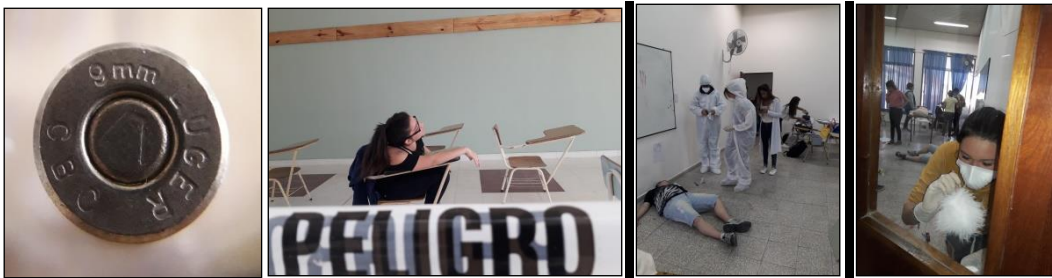




FCyT- Video Filmación



Contenido del Cuadernillo

Unidad I: Introducción al lenguaje audiovisual.

Unidad II: Video análogo y digital

Unidad III: Manejo de Cámara. La Toma y los elementos que la componen.

Unidad IV: El espacio y el tiempo audiovisual.

Unidad V: Iluminación

Unidad VI: Montaje y edición audiovisual

Unidad VII: La filmación en el Lugar del Hecho.

Unidad VIII: Dron



Unidad I: Introducción al Medio Audiovisual

1.1 ¿Qué es lo audiovisual?

El Lenguaje audiovisual, básicamente, está compuesto por la imagen, el sonido y las reglas de combinación técnico-retórica.

Si algo caracteriza a lo audiovisual, en el sentido de diferenciarlo de los otros lenguajes, es que se desarrolla en torno a dos sentidos simultáneamente: la vista y la audición. Así, como posibilidad más acabada de comunicación, implica un proceso evolutivo que no ha hecho más que perfeccionarse: del lenguaje hablado al escrito y luego su reproducción mecánica (impresión); de la transmisión del sonido a través de un cable (teléfono) a su transmisión a través de las ondas hertzianas (radio); de la imagen fija (fotografía) a la imagen móvil (cine mudo); y de éste a la combinación con el audio (cine sonoro); de la película de celuloide (cine) a la transmisión por medio de ondas (televisión) y así podríamos detenernos en el color, la posibilidad de grabar los mensajes, el cable, el video y las múltiples posibilidades que brinda la combinación del lenguaje audiovisual con la informática.

Aunque hay autores que incluyen en lo audiovisual; tanto lo auditivo puro (como la radio) como lo visual solo (la diapositiva) y también la combinación de ambos (el cine y la TV), atendiendo más a características técnicas de los medios que a la naturaleza del lenguaje, o incluso a quienes incluyen en lo audiovisual a productos propios de la gráfica como la fotonovela (como el semiólogo Christian Metz), en nuestro caso optaremos por llamar audiovisual a "la conjugación de la imagen con el sonido" mediante una "transformación técnica y retórica" que opera sobre la realidad que reproducimos generando un relato que constituye una nueva realidad.

Desde una perspectiva semiótica, Herreros (1978) propone distinguir los sistemas parciales que conforman el sistema audiovisual y las redes relacionales entre ellos:

- **Sistema de la realidad sonora:** incluye los elementos acústicos de todo tipo "tanto naturales como creados por el hombre, presentes o ausentes del interior del encuadre": lo verbal hablado; los ruidos o efectos; el silencio y la música.
- **Sistema visual:** más amplio, "incluye todos los sistemas de comunicación y significación relacionados con la vista y la psicología de la percepción visual": el lenguaje escrito en sus variantes gráficas y las imágenes visuales.
- **Sistema de la transformación técnico-retórica audiovisual:** todo lo que se refiere a la selección visual y sonora de la realidad, al movimiento de cámara y al montaje. "Tal vez sea el sistema más movidizo a la hora de codificarlo, pero también el más específico y el que de verdad da sentido y aglutina a los dos anteriores".

A lo largo de la Cátedra Video Filmación nos detendremos a estudiar el sonido, la imagen y la transformación técnico-retórica con todas sus particularidades para así poder aplicarlo tanto a la video filmación en el lugar del hecho como así también al análisis de una grabación de un robo u homicidio.

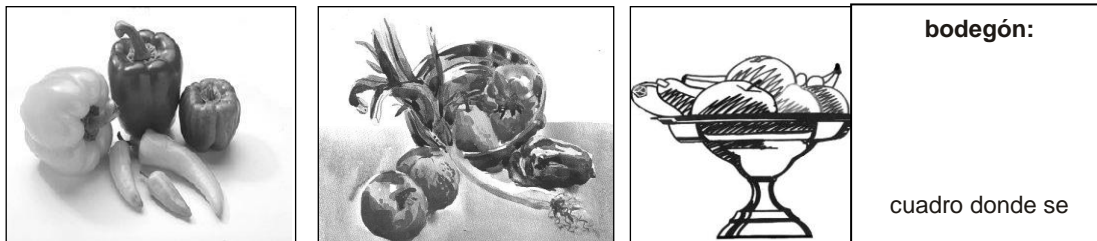
Por una cuestión operativa relacionada con la necesidad de facilitar el proceso de aprendizaje, centraremos la atención en la imagen fija. En este sentido, nos concentraremos en las características de la imagen:

- **Iconicidad**
- **Simplicidad/Complejidad**
- **Monosemia/Polisemia**
- **Originalidad/Redundancia**
- **Literalidad**

Iconicidad (como opuesto a abstracción).

Abraham Moles define la iconicidad a partir de considerar a la imagen como "La imagen de un objeto real". La imagen no es el objeto. Dado que la iconicidad es una cuestión de grados, diremos que una imagen es más icónica (o más figurativa) en la medida en que se parece más al objeto original. Que se parezca más al objeto quiere decir que la imagen será más icónica si comparte con el objeto más propiedades comunes que saltan a la vista en el momento en que son percibidas. En consecuencia, no hay nada más icónico que el objeto mismo.

Ejemplo de grados de Iconicidad:



Fotografía

Pintura

Dibujo

Descripción Lingüística

La iconicidad es lo opuesto a la abstracción, una foto es icónica un símbolo es abstracto (como la bandera). Moles dice que "un símbolo es un signo que retiene en muy poca medida elementos del objeto que designa: en otros términos, se le parece poco"

Cuanto mas icónica es una imagen, menos ambigüedades o asimetrías se generan en su reconocimiento o su decodificación. Como así también, cuanto más abstracta la imagen la ambigüedad es mayor.

En este sentido, la fotografía, el cine y la TV en general y técnicamente hablando, están en condiciones de representar la realidad con un alto grado de iconicidad. Pero, representar la realidad no quiere decir que sea la realidad misma. Puede ser muy icónico pero no es la realidad.

Simplicidad/Complejidad

Las imágenes complejas, una pintura vanguardista por ejemplo (el 'Guernica' de Picasso), requieren de mucho más tiempo para ser comprendidas por el receptor.

Sin embargo, una botella de vino con el fondo de un viñedo, solo nos comunica la publicidad del vino, ahora bien, el escote de la mujer con la sugerente imagen de las manos sosteniendo una copa que no se muestra, nos sugiere otro significado a parte de la publicidad del vino, hace referencia a la sensualidad de la mujer, la sexualidad, etc. es decir es, mucho mas compleja.

Cuando hablamos de simplicidad nos referimos a un alto grado de Iconicidad y un bajo nivel de ambigüedad.



Simple



Compleja

Monosemia/Polisemia

La imagen del vino a través de la botella, la marca y el tipo de diseño, muy icónico, tienden a generar un solo significado: estoy promocionando este vino, se llama Santa Julia, cómprelo y punto. Así, más o menos, funcionan las campañas publicitarias cuando lanzan un producto nuevo al mercado.

Sin embargo, la segunda publicidad utiliza imágenes polisémicas cuando asocia un producto, el vino, con otras cuestiones: la belleza femenina; el buen nivel de vida; el confort; la autosatisfacción, la sexualidad etc.

La polisemia o ambigüedad es riesgosa, porque bien puede ocurrir que el receptor entienda exactamente lo opuesto a lo que el emisor ha querido decir.

El arte, en general, utiliza imágenes polisémicas. En cambio, la educación tiende a las monosémicas, para garantizar que ciertos contenidos sean comprendidos por los alumnos.

Polisemia



Monosemia

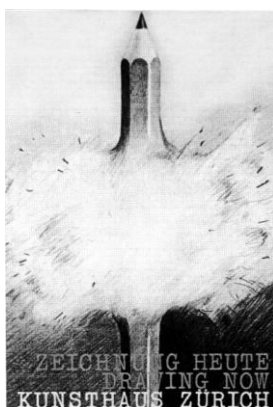


Originalidad/redundancia

Tiene que ver con el grado de familiaridad de lo que muestra la imagen. En general las *imágenes publicitarias* son redundantes en el sentido de que utilizan elementos comunes para facilitar la comprensión y la identificación del receptor. Ahora, la redundancia se transforma en 'estereotipo' cuando "se utiliza para establecer modelos o formas de comportamiento que puedan resultar reconocibles y fáciles de asumir por el espectador".

Las imágenes más originales son las artísticas y sobre todo las del arte no figurativo, vanguardista, de tono experimental. La originalidad, que puede incluso desconcertar al público ("y eso ¿qué quiere decir?"), tiene directa relación con alguna de estas circunstancias: una operación compleja de desciframiento o de codificación, un bajo grado de iconicidad, un contraste poco común de elementos, la forma en que está organizada espacialmente, la distribución de los objetos, la presentación 'extraña' o 'rara' de un objeto conocido, el uso de colores diversos a los del objeto real, un punto de vista poco común, la finalidad del mensaje y la creatividad de los autores.

Originalidad



Redundancia



Literalidad

Una lectura literal de la imagen es aquella que se limita a describir lo que se ve en ella. Es lo que comúnmente se ve en Lengua como nivel denotativo, pero toda imagen es susceptible de ser decodificada más allá de su apariencia, lo que se conoce como nivel connotativo.



La fe Cristiana



Benjamín Menéndez-1984

Lo denotativo de cada imagen se reduce a describir lo que vemos. Lo connotativo hace referencia a la Fe Cristiana en la primera imagen y al Golpe de Estado en Argentina, en la segunda imagen.