el mismo paisaje: las montañas, las nubes, los árboles; para resaltar la forma: el castillo.

Componer es entonces, el acomodar estos elementos de tal manera que transmitan el mensaje deseado. La interacción entre formato, fondo y forma crea elementos visuales específicos. Para comprenderlo mejor se analizará brevemente cada uno para entender luego el "todo" de la composición.

PUNTO •

Es la mínima expresión en la comunicación visual.

El punto es una referencia visual y sirve también para marcar un espacio. Atrae la visión. Aunque la forma más común como se le conoce es redonda, cualquier contorno, ya sea cuadrado, ovalado o hasta irregular, puede considerarse punto siempre y cuando su tamaño sea comparativamente pequeño y de forma simple.

Dos o más puntos tienen la función de medir un espacio, dirigir la mirada en alguna dirección; en conjunto, varios puntos crean la ilusión de textura o tono. Un ejemplo de esto es la manera como se imprime en offset: a base de puntos de cuatro colores distintos que al unirse y yuxtaponerse presentan imágenes completas.

LINEA —————

Una línea es una sucesión de puntos tan unidos que no se identifican individualmente. También se puede definir como el movimiento de un punto.

Una línea es delgada y larga. La relación entre la longitud y el ancho de una forma es lo que lo determina.

Es la "sustancia básica" del boceto que permite visualizar algo que todavía no existe físicamente.

Expresa la visión de quien la emplea. También distintas "actitudes" o emociones: delicadeza o agresividad, entre otras.

CONTORNO

Es la figura que describe una línea.

Los tres contornos básicos son:

a) **Círculo:** Es una curva continua y cerrada donde cualquier punto del perímetro es equidistante del centro. Con el círculo se asocia la calidez y la protección.

b) **Cuadrado:** Es una figura compuesta por cuatro lados iguales y formando cuatro ángulos iguales.

El cuadrado tiene significados de torpeza y honestidad, entre otros.

c) **Triángulo:** El triángulo equilátero está formado por tres lados iguales, como sus ángulos. Al triángulo se le asocia con la acción, el conflicto y la tensión.

Cada uno de estos contornos tiene características únicas y el significado que puedan tener es por asociación, por adscripción arbitraria o por características psicológicas y fisiológicas subjetivas. Es decir, cada persona puede darle un significado según su medio, su cultura, su edad, etc. Por ejemplo, para un niño, un círculo puede representar una luna, mientras que para alguien que está aprendiendo a manejar, el círculo se asocia con ciertas señales de tránsito.

Partiendo de estos tres contornos básicos se tiene, mediante combinaciones, el resto de figuras y contornos.

DIRECCION

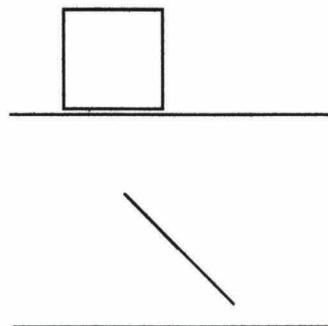
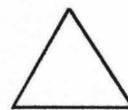
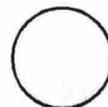
La dirección es el sentido de las líneas: horizontal, vertical, diagonal o curva.

Cada uno de los contornos antes mencionados expresa una dirección y también un significado asociativo.

Como ejemplo está el cuadrado que tiene una dirección horizontal y vertical (está formado por líneas en esa dirección) y se asocia con la estabilidad.

La diagonal que forma el triángulo rompe con esta estabilidad y puede representar amenaza.

La curva puede significar repetición, pues se asocia con los ciclos, con el volver a pasar por un mismo punto.



TONO

El tono se refiere a las variaciones de luz sobre un objeto, es decir, a la cantidad de luz que contenga. En un mismo objeto puede haber mucha y a la vez muy poca luz. Por ejemplo, en un árbol existen zonas muy claras y otras muy oscuras, sin alterar por ello su matiz. El matiz (color) de un objeto no se cambia, simplemente al tener mayor o menor cantidad de luz, se perciben distintos tonos.

Entre la oscuridad y la luz existen cientos de tonos en la naturaleza. Al querer representarlos por algún medio gráfico, estos se reducen a trece y en pocos casos pueden llegar a treinta, aunque estos cambios son imperceptibles.



Con los tonos se representan volúmenes, perspectivas y realidad.

La gradación tonal es muy importante pues es gracias a esto como vemos.

COLOR

Comúnmente se piensa que los colores se perciben porque los tienen los objetos, pero no es así.

El color se percibe gracias a los conos de la retina (ver cap.4.5.1.1). El cerebro interpreta las maneras en las que se refleja la luz de cada objeto. Los objetos y la luz que reflejan son totalmente incoloros; lo que se ve como colores se debe a que las distintas longitudes de onda de la luz estimulan determinadas partes cerebrales.

La luz cae sobre un objeto y éste absorbe cierta luz y otra parte la refleja. Esta luz que refleja tiene distintas longitudes de onda según el objeto que la envía. El ojo la percibe y los conos de la retina envían la información al cerebro, que se encarga de interpretarla como color.

El color como tal tiene mucha información y es un instrumento muy útil para la comunicación visual. Tiene significados asociativos, como el verde que se asocia con los

árboles o el azul, con el mar y el cielo, independientemente del nivel cultural, la edad del perceptor o su entorno, pues en todas partes los árboles son verdes y el cielo azul.

No sucede lo mismo con el significado simbólico pues varía según ciertos factores culturales e individuales, como el rojo que en algunas culturas se relaciona con el amor y en otras representa luto.

El color tiene tres dimensiones:

a) **Matiz:** o croma, es el color en sí. Hay tres matices primarios y cada uno con características propias:

El rojo,  que es emocional y activo; el azul,  pasivo y suave y el amarillo,  al que se le considera el más próximo a la luz y al calor. Estas características influyen al combinarse.

Por ejemplo, si el amarillo se combina con el rojo, se vuelve más activo y se suaviza si se combina con el azul.

En el círculo cromático se encuentran los colores o matices primarios y las combinaciones entre ellos.

b) **Saturación:** es la ausencia o presencia de gris en un color.

Los colores saturados son simples y explícitos, están compuestos de matices primarios y secundarios, es decir, el rojo o el morado son colores saturados porque están compuestos por matices primarios (rojo y azul).

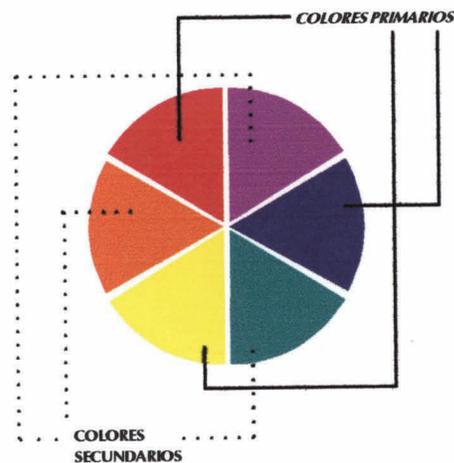
Los colores menos saturados tienden a perder matiz y transmiten tranquilidad. Se refiere a los que se conocen como colores pastel. Un rosa contiene rojo, pero en menor cantidad que un naranja.

Un color saturado contiene y transmite más información que uno menos saturado.

c) **Brillo:** se refiere a la luz u oscuridad en un color, es decir, al valor o cantidad de tonos que contiene. Cuando tiene mucha luz se dice que es brillante; cuando tiene una gama tonal más amplia, se habla de contraste.

El brillo es independiente del matiz; la ausencia de color no afecta los tonos. Así como se explicó al hablar del tono, éste y el matiz son independientes; puede haber una gama tonal amplia en una fotografía en blanco y negro, lo mismo que en una a color, es decir que independientemente del color, la luz actúa en los objetos y el brillo y el contraste están presentes.

En este vasto tema del color existe un proceso llamado



"contraste simultáneo" y es, a grandes rasgos, esa búsqueda del hombre por el equilibrio: es una reacción natural del cerebro que produce la forma o el color complementario de lo que se está viendo, para formar un todo.

Este proceso se explica de la siguiente manera: cuando se fija la vista por un momento largo en una imagen y después se pasa a una superficie blanca y vacía, se crea una posimagen en negativo de la figura. Lo mismo pasa con los colores; si se fija la vista en un color amarillo, la posimagen será de su complementario, un azul. O si se coloca sobre gris un color cálido como rojo-naranja, se percibirá el gris como azul, frío; o a la inversa, si se pone azul-verde sobre gris, éste parecerá cálido y rojizo.

Los colores tienen mensajes e información en sí mismos y esto se enriquece con toda la interpretación subjetiva que se les pueda dar.

La percepción del color y el manejo del mismo en un mensaje visual constituye una herramienta muy útil.

ESCALA

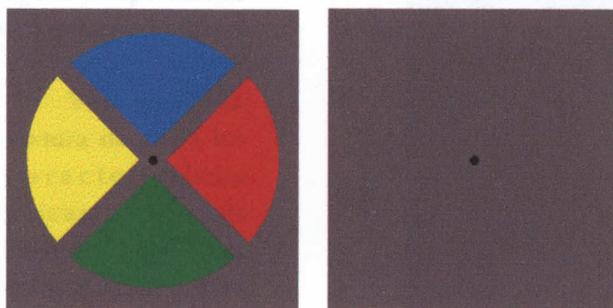
Es la característica de un objeto, siempre con respecto a otro.

Un objeto es pequeño en relación al espacio donde se encuentre y a los demás objetos que lo rodean. Una manzana puede ser grande junto a una uva o muy pequeña junto a una sandía; muy grande dentro de una taza o muy pequeña en medio de un patio. Lo mismo sucede con el color, el brillo, etc.

Los resultados visuales de una escala son relativos y pueden modificarse con cientos de variables.

La yuxtaposición de objetos es decisiva para establecer escalas, cosa que no sucede con la medición. El elemento más importante es el hombre. No es lo mismo ver a un hombre que mide 1.80 m. parado a 5 m. que a 10 m. Sigue midiendo lo mismo, pero su escala con respecto a los elementos que lo rodean es distinta a una distancia que a otra.

Según el propósito que se tenga y el significado que quiera darse, el saber manejar escalas es importante, pues se puede cambiar radicalmente un mensaje.

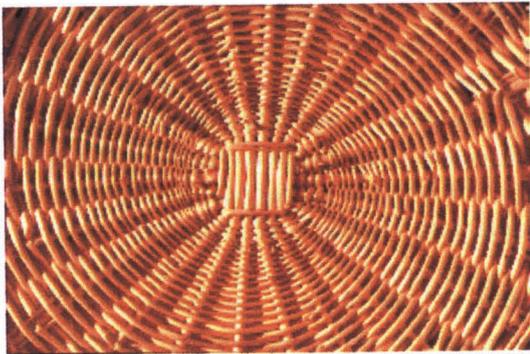


Si se mira fijamente durante un rato el punto negro del centro del disco de colores que está a la izquierda y luego se mira al centro del cuadro gris de la derecha, se verá una imagen residual más tenue que la original y con los colores cambiados: el azul aparece como amarillo, el rojo como verde y a la inversa.

TEXTURA

Es un elemento visual que se puede apreciar mediante la vista y el tacto.

Se puede saber que una pared es rugosa simplemente viéndola, pues se conocen sus características y también sólo si se toca.



Visualmente la textura describe las características físicas de los objetos: si es plano, con curvas, con formas en relieve, si tiene una luz uniforme o produce sombras, etc. y esto se comprueba con

el tacto, en muchas ocasiones.

Sin embargo, no siempre lo que se toca corresponde a las características descritas visualmente. En una pintura de un bodegón puede percibirse la cáscara de una naranja, las plumas de un ave, una botella o madera y se conoce la textura de cada uno sólo con la vista; pero al tocarla la experiencia es distinta, pues puede que sea un lienzo al óleo y en ningún momento es suave como las plumas o liso como la botella que se ve.

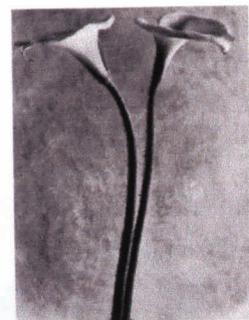


DIMENSION

En el mundo real existe la dimensión, el volumen.

Se puede tocar y percibir el volumen de una flor, pero cuando se pasa a un plano bidimensional, esta dimensión es ilusoria; es gracias a la perspectiva, la variación tonal y la capacidad del ojo para ver en tercera dimensión (capacidad estereoscópica biocular), que percibimos el volumen.

Hay varias reglas y métodos para la perspectiva, pero el fin es producir una sensación real de volumen.



MOVIMIENTO

Este elemento tiene mucha fuerza visual.

Si se habla literalmente, el movimiento en un plano bidimensional no existe. La sensación que el hombre percibe se debe al fenómeno fisiológico de la "persistencia de la visión". Una secuencia de imágenes fijas con intervalos de tiempo cortos permite que el ojo humano perciba movimiento, como en el cine. Una cinta cinematográfica está formada por una secuencia de imágenes fijas. En realidad la imagen no está en movimiento, un solo cuadro de la cinta es como cualquier fotografía, pero al formar una secuencia y presentarla en intervalos de tiempo muy cortos (24 cuadros por segundo), el ojo percibe movimiento.

Lo mismo sucede en las historietas: en realidad los personajes no vuelan, son dibujos fijos, estáticos, pero el movimiento está representado en la cara, los pies, el pelo, incluso la misma actitud del personaje.

En una obra de arte o gráfica, el movimiento se representa a través de la posición, el encuadre, etc de los elementos que la integran. El movimiento se resumiría como el uso de todas las herramientas anteriormente descritas al elaborar una obra gráfica. El ojo se mantiene constantemente en movimiento.

Que una composición tenga movimiento depende de sus elementos y las relaciones visuales que existan entre ellos. El manejo de los mismos permite transmitir mensajes de forma más eficaz y rápida que el lenguaje verbal.

La comunicación visual va más allá de nacionalidad o cultura; puede transmitir cientos de ideas en un segundo.



4.4.3 El discurso fotográfico

Como se vio anteriormente, la imagen puede constituir un mensaje en sí misma. Transmite ideas, crea conceptos, provoca reacciones. Por medio de ellas también se pueden narrar historias.

Una imagen, además de las sensaciones que produce también describe situaciones, estados de ánimo, ubicación, etc. La fotografía es muy fuerte en este sentido, pues es la representación más fiel de la realidad por medio de una imagen fija.

Y si con una imagen de este tipo se puede describir detalladamente una situación, con una secuencia de imágenes se puede armar toda una historia.

Este tipo de comunicación se puede encontrar en lo cotidiano: un recetario, un manual de instalación, incluso un álbum familiar. En todos estos ejemplos se cuentan historias, se plantean problemas y soluciones.

Pero para que sea efectivo, el orden de las imágenes es muy importante, pues aquí "el orden de los factores" sí "altera el producto".

El fundamento del lenguaje audiovisual es la secuencia de imágenes, colocarlas en un orden determinado.

4.4.4 El mensaje escrito

En un montaje audiovisual la fotografía es el elemento básico en cuanto al mensaje visual, pero puede ser reforzado y complementado con el mensaje escrito: títulos, frases conductuales, letreros que enfatizan una idea.

Este elemento tiene su propia anatomía y también se expresa por sí mismo.

Cuando se utiliza texto en un montaje audiovisual hay ciertas normas a seguir: como son parte de un todo, mantienen las características generales del mismo; hay títulos o mensajes que requieren de más fuerza para llamar la atención, entonces se recurre al tamaño, color, fondo, etc.

Una diapositiva que contiene texto pasa igual de rápido que el resto, pues se mantiene el ritmo de todo el trabajo, es por esto que los textos son cortos (palabras o pequeñas frases) para que se puedan leer rápido y a la vez se capte el mensaje.

El utilizar texto y su carácter no queda fuera de los

objetivos del proyecto. Atiende a las necesidades del auditorio y se adapta a sus características. Un material para niños de 3 a 5 años, por ejemplo, debe tener sólo lo indispensable como el título y los créditos, pues si se echa mano de más texto, se tiene el riesgo de que el mensaje se pierda en el proceso, antes de llegar al receptor.

En un material para jóvenes, por el contrario, el mensaje escrito es un gran recurso que se puede explotar no sólo para transmitir información, sino para provocar emociones.

Para utilizar este elemento, se aconseja la asesoría de un diseñador gráfico que es quien tiene la formación para utilizar tipografía.

4.5 EL MONTAJE AUDIOVISUAL Y EL APRENDIZAJE

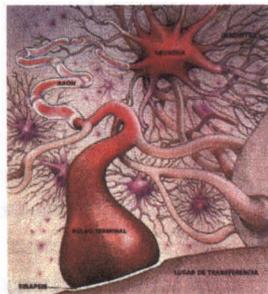
Por medio de nuestro cuerpo se conecta el cerebro con el medio que nos rodea. Cada movimiento, desde el seno materno es decisivo porque crea redes neuronales fundamentales para el conocimiento y es también por medio del movimiento que estas redes se activan.

El aprendizaje comienza con la comunicación entre neuronas, que son células adaptadas para transmitir impulsos eléctricos por medio de unas ramificaciones llamadas dendritas.

Cada célula nerviosa tiene de doce a miles de dendritas. Cada neurona puede completar desde mil hasta diez mil sinapsis y recibir información de otras mil neuronas.

Para Luz María Ibarra, Licenciada en filosofía por la Universidad Lasalle y Master & Trainer en programación Neuro-Linguística, todo el sistema neuronal es como inmensas autopistas:

"Mientras recibimos estímulos sensoriales e iniciamos cualquier movimiento, las neuronas forman grupos neuronales que al continuar intercomunicándose llegan a convertirse en



inmensas autopistas a través de las cuales no sólo accedemos a nuestro interior la información del mundo exterior, sino que también nos permite dar una respuesta." ⁵

El aprendizaje es una experiencia a través de nuestros sentidos, mediante los cuales entendemos el mundo que nos rodea.

Cuando mayor contacto tengamos con el medio que nos rodea se crearán mayor cantidad de conexiones neuronales y eso estimulará el aprendizaje.

Este no es un proceso aislado del cerebro; es la integración de los impulsos que recibe, cuando se crean redes neuronales o se activan es gracias a los mismos impulsos provenientes de los sentidos.

El cerebro es el encargado de descifrar y clasificar la información que le envían.

Está dividido en dos hemisferios conectados por el cuerpo calloso que es un conjunto de fibras nerviosas.

Aunque son partes del mismo cerebro, cada hemisferio es distinto, su tamaño y su forma varían, es decir, no son exactamente iguales; tampoco sus funciones:

HEMISFERIO IZQUIERDO:

Controla el lado derecho del cuerpo. Se especializa en el lenguaje escrito y hablado, la lógica, las aptitudes numéricas y los conceptos científicos. El hemisferio izquierdo es racional, lógico, analítico, capta muy bien los símbolos y conceptos abstractos.

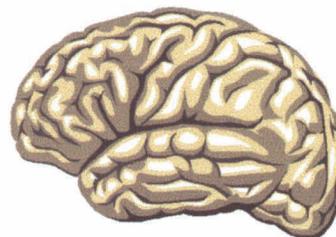
HEMISFERIO DERECHO:

Controla el lado izquierdo del cuerpo. Reconoce formas y trazos y los relación que hay entre ellos, por ejemplo cuando reconoce rostros; contribuye al discernimiento y la imaginación, aprecia el arte y entiende el humorismo. Interviene también en la composición y percepción de los matices del lenguaje.

El hemisferio derecho es emocional, intuitivo y totalizador, pero necesita la habilidad lingüística del hemisferio izquierdo para poder funcionar.

En realidad no se está hablando de dos cerebros, porque aunque cada hemisferio tiene habilidades específicas, no trabajan aislados ni monopolizan cada acción.

Es gracias al hemisferio izquierdo que se puede entender



vista lateral del cerebro

el lenguaje, una conversación o una clase, pero no se comprendería nada si el hemisferio derecho no interpretara los matices utilizados al hablar, es decir, si se está bromeando o la frase dicha es una orden, etc.

El trabajo de cada hemisferio comprende el todo del cerebro al complementarse e interactuar.

Por medio de los sentidos, se reciben impulsos nerviosos que viajan a través de todo el cuerpo y llegan al cerebro donde gracias a las neuronas y sus miles de dendritas se crean las "rutas de aprendizaje".

Si este impulso proviene del oído, se crea una "ruta" para la información; si es por los ojos, otra. Por lo tanto, mientras más sentidos se integren, se crearán verdaderas redes, completas e integrales y el aprendizaje será mejor.

Al involucrar todo nuestro cuerpo para ello, será mejor la cantidad de información que llegue al cerebro.

Cuando se integran las emociones, la imaginación y el movimiento, se tiene un mejor aprendizaje.

Se puede estimular un aprendizaje más rico en información y más eficaz atendiendo con más cuidado las sensaciones y la intervención de nuestro cuerpo.

El montaje audiovisual es un medio que integra la vista y el oído en este proceso. Cada uno de estos sentidos recibe parte de la información y la integra haciendo un proceso más rico.

Se han hecho innumerables investigaciones acerca de la eficacia de un medio audiovisual en el aprendizaje. Por ejemplo, en el manual *Audio-Visual techniques for Industry* (de John Halas y Roy Martin Harris, publicado por la United Nations Industrial Development Organization, Viena, 1980) al citar los resultados de varias investigaciones se afirma que el uso de montajes audiovisuales supuso una reducción del 40% del tiempo de aprendizaje, respecto a la información leída o escuchada y que el coeficiente de memorización aumentó un 20%.

En estas investigaciones existen opiniones diversas e incluso opuestas.

El enfoque, el objetivo y el área de investigación varía mucho, por lo tanto, los resultados también varían.

El campo de investigación es vasto y complejo: va desde las teorías del aprendizaje hasta la psicología de la percepción; desde las problemáticas acerca del funcionamiento del cerebro hasta la fisiología de la actividad sensorial.

En conclusión y sin abusar de cifras y porcentajes, el examen de tales investigaciones demuestra ampliamente la validez y la eficacia del lenguaje audiovisual en la enseñanza, cuando se utiliza oportunamente.

En un montaje audiovisual convergen diferentes tecnologías de producción y reproducción y cada una de ellas tiene un lenguaje propio.

a) El sonido: si es música, voz o efectos sonoros. Incluso el silencio tiene un lenguaje.

Según la modulación de la voz o el contenido del mensaje, el volumen de la música, su estilo, los instrumentos que la interpretan; los esquemas de significado del ruido o los efectos sonoros en relación al receptor y la intervención del silencio.

Todo ello es un lenguaje, pues expresa una o varias ideas.

b) La imagen visual: Los elementos que se presentan, el encuadre, el color, la luminosidad; el contraste de tono, color, tamaño, peso visual. Además del contexto en el que está inmerso y la cantidad de significados que tiene expresan ideas.

Al fusionar estos dos lenguajes se crea otro distinto: el ritmo, la sincronía o el destiempo, el contrapunto, etc. Son formas de expresión en sí mismas.

El montaje audiovisual es el "hilo unitario". Es la acción que dirige conjuntamente el funcionamiento de los signos conducidos por los códigos verbales, musicales, icónicos, iconográficos, así como de estilo, narrativos e ideológicos, que propone un esquema para la formulación de mensajes y su lectura.

Una imagen no es la realidad ni la representa en su totalidad. Una imagen transmite una versión de la realidad y el receptor la interpretará según los códigos y significados que maneje.

Un elemento importante es el componente emotivo en la comunicación audiovisual. También son elementos determinantes la edad, el sexo, la formación, el grupo social al que pertenece, etc.

Por lo tanto, la percepción, la estimulación, la asociación de significados y las técnicas de implicación-enajenación adecuadamente reguladas, se convierten en un útil apoyo de atención, de motivación y de consolidación del aprendizaje.

Con un buen manejo de todos estos elementos se puede llegar a guiar la voluntad, centrar la atención, motivar y

estimular para que el aprendizaje sea efectivo.

Cuando se recibe el mensaje por medio de dos sentidos o más, el efecto en la memoria es determinante.

"...algunas investigaciones han cuantificado índices de recuerdo cuyo peso para un mensaje únicamente visual es más o menos el doble respecto a uno sólo sonoro y dos tercios inferior a uno audiovisual."¹⁷

4.5.1 Los sentidos y las sensaciones

El contacto que tenemos con el mundo exterior es por medio de nuestros sentidos.

Aristóteles, filósofo griego, sabía esto cuando afirmó: "Nada hay en mi intelecto que no haya pasado por mis sentidos".

Los sentidos son la puerta por la que entra toda la información que llega al cerebro.

En cualquier área de la comunicación gráfica, lógicamente que el sentido que interviene es la vista. en el caso del montaje audiovisual, son la vista y el oído los responsables directos de que la información transmitida llegue al cerebro.

Para poder entender este proceso y cómo se aprende mediante el montaje audiovisual, a continuación se describe cómo están compuestos el ojo y el oído y cuál es el camino que recorre un estímulo hasta que llega al cerebro.

Conocer este camino es entender la base de la comunicación audiovisual.

Y efectivamente es por medio de nuestros sentidos como se inicia todo el procesamiento de información, que consta de tres etapas: entrada por los sentidos, procesamiento central y clasificación de la información en el cerebro.; y la salida, que son las ideas y acciones en que se convierte el pensamiento.

La entrada de información es por medio de estímulos que reciben los sentidos y a esta experiencia se le llama sensación. Un proceso sensorial se da de la siguiente manera: en los sentidos hay una célula que recibe un estímulo en forma de energía y lo convierte en una señal nerviosa, que se transmite por los nervios sensoriales hasta que se codifica. Cuando es un mensaje preciso, entonces llega al cerebro.

Los sentidos que participan principalmente cuando se presenta un montaje audiovisual son la vista y el oído.

4.5.1.1 El ojo y la visión

*"Aprendemos viendo; sí, así que merecemos imágenes dignas como seres humanos trascendentes." **

Y es que a diferencia de muchos otros animales, el hombre depende en gran medida del sentido de la vista para relacionarse con el medio que lo rodea.

El 10% del proceso de ver ocurre en el ojo, el 90% restante, en el cerebro. Es el cerebro el que compone la tercera dimensión integrando la información que llega a cada ojo y ajustándola. Se podría comparar con una cámara fotográfica por su estructura básica y su función.

De afuera hacia adentro, el ojo está formado por:

- **Conjuntiva:** Membrana transparente que cubre la parte anterior del ojo (excepto la córnea) y la cara anterior de los párpados.

- **Córnea:** Parte transparente que permite el paso de la luz.

- **Humor acuoso:** Líquido que está en la cámara interior del ojo y la llena.

- **Iris:** La parte de color del ojo.

- **Pupila:** Abertura pequeña del iris por donde pasa la luz.

- **Cristalino:** Es la parte que enfoca la imagen.

- **Músculos ciliares:** Controlan la forma del cristalino.

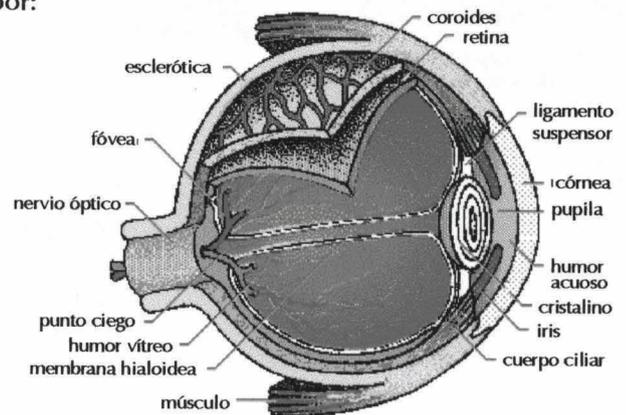
- **Humor vítreo:** Llena el globo ocular, es gelatinoso.

- **Retina:** Es la capa interior del ojo donde se encuentran los conos y los bastones que son las células sensibles que captan el color y la variación de luz y oscuridad.

En el interior del ojo se encuentran también la fóvea, que es el centro del campo visual y el punto ciego.

¿Cuál es el proceso de este órgano para ver?

La luz entra por la córnea y pasa a través de la pupila, según como la regule el iris, atraviesa el humor acuoso y llega al cristalino, que enfoca hacia la retina. Para llegar a ésta, tiene que pasar por el humor vítreo. Al llegar a la retina, esta



luz estimula los conos y los bastones y los impulsos que producen llegan al cerebro, habiendo pasado por los nervios ópticos.

Es gracias a la acción del cerebro que podemos ver las imágenes tal como son y no "de cabeza" como las vería la retina sola.

4.5.1.2 El oído y la audición

Uno de los sentidos más importantes es el oído y es el primero que se desarrolla en el feto: cuando su sistema nervioso absorbe las primeras formas de sonido, comienza a sincronizar sus nervios, pulmones y diafragma al moverse espontáneamente. Cuando nace, su oído es perfecto.

El oído está formado por:

- Oído externo: Comprende el pabellón auricular (oreja) y el conducto auditivo externo que está cerrado por el tímpano.

- Oído medio: Formado por la caja del tímpano donde se encuentran el martillo, el yunque y el estribo, la trompa de Eustaquio y la ventana oval.

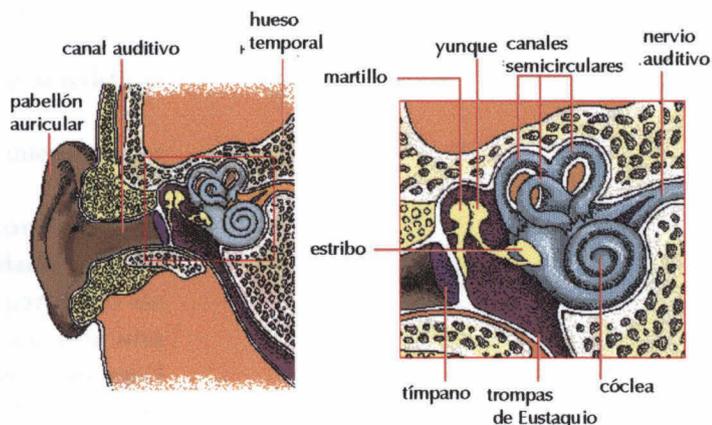
- Oído interno: Aquí se encuentra el órgano del equilibrio (utrículo, sáculo y canales semicirculares) y el aparato auditivo formado por el caracol y el órgano de Corti.

¿Cómo funciona el oído?

La audición comienza cuando las ondas sonoras chocan con el tímpano y lo hacen vibrar. Cada vibración se transmite al martillo y éste la comunica al yunque que, a su vez lo pasa al estribo. El estribo está pegado a la ventana oval que es una membrana a través de la cual pasan las vibraciones al oído interno.

La estructura fundamental del oído interno la forman el caracol y la cóclea. Cuando las vibraciones llegan a la ventana oval, éstas pasan al líquido que llena el caracol y viajan a través de la espiral produciendo la vibración de las células sensoriales.

El nervio auditivo capta estos impulsos nerviosos y los transmite al cerebro.



4.5.2 La percepción de la imagen

El aprendizaje está dentro del proceso de comunicación que inicia con la emisión de un mensaje, pero esto no es todo. La otra parte se refiere al receptor, al que aprende.

Así como para que la transmisión del mensaje sea efectiva se utilizan recursos como el tamaño, el color, la textura y otros, para la recepción también intervienen distintos factores que varían según la edad, el sexo, la cultura y otras características del receptor.

La percepción es la forma como el hombre interpreta los estímulos que recibe según su propio código.

Los elementos que se describen a continuación corresponden a la Gestalt, escuela psicológica fundada en 1912 que sostiene que el conocimiento no se realiza partiendo de una captación de datos sensibles aislados, sino por una consideración global del objeto como un todo, el cual condiciona las partes. Esta corriente tiene una interpretación de la forma de percepción del ser humano que ha servido para la comunicación visual.

Uno de los elementos que influyen más fuertemente en la percepción es el **equilibrio**, pues es una característica inherente al ser humano. Cualquier gráfico, cualquier imagen tiene un punto de equilibrio que se puede calcular, pero la forma más rápida para hacerlo es mediante la intuición. El buscar el equilibrio está en encontrar una base horizontal y un eje vertical de la imagen. Generalmente es un acto inconsciente.

Por consiguiente, si se percibe automáticamente el equilibrio, se reconoce cuando no existe y se busca.

Mientras la figura se aleje más de la base horizontal o del eje visual, se crea **tensión**. Este es uno de los elementos que también atraen la atención. Y el primero que se puede utilizar al transmitir un mensaje. Su valor está en el uso que se le dé; en que refuerce la intención y el propósito de la comunicación visual.

La estabilidad y la tensión son polos opuestos a los que en psicología se llama "nivelación y aguzamiento".

Un ejemplo de nivelación sería en colocar un punto justo en el centro de una figura rectangular, pues no provocaría ninguna reacción de sorpresa. Es el equilibrio esperado, pero si se coloca ese mismo punto en el ángulo superior derecho y no coincide con ningún eje (vertical, diagonal u horizontal), entonces se está hablando de aguzamiento.

Otro elemento importante es la **preferencia por el ángulo inferior izquierdo**. Existen varias explicaciones de por qué ocurre esto, si por el orden occidental de lectura o por la irrigación de la sangre en el lado izquierdo del cerebro, entre otras. Pero esto es real. Ocurre siempre.

Una composición que se basa en un eje sentido, sobre la base horizontal, con predominio en el área izquierda y la mitad inferior mayor, es una composición nivelada, sin tensión.

Así, cualquier elemento visual situado en un área de tensión atrae inmediatamente al ojo porque visualmente pesa más.

La ley del agrupamiento es otra teoría de la Gestalt: dentro del lenguaje visual, los opuestos se repelen y los similares se atraen.

Cuando en un espacio se tiene un sólo punto, éste forma parte de un todo, pero si se coloca otro punto igual en el mismo espacio, entonces interactúan provocando repulsión o atracción entre ellos. Cuando están más cerca, es mayor su fuerza de atracción. Y cuanto mayor es la cantidad de puntos, la tendencia del ojo humano es a completar contornos.

Estas relaciones entre puntos u objetos similares son sencillas. Cuando hay variación de forma, textura o tono, se agrupan los elementos según estas características.

En cualquier composición existen formas claras y oscuras, algunas veces unas conteniendo a otras.

Lo que domina la mirada en una experiencia visual se le denomina "**positivo**" y "**negativo**" a lo que actúa con pasividad.

Estas claves de positivo y negativo a veces engañan al ojo, pues gracias a alguna forma en negativo se percibe otra en positivo que realmente no existe. Pero esta visión del conjunto es crea ilusiones ópticas. Esta es materia que ha interesado a la Gestalt.

El ojo busca una solución simple de lo que ve.

Todos estos elementos que influyen en la percepción deben ser utilizados con un objetivo determinado, pues ya se sabe que cada uno por separado o en conjunto, tiene mensajes que van a influir en la forma de interpretación que el receptor haga.

Es parte importante para la comunicación visual tener siempre en cuenta la parte del emisor y manejar los elementos visuales sabiendo que van a tener una relación directa con los elementos de la percepción antes descritos.



4.6 El montaje audiovisual en la evangelización

Actualmente para el trabajo pastoral de la Iglesia y en general en su vida diaria, están integrados los medios de comunicación, pero no siempre ha sido así.

La Iglesia ha pasado por varias etapas en su larga historia y un momento muy importante fue cuando se enfrentó a la realidad que presentaban los medios de comunicación. Su actitud ha ido evolucionando positivamente y, para no juzgar precipitadamente, es necesario conocer que esta actitud está marcada por el "modelo" de la Iglesia que se tenía en determinado momento. Partiendo de ese momento, se distinguen tres períodos:



a) Período moralístico defensivo:

Va desde 1831 con el pontificado de Gregorio XVI y se prolonga hasta 1878, con el Papa Pío IX.

En esta etapa surgen los documentos "Mirari vos" (1832) y "Syllabus" (1864).

El magisterio de la Iglesia mantiene una actitud de rechazo y sospecha a la libertad de expresión y la prensa en libros, periódicos, volantes, etc.

Se mantiene y refuerza el secreto y la censura previa, se desconfía de cualquier tipo de opinión y apertura.

A los periodistas católicos no se les reconoce su labor de "medios" entre la jerarquía y la sociedad.

Existen movimientos revolucionarios anticlericales como el liberalismo y el socialismo, mientras la Iglesia mantiene una defensa tajante a las instituciones y la doctrina. Sus publicaciones son intransigentes, tradicionalistas y represivas.

b) Período instrumental:

Surge durante el pontificado de León XIII.

Con el uso de la prensa, el cine y la radio se empieza a ver que "los adversarios" pueden llevar su mensaje a más personas. La difusión de



de sus ideas es más efectiva.

La Iglesia ve la necesidad de utilizar estos medios para sí misma mediante el surgimiento de periódicos, salas cinematográficas y producciones propias. Sin embargo continúa la censura moralística hacia estas producciones aunque casi sin resultado.

En 1928 surge la Office Catholique International du Cinema (OCIC).

En 1936 el Papa Pío XI publica la encíclica "Vigilanti cura" donde apoya la Legión de la decencia.

En 1959 aparecen oficinas nacionales de cine en más de cuarenta países.

Como puede apreciarse, en este período se da cada vez más el interés hacia los medios y como ya se presenta una apertura es necesario prepararse más. Así surgen congregaciones religiosas que hacen de los medios su apostolado.

Todavía la directiva de estos medios está en el clero y los laicos son sólo asociados.

c) Período de reflexión teológica - pastoral:

Se da durante el pontificado de Pío XII.

Surge la encíclica "Miranda prorsus" en 1957.

Con esta encíclica se intenta una primera síntesis doctrinal acerca de los medios de comunicación social. Mientras tanto aparece la T.V. y es muy bien acogida por la Iglesia.

En este período se celebró también el Concilio Vaticano II, el cual, con las encíclicas "Lumen gentium" y "Gaudium et spes" supera totalmente la actitud totalitaria y los modelos verticalistas para dar paso al diálogo y al pluralismo.

La libertad de expresión, la información y la opinión pública se sienten como valores irrenunciables de la sociedad.

Ahora sí los laicos juegan un papel importante que es el de animar cristianamente los medios buscando la promoción del hombre, la comunión y el progreso de la sociedad.

En 1963 surge el decreto conciliar "Inter Mirifica" y la "Comunio et Progressio" como instrucción pastoral, que estimulan el estudio y la actualización ante la comunicación



social y sus canales.

Esta apertura y el surgimiento de tantos y tan variados medios presentó retos y diferencias en las Iglesias locales como consecuencia de los modelos sociales que se tienen.

Así en EE.UU. los educadores religiosos han optado por los medios masivos sobre los grupales, cosa que no ocurre en América Latina y Europa.

Los medios masivos son: "aquellos productos audiovisuales que responden a los imperativos de la rentabilidad y hasta del lucro o del poder político". Su fin principal es satisfacer una necesidad fundamental de un gran número de personas, por eso son "masivos".

Algunas de sus características son:

- Emiten mensajes transmitidos por grupos reducidos y centralizados hacia un destinatario promedio (punto medio de individualidades) es decir, a las masas.
- Dan lugar a respuestas que desarrollan formas marginales de retroalimentación sobre la fuente.
- Los contenidos de la comunicación son uniformes, desarraigados de la realidad de un grupo.

Para entender la legitimidad y diversidad de los medios grupales se analizarán algunos contextos que determinaron su nacimiento:

ESPAÑA

En este país , la creciente masificación comenzó a provocar un letargo en la fe individual y, por tanto, grupos pasivos; de ahí que los medios grupales surgieran de la necesidad de fomentar una fe más personal y comprometida, que suscitara grupos y comunidades activas.



AFRICA Y AMERICA LATINA

Como se sabe, la célula de la organización social en estos países es la comunidad.

Existían ya medios grupales tradicionales de sus culturas como la danza, la representación teatral, etc. Primero se recuperaron estos medios y después se añadieron algunos

electrónicos, mientras no fueran contraproducentes.

Mediante los medios grupales el pueblo recobra su identidad.

EUROPA Y EE.UU.

El motivo principal es el mismo: surgen como reacción de algunos grupos que comenzaron a perder su identidad.

Los medios grupales fueron la respuesta a la búsqueda de un espacio de libertad y creación de un grupo con libertad de expresión.

4.6.1 Ventajas y limitantes del uso de montajes audiovisuales en la evangelización

Con todos los antecedentes ya mencionados, el montaje audiovisual es el medio grupal por excelencia.

- Es un medio popular en América Latina por sus costos de producción bajos, pues no se requiere de equipos complicados para su producción y porque se pueden presentar casi en cualquier lugar, simplemente habiendo oscuridad y una superficie blanca como pantalla.

- La mayoría tiene una función educativa y se utiliza con fines pedagógicos.

- Es un medio que mantiene al espectador "cautivo" debido a las condiciones externas (oscuridad, pantalla de frente, silencio).

- Fomenta la discusión en grupos, pues suscita el análisis desde una sola imagen hasta el mensaje global del tema presentado. Puede tener varios aspectos para discutir: técnica, estética, moral, etc.

- Es un arma efectiva en la evangelización. Se atiende a las necesidades de un grupo específico, con sus propias características, contexto, lenguaje, etc. El mensaje que se transmite va directo a un objetivo del que se recibe la respuesta planeada.

- Se puede considerar como recurso alternativo porque no existen influencias externas directas sobre su contenido. El gobierno no puede censurar ni influir legalmente sobre este medio.

Ahora, algunos de los efectos que produce y que, si se canalizan debidamente, resultan ser también grandes ventajas son:

Sentir es lo primero.

Pone en acción el impacto sensorial fuerte.
Se llega a la idea a través de la emoción.

Excitación de lo imaginario.

Por medio de las imágenes y los sentidos, la violencia o pasividad de presentarlos, se llega a una conmoción que provoca que broten los arquetipos, las grandes imágenes religiosas y paganas que están en el hombre.

Instantaneidad.

Pasa de la lógica literaria y deductiva a la lógica simbólica y experiencial.

Mezcla intercultural.

Se atraviesa tiempo, fronteras, se eliminan distancias. Se presentan culturas, momentos, circunstancias que conmueven las tradiciones.

Un montaje audiovisual bien elaborado y el conocimiento y buen manejo de los efectos antes mencionados conforman un instrumento efectivo para el desarrollo del evangelizado. Con estos elementos se puede lograr un proceso de comunicación completo e incluso, aunque suene aventurado, se puede prever la respuesta que se tendrá.



Como limitantes para el uso de este material se analizaron las manifestadas por los propios agentes de pastoral.

Primeramente se encontró que la generalidad no conocía el término "audiovisual" o "montaje audiovisual", por lo tanto no sabían ni qué eran. Fue necesario explicarles antes de poder preguntar, incluso se sustituyó por "sonoramas" o "transparencias".

Cuando se comprendió de lo que se trataba, entonces sí se pudo hacer la encuesta. Manifestaron lo siguiente:

- Son caros.
- Es difícil conseguirlos.
- No existen los temas que se necesitan en determinado momento.
- No hay proyector en la parroquia.
- El enfoque del tema no se adapta al público al que se presenta.
- No se cuenta con un local adecuado para su proyección.

Estas son algunos problemas u obstáculos en cuanto al material, pero también en sí mismos encontraron limitantes:

- Desidia
- Falta de creatividad.
- No se consideran necesarios.
- No se sabe cómo usarlos.

Se tiene una idea equivocada y muy extendida acerca de este material, principalmente porque no se conoce.

Se cree que es muy complicado para usarse, cuando ya todo está hecho y sólo se necesita acomodar las diapositivas en un proyector y la cinta en la grabadora, sentar al público y proyectar.

Si al material que ya está elaborado se le pusieron tantos peros, lógicamente al proponerles elaborar sus propios montajes encontraron obstáculos hasta en sí mismos. Pero ninguno es insalvable.



5

CURSO TEORICO PRACTICO DE PRODUCCION DE MONTAJES AUDIOVISUALES PARA CATEQUISTAS Y AGENTES DE PASTORAL EN GENERAL

5.1 Justificación

5.2 Objetivo general del curso

5.3 Análisis para su realización

5.4 Programa

5 CURSO TEORICO-PRACTICO DE ELABORACION DE MONTAJES AUDIOVISUALES PARA CATEQUISTAS Y AGENTES DE PASTORAL EN GENERAL

5.1 Justificación

Conociendo todo lo bueno que tiene el uso de montajes audiovisuales en general y propiamente en la evangelización, como un medio que promueve la vida de grupo y atendiendo a los problemas que pudieran presentarse para usarlos, se desarrolla el presente trabajo.

Se busca:

- Analizar la imagen y su importancia como elemento básico en la comunicación gráfica.
- Difundir las cualidades y ventajas que tiene el uso de montajes audiovisuales.
- Resucitar su uso ante la creciente masificación gracias al video como recurso en la evangelización.
- Difundir su uso entre los agentes de pastoral.
- Aprovechar sus ventajas como instrumento de comunicación, de didáctica y pedagogía.
- Transmitir los conocimientos básicos para que un agente de pastoral produzca su propio material y con ello dar solución a varios de los "problemas" manifestados por ellos mismos.

Producir un montaje audiovisual no es caro. Además, los catequistas que lo produzcan atenderán las necesidades específicas de su grupo, cuidarán que el enfoque sea de acuerdo al auditorio a quien va dirigido y tendrán los temas que vayan necesitando. Cuando tengan cierta cantidad de material, se puede solicitar la compra del equipo que hiciera falta o hasta compartirlo entre dos parroquias, por ejemplo.

En cuanto a los problemas de actitudes que se percibían, se debe principalmente al concepto en que se tiene este material o hasta a la total ignorancia al respecto.

Como es poca gente la que sabe qué son y cómo funcionan, la mayoría ni siquiera los toma en cuenta al planear sus temas. Lo dejan a la desidia o simplemente no los creen útiles o necesarios.

Se cree que producirlos es muy difícil, que no lo puede hacer cualquier persona, que se necesita alguien especializado y por eso ni siquiera piensan en elaborarlos.

Al conocer sus ventajas y lo fácil de su producción, se cambiará en mucho la actitud de los agentes y la realidad de los montajes audiovisuales.

5.2 Objetivo general del curso

Proporcionar los conocimientos y la práctica básicos para que el participante conozca la importancia que tiene la imagen en el proceso de enseñanza - aprendizaje y pueda elaborar sus propios montajes audiovisuales como apoyo a su trabajo de comunicador.

5.3 Análisis para su realización

Para poder llevar a cabo este curso y lograr con ello el objetivo planteado al elaborar este trabajo, se han analizado los aspectos necesarios que faciliten su desarrollo. A continuación se explica cada uno.

5.3.1 Lugar

Un salón normal para clase y que pueda oscurecerse u otro oscuro, aparte; una sala de grabación, además de los servicios básicos como sanitarios, agua, luz y teléfono, son las necesidades básicas.

El lugar que cuenta con estas características y que es el más adecuado es el Instituto de Formación Apostólica Juan Pablo II, ubicado en Sánchez de Tagle #350, centro, con tel. 3 12 07 17 y 3 12 89 78.

Esta escuela cuenta con doce salones, cuatro oficinas, dos baños privados y dos baños generales, además de tener biblioteca, librería, cafetería, capilla, sacristía, tres salones de usos múltiples, sala de maestros y auditorio. Obviamente tiene también servicios de agua, luz y teléfono. Lo que no ofrece es la sala de grabación.

Para no hacer más fuerte la inversión y satisfacer esta necesidad, se propone hacer un convenio con la Universidad Vasco de Quiroga mediante el cual se pueda hacer uso de la sala y los aparatos de grabación, además de la asistencia de algún alumno o maestro de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

5.3.2 Tiempo de duración

El curso está programado para 60 horas integrando teoría y práctica. Se puede realizar como:

- Curso de verano.

Duración: 4 semanas.

Horario: lunes a viernes, de 4:00 p.m. a 7:00 p.m.

- Intensivo.

Duración: 6 fines de semana.

Horario: sábado y domingo, de 9:00 a.m. a 2:00 p.m.

5.3.3 Presupuesto

El presupuesto para su realización tiene un costo final de \$19469.5 y se desglosa de la siguiente manera:

- Honorarios.

Coordinador.

Tendrá a su cargo el estar al pendiente del buen proceso del curso desde su organización previa y su desarrollo, con las siguientes actividades previas:

- Preparar el lugar.
- Conseguir y tener listo el material y el equipo.
- Contratar a los expositores.
- Hacer la invitación personal a los párrocos de Morelia.
- Pegar carteles en las parroquias visitadas.
- Tener lista la papelería y los promocionales: carteles y trípticos

SUELDO \$3500.00

Durante el curso:

- Proporcionar el material necesario para cada clase.
- Vigilar el buen estado de las instalaciones.
- Cuidar la asistencia y puntualidad de los expositores.
Pagar honorarios.
- Administrar ingresos y egresos económicos.

SUELDO \$3500.00

Expositores:

Para las distintas áreas que se desarrollan en el programa, se requiere:

EXPOSITOR	HORAS DE CLASE	COSTO POR HORA	SUMA
Lic. en Diseño Gráfico	44	\$ 40.00	\$1760.00
Lic. en Psicología	6	\$ 40.00	\$ 240.00
Lic. En Ciencias de la Comunicación	24	\$ 40.00	\$ 960.00
Catequista	2	\$ 40.00	\$ 80.00
SUB TOTAL			\$ 10040.00

Inversión:

CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	SUMA
Proyector de diapositivas	1	\$ 2250.00	\$ 2250.00
Carrousel para diapositivas	4	\$ 150.00	\$ 600.00
Pantalla blanca de 1.25m x 1.25m	1	\$ 1300.00	\$ 1300.00
Carpeta de argollas	5	\$ 41.90	\$ 209.50
Paquete de hojas para diapositivas	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Caset normal de 60 min.	5	\$ 8.00	\$ 40.00
Hoja membretada tamaño carta	500	\$.42	\$ 210.00
Sobre membretado tamaño oficio	500	\$.72	\$ 390.00
Diploma	500	\$.80	\$ 400.00
SUB TOTAL			\$ 5849.50

Promoción

500 carteles tamaño doble carta, impresos en papel couché brillante de 135 kg. a dos tintas.

\$1700.00

500 trípticos tamaño oficio, impresos en papel couché brillante de 135 kg. a dos tintas, frente y vuelta.

\$1800.00

SUB TOTAL \$3500.00

Gastos fijos:

Considerando servicios de agua, luz y teléfono por 60 horas de duración del curso.

SUB TOTAL \$80.00

RESUMEN

CONCEPTO	SUMA
Honorarios	\$ 10040.00
Inversión	\$ 5849.50
Promoción	\$ 3500.00
Gastos fijos	\$ 80.00
TOTAL \$ 19469.50	

El costo inicial del curso es de \$19469.50. El de los cursos subsecuentes será de \$11548.18, buscando recuperar la inversión en ocho cursos.

5.3.4 Cupo y costo por alumno

El cupo máximo es de veinte participantes y con un mínimo de 15. El costo por alumno es de \$125.00 que incluye:

- 60 horas de clase.
- Uso de equipo de grabación y proyección.
- Una carpeta de argollas, hojas para diapositivas y un caset por equipo.
- Diploma de participación.

5.3.5 Características del participante

- Catequista o agente de pastoral activo.
- Experiencia mínima de un año en su apostolado.
- Estar cursando o haber terminado la preparatoria o su equivalente.
- Edad mínima de 18 años.



5.4 Programa

MATERIA	TEMAS	HORAS
El trabajo integral del evangelizador	Definición de «evangelizar» ¿Qué es la Nueva evangelización? La importancia de un evangelizador preparado Áreas de formación de un evangelizador.	2
Bases psicológicas y pedagógicas de los montajes audiovisuales	El ojo y la visión Estructura del ojo Función de cada elemento El proceso de ver El oído y la audición Estructura del oído Función de cada elemento El proceso que se desarrolla para oír	6
Elementos del montaje audiovisual	Definición de «montaje audiovisual» Características y ventajas del montaje audiovisual como medio grupal de comunicación Análisis general de las partes físicas de un montaje audiovisual (diapositiva, caset, guión) Proceso de producción: explicación general de cada etapa. Planeación de un proyecto	6
El guión	Qué es el guión Tipos de guión Elaboración y análisis de un guión literario Elaboración y análisis de un guión técnico	8

MATERIA	TEMAS	HORAS
La imagen	<p>Elementos que integran la imagen: formato, fondo, forma</p> <p>Qué es formato</p> <p>Tipos de formato</p> <p>Nuestro formato de trabajo: 35mm.</p> <p>Es necesario observar y cuidar el fondo</p> <p>El fondo también comunica</p> <p>Enfocar o desenfocar el fondo</p> <p>La ley de los tercios</p> <p>El elemento principal: qué es y qué dice</p> <p>Dónde acomodarlo</p> <p>Acercar o alejar</p> <p>El color, factor decisivo de la composición</p>	8
El Story Board (Historia Gráfica)	<p>Qué es y de qué partes se compone</p> <p>La importancia del story board en la planeación del trabajo</p> <p>Un instrumento para la composición</p> <p>Elaboración del story board para el guión de cada proyecto</p>	6
Fotografía	<p>Partes de la cámara y sus funciones</p> <p>Principios fotográficos</p> <p>La diapositiva: qué es y cómo surgió</p> <p>Fuentes de imágenes</p>	10
El sonido	<p>La importancia del sonido</p> <p>Tipos de sonido en un material audiovisual</p> <p>Planos sonoros</p> <p>La función de la música</p> <p>Tipos de inserciones musicales</p> <p>Elección de la voz de acuerdo a los objetivos del proyecto</p> <p>Efectos sonoros</p> <p>El silencio</p>	8

5.4.1 El trabajo integral del evangelizador

Materia:

El trabajo integral del evangelizador.

Temas:

Definición de "evangelizar".
¿Qué es la Nueva Evangelización?
La importancia de un evangelizador preparado.
Áreas de formación de un evangelizador.

Objetivo:

Que el participante reconozca que su labor no se limita constantemente y encontrando nuevos métodos para transmitirlo, adecuándose al grupo a su cargo.

Horas:

2

Evaluación:

70% examen escrito.
30% análisis de algún documento de la Iglesia.

Bibliografía:

Consejo Episcopal Latinoamericano. (CELAM). La Evangelización en el presente y el futuro de América Latina. México. 1979.

Comisión Episcopal de Evangelización y Catequesis. Guías pastorales para la catequesis en México. México. 1992.

IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano. Nueva evangelización, promoción humana, cultura. Santo Domingo. 1992.

CELAM. Comunicación: misión y desafío. Ediciones Paulinas. México. 1986.

Concilio Vaticano II. Documentos completos. 5a edición. Librería Parroquial. México. 1982

Conferencia del Episcopado Mexicano. Proyecto Pastoral 1996-2000. México. 1996.

Perfil del docente:

- Conocimientos.
 - Sacerdote, religioso o laico con experiencia mínima de cinco años en catequesis.
 - Experiencia o estudios en formación de agentes.
- Habilidades.
 - Que sepa manejar los documentos y el catecismo de la Iglesia.
 - Capacidad de análisis y motivación de grupos.
 - Que utilice métodos novedosos de enseñanza.
- Actitudes.
 - Dinámico.
 - Abierto al diálogo.
 - Capaz de cuestionar la grupo.

5.4.2 Bases psicológicas y pedagógicas de los montajes audiovisuales**Materia:**

Bases psicológicas y pedagógicas de los montajes audiovisuales.

Temas:

- El ojo y la visión.
 - Estructura del ojo.
 - Función de cada elemento.
 - El proceso de ver.
- El oído y la audición.
 - Estructura del oído.
 - Función de cada elemento.
 - El proceso que se desarrolla para oír.

Objetivo:

Que el participante tenga los conocimientos básicos que le permitan entender el principio del proceso del aprendizaje en el educando, la función de los órganos de los sentidos y la importancia de las sensaciones y las emociones, para que haga uso de estos recursos en su labor de comunicar.

Horas:

6

Evaluación:

Mediante gráficas o esquemas, explicar de forma oral el proceso de la visión y la audición.

Hacer una breve redacción de la importancia de la interacción de los sentidos en el proceso de aprendizaje.

Redactar un ejemplo concreto donde las emociones hayan sido factor determinante en el aprendizaje.

Bibliografía:

IBARRA, Luz María. Aprende mejor con gimnasia cerebral. Garnik Ediciones. México. 1997.

GARRISON; LOREDO. Psicología para bachillerato. McGraw - Hill. México. 1996.

MORRIS G., Charles. Introducción a la Psicología. Traducción de Florente López Rodríguez. 9a. edición. Prentice - Hall Hispanoamericana, S.A. México. 1996.

MALLAS, Santiago. Medios Audiovisuales y pedagogía activa. CEAC. Barcelona. 1979.

Perfil del docente:

- Conocimientos.
 - Lic. en Psicología o Pedagogía.
 - Experiencia mínima de tres años en la docencia.
 - Experiencia en el trabajo con niños.
- Habilidades.
 - Que sepa utilizar diferentes recursos para el desarrollo de los temas.
 - Que utilice métodos novedosos de enseñanza.
- Actitudes.
 - Dinámico.
 - Abierto al diálogo.
 - Capaz de cuestionar la grupo.

Recursos materiales:

Pizarrón y gises.
Gráficas de la estructura del ojo y del oído.

5.4.3 Elementos del montaje audiovisual

Materia:

Elementos del montaje audiovisual.

Temas:

Definición de montaje audiovisual.

Características y ventajas del montaje audiovisual como medio grupal de comunicación.

Análisis general de las partes físicas de un montaje audiovisual (diapositivas, caset, guión).

Proceso de producción: explicación general de cada etapa.

Planeación de un proyecto.

Elección del tema.

Definir el auditorio.

Tiempo aproximado de proyección.

Establecer objetivos.

Objetivo:

Tener una visión general y completa de lo que es un montaje audiovisual.

Horas:

6

Evaluación:

50% examen teórico por escrito.

50% trabajo elaborado.

Bibliografía:

Diccionario de Ciencias de la Educación. Ediciones Paulinas. Madrid. 1990.

ENEAS CROMBERG, Jorge; et al. Montajes audiovisuales. Teoría y práctica. Editorial Diana, S.A. México. 1979.

Diccionario de catequética. Instituto de catequética de la Universidad Pontificia Salesiana de Roma. Editorial CCS. Madrid. 1987.

TOSI, Virgilio. El lenguaje de las imágenes en movimiento. Editorial Grijalbo. México. 1993.

BABIN, Pierre. La era de la comunicación. Para un nuevo modo de evangelizar. Editorial Sal Terrae. Santander. 1990.

Comisión episcopal de evangelización y catequesis. Guía pastoral para la catequesis de México. México. 1992.

Perfil del docente:

- Conocimientos.
 - Lic. en Ciencias de la Comunicación o en Diseño Gráfico.
 - Experiencia en producción audiovisual.
 - Experiencia mínima de dos años en catequesis.
- Habilidades.
 - Capacidad de análisis y crítica.
- Actitudes.
 - Dinámico.
 - Abierto al diálogo
 - Capaz de cuestionar al grupo
 - Que pueda guiar el desarrollo de un proyecto sin imponer ideas

5.4.4 El guión

Materia:

El guión.

Temas:

- Qué es el guión.
- Tipos de guión.
- Elaboración y análisis de un guión literario.
- Elaboración y análisis de un guión técnico.

Objetivo:

Elaborar un guión técnico a partir del conocimiento de sus características y habiendo elaborado y analizado un guión literario.

Horas:

8

Evaluación:

50% examen teórico por escrito de las características generales del guión técnico y del guión literario.

50% evaluación de los guiones elaborados.

Bibliografía:

MAZA PEREZ, Maximiliano; CERVANTES LLOREDO, Cristina. Guión para medios audiovisuales.

Cine, radio y TV Editorial Alhambra Mexicana, S.A. México. 1994.

ADAME GODDARD, Lourdes. Guionismo. Cómo redactar guiones para montajes audiovisuales, T.V. y cine. Editorial Diana. México. 1989.

ENEAS CROMBERG, Jorge; et al. Montajes audiovisuales. Teoría y práctica. Editorial Diana. México. 1979.

Perfil del docente:

- Conocimientos.
 - Lic. en Ciencias de la Comunicación o en Diseño Gráfico.
 - Experiencia en guionismo o producción audiovisual.
 - Experiencia mínima de dos años en catequesis.
 - Conocimientos de pedagogía.
- Habilidades.
 - Que sepa utilizar diferentes recursos para el desarrollo de los temas.
 - Que utilice métodos novedosos de enseñanza.
 - Capacidad de análisis y crítica.
 - Capacidad de expresión.
 - Capacidad de visualización.
- Actitudes.
 - Dinámico.
 - Abierto al diálogo.
 - Capaz de cuestionar la grupo.
 - Que pueda guiar el desarrollo de un proyecto sin imponer ideas.

Recursos materiales:

Pizarrón y gises.

5.4.5 La Imagen

Materia:

La imagen.

Temas:

Elementos que integran la imagen: formato, fondo y forma.

Qué es formato.

Tipos de formato.

Nuestro formato de trabajo: 35mm.

Es necesario observar y cuidar el fondo.

El fondo también comunica.

Enfocar o desenfocar el fondo.

La ley de los tercios.

El elemento principal: qué es y qué dice.

Dónde acomodarlo.

Acercar o alejar.

El color, factor decisivo de la composición.

Objetivo:

Brindar los conocimientos y la práctica básicos para analizar imágenes y aprender a componer partiendo de dicho análisis.

Horas:

8

Evaluación:

Presentar un ejercicio fotográfico de composición con un tema dado. 25 fotos mínimo.

Bibliografía:

TOSI, Virgilio. El lenguaje de las imágenes en movimiento. Editorial Grijalbo. México. 1993.

GARCIA SANCHEZ, José Luis. Lenguaje audiovisual. Biblioteca de Recursos Didácticos Alhambra. Editorial Alhambra. Madrid. 1987.

DONDIS, D.A. La sintaxis de la imagen. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1976.

MUNARI, Bruno. Diseño y comunicación visual. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1985.

WONG, Wiucius. Fundamentos del diseño bi y tri - dimensional. Editorial Gustavo Gili, S.A, Barcelona. 1979.

Perfil del docente:

- Conocimientos.
 - Lic. en Ciencias de la Comunicación o en Diseño Gráfico.
 - Experiencia en producción audiovisual.
 - Conocimientos de pedagogía.
- Habilidades.
 - Que sepa utilizar diferentes recursos para el desarrollo de los temas.
 - Que utilice métodos novedosos de enseñanza.
 - Capacidad de análisis y crítica.
 - Capacidad de expresión.
 - Capacidad de visualización.
- Actitudes.
 - Dinámico.
 - Abierto al diálogo.
 - Capaz de cuestionar la grupo.
 - Que pueda guiar el desarrollo de un proyecto sin imponer ideas.

Recursos materiales:

- Pizarrón y gises.
- Un proyector de diapositivas.
- Varias diapositivas para analizar.
- Una pantalla blanca.

5.4.6 Story Board (Historia gráfica)

Materia:

El Story Board.

Temas:

- Qué es y de que partes se compone.
- La importancia del story board en la planeación del trabajo.
- Un instrumento para la composición.
- Elaboración del story board para el guión de cada proyecto.

Objetivo:

Analizar un story board y su importancia como instrumento para visualizar y componer una imagen, como paso previo para su elaboración.

Horas:

6

Evaluación:

30% examen teórico por escrito.

70% Evaluación del material elaborado.

Bibliografía:

MAZA PEREZ, Maximiliano; CERVANTES LLOREDO, Cristina. Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y TV Editorial Alhambra Mexicana, S.A. México. 1994.

GODED, Jaime. El mensaje didáctico audiovisual: producción y diseño. Deslinde núm. 12, serie Nuevos Métodos de Enseñanza. UNAM. México.

ENEAS CROMBERG, Jorge; et al. Montajes audiovisuales. Teoría y práctica. Editorial Diana. México.

5.4.7 Fotografía

Materia:

Fotografía.

Temas:

Partes de la cámara y sus funciones.

Principios fotográficos.

Enfoque.

Luz.

Velocidad.

Profundidad de campo.

Flash.

Tripié.

La diapositiva: qué es y cómo surgió.

Fuentes de imágenes.

Al natural.

Impresos.

Banco de imágenes.

Objetivo:

Proporcionar los conocimientos y desarrollar la práctica básicos para la obtención de tomas técnicamente bien hechas.

Horas:

10

Evaluación:

30% ejercicios fotográficos.

70% material elaborado.

Bibliografía:

Foto y video. Enciclopedia práctica de la imagen. RBA Editores, S.A. Barcelona. 1992.

FREEMAN, Michael. Guía completa de fotografía. Editorial Blume. Barcelona. 1991.

LANGFORD, Michael. La fotografía paso a paso. Un curso completo. Hermann Blume Ediciones. Madrid. 1991.

COE, Brian W. Cameras from daguerreotypes to instant pictures. Crown Publishers, Inc. EE.UU. 1978.

Perfil del docente:

- Conocimientos.
 - Lic. en Ciencias de la Comunicación o en Diseño Gráfico.
 - Experiencia en producción audiovisual.
 - Conocimientos de pedagogía.
 - Con un portafolios profesional medianamente amplio.
- Habilidades.
 - Que sepa utilizar diferentes recursos para el desarrollo de los temas.
 - Que utilice métodos novedosos de enseñanza.
 - Capacidad de análisis y crítica.
 - Capacidad de expresión.
 - Capacidad de visualización.
- Actitudes.
 - Dinámico.
 - Abierto al diálogo.
 - Capaz de cuestionar la grupo.
 - Que pueda guiar el desarrollo de un proyecto sin imponer ideas.

Recursos materiales:

Pizarrón y gises.
Un proyector de diapositivas.
Salón oscuro.
Una pantalla blanca

Para el participante:

Cámara fotográfica de 35mm.
Dos rollos de película a color.
Dos rollos de diapositivas para luz de día. (por equipo)

5.4.8 El sonido**Materia:**

El sonido.

Temas:

La importancia del sonido.
Tipos de sonido en un material audiovisual.
Planos sonoros.
La función de la música.
Tipos de inserciones musicales.
Elección de la voz de acuerdo a los objetivos del proyecto.
Efectos sonoros.
El silencio.

Objetivo:

Brindar los conocimientos necesarios para la elección y mezcla de los distintos elementos que conforman la parte del audio del montaje audiovisual.

Horas:

4 horas de teoría y 4 de grabación por equipo

Evaluación:

20% examen teórico.
80% material elaborado.

Bibliografía:

GARCIA SANCHEZ, José Luis. Lenguaje audiovisual. Editorial Alhambra. Madrid. 1987.

ADAME GODDARD, Lourdes. Cómo redactar guiones para montajes audiovisuales, T.V. y cine.
Editorial Diana. México. 1989.

Perfil del docente:

- Conocimientos.
 - Lic. en Ciencias de la Comunicación.
 - Experiencia en producción audiovisual.
 - Experiencia mínima de un año en el manejo de los aparatos para grabación y mezcla.
 - Conocimientos de pedagogía.
- Habilidades.
 - Que sepa utilizar diferentes recursos para el desarrollo de los temas.
 - Que utilice métodos novedosos de enseñanza.
 - Capacidad de análisis y crítica.
 - Capacidad de expresión.
 - Capacidad de visualización.
- Actitudes.
 - Dinámico.
 - Abierto al diálogo.
 - Capaz de cuestionar la grupo.
 - Que pueda guiar el desarrollo de un proyecto sin imponer ideas.

Recursos materiales:

Pizarrón y gises.

Cabina de audio. (Grabadora de carrete, micrófonos, deck, Discos compactos, Consola mezcladora, amplificadores de sonido, bocinas.

Para el participante:

Discos compactos según lo requiera su proyecto (por equipo).



5.4.9 El montaje audiovisual

EVALUACION DEL MATERIAL

Para saber si el material final obtenido cubre los objetivos planteados al inicio del taller, se hará la evaluación de cada proyecto.

Cada equipo hará una pequeña introducción de su material y una hoja de evaluación donde haga preguntas concretas que vayan directamente relacionadas con el contenido y que con estas se pueda responder a los objetivos.

Además, se debe preguntar el título del montaje y sondear qué parte gustó más.

Cada equipo conseguirá su auditorio que debe ser de 10 a 15 personas con las características que ellos mismos plantearon.

Por último y ya sin auditorio, todo el grupo hará una evaluación crítica de cada material.

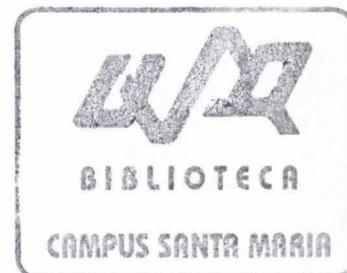
PRESENTACION.

Como clausura del curso se hará una presentación ante los directivos de la Escuela de Pastoral, maestros, familiares y amigos de los participantes.

Se invitará especialmente a sacerdotes y agentes de pastoral de las parroquias que no participaron.

Entre cada presentación habrá un receso de 5 minutos.

Al final se entregarán los diplomas de participación.



6

DISEÑO GRAFICO PARA EL CURSO

6.1 Logotipo

6.2 Manual básico de aplicación

6.3 Promoción

6.1 Logotipo

6.1.1 Presentación y justificación



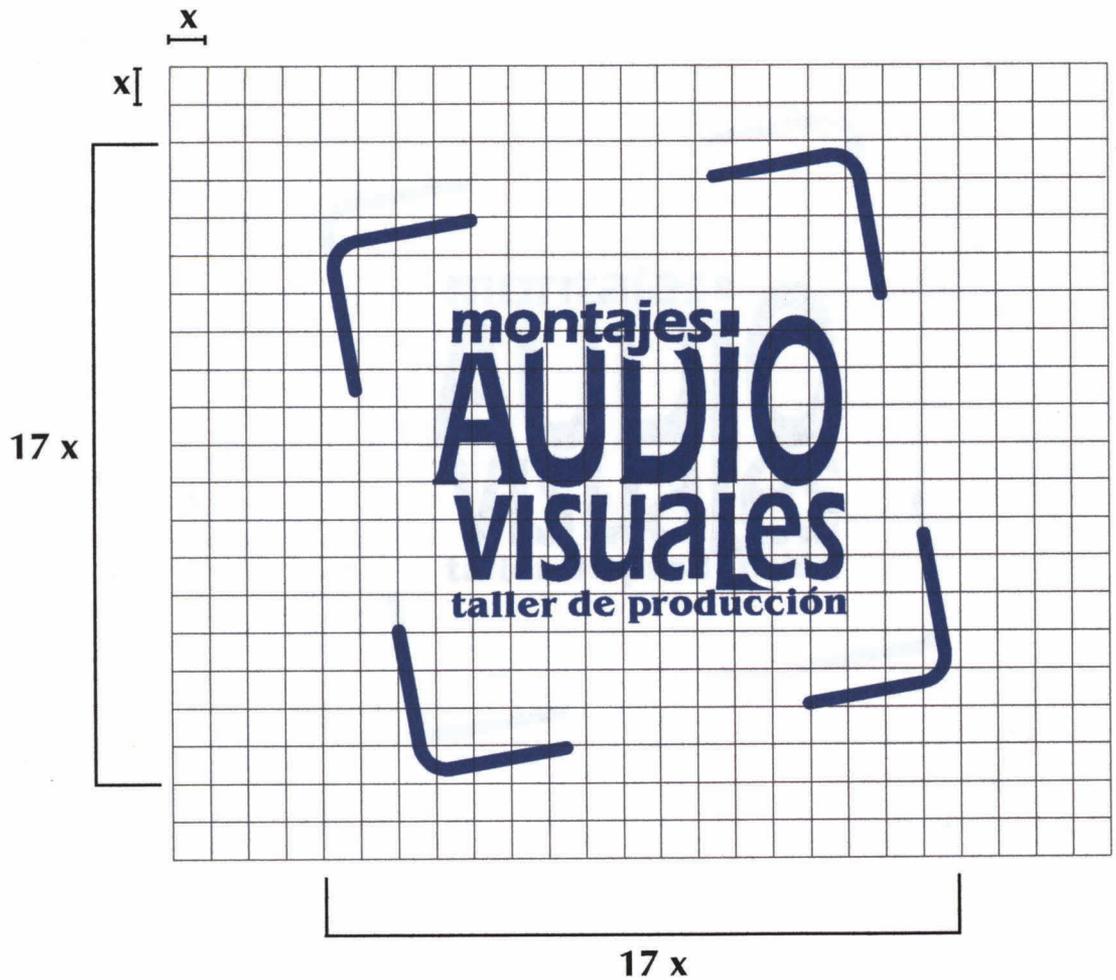
Se presenta la imagen de una escuela dinámica y actual donde puede encontrarse la formalidad necesaria en cualquier plantel educativo, aunada al movimiento y la versatilidad de los montajes audiovisuales. El logotipo donde se representa lo anterior está compuesto por una estructura básica en forma de diapositiva que contiene tipografía en el centro.

La forma y la proporción que guardan dichos elementos son similares a las de una diapositiva, sin embargo, la "envolvente" está inclinada con respecto al centro y tiene la variante de inclinar el formato y una envolvente incompleta visualmente para que el juego de verticales y diagonales dé el concepto de dinamismo, mientras que la tipografía compacta y sólida brinda formalidad. El color azul (541 CV) es en sí mismo un color que presenta calma, mas, utilizado en tonos intensos representa dinamismo y fuerza. En este caso, el tono se eligió con la finalidad de dar seriedad dentro del dinamismo que engloba todo el curso.

El juego de tamaños y formas de los tipos, sin perder su estructura, remarcan el movimiento y la versatilidad.

6.2 Manual básico de aplicación

6.2.1 Retícula de reproducción



Con esta retícula se brinda una guía para la reproducción del logotipo a cualquier escala y casi sobre cualquier superficie.

Se tomó como base de la retícula un módulo de 5mm x 5mm.

6.2.2 Restricción de áreas



Tomando como medida básica la altura de la palabra "visuales" = x se deja un área de libre de 1x alrededor del logotipo, lo que le permite tener "su propio espacio", independientemente de donde se aplique.

6.2.3 Usos incorrectos

montajes ■
AUDIO
visuales
taller de producción



El logotipo deberá utilizarse siempre en la forma que se presenta en la justificación. En ningún momento se podrá utilizar sólo la tipografía, enderezar la envolvente, aplicarle algún color de fondo o alguna otra alteración.

6.2.4 Hoja membretada

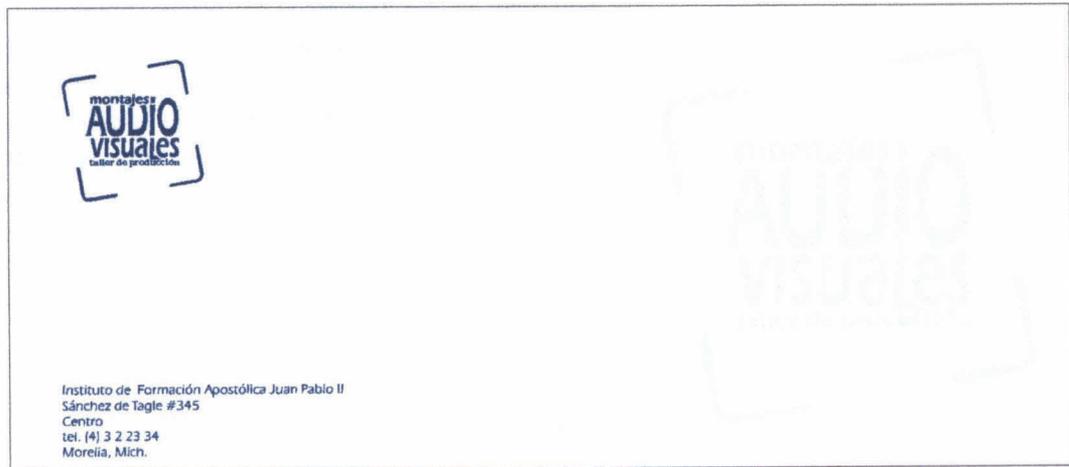


En cualquier formato se aplica un fragmento inclinado del logotipo en un 5% de tinta, PMS 541 CV.

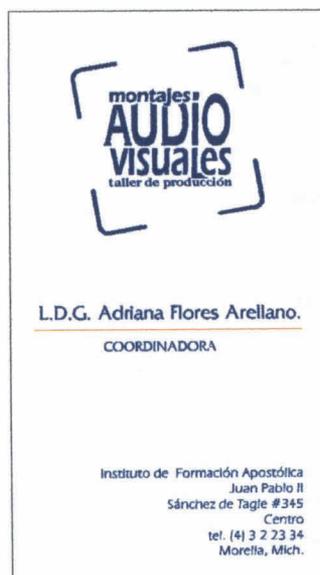
El color del logotipo y los datos se aplican al 100%

En el caso de la hoja membretada los datos se encuentran justificados a la izquierda.

6.2.5 Sobre T/O



6.2.6 Tarjeta de presentación



6.3 Promoción

6.3.1 Cartel

Como el "producto" que requiere promoción en este caso es un curso que va dirigido a un nicho de mercado bastante pequeño, el elemento fuerte de la promoción es mediante una invitación personal primero al párroco y luego, directamente a cada uno de los grupos destinatarios.

En esta visita se les motiva y posteriormente se les informa de las características del curso y se les da la información completa verbalmente.



catequista
y agente de pastoral

¿Necesitas material didáctico?
los **montajes audiovisuales** son un buen recurso

Si estás trabajando en
algún grupo de tu parroquia
te invitamos a que conozcas qué son los
montajes audiovisuales
y te enseñamos a elaborarlos en
un curso teórico-práctico
adaptado a tus necesidades pastorales.



Pide más información en la oficina de tu parroquia o en:
Instituto de Formación Apostólica Juan Pablo II
Sánchez de Tagle #350 Centro
tel. 3 12 07 17 y 3 12 89 78
Morelia, Mich.

cartel tamaño
doble carta 28 cm x 43 cm

6.3.2 Tríptico

En el tríptico se utilizaron como base las preguntas que dieron origen al proyecto para que, al ampliar la información del curso, sea una forma de dar respuesta a dichas preguntas y necesidades.

El fondo es en blanco, que ayuda a dar realce a la información. Como en el cartel, los objetos importantes de la carátula son los gráficos que representan la catequesis y la evangelización.

cara exterior

93.5 cm	93.3 cm	93.1 cm
<p>es un recurso que se puede usar como material didáctico en la enseñanza; consiste en una serie de dispositivos organizados y montados, con un guión y una estructura definidos. Además se complementa con una banda sonora que contiene voz, música y efectos.</p> <p>¡claro!, es el medio ideal para promover la vida de grupo; se puede adaptar a la realidad de un grupo en particular y se puede utilizar para niñas, jóvenes y adultos.</p> <p>actualmente en Morelia se pueden conseguir algunos de temas variados y para edades distintas, pero como no hay exactamente de todo lo que puedas necesitar, tú mismo los puedes elaborar.</p> <p>precisamente es lo que vamos a enseñarte en este curso: a que tú elabores los montajes audiovisuales que necesitan en tu parroquia para la catequesis, para los grupos juveniles, etc.</p>	 <p>Para mayor información: Instituto de Formación Apostólica Juan Pablo II. Sánchez de Tagle #350, centro. tel. (4) 3 12 07 17 y 3 12 89 78</p>	 <p>catequista y agente de pastoral</p> <p>¿Necesitas material didáctico? los montajes audiovisuales son un buen recurso</p>

En el tríptico se utilizan los mismos recursos visuales que en el cartel: el fondo blanco, los gráficos de catequesis y la información del curso

En este caso, además, se amplían los datos; sin embargo, este tríptico no es una invitación, es solo un recurso que refuerza, al igual que el cartel, la invitación personal que se haya dado, como se explicó anteriormente.

cara interior

93.5 cm	93.3 cm	93.1 cm
<p>¿qué es un montaje audiovisual?</p> <p>¿se usa en el trabajo pastoral?</p> <p>¿y existen de cualquier tema?</p> <p>¿CÓMO SE HACEN?</p>	<p>REQUISITOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ser catequista o agente de pastoral activo. • Tener como mínimo un año de experiencia en el apostolado actual. • Haber terminado o estar cursando la preparatoria o su equivalente. • Edad mínima de 18 años. <p>LUGAR Y FECHA</p> <ul style="list-style-type: none"> • En el Instituto de Formación Apostólica Juan Pablo II, en Sánchez de Tegle #350. • El curso se realizará en seis fines de semana: del día 3 de julio al 8 de agosto de 1999 sábados y domingos, de 9:00 a.m. a 2:00 p.m. <p>COSTO</p> <p>El costo por participante es de \$125.00, que incluye:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60 horas de clase. • Uso de equipo de grabación y proyección. • Una carpeta de argillas, hojas para diapositivas y un caset (por equipo). • Diploma de participación. 	<p>OBJETIVO GENERAL</p> <p>Proporcionar los conocimientos y la práctica básicos para que el participante pueda elaborar sus propios montajes audiovisuales y conozca la importancia que tiene la imagen en el proceso de enseñanza-aprendizaje.</p> <p>MATERIAS</p> <p>El trabajo integral del evangelizador.</p> <p>Bases psicológicas y pedagógicas de los montajes audiovisuales.</p> <p>Elementos del montaje audiovisual.</p> <p>El guión.</p> <p>La imagen.</p> <p>El story board.</p> <p>Fotografía.</p> <p>El sonido.</p> <p>El montaje audiovisual</p>
28 cm		



7

CONCLUSIONES



8

ANEXOS

8.1 Bibliografía

8.2 Otras fuentes

8.3 Instrumentos

8.4 Citas

8.5 Actualización de datos

- El diseñador gráfico, antes que buen dibujante o fotógrafo, es un comunicador y debe estar presente en las áreas donde exista la comunicación mediante imágenes.

La enseñanza es comunicación y en el uso de recursos visuales está involucrada la imagen.

Con este trabajo se sitúa al diseñador como el profesionalista indicado para enseñar a conocer, a observar y a analizar la imagen. En el curso pone en práctica su formación integrando el análisis, y aplicándola en el área audiovisual.

- Esta tesis es, como tal, un trabajo que integra conocimientos y habilidades adquiridos y desarrollados en la carrera, aplicados en un problema real y específico de mi comunidad.

Se estudian elementos propios del diseño gráfico como es la imagen o la fotografía y también del área donde se está aplicando que es la enseñanza.

Es así como trabaja el diseñador en su quehacer cotidiano, investigando y "empapándose" del entorno donde soluciona las necesidades de comunicación gráfica.

- No estoy descubriendo el hilo negro, solamente estoy llamando la atención del diseñador gráfico hacia un problema que se tiene casi olvidado, quizá porque no es lucrativo: la enseñanza y la evangelización.

Con esto trato de sensibilizarme y contagiar a los profesionistas que están inmersos en la comunicación, para ocuparnos de las necesidades y problemas de nuestra comunidad y ayudar a su desarrollo. Y también busco llamar la atención de la comunidad hacia el diseñador para que sepa qué hacemos, de qué se trata nuestro trabajo y cómo o para qué se pueden acercar a nosotros.

- Como es un área desatendida casi totalmente por el diseño gráfico, al estar haciendo la investigación no encontré un texto especial que integrara los aspectos que estoy desarrollando. Encontraba libros de didáctica que no tocaban para nada el diseño gráfico, o de psicología que hablaban un poco del color pero no como recurso de comunicación, etc. Casualmente los textos que más se acercaban son tesis (quiere decir que esta voz está comenzando a oírse).

Contribuyo, pues, a complementar la bibliografía de diseño gráfico con este material que no existía como lo presento, al integrar elementos de psicología, pedagogía, didáctica, fotografía, religión y por supuesto de diseño gráfico, como base integradora.

- A los agentes de pastoral, especialmente a los catequistas se les amplía el horizonte acerca de los recursos y el material que pueden utilizar para su labor evangelizadora. No pretendo que se logren expertos en análisis de la imagen, en diseño gráfico o en fotografía (sería un atentado contra cualquier profesionalista del área); lo que se logrará como fruto del curso es que personas creativas que no tengan una formación académica formal, tengan los recursos suficientes para producir sus propios montajes audiovisuales en los que puedan comunicar su mensaje poniendo mucha atención y cuidado a lo que se comunica visualmente.

Se les brindan los conocimientos básicos para conocer y observar los mensajes que encierra una imagen; para saber utilizar una cámara fotográfica y que con el material que ellos mismos produzcan, complementen su mensaje verbal.

-
- Muchas veces los catequistas recurren a "láminas" ya hechas cuando dan sus temas, algunas veces ellos mismos las elaboran, hay otros que ni siquiera consideran importante apoyar su "rollo" con alguna referencia visual.

Con este curso se ayuda a que los agentes de pastoral que recurren a la imagen como un elemento importante, a que conozcan los elementos que la integran, los analicen y puedan manejarlos de acuerdo a sus necesidades; y a los que ni siquiera contemplan esta posibilidad de apoyarse o complementar una charla y su importancia, se les presenta un recurso completo, versátil y sencillo que además ayudará a ir con el ritmo del auditorio que tengan enfrente.

- Cuando me definí en el tema y el enfoque que tendría mi tesis no tenía tan claro como ahora el papel del diseño gráfico completo en esta área. Conforme fui avanzando en la investigación y el desarrollo de los temas, comprobé que el montaje audiovisual contiene todas las bases del diseño gráfico y es una aplicación específica del mismo.

Una diferencia fuerte con alguna otra área como el diseño editorial o el de imagen corporativa es el recurso del sonido.

Esta investigación me permitió comprobar la presencia, o mejor dicho, la actual ausencia y urgente necesidad de los diseñadores en áreas distintas del papel, donde la imagen está presente, pero casi que por "generación espontánea", es decir, no como un recurso

8.1 Bibliografía

Diccionario de catequética. Dirigido por Joseph Gevaert. Instituto de catequética de la Universidad Pontificia Salesiana de Roma. Editorial CCS. Madrid. 1987.

CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO (CELAM). La evangelización en el presente y el futuro de América Latina. México. 1979.

CONCILIO VATICANO II. Documentos completos. 5a. edición. Librería Parroquial. México. 1982.

4a. CONFERENCIA GENERAL DEL EPISCOPADO LATINOAMERICANO. Nueva evangelización, promoción humana y cultura. Santo Domingo. 1982.

Diccionario de Ciencias de la Educación. Dirigido por Giuseppe Flores D'Arcais. Adaptación de Isabel Gutiérrez Zuloaga. Ediciones Paulinas. Madrid. 1990.

ENEAS CROMBER, Jorge; et al. Montajes audiovisuales. Teoría y práctica. Editorial Diana. México. 1979.

Mc KOWN, Harry C; ROBERTS, Alvin B. Educación audiovisual. UTHEA. México. 1954.

COE, Brian W. Cameras from daguerreotypes to Instant pictures. Crown Publishers, Inc. EE.UU. 1978.

MAZA PEREZ, Maximiliano; CERVANTES DE COLLADO, Cristina. Guión para medios audiovisuales. Cine, radio y T.V. Editorial Alhambra Mexicana, S.A. México. 1994.

ADAME GODDARD, LOURDES. Guionismo. Cómo redactar guiones para montajes audiovisuales, T.V. y cine. Editorial Diana. México. 1989.

LINARES, Marco Julio. El guión. Elementos, formato y estructura. Editorial Alhambra Mexicana. México. 1983.

-
- GARCIA SANCHEZ, José Luis. Lenguaje audiovisual. Editorial Alhambra, S.A. Biblioteca de recursos didácticos Alhambra. Madrid 1987.
- WHITTAKER, J.O. Introducción a la Psicología. Nueva Editorial Interamericana, S.A. México. 1985.
- TOSI, Virgilio. El lenguaje de las imágenes en movimiento. Editorial Grijalbo. México. 1993.
- GARRISON; LOREDO. Psicología para bachillerato. McGraw - Hill. México. 1996.
- MORRIS G, Charles. Introducción a la Psicología. Traducción Florente López Rodríguez. 9a. edición. Prentice - Hal. Hispanoamericana, S.A. México. 1996.
- IBARRA, Luz María. Aprende mejor con gimnasia cerebral. Garnik Ediciones. México. 1997.
- Los porqués de la mente humana. Reader's Digest de México, S.A. de C.V. México. 1991.
- Los porqués del cuerpo humano. Reader's Digest de México, S.A. de C.V. México. 1986.
- DONDIS D.A. La sintaxis de la imagen. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1976.
- MONARI, Bruno. Diseño y comunicación visual. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1985.
- GILLAM SCOTT, Robert. Fundamentos del diseño. Editorial Limusa, S.A. México. 1996.
- WONG, Wucius. Fundamentos del diseño bi y tridimensional. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1979.
- KUPPERS, Harald. Fundamentos de la teoría de los colores. Editorial Gustavo Gili, S.A. Barcelona. 1978.

8.2 Otras fuentes

Cosmo Visual.
Sr. Víctor Rosado
tel. 55 23 05 63
México, D.F.

Luz, audio e imagen.
Ing. Legaspi
Citlaltépetl #58 Col. Hipódromo Condesa
tel. 53 70 26 52
México, D.F.

Cosmo Visual y Cosmo Video.
Sr. Guillermo Castillo
Telacoquemécatl # 527 Col. Del Valle
México, D.F.

Centro Audiovisual Paulino
Taxqueña #1792
tel. 56 70 92 02
México, D.F.

Salesianos
P. Jesús Sánchez Barriento
Moneda #25 Centro
México, D.F.

UNAM
Instituto de Investigaciones Estéticas
<http://www.unam.mx>
-Enrique Galindo
galindo@pompeya.cuaed.unam.mx
-Lic. Ma. Teresa Marín V.
marinv@servidor.unam.mx

Enciclopedia Microsoft® Encarta® 2000.
©1993-1999 Microsoft Corporation.

8.3 Instrumentos

MUESTREO

"Curso teórico-práctico de elaboración de montajes audiovisuales
para catequistas y agentes de pastoral en general"

L.D.G. Adriana Flores Arellano.

Los datos que se proporcionan serán para información real de la situación y las necesidades de las parroquias y los agentes de pastoral en Morelia.

UBICACIÓN

Nombre de la parroquia: _____

Domicilio: _____

Tel. _____ fax _____

La parroquia comprende los siguientes templos o capillas: _____

Su límite está marcado por las calles: _____

ORGANIZACIÓN

Nombre del párroco: _____

Nombre de los vicarios: _____

SERVICIOS

- | | | |
|---|---|--|
| <input type="checkbox"/> dispensario médico | <input type="checkbox"/> bolsa de trabajo | <input type="checkbox"/> asesoría jurídica |
| <input type="checkbox"/> comedor | <input type="checkbox"/> bazar | <input type="checkbox"/> tienda de abarrotes |
| <input type="checkbox"/> trabajo social | <input type="checkbox"/> Grupos de ayuda (AA, NA) | <input type="checkbox"/> otros |

INFRAESTRUCTURA

- | | | | |
|--|---|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> templo | <input type="checkbox"/> salones | <input type="checkbox"/> bodega | <input type="checkbox"/> oficina |
| <input type="checkbox"/> casa parroquial | <input type="checkbox"/> baños | <input type="checkbox"/> patio | <input type="checkbox"/> cafetería o tienda |
| <input type="checkbox"/> sacristía | <input type="checkbox"/> área para juegos | <input type="checkbox"/> áreas verdes | <input type="checkbox"/> estacionamiento |

CULTURA

- | | | | |
|----------------------------------|------------------------------------|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> cursos | <input type="checkbox"/> concursos | <input type="checkbox"/> festivales artísticos | <input type="checkbox"/> festividades |
| <input type="checkbox"/> charlas | <input type="checkbox"/> paseos | <input type="checkbox"/> eventos deportivos | <input type="checkbox"/> otros |

CATEQUISTAS Y AGENTES DE PASTORAL

Nombre: _____ edad: _____

domicilio: _____ Tel. _____

parroquia: _____ pastoral: _____

grupo: _____ No. de integrantes: _____

objetivo: _____

día y hora de reunión: _____

Los integrantes son principalmente: () adolescentes () jóvenes () adultos () ancianos

¿Cuál es su trabajo real? _____

¿Quiénes son sus destinatarios? _____

¿Tiene alguna preparación para su apostolado? () sí () no

() cursos () charlas () retiros () encuentros () otro

¿Qué recursos o medios utiliza (materiales y humanos)? _____

¿Cuentan con material didáctico? () sí () no

AUDIOVISUALES

¿Has utilizado montajes audiovisuales alguna vez en tu trabajo apostólico? () sí () no

¿Tienen montajes audiovisuales en tu parroquia? () sí () no

¿Cómo los consigues cuando los necesitas? () prestados () alquilados () comprados () los elaboro

¿Con qué frecuencia los utilizas? () poco () regular () mucho

¿Qué problemas encuentras para utilizarlos?

() no tienen los temas que necesito () no tenemos proyector en la parroquia

() es difícil conseguirlos () el enfoque que presentan no se adapta a la realidad actual

() son muy caros () otro _____

8.4 Citas

- 1 Diccionario de catequética. Dirigido por Joseph Gevaert. Instituto de catequética de la Universidad Pontificia Salesiana de Roma. CCS Madrid. 1987. p.78
- 2 Enciclopedia Salvat, diccionario. Salvat Editores, S.A. Barcelona 1972. Tomo IV, p. 1067.
- 3, 5 ESCUADERO YERENA, Teresa. La Comunicación en la enseñanza. Editorial Trillas. México. 1978. pp.38 y 41
- 4 GODED, Jaime. El Mensaje didáctico audiovisual: producción y diseño. Deslinde núm. 12 Serie Nuevos métodos de enseñanza. UNAM. p.4
- 6, 8 IBARRA, Luz María. Aprende mejor con gimnasia cerebral. Garnik Ediciones. México. 1997. pp.16 y 36
- 7 Diccionario de Ciencias de la Educación. Ediciones Paulinas. Madrid. 1990. p.206

8.5 Actualización de datos

Desde que se comenzó a hacer la encuesta para formar el marco de referencia hasta la fecha, ha cambiado alguna información de las parroquias:

3.1.1 Nuestra Señora de Guadalupe
El vicario es el P. Octavio Martínez.

3.2.2 La Merced
El vicario es el P. Luis Hernández.

3.2.3 San José
El párroco es el P. Antonio Zermeño y le ayudan como vicarios los PP. J. Carmen Cervantes Contreras y Martín Quintana Negrete.

3.2.4 La Medalla Milagrosa

El párroco es el P. Javier Castro Montaña.

3.2.5 San Marcelino Champagnat

El párroco es el P. Fernando Franco Gil y actualmente no tiene vicarios.

3.2.6 Nuestra Señora de Fátima

El párroco es el P. Gabriel Ruiz Rodríguez y el vicario es el P. Raúl Duarte Tello.

3.2.7 Santo Niño de la Salud

Los vicarios son los PP. César Guzmán y Pastor Mendoza.

3.2.8 San Antonio de Padua

El párroco es el P. Daniel Delgado.

