

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**TESIS DE GRADO**

**EL CORTOMETRAJE**

*MANUAL GUÍA PARA LA PRODUCCIÓN DE UN  
CORTOMETRAJE, EN LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN DE  
LA UISEK*

**Autor:**

**CARLOS ANDRÉS MARTÍNEZ**

**Director de Tesis:**

**DAVID DUQUE**

**QUITO - ECUADOR**

**Agosto/2009**

## RESUMEN EJECUTIVO

*Las primeras películas mudas duraban sólo algunos minutos, pero esa duración pronto se alargó hasta ocupar un rollo de película, es decir, unos 15 minutos, y a veces hasta dos rollos.<sup>1</sup>*

El cortometraje, concebido como un film artístico de acción real, ha evolucionado para convertirse en un producto de iniciación de los cineastas, videoastas, realizadores y aficionados. Pero, ¿puede acaso un cortometraje convertirse en un medio educativo?

La respuesta es sí. El cortometraje es una película pequeña, donde se aplican varios conocimientos básicos, la utilización de herramientas audiovisuales y sobretodo un enriquecimiento personal, gracias a los argumentos y consejos de los veteranos o novatos que conformen el equipo de producción de un cortometraje. Un manual guía para la realización de un cortometraje es un canalizador de estos conocimientos adquiridos.

Las llamadas herramientas audiovisuales, como cámara de fotos, cámara de video, islas de edición y más sufren día a día un desarrollo convirtiendo a la tecnología audiovisual en un instrumento en el desarrollo de los profesionales,

---

<sup>1</sup> <sup>1</sup> KONIGSBERG Ira, Diccionario Técnico Akal de Cine, ediciones Akal, S.A.,2004

estudiantes, empresas y familias, como instrumento informativo, comunicacional, educativo y hasta recreativo.

## ABSTRACT

*The first silent movies used to last only a few minutes; however the duration soon lengthened to occupy a roll of film, in other words 15 minutes, sometimes two rolls.<sup>2</sup>*

The short, conceived as an artistic film of real action, has become the initiation of filmmakers, producers and video amateurs. But, can the short be a means of formation?

The answer is yes. The short is a brief movie where basic production knowledge is combined with the utilization of audiovisual tools; and especially with human enrichment thanks to the arguments and advice from the expert and novice staff. A guide for the creation of a short is necessary as the vehicle of this basic knowledge to be acquired.

The recalled audiovisual tools such as photograph camera, video camera and edition stations evolve everyday enhancing modern technology into an

---

<sup>2</sup> KONIGSBERG Ira, Diccionario Técnico Akal de Cine, ediciones Akal, S.A., Madrid – España, 2004.

instrument used by professionals, students, companies and families as a creative mechanism for information, education and communication.

## **DECLARATORIA**

Yo, Carlos Andrés Martínez declaro que la presente es de mi propia autoría y que en ningún caso es copia total o parcial de alguna otra tesis u obra acerca del tema que trato. Asumo la responsabilidad por el plagio de la misma.

---

**CARLOS ANDRÉS MARTÍNES VERDESOTO**

**CI: 171511711-3**

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es la base de los procesos informativos, educativos y sociales. Sin embargo, hoy en día, por los avances tecnológicos en el ámbito de la información y comunicación nos vemos ante la necesidad de enseñar lo que aprendemos.

Para ello tomamos como referencia en la realización de productos audiovisuales, al cortometraje, que para su elaboración se basa en las etapas de: *pre-producción*, *producción* y *post-producción*, planteadas con el fin de realizar una correcta administración de los recursos económicos, humanos y técnicos, que se presentan y se pueden ahorrar antes, durante y después del rodaje. Las mismas que son descritas en el manual guía propuesto en esta tesis. Su finalidad se encamina al proceso de autoaprendizaje entre los alumnos y alumnas de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad SEK, Quito.

El producto con el tiempo pretende convertirse en una herramienta didáctica planteada a partir de una investigación profunda en el área educomunicacional y multimedia. Si se toma en cuenta, el manual educativo tiene facilidad de uso y calidad

de información, lo que permite a los y las estudiantes utilizarlo en la realización y producción de un producto audiovisual creativo, como el cortometraje.

## INDICE

<b>CAPÍTULO I</b>	<b>El contexto cultural como base para el estudio de la comunicación.</b>	
<u>1.1.</u>	<u>Cultura</u>	9
<u>1.2.</u>	<u>Comunicación</u>	11
<u>1.3.</u>	<u>La comunicación y la cultura</u>	12
<u>1.3.1.</u>	<u>Importancia de la comunicación</u>	13
<u>1.3.2.</u>	<u>Elementos de la comunicación</u>	14
<u>1.3.3.</u>	<u>Tipos de comunicación</u>	16
<u>1.3.3.1</u>	<u>Comunicación verbal</u>	17
<u>1.3.3.2</u>	<u>La comunicación no verbal</u>	17
<u>1.3.3.3</u>	<u>Comunicación visual</u>	18
<u>1.4.</u>	<u>Fundamentos de la comunicación</u>	19
<u>1.5.</u>	<u>Comunicación audiovisual.</u>	20
<u>1.5.1.</u>	<u>Características de la comunicación audiovisual</u>	21
<u>1.5.2.</u>	<u>Elementos de la comunicación audiovisual</u>	21
<u>1.6.</u>	<u>La comunicación audiovisual en occidente.</u>	23
<u>1.7.</u>	<u>Nuevas tecnologías audiovisuales</u>	25
<b>CAPÍTULO II</b>	<b>Tecnología y comunicación en la actualidad</b>	<b>29</b>
<u>2.1</u>	<u>Breve historia de la multimedia</u>	29
<u>2.2</u>	<u>Definición de multimedia</u>	31
<u>2.3</u>	<u>Tipos de productos multimedia</u>	32
<u>2.3.1</u>	<u>Basándose en las páginas</u>	32
<u>2.3.2</u>	<u>Basado en el tiempo</u>	33
<u>2.4</u>	<u>Multimedia y comunicación</u>	34
<b>CAPÍTULO III</b>	<b>El video como medio de comunicación y educación</b>	<b>36</b>
<u>3.1</u>	<u>Breve historia de video</u>	36
<u>3.2</u>	<u>Definición del término video</u>	37
<u>3.3</u>	<u>Video educativo</u>	37
<u>3.4</u>	<u>El audiovisual</u>	40
<u>3.4.1</u>	<u>Percepción visual</u>	41
<u>3.4.2</u>	<u>Percepción auditiva</u>	42
<u>3.5</u>	<u>La educación</u>	44

<a href="#">3.6 Teorías de la educación</a>	45
<a href="#">3.7 Teorías del aprendizaje</a>	46
<a href="#">3.7.1 Teoría conductivista</a>	47
<a href="#">3.7.2 Teoría del procesamiento de la información.</a>	47
<a href="#">3.7.3 Teoría del aprendizaje por descubrimiento.</a>	48
<a href="#">3.7.4 Aprendizaje significativo</a>	48
<a href="#">3.7.5 Teoría cognitivista</a>	49
<a href="#">3.7.6 Teoría constructivista</a>	50
<a href="#">3.7.7 Teoría conectivista</a>	51
<a href="#">3.8 Educomunicación audiovisual.</a>	52
<a href="#">3.9 Necesidad de la educomunicación audiovisual.</a>	53
<a href="#">3.10 Uso del manual en el aula</a>	54
<a href="#">3.11 ¿Qué es un manual educativo?</a>	55
<a href="#">3.12 ¿Qué es un manual educativo multimedia?</a>	55
<a href="#">3.12.1 Características de un manual educativo multimedia ideal</a>	57

#### [CAPÍTULO IV Desarrollo del manual guía para la producción de un cortometraje en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UISEK](#) 59

<a href="#">4.1 Breve historia y formación de la UISEK</a>	59
<a href="#">4.2 Naturaleza, fines y filosofía</a>	61
<a href="#">4.2.1 Misión</a>	61
<a href="#">4.2.2 Visión</a>	62
<a href="#">4.3 Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UISEK</a>	65
<a href="#">4.4 Creación de un manual guía para la producción de un cortometraje</a>	67
<a href="#">4.5 Justificación para la creación del manual guía para la producción de un cortometraje</a>	68
<a href="#">4.6 Funciones del manual guía para la producción de un cortometraje</a>	68
<a href="#">4.7 Entorno en el que se utilizará el manual guía para la producción de un cortometraje</a>	69
<a href="#">4.7.1 Espacio</a>	69
<a href="#">4.8 Manual guía para la producción de un cortometraje en la Universidad Internacional SEK</a>	69
<a href="#">4.8.1 Contenidos del manual</a>	69
<a href="#">A) PRE-PRODUCCIÓN</a>	70
<a href="#">1. Idea</a>	70
<a href="#">2. Investigación e indagación</a>	70
<a href="#">3. Sinopsis</a>	71
<a href="#">4. Título</a>	71
<a href="#">5. Tema</a>	71
<a href="#">6. Store line</a>	72
<a href="#">7. Argumento</a>	72
<a href="#">8. Planteamiento del guión</a>	72
<a href="#">8.1 Guión literario</a>	73
<a href="#">8.2 Guión técnico o fotográfico</a>	77
<a href="#">9. La Imagen</a>	77
<a href="#">10. Encuadre</a>	77
<a href="#">11. Secuencias y planos</a>	79
<a href="#">11.1 Gran Plano General o Panorámico (G.P.G.)</a>	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

<a href="#">11.2 Plano General (P.G.)</a>	¡Error! Marcador no definido.
<a href="#">11.3 Plano Medio Corto (P.M.C.)</a>	¡Error! Marcador no definido.
<a href="#">11.4 Plano Medio Largo (P.M.L.)</a>	¡Error! Marcador no definido.
<a href="#">11.5 Primer Plano (P.P.)</a>	¡Error! Marcador no definido.
<a href="#">11.6 Primerísimo Primer Plano (P.P.P.)</a>	¡Error! Marcador no definido.
<a href="#">11.7 Plano detalle (P.D.)</a>	¡Error! Marcador no definido.
<a href="#">11.8 Two Shot</a>	84
<a href="#">11.9 Plano Secuencia</a>	84
<a href="#">11.10 Variaciones de un plano</a>	85
<a href="#">11.10.1 Según las Angulaciones de la Cámara</a>	85
<a href="#">11.10.1.1 Normal</a>	85
<a href="#">11.10.1.2 Picado</a>	86
<a href="#">11.10.1.3 Contrapicado</a>	87
<a href="#">11.10.1.4 Plano Aéreo</a>	88
<a href="#">11.10.1.5 Cenital</a>	89
<a href="#">12 Escaleta</a>	89
<a href="#">13 Story board</a>	95
<a href="#">14 Desglose de producción</a>	96
<a href="#">15 Propuesta estética</a>	96
<a href="#">16 Formación del equipo</a>	97
<a href="#">17 Casting de actores y actrices</a>	97
<a href="#">18 Locaciones</a>	98
<a href="#">19 Cronograma de rodaje</a>	98
<a href="#">20 Presupuesto</a>	99
<a href="#">20.1 Financiación del proyecto</a>	99
<a href="#">20.2 Presupuesto de producción</a>	99
<a href="#">B) PRODUCCIÓN</a>	100
<a href="#">1. Director</a>	101
<a href="#">2. Asistente de dirección</a>	101
<a href="#">3. Productor</a>	101
<a href="#">4. Supervisor de guión (script)</a>	102
<a href="#">5. Realizador</a>	103
<a href="#">6. Equipo de iluminación</a>	103
<a href="#">7. Sonidista</a>	104
<a href="#">8 Vestuario</a>	104
<a href="#">9 Maquillaje y peluquería</a>	105
<a href="#">10 Sonido</a>	106
<a href="#">10.1 Sonido ambiente</a>	107
<a href="#">10.2 Sonido en exteriores</a>	107
<a href="#">10.3 Sonido en interiores</a>	107
<a href="#">10.4 Sonido directo</a>	108
<a href="#">11 Iluminación</a>	108
<a href="#">11.1 Iluminación de tres puntos</a>	109
<a href="#">11.2 Iluminación natural</a>	109
<a href="#">C) POST-PRODUCCIÓN</a>	109
<a href="#">1. Edición o montaje</a>	110
<a href="#">4.9 Recursos para la producción del manual en la práctica</a>	111
<a href="#">4.9.1 Recursos humanos</a>	111
<a href="#">4.9.2 Materiales técnicos</a>	111
<a href="#">4.9.3 Materiales de utilería</a>	112

<a href="#">4.10 Presupuesto del manual guía para la UISEK</a>	112
<a href="#">CAPÍTULO V</a>	113
<a href="#">Conclusiones y recomendaciones</a>	113
<a href="#">5.1 Conclusiones</a>	113
<a href="#">5.2 Recomendaciones</a>	114
<a href="#">REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</a>	116

## CAPÍTULO I

### El contexto cultural como base para el estudio de la comunicación.

#### 1.1. Cultura

*...la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.<sup>3</sup>*

**UNESCO, 1982**

---

<sup>3</sup> UNESCO, *Declaración de México*, 1982, 12 de marzo de 2009, <http://www.fing.edu.uy/iimpi/academica/grado/gescal/Cultura.pdf>

La cultura es el conjunto de formas y expresiones de una sociedad determinada a partir de patrones específicos de su comportamiento, donde se incluyen: religión, rituales, costumbres, prácticas, vestimenta, códigos, normas de comportamiento y reglas.

La cultura personal en cambio, es toda información, comportamiento y habilidades que posee el individuo. Es importante mencionar que la cultura no es genética ni aprendida, por el contrario es interiorizada por instinto ya que posee una gran capacidad de adaptabilidad.

La cultura es considerada: un código simbólico, ya que comparte unos mismos símbolos como: palabras, gestos, imágenes, u objetos que llevan un significado particular que le permitan comunicarse entre los miembros de un entorno determinado; un sistema arbitral, pues no se rige a regla alguna, cada cultura es libre de escoger su propio modelo de comportamiento cultural; y un sistema integrado, donde las partes se interrelacionan para alimentar sus funciones.

*...aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres, y cualesquier otro hábito y capacidades adquiridos por el hombre. La situación de la cultura en las diversas sociedades de la especie humana, en la medida en que puede ser investigada según principios generales, es un objeto apto para el estudio de las leyes del pensamiento y la acción del hombre.*

**Tylor, 1995**

## 1.2. Comunicación

*“La capacidad del ser humano para comunicarse con sus semejantes a nivel superior es una de las diferencias radicales con el resto de las especies”<sup>4</sup>*

La comunicación se define como la difusión o intercambio de pensamientos, ideas, sentimientos, opiniones o información de palabra, por escrito, o de signos. La comunicación es un proceso dinámico que ha existido desde el inicio de la vida en nuestro planeta y desde ese momento sufre continuamente una evolución.

Es de carácter social, pues está presente en todo espacio donde exista algo que pensar, decir y transmitir. Concretamente todo momento en el cual los seres vivos comparten con sus semejantes, es cuando se transmite e intercambia información voluntaria e involuntariamente.

El proceso de comunicación es igual al producto de la transferencia de información de una fuente a otra. Este proceso se conoce como feedback<sup>5</sup>, cabe recalcar que para este tipo de interacción es indispensable la presencia de al menos dos agentes que poseen un sistema semiótico de signos y reglas similares.

---

<sup>4</sup> ONGALLO, Carlos “Manual de Comunicación”, Dykinson, 2007, 60.

<sup>5</sup> *Feedback* se describe la situación de cuando la producción (o información sobre el resultado de) un evento o fenómeno en el pasado influirá en el mismo evento o fenómeno en el presente o futuro <http://en.wikipedia.org>

### **1.3. La comunicación y la cultura**

Tal vez la característica más esencial de la cultura es la comunicación, ya que el desarrollo de las culturas depende de de ella, sin ella los diferentes pueblos no podrían sobrevivir ni expandirse.

La comunicación es una herramienta que favorece la globalización transmitiendo códigos que en su mayoría son diferentes variando según la raza, el idioma, la cultura, etc. A través de la historia de la cultura las personas obtienen estos códigos comunicativos.

Existen características específicas de cada cultura que intervienen en la comunicación, como el idioma, la comunicación no verbal, las costumbres, la percepción de los valores y conceptos de tiempo y espacio. Incluso si dos culturas diferentes comparten el mismo idioma y muy cercana ubicación geográfica, pueden tener diferencias en costumbres y valores.

La comunicación permite transmitir los conocimientos, creencias, artes, costumbres y leyes, configuraciones culturales de todo el mundo, además permite interculturalmente preservar la identidad transmitiéndola de generación en generación.

El hombre y la cultura se influyen mutuamente siendo responsables de la construcción de la realidad social en la vida humana.

La comunicación mediante medios como el Internet está reconfigurando las identidades culturales alrededor del mundo. Por esto hay que procurar no perder la identidad cultural defendiendo los espacios independientes para el desarrollo de la razón y el espíritu. Es importante estimular la globalización pero sin aumentar la brecha entre países desarrollados y subdesarrollados.

La actual condición cultural cambia rápidamente a la velocidad con la que cambian los avances tecnológicos (como Internet y la televisión por satélite), afectando la forma de adquirir conocimientos sobre sí mismos y otros. Por esto la evolución de las relaciones entre culturas, medios de comunicación y la tecnología son de gran preocupación para el nuevo mundo globalizado.

El mundo contemporáneo es testigo cada vez más de la interconexión y la interdependencia de los pueblos y culturas, estos procesos de globalización son esenciales para la comprensión de los fenómenos contemporáneos de la cultura y la comunicación.

El papel de la cultura y la comunicación en la definición de las identidades colectivas y la formación de una ciudadanía nacional ha sido cada vez más reconocido en los últimos años desde el ámbito público, como en los círculos académicos.

### **1.3.1. Importancia de la comunicación**

La comunicación es una facultad que poseemos los seres vivos, pero es más que eso, es una necesidad. El comunicar nuestros pensamientos, sentimientos, necesidades y aspiraciones nos mantiene vivos y cuerdos, ya que el expresar y transmitir relaja y evita la acumulación de sentimientos negativos en nuestro interior.

### 1.3.2. Elementos de la comunicación

Según el modelo de Shannon y Weaver, los elementos del modelo de comunicación, en cualquier contexto, situación o entorno donde se desarrolla el acto de comunicación son:

- **Emisor:** persona que inicialmente emite el mensaje. Codifica y decodifica el mensaje, le da su propio significado.
- **Receptor:** individuo quien capta la información emitida.
- **Canal:** medio físico o vía por el que se transmite el mensaje.
- **Código:** Es la forma que toma la información que se intercambia entre el emisor y destinatario. Implica la codificación y decodificación del conjunto de datos implicados en el proceso.
- **Mensaje:** información que se quiere transmitir.

Como mencionamos, la comunicación es un proceso de transmisión de mensajes que parten de un emisor hacia un receptor y produce una información de retorno, feedback. (Ver *GRAFICO 1*)



**GRÁFICO 1. (Diseño Carlos Martínez)**

Existen muchos obstáculos comunes para el éxito de la comunicación, dos de los cuales son la sobrecarga de mensaje (cuando una persona recibe demasiados mensajes al mismo tiempo), la complejidad y el mensaje.

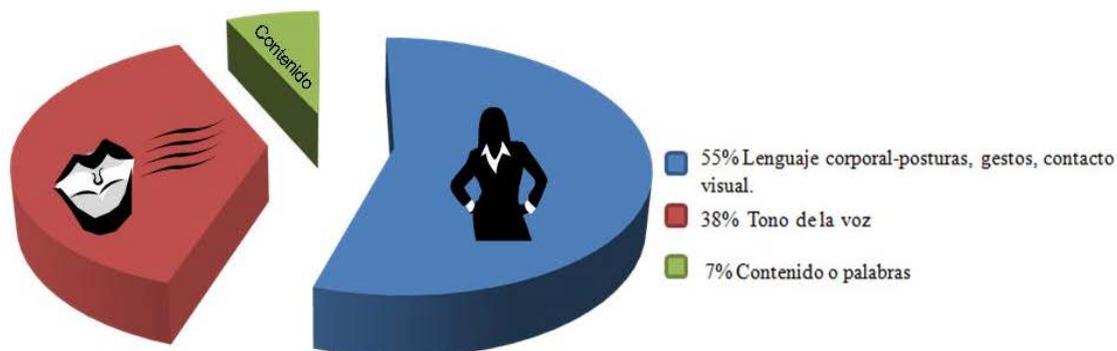
La comunicación verbal y no verbal tiene varios canales: lenguaje, vocalizaciones, conducta espacial, tacto, conducta visual, expresiones faciales, movimientos y posturas corporales. En ellos la conducta cumple varias funciones: comunicar poder, estatus o influencia, comunicar atracción, comunicar otras emociones, cancelar emociones, obtener información, regular el flujo de la comunicación.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> EMERSON KIMBLE Charles, DIAZ LOVING Rolando, PECINA HERNÁNDEZ José Carmen, "Psicología social de las Américas", PERSON, 2002, pg. 266.

### 1.3.3. Tipos de comunicación

Según la investigación<sup>7</sup> existen tres partes principales en el proceso de comunicación cara a cara, que se clasifica, por porcentajes, de la siguiente manera:

- 55% lenguaje corporal-posturas, gestos, contacto visual.
- 38% tono de la voz
- 7% contenido o palabras. (Ver GRÁFICO 2.)



**GRÁFICO 2. (Diseño Carlos Martínez)**

La comunicación, como mencionamos en el párrafo anterior, utiliza diferentes tipos de comunicación, muchos de ellos complementarios, como veremos adelante. La mayoría de los patrones utilizados por el ser

<sup>7</sup> MEHRABIAN AND FERRIS, "Inference of Attitude from Nonverbal Communication in Two Channels". In: *The Journal of Counselling Psychology* Vol.31, 1967, pp.248-52.

humano son sonidos y gestos que permiten la comunicación con su entorno.

Existen miles de lenguajes humanos e idiomas, que no son más que sistemas de signos que comparten ciertas propiedades.

#### **1.3.3.1 Comunicación verbal**

Se refiere a la transmisión de información a través de la palabra.

Proceso para el cual es necesario tener previamente un criterio claro y seguro de lo que es el lenguaje.

La comunicación verbal fluye a través del habla y es percibido por el sentido del oído, pero el verdadero proceso no consiste en solo hablar y escuchar bien, sino en comprender fielmente lo que se escucha.

Dentro de lo que se puede escuchar tenemos: discursos, palabras, poemas, discusiones, debates, análisis y más, que se concretan entre dos personas o más.

#### **1.3.3.2 La comunicación no verbal**

La comunicación no verbal es inevitable, funciona a través del cuerpo humano, sus posturas, lenguaje corporal, expresión facial, gestos, etc. Pero también se muestra en objetos comunicacionales

como el aspecto personal: la ropa, el peinado, etc.; e incluso la arquitectura, símbolos, e infografía.

En este tipo de comunicación el mensaje tiene un comportamiento inesperado y descifrable, pues la comunicación no verbal está presente en el día a día de las personas. Asimismo, los populares mensajes de texto vía celular o mail, tienen elementos no verbales, tales como estilo de arreglo espacial de las palabras, o el uso de emoticones,<sup>8</sup> lo que se puede ver como una evolución de la comunicación no verbal y una reafirmación del contacto inseparable entre el ser humano y la comunicación.

### **1.3.3.3 Comunicación visual**

Es la comunicación ayudada por sistemas visuales, que como todo tipo de comunicación tiene como fin transmitir ideas e información. Este tipo de comunicación se basa únicamente en la visión e incluye: imágenes, ilustraciones, fotos, tipografía, diagramas y otros recursos visuales integrados en una pantalla de ordenador.

El tipo de mensaje que transmite la comunicación visual tiene un mayor poder de informar, educar y persuadir al público, constituyéndose en una herramienta estética y artística para

---

<sup>8</sup> *Emoticones*, un icono es un símbolo o una combinación de los símbolos utilizados para transmitir emocional contenido en forma escrita o un mensaje.

presentar información en el ámbito educativo y profesional, principalmente.

#### **1.4. Fundamentos de la comunicación**

*"quién dice, qué, a quién, en qué medio y con qué efecto",  
maneras de circunscribir la teoría de la comunicación.*

*Lasswell*

Diariamente estamos expuestos a grandes toneladas de información sensorial y afectiva emitida por diferentes medios de comunicación.

El lenguaje audiovisual representado por un conjunto de medios, entre ellos: la televisión, el cine, el video, los videojuegos, el Internet, entre otros, por la fuerza simbólica que posee en cada representación audio-visual, generan en el destinatario aspiraciones, modus vivendi, moda, afecciones, debilitamiento y fortalecimiento del ser humano.

Ante esta situación nos vemos en la necesidad de analizar la producción audiovisual, con el fin de aprovechar sus ventajas, conocer sus alcances y efectos sobre los receptores pasivos, que somos los espectadores de estos géneros visuales y audiovisuales.

En materia de teorías de la comunicación resaltamos a McLuhan quien denominó al estadio de imperio de la letra impresa como Galaxia Gutenberg

y afirmó con preocupación y firmeza: “Toda tecnología inventada y exteriorizada por el hombre tiene el poder de entumecer la conciencia humana durante el periodo de su primera interiorización”<sup>9</sup>. Lo cual se refiere a los cambios de épocas donde con el nacimiento de la tecnología se provocó en la sociedad cambios culturales ante la presencia de una y otra tecnología del pasado y del futuro por la complejidad de su interiorización o adopción.

## 1.5. Comunicación audiovisual.

*“El análisis de las imágenes distribuidas por televisión, del tiempo que pasamos ante el aparato, de las elecciones hechas por los usuarios, etc., no dice nada de lo que el consumidor fabrica durante esas horas y con esas imágenes...”*

*(Entretien, Le Monde, 31 de enero de 1978). ”<sup>10</sup>*

Una vieja aspiración artística era conseguir reproducir imágenes idénticas a las reales, la fotografía en primera instancia ayudó a cumplir este anhelo. Muy pronto el cine le dio movimiento, provocando una evolución en la forma de vivir. Hoy, gracias al video, somos parte de una cultura audiovisual global fuertemente ligada a una comunicación audiovisual. Existen cámaras de video al alcance de un gran número de personas, muchos de los cuales producen videos domésticos continuamente.

---

<sup>9</sup> MC LUHAN, Marshall, *La Galaxia de Gutemberg*. Ed. Artemisa, México. 1987. Pág. 185

<sup>10</sup> MATTELAR Armand, MATTELAR Michéle., *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, 1995-1997. Pág. 105.

Se conoce como comunicación audiovisual al arte de mezclar frases, música, sonidos, imágenes en un solo producto con el fin de enriquecer la transmisión de ideas, información, mensajes, experiencias, expresiones artísticas, culturales y más. La comunicación audiovisual como transmisión de formas simbólicas está ligada al campo de la psicología, la semiótica y la lingüística. Una de las características más importante de la comunicación audiovisual es la capacidad de llegar a grandes públicos y la de reproducirse varias veces.

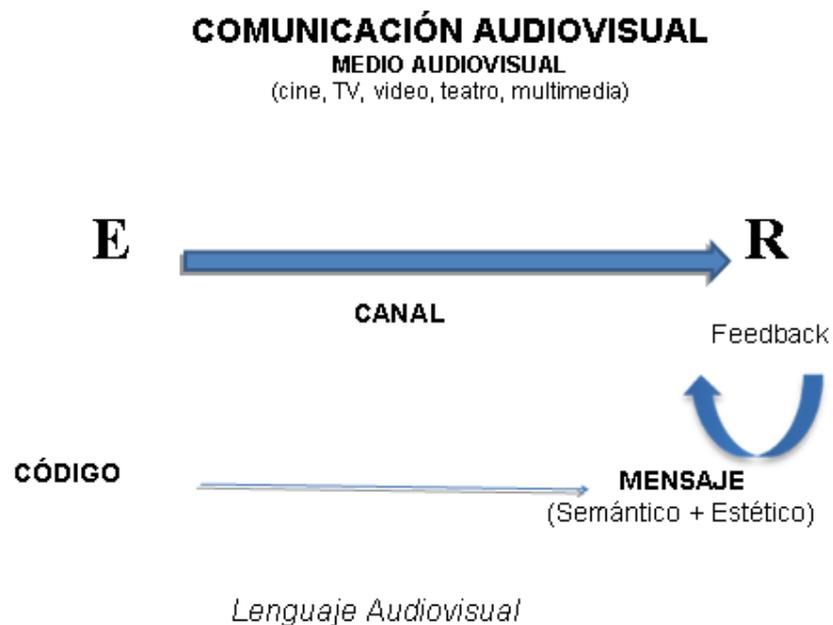
#### **1.5.1. Características de la comunicación audiovisual**

- Permite la comunicación a una gran audiencia (comunicación de masa)
- En la relación emisor-receptor es unidireccional, por lo tanto no hay interacción.

#### **1.5.2. Elementos de la comunicación audiovisual**

En comunicación audiovisual los elementos son los mismos que conocimos en el capítulo referente a la comunicación, pero se reemplazan de la siguiente manera:

- **El emisor** es el productor o realizador audiovisual. Utiliza lenguajes a través de imágenes, sonidos, música, por separado o combinándolos.
- **El mensaje** es el producto audiovisual (cortometraje, spot publicitario, largometraje, medimetraje, reportaje, etc.)
- **El medio**, según el caso puede ser: la televisión, el video, el cine, el teatro, y más.
- **El receptor** vendría a ser el público, televidentes, etc.
- **El código** es el lenguaje audiovisual que pueda ser codificado por el emisor y el receptor.



**GRÁFICO 3. (Diseño Carlos Martínez)**

Los medios de comunicación de masas han aportado en la sociabilización de productos audiovisuales, por lo cual es necesario analizarlos. Una de las deficiencias de la comunicación audiovisual

de masas es la ausencia de feedback, pues el mensaje es enviado a los receptores para que lo analicen, pero no existe interacción.

La comunicación de masas tiene algunas características, según Thompson:

- 1- Utilizan medios técnicos en la comunicación.
- 2- Es una producción y circulación de forma simbólica.
- 3- Supone una ruptura estructurada entre producción y recepción.
- 4- La comunicación de masas permite la disponibilidad del mensaje en cualquier momento (tiempo-espacio).

## **1.6. La comunicación audiovisual en occidente.**

*“En algunos países se da que grupos económicos son dueños de extensos medios informativos, como es el caso del Grupo Clarín en Argentina o Televisa en México.”<sup>11</sup>*

Los grandes medios de comunicación de masas, en especial los canales de televisión y frecuencias de radio, se les ha vinculado con grupos poderosos como: los banqueros, grandes empresarios, grupos económicos y políticos quienes utilizan los multimedios para cumplir objetivos personales y muchas

---

<sup>11</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://74.125.47.132/search?q=cache:nYDN6014FpIJ:es.wikipedia.org/wiki/Medio\\_de\\_comunicaci%C3%B3n+que+grupos+econ%C3%B3micos+son+due%C3%B1os+de+extensos+medios+informativos,&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://74.125.47.132/search?q=cache:nYDN6014FpIJ:es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n+que+grupos+econ%C3%B3micos+son+due%C3%B1os+de+extensos+medios+informativos,&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a)

veces abusan del poder y traicionan la ética comunicacional, que consiste en informar a los televidentes de manera imparcial y siempre junto a la verdad.

Los medios multimedia al permitir la transmisión de sentimientos, informar, crear opinión y mostrar la realidad de la gentes, sus costumbres, sus pensamientos, sus ilusiones, su diario vivir, sus problemas ha hecho que el mundo audiovisual occidental, ante la realidad social, política y económica de los países occidentales, en su mayoría tercer mundistas, se enfoque en la expresión de la cotidianidad de los habitantes de cada rincón del país. El mercado audiovisual occidental abusa en su programación haciendo de los espacios multimedia, espacios políticos que poco a poco provocan una crisis de identidad, pues cada día se libra una guerra de posicionamiento entre televisoras, radiodifusoras, productos promocionados audiovisualmente y contiendas políticas que, en especial durante época electoral, aumentan las cadenas públicas y privadas.

*“La audiencia todavía es masiva, pero ya no es de masa en el sentido tradicional en que un emisor emitía para múltiples receptores. Ahora disponemos de una multiplicidad de emisores y receptores, y por lo tanto una multiplicidad de mensajes, y como consecuencia la audiencia se ha vuelto activa y selectiva.”<sup>12</sup>*

---

<sup>12</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://74.125.47.132/search?q=cache:nYDN60l4FpIJ:es.wikipedia.org/wiki/Medio\\_de\\_comunicaci%C3%B3n+que+grupos+econ%C3%B3micos+son+due%C3%B1os+de+extensos+medios+informativos,&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://74.125.47.132/search?q=cache:nYDN60l4FpIJ:es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n+que+grupos+econ%C3%B3micos+son+due%C3%B1os+de+extensos+medios+informativos,&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a)

El progreso y evolución constante de los productos audiovisuales de occidente, buscan nuevas formas de comunicar y llegar a todas las audiencias. En este proceso es fundamental un estudio socioeconómico de cada región para satisfacer las necesidades de cada individuo, dirigiendo las diferentes programaciones al o a los targets adecuados. La historia del reciente boom de producción audiovisual latinoamericano, prioriza por una parte los aspectos económicos, industriales y comerciales; y por la otra los aspectos ideológicos y culturales desde una perspectiva nacional y con características y necesidades propias del país de origen.

## **1.7. Nuevas tecnologías audiovisuales**

*“El concepto de sociedad de masas, asociado al de cultura de masas, había sido durante largo tiempo la referencia maestra de las controversias sobre la naturaleza de la modernidad de los medios de comunicación. A partir de finales de los años 60, pierde esta condición de exclusividad: le sucede nuevas apelaciones para caracterizar la sociedad obsesionada por las tecnologías de la información y la comunicación.”<sup>13</sup>*

Las nuevas tecnologías audiovisuales en la enseñanza tienen sus antecedentes inmediatos en el uso de proyectores y magnetófonos utilizados para proyectar las representaciones audiovisuales a comienzos de 1960. La aparición de la televisión y el cine cambiaron la forma de pensar y de actuar de la población mundial, las primeras transmisiones audiovisuales, los

---

<sup>13</sup> MATTELAR Armand, MATTELAR Michéle., *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, 1995-1997. Pág. 85.

videos, las películas, novelas, noticieros y más, dieron la pauta para la utilización de estas nuevas tecnologías en el área educativa, donde hasta hoy están a la espera de ser explotadas en su totalidad.

Los escritores Alfonso Gutiérrez Martín, Alfonso Gutiérrez, Carmen Rosa Redondo, autores del libro “Educación multimedia y nuevas tecnologías”, opinan que hoy, no es posible hablar de tecnologías audiovisuales dejando de lado las tecnologías informáticas y su evolución, son dos tecnologías que complementándose una de la otra dan origen a nuevos conocimientos, instrumentos y procedimientos capaces de realizar la función de comunicar, razón por la cual los estudiosos del tema prefieren hablar de Nuevas Tecnologías de la Comunicación o TICs, que nacieron para facilitar la función primordial del ser humano, comunicar. Las TICs buscan facilitar la comunicación con el usuario y la comunicación entre usuarios a través de un canal, que en esta era tecnológica será una computadora, un teléfono, un celular, y miles de opciones más.

El constante desarrollo de las TICs en la red se ve representado por:

- La aparición del servicio del correo electrónico
- La teleconferencia
- La videoconferencia
- Las diversas formas de navegación que presentan los software existentes.

- Y las modalidades de televisión, radio y periódico digital que nacieron hace poco pero que amenazan con desaparecer la tecnología mayoritaria con la que vivimos hasta hoy.

Las TICs ofrecen nuevos desarrollos y dispositivos tecnológicos que día a día se ponen a nuestra disposición como herramientas de soporte audiovisual útil o recursos didácticos que en más de una actividad nos serán útiles, como son: ordenadores, proyectores, video interactivo, lectores digitales, multimedia, entre otros. La mayoría de estas herramientas deberían estar en las instituciones educativas pues ante esta aldea global, de la cual somos parte, debemos familiarizarnos con ellos. Hoy el conocer y saber utilizar las TICs es una necesidad.

*“...La connotación de la vuelta a la comunidad y a lo íntimo, vinculada con la aldea global (mundo visión), le parece poco adaptada al nuevo entorno internacional, ya que el entramado de las redes de esta sociedad que el bautiza tecnotrónica, fruto del cruce del ordenador, el televisor y las telecomunicaciones, está transformando el mundo en un nudo de relaciones interdependientes, nerviosas, agitadas y tensas, y por tanto aumentan el riesgo de aislamiento y de soledad para el individuo...”<sup>14</sup>*

---

<sup>14</sup> MATTELAR Armand, MATTELAR Michéle., *Historia de las teorías de la comunicación*, Paidós, 1995-1997. Pág. 86.

Vivimos en una sociedad multimedia por lo que es necesario estar informados sobre los avances tecnológicos de los nuevos medios, para lo cual se debe tomar en cuenta características como:

- Flexibilidad
- Versatilidad
- Interactividad
- Globalización
- Digitalización
- Compatibilidad con software
- Tipo de soporte (CD-ROOM, DVD, VCD, cinta de video, MiniDV, diapositivas, etc.)

## CAPÍTULO II

### Tecnología y comunicación en la actualidad

#### 2.1 Breve historia de la multimedia

En la antigüedad los libros, el cine, los ordenadores y los teléfonos contaban con diferentes soportes por lo que resultaba muy compleja la mezcla de estos medios de comunicación.

En los primeros congresos de computación, era una preocupación constante la interacción entre los usuarios y las computadoras donde se empezó a utilizar constantemente la palabra multimedia, en ese tiempo quien hablaba de multimedios hablaba de concretar nuevas y mejores formas de explotar al máximo las capacidades de un procesador y que éste fuese una herramienta mucho más poderosa.

En el año de 1945 Vannevar Bush en *As we may think* propone que las

computadoras debían usarse como soporte del trabajo intelectual de los humanos; en ese tiempo ésta era una idea muy innovadora donde la computadora se la consideraba simplemente como una máquina que realizaba cálculos.

Bush diseña una máquina con el nombre MEMEX (MEMory EXtension) que permitiría el registro, la consulta y la manipulación asociativa de las ideas y eventos acumulados en nuestra cultura; y dice textualmente:

*"Considere un dispositivo para el uso individual, parecido a una biblioteca y un archivo mecanizado... donde el individuo pueda almacenar sus libros, registros y comunicaciones y que por ser mecanizado, puede ser consultado con rapidez y flexibilidad."* Esta idea, que se asemeja a la descripción de una computadora personal actual, en el momento en que fue planteada no era factible construirse por cuestiones tecnológicas y eventualmente fue olvidada.

La aparición de la multimedia se dio gracias a dos factores claves:

1. A partir de los años 50 se inventa el transistor que hace posible, una verdadera revolución de las computadoras, apareciendo el chip, los circuitos eléctricos y las tarjetas electrónicas, lo que hacen posible diseñar y ensamblar unidades de procesamiento más compactas donde se

integra el video. Además se desarrollan los discos duros que cada vez soportan una mayor capacidad de almacenamiento. Posteriormente, una serie de accesorios y periféricos han sido desarrollados para que la computadora pueda manejar imagen, sonido, gráficas y videos, además del texto.

2. A partir de los años 70 la instrucción, la capacitación, la educación, y la publicidad desarrollan un concepto operativo de multimedia. Entiéndase como multimedia a la integración de diversos medios (visuales y auditivos) para crear y enviar contenidos por distintos canales, de esta manera haciendo la comunicación más eficaz y al mismo tiempo más atractiva. Eliminando el ruido en la comunicación.

La multimedia nace gracias a los procesos de investigación en el área informática, es por esta razón que desarrolla ante todo capacidades tecnológicas pero sin que a la par se desarrollara desde el principio una reflexión sobre los contenidos que se iban a comunicar, expresar. Es así como por el afán de demostrar los logros informáticos, muchos de los primeros trabajos se limitan a "rellenar" un formato que ofrece posibilidades y facilidades que hasta entonces eran impensables.

## **2.2 Definición de multimedia**

Es el producto de combinar textos, sonido, animaciones, imágenes y video por medio de una computadora u otro medio electrónico. También se la define como una presentación que utiliza imágenes fijas y móviles junto con texto y sonido. Generalmente son interactivos en el sentido que exigen tomas de decisión e implicación por parte del espectador.

Paquete de información controlado por ordenador que utiliza simultáneamente múltiples medios de comunicación (vídeo, audio, animación), presentando contenidos dinámicos promoviendo de esta manera el uso de los diferentes sentidos como la visión, el oído y el tacto, este tipo de tecnología abarca varios ámbitos de la informática. Una presentación multimedia puede reproducirse gracias a un dispositivo por medio de un reproductor multimedia. La transmisión multimedia puede ser en vivo o grabada y la tecnología utilizada varía entre análoga y digital.

## **2.3 Tipos de productos multimedia**

### **2.3.1 Basándose en las páginas**

Se desarrollan utilizando una estructura de tipo espacio. Se trata de una organización similar a la utilizada en los medios de comunicación tradicionales en papel como revistas, libros y periódicos.

En algunos productos multimedia, los usuarios pueden ver sus páginas utilizando los enlaces entre ellos. En este tipo de producto,

interactivo y temporal de los componentes puede estar presente a través del uso de botones, iconos, y los guiones. Los scripts permitirán la creación de pequeños programas para la ejecución de las acciones en determinadas situaciones, tales como la visualización de un vídeo después de un cierto período de tiempo o después que un botón ha sido presionado

### **2.3.2 Basado en el tiempo**

Se desarrollan de acuerdo con una estructura organizacional basada en el tiempo. Esta es una organización con una lógica similar a la utilizada en la creación de una película o animación. Durante el desarrollo de estos productos el contenido multimedia se puede sincronizar, por tanto definir el punto en el que dos o más de ellos son visibles. La interactividad en este tipo de producto se añade a través del uso de scripts. El componente de organización del espacio es también utilizado en este caso durante el desarrollo de estos productos.

En ambos tipos de productos multimedia (páginas o tiempo) mantienen el tiempo y el espacio donde los componentes coexisten, distinguiéndose en la estructura orgánica utilizada como punto de partida para el suministro de contenidos.

Los medios de comunicación de hoy es uno de los recursos más eficaces para garantizar la percepción y la acumulación de

conocimientos. Esto se debe a que los recursos multimedia para estimular aún más los sentidos que simples medios de comunicación. Desde el momento en que se le recomienda al usuario a más de un sentido, la capacidad de procesamiento y almacenamiento de la información aumenta considerablemente.

El uso de recursos multimedia es sólo una de las maneras más eficaces para garantizar un mayor beneficio de esta relación simbiótica entre los seres humanos y máquinas.

## **2.4 Multimedia y comunicación**

La transmisión del mensaje de un emisor hacia un receptor se da por los canales o medios de comunicación, la tecnología multimedia integra a varios de estos medios como audio, video, imágenes, animaciones, texto entre otros, haciendo que la comunicación sea más interactiva y el receptor pueda captar el mensaje con mucho más claridad, optimizando el proceso comunicativo. La multimedia avanza a la par de los avances tecnológicos surgiendo cada día nuevas tendencias e ideas de formas en que se puede implementar y aprovechar a cabalidad los recursos multimedios, como por ejemplo las tele conferencias satelitales y la televisión digital.

El desarrollo de nuevas tecnologías de la comunicación ha permitido destruir barreras geográficas favoreciendo la globalización.

La multimedia con el paso del tiempo se ha ido desarrollando, y este

desarrollo ha traído además de beneficios algunas desventajas o limitaciones como la escasez de normas y estándares para el desarrollo de este tipo de aplicaciones necesarias para asegurar su funcionalidad en cualquier tipo de plataforma.

La multimedia ha llegado a cambiar y a desplazar muchas técnicas o metodologías tradicionales, y hay que recordar que ante cualquier cambio se tiene que aplicar la ética durante el desarrollo de una aplicación, si se genera un producto, éste debe ser con fines positivos, tanto para el desarrollador como para los clientes de la aplicación.

La revolución multimedia ha cambiado la forma de mirar la comunicación, aportando muchas ventajas o facilidades al proceso comunicativo.

La revolución multimedia se ha convertido en el más reciente fenómeno tecnológico y cultural. Permitiendo al usuario desarrollar un diálogo, hacer preguntas, explorar y descubrir, dar y recibir respuestas, por lo que se destaca que los productos multimedia aportan significativamente al desarrollo de la comunicación.

El uso de multimedia soluciona problemas de comunicación basados en las capacidades del medio interactivo. Permitiendo planificar y desarrollar contenidos comunicativos para optimizar la gestión de las organizaciones.

## **CAPÍTULO III**

### **El video como medio de comunicación y educación**

#### **3.1 Breve historia del video**

En los últimos años el video tal como se lo define ha llegado a desempeñar una función cada vez más importante en la realización de películas, ha llegado inclusive a rivalizar con el cine de bajo presupuesto o doméstico, el educativo y el experimental, debido a la calidad mejorada, a su mayor disponibilidad y precio reducido tanto de la cinta de video como de sus aparatos.

La cinta de video en la actualidad ofrece una imagen más nítida y más rica a partir de que se empezó a utilizar la tecnología de alta definición (HD).

Aunque la calidad de la imagen con la mencionada tecnología ha mejorado notablemente, todavía no es capaz de compararse a la luminosidad el contraste, la definición, el color y la inmediatez de las imágenes proyectadas por la película cinematográfica. A pesar de estas deficiencias el video en la

actualidad está siendo usado en grandes cantidades para realizar producciones de películas comerciales.

El video ha logrado alejar a muchas personas de las salas de cine, aunque también ha hecho nacer un vivo interés general en el cine, en especial en la época de estrenos.

*Se ha calculado que en 1986 más de 76 millones de hogares tenían grabadores de video cassetts y que los ingresos brutos por los alquileres y las compras de cintas eran casi los mismos que los de la distribución en salas de cine.<sup>15</sup>*

## **3.2 Definición del término video**

El termino video proviene del latín “videre”, que significa ver y describe tanto la imagen como el sonido en un sistema de televisión principalmente y de cualquier otro medio de comunicación incluyendo el cine.

## **3.3 Video educativo**

El video educativo es un instrumento de aprendizaje a nivel medio y superior, especialmente, que alimenta de conocimiento, ayudando a

---

<sup>15</sup> KONIGSBERG Ira, Diccionario Técnico Akal de Cine, ediciones Akal S.A., Madrid - España, 2004, Pág. 571.

conseguir información, y hasta en muchos casos, saturarnos de ésta, generando desconcierto, confusión y cansancio mental en los receptores de información.

Lo que es claro es que el mensaje, a través de imágenes, sonidos y la comunicación no verbal explícita tiene la capacidad de captarse directamente y con mayor precisión por los sistemas sensoriales humanos, conocidos también como *sentidos*, entre los cuales tenemos: olfato, tacto, gusto, oído y vista. Los dos últimos, el oído y la vista, son los receptores directos captadores de las imágenes y sonidos para enviarlos al cerebro para su respectivo análisis. Por tal, es necesario educar en la correcta utilización y aprovechamiento de productos audiovisuales como el cortometraje, que entre otros, es favorable en el proceso de aprendizaje, es una herramienta educativa que está a la espera de ser explotada en todo su potencial.

*“Hay un principio básico que distingue un medio caliente como la radio, de otro frío como el teléfono; o un medio caliente como la película de cine de otro frío como la televisión. El medio caliente es aquel que extiende, en alta definición, único sentido. La alta definición es una manera de ser, rebosante de información... los medios calientes son bajos en participación, y los fríos, altos en participación por parte del público.”*<sup>16</sup>

En consecuencia, el cortometraje es un medio caliente, pues deja menos lugar a la participación que la televisión.

---

<sup>16</sup> MARSHALL McLuhan., *Comprender los medios de comunicación*, PAIDÓS COMUNICACIÓN, Pág. 43, 1994.

*“La intensidad, o alta definición, engendra especialización y fragmentación en la vida y en los entretenimientos; ello explica el por qué una experiencia intensa ha de ser olvidada, censurada y reducida a un estado muy frío antes de poder ser aprendida o asimilada.”<sup>17</sup>*

Elaborar manuales interactivos multimedia enfocados a impartir conocimientos teóricos y sobretodo incitar a procesos prácticos en la elaboración de un cortometraje, propone un mayor aprovechamiento de los trabajos audiovisuales existentes, y por realizarse, ya que incita a una atenta observación de los pasos que la producción de un producto audiovisual nos ofrece para desarrollarnos individualmente y en conjunto. No podemos dejar de afirmar, que este manual permite descubrir y analizar paso a paso el carácter educativo de productos audiovisuales como el cortometraje, que es capaz de alimentar la creatividad, invención y creación de nuevos y mejores productos a base de los ya hechos, pues la educación se fundamenta en el análisis e investigación de lo existente, de descubrir lo positivo y lo negativo, el mensaje, adquirir conocimiento y desarrollar la crítica en cada uno.

---

<sup>17</sup> MARSHALL McLuhan., *Comprender los medios de comunicación*, PAIDÓS COMUNICACIÓN, Pág. 44, 1994.

### 3.4 El audiovisual

*... uso conjunto de sonido e imágenes (sonido grabado, cine, televisión, diapositivas) en una modalidad cualquiera<sup>18</sup>*

El término empieza a utilizarse a partir de 1930 en Estados Unidos cuando la película de cine incorporó el sonido sincronizado a las imágenes, proceso que para la época se grababa y reproducía por aparatos separados. Estos primeros pasos en el ámbito audiovisual carecía de buena calidad por los rudimentarios elementos que se utilizaba.

A partir de 1950, cuando se empezó a teorizar el término en Francia y con el pasar de los años se empezó a hablar de lenguaje audiovisual y comunicación audiovisual, lo que le dio una connotación importante al término y por ende la tecnológica empezó a abarcar el tema y a mejorar la calidad a través de nuevos sistemas de grabación de audio y video y edición.

La comunicación que habilita lo audiovisual proporciona un mayor poder de informar, educar y persuadir a una persona. Y es una forma de comunicación con efecto visual que rodea al mensaje.

---

<sup>18</sup> KONIGSBERG Ira, Diccionario Técnico Akal de Cine, ediciones Akal, Madrid – España, 2004, Pág. 45.

Como la palabra misma lo dice, audiovisual es la suma de AUDIO y VISUAL, que da como producto una unidad de expresión capaz de ser percibida por los cinco sentidos, en especial por la vista y el oído.

Tanto en la vista como en el oído encontramos una percepción activa, que hace referencia al escuchar y mirar; y una percepción pasiva que viene a ser el oír y ver. Los dos sentidos se complementan en la percepción espacial de la realidad y son elementos indispensables para la recepción de lo denominado audiovisual. Por lo tanto es importante mencionar el proceso de percepción visual y auditiva que a continuación detallamos.

### **3.4.1 Percepción visual**

*Los ojos son una de las partes más expresivas del cuerpo humano.*

*Además son los órganos responsables de uno de los sentidos más desarrollados de la especie humana: la vista.<sup>19</sup>*

Su principal función es la de captar estímulos luminosos y transformarlos en impulsos nerviosos, lo que para nosotros son las imágenes. Pero, *¿cómo vemos?* La luz entra en el ojo por la pupila (el ojo sólo distingue una parte del espectro electromagnético<sup>20</sup>). Aquí entra la labor del iris, ya que su función es la de reaccionar ante los cambios de luz. La luz fuerte hace que las pupilas se cierren, para evitar que la luz nos deslumbre, mientras que con poca luz las pupilas están muy abiertas. Gracias al cristalino la imagen se proyecta

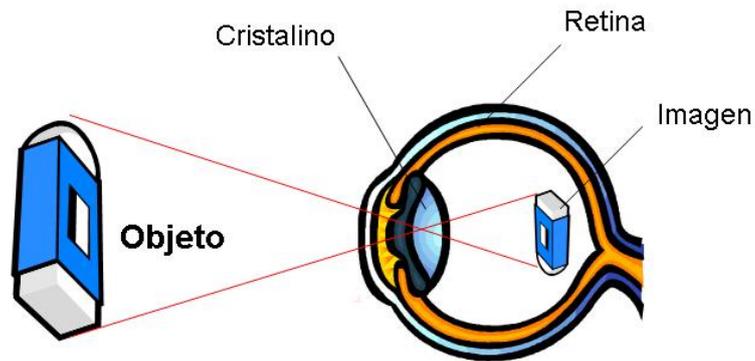
---

<sup>19</sup> LA ENCICLOPEDIA DEL ESTUDIANTE, Ciencias de la Vida, Santillana, 2006.

<sup>20</sup> *Espectro electromagnético*: distribución energética del conjunto de las ondas electromagnéticas.

nítidamente en la retina de forma invertida. La imagen viaja por el nervio óptico hacia el cerebro donde se elabora la imagen definitiva.

(Ver GRÁFICO 4.)



#### ENFOQUE DE LA IMAGEN EN EL OJO

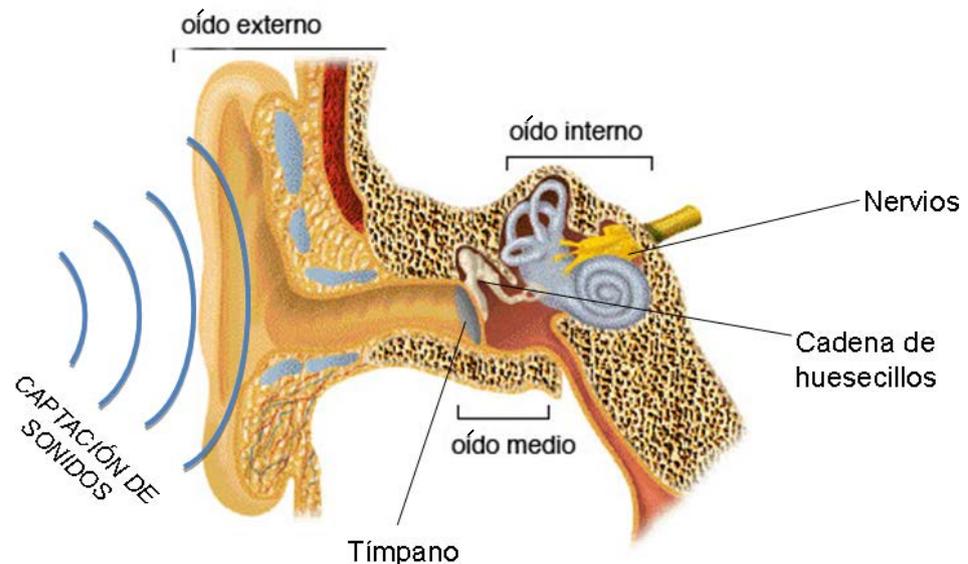
GRÁFICO 4. (Diseño Carlos Martínez)

### 3.4.2 Percepción auditiva

La oreja es el órgano sensorial que alberga dos sentidos: la audición y el equilibrio. En este trabajo nos vamos a centrar en lo relacionado a la audición, para lo cual debemos conocer *¿cómo oímos?*:

- Los sonidos son captados por las orejas y el conducto auditivo externo los transmite al interior de los mismos.
- El tímpano recibe los sonidos y vibra según la intensidad de los sonidos.

- Estas vibraciones viajan por los huesecillos del oído interno y se amplifican para pasar a laberinto, activar las células sensitivas y finalmente llegar al área auditiva de la corteza cerebral. (Ver GRÁFICO 5.)



(<http://www.laorejaverde.es/file/sentidos/archivos/oído.jpg>) con modificaciones propias

**GRÁFICO 5. (Diseño Carlos Martínez)**

En la actualidad los bajos costos en vídeo han impulsado el manejo y realización de productos audiovisuales, entre ellos: series de televisión, spots, comerciales y hasta películas. Un producto audiovisual es una pieza de comunicación que integra sincronizadamente lo auditivo y lo visual. Es así que para cada imagen hay un sonido específico que da origen a una nueva realidad.

*“La producción audiovisual es todo un arte y requiere de la especialización, la adquisición y el dominio de diversas técnicas, que van desde lo elemental (qué es un plano, un sonido...) hasta conceptos más complicados, como el montaje y los tiempos narrativos”<sup>21</sup>*

### **3.5 La educación**

El término proviene del latín *educere* que significa guiar, conducir o *educare* que es formar, instruir.

En los pueblos primitivos la educación quedaba limitada a la transmisión a los iniciados de las costumbres, tradiciones, creencias y tabúes del grupo o clan. Y a instruir a los jóvenes en las artes y técnicas para la supervivencia.

El propósito de la educación es fundamentalmente la transmisión de conocimientos específicos para la asimilación de nuevas técnicas por parte de los educados. Sin olvidar el perfeccionamiento intencional de las facultades específicas del hombre teniendo presente que las facultades, son principios inmediatos de acción, pero que cualquier actividad se refiere al

---

<sup>21</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://74.125.47.132/search?q=cache:Dmbud90rEfwJ:es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n\\_audio\\_visual+audiovisual&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://74.125.47.132/search?q=cache:Dmbud90rEfwJ:es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n_audio_visual+audiovisual&cd=2&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a)

sujeto en su unidad, vendremos a concluir que la educación aspira de manera inmediata a perfeccionar las facultades del hombre y, a través de ellas, a perfeccionar las humanas.

En todas nuestras acciones, sentimientos y actitudes manifestamos nuestra educación. La educación es el proceso de inculcación, asimilación cultural, moral y conductual.<sup>22</sup>

### **3.6 Teorías de la educación**

La teoría de la educación es principalmente una teoría práctica, pues pretende decirnos qué tenemos que hacer, a diferencia de teorías científicas que son explicativas de lo que ocurre en el mundo.

La teoría de la educación consiste en un conjunto de principios, consejos y recomendaciones orientadas a influir en las actividades educativas. Las teorías de la educación son generales y van asociadas a una posición política y social específica. La palabra educación viene del verbo latino “educare” lo que significa criar, alimentar.

Educar es un proceso necesario para desarrollar el análisis crítico de todo ser humano, aportando conocimiento para desenvolverse eficazmente en su

---

<sup>22</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [www.wikipedia.org/Educación](http://www.wikipedia.org/Educación)

medio. El conocimiento está ligado estrechamente a la educación y es algo que vale la pena expresar y mostrar a otros.

Las nuevas tecnologías como desarrollada en el capítulo anterior multimedia aporta, o mejor dicho puede aportar en el proceso de aprendizaje del estudiante. Así pues una aplicación multimedia puede utilizarse como motivación inicial al adentrarnos en el aprendizaje.

### **3.7 Teorías del aprendizaje**

“Si bien la memoria se perfecciona con la edad, también se desarrolla su capacidad de organizar los contenidos”<sup>23</sup>

El aprendizaje es definido como un proceso de asimilación de conocimientos, normas y módulos de comportamiento, pautas y valores socialmente aceptados.<sup>24</sup> Está relacionado con la educación y el desarrollo personal.

El aprendizaje se basa en la reflexión sobre lo que se piensa o lo que se expone como tema de aprendizaje en las instituciones educativas, educación formal. Todo aprendizaje se va estructurando en base al razonamiento y capacidad organizativa de los elementos del conocimiento.

---

<sup>23</sup> GRAN ENCICLOPEDIA INTERACTIVA SIGLO XXI, Océano, Barcelona– España, pág. 2168.

<sup>24</sup> ENCICLOPEDIA SALVAT, Madrid – España, 2004, pág. 840.

Tras haber analizado el aprendizaje, veamos algunas de las teorías del aprendizaje:

### **3.7.1 Teoría conductivista**

Constituye una manera de estudiar lo psicológico desde la perspectiva de una ciencia de la conducta, sin mentalismo (atribuciones dualistas extramateriales como el alma o la mente), ni reduccionismos (utilizar explicaciones tomadas de disciplinas como la neurología, la lógica, la sociología o el procesamiento de información)<sup>25</sup>.

Desde la perspectiva conductista el aprendizaje parte de unas leyes y mecanismos comunes para todos los individuos. Fue formulada por B.F. Skinner.

El aprendizaje, según el conductivismo, es un cambio en la forma de comportamiento en función a los cambios del entorno.<sup>26</sup> Según esta teoría, el aprendizaje es el resultado de la asociación de estímulos y respuestas.

### **3.7.2 Teoría del procesamiento de la información.**

---

<sup>25</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Conductismo>

<sup>26</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje#Teor.C3.ADas\\_de\\_aprendizaje](http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje#Teor.C3.ADas_de_aprendizaje)

Esta teoría presenta una explicación sobre los procesos internos que se producen durante el aprendizaje. Esta teoría fue influida por los estudios cibernéticos de los años cincuenta y sesenta.

### **3.7.3 Teoría del aprendizaje por descubrimiento.**

Fue desarrollada por J. Bruner, y se caracteriza por dar una gran importancia a la actividad directa de los estudiantes ante la necesidad del conocimiento. Donde el estudiante recibe los contenidos en forma pasiva y los reordena para adaptarlos a su esquema cognitivo. Este proceso es individual y efectivo cuando se explota las destrezas de investigación propias del individuo.

El aprendizaje por descubrimiento se basa principalmente en el método inductivo, en la lección inductiva herbatiana y en la solución de los problemas.<sup>27</sup>

### **3.7.4 Aprendizaje significativo**

Dado por D. Ausubel, J. Novak, quien propuso que el proceso de aprendizaje debe superar los métodos memorísticos para pasar a ser un aprendizaje significativo. El aprendizaje significativo es aquel que permite que los estudiantes entiendan lo que están aprendiendo y

---

<sup>27</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009,  
[http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje\\_por\\_descubrimiento](http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje_por_descubrimiento)

sean capaces de estructurar los contenidos y las actividades a realizarse.

Este aprendizaje sirve para utilizar lo aprendido en nuevas situaciones y en contextos diferentes, ya que hace que los conceptos aprendidos se asuman como propios, pues son el resultado de comprender la información, mas no memorizarla.

### **Características:**

- El aprendizaje significativo es a largo plazo.
- Los conocimientos previos deben aportar para la adquisición de conocimientos nuevos.
- Tras conseguir nueva información es necesario integrar y organizar los nuevos conocimientos.
- La nueva información debe formar parte de la memoria comprensiva.

### **3.7.5 Teoría cognitivista**

Está basada en el cómo el ser humano toma la información sensorial que percibe y la transforma, sintetiza, elabora, almacena, recupera y finalmente hace uso de ellas.

Esta teoría tiene como propósito de manejar mecanismos básicos y profundos para la construcción del conocimiento.

### 3.7.6 Teoría constructivista

El constructivismo es una corriente que afirma que el conocimiento de todas las cosas es un proceso mental del individuo, que se desarrolla de manera interna conforme el individuo interactúa con su entorno<sup>28</sup>.

Por otro lado, la teoría constructivista propone que el ser humano aprenda basándose en las situaciones sociales a las que está sujeto el individuo.

Jean Piaget, ideador de esta teoría propone que en el proceso de aprendizaje el conocimiento debe lograr introducirse en los esquemas propios del alumno, provocando en éste un grado de motivación el proceso de enseñanza/aprendizaje.

*"Cuando el objeto de conocimiento está alejado de los esquemas que dispone el sujeto, éste no podrá atribuirle significación alguna y el proceso de enseñanza/aprendizaje será incapaz de desembocar"*<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Constructivismo>

<sup>29</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje>

### 3.7.7 Teoría conectivista

Es una teoría del aprendizaje desarrollada para la era digital por George Siemens que se ha basado en el análisis de las limitaciones del conductismo, el cognitivismo y el constructivismo, para explicar el efecto que la tecnología ha tenido sobre la manera en que actualmente vivimos, nos comunicamos y aprendemos.<sup>30</sup> Es decir que esta teoría se basa en el actual bombardeo de información y en el cómo elegir a la actual y verdadera. Esta habilidad para discernir entre la información que es importante y la que es trivial es vital.<sup>31</sup>

#### **Principios del conectivismo**

- Aprendizaje y conocimiento está presente en la diversidad de opiniones.
- El conocimiento no vive solo dentro del ser humano, sino fuera.
- Es importante aumentar el conocimiento.
- Es primordial mantener una habilidad para ver las conexiones entre los campos, ideas y conceptos.

---

<sup>30</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Conectivismo>

<sup>31</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Conectivismo>

- El proceso conectivista apunta a obtener información actualizada y precisa.
- La toma de decisiones es en sí misma un proceso de aprendizaje.

### **3.8 Educomunicación audiovisual.**

*Educomunicación es la interacción de la comunicación en la educación. Ha sido reconocido por UNESCO en 1979 como "educación en materia de comunicación" incluye "todas las formas de estudiar, aprender y enseñar", en el contexto de la utilización de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas científicas.*<sup>32</sup>

El presente estudio se enfoca en la evolución socio-educativa y cultural que ha desembocado en una interacción entre la comunicación y la educación, conocida como “Educomunicación”, donde la educación y comunicación son considerados procesos difusores del conocimiento mediante medios y formas audiovisuales como: el cine, la televisión, el video, la fotografía, la radio y los videojuegos. En este punto hacemos referencia al objetivo de la "Educomunicación" que es el de crear en el posible receptor un interés hacia el producto audiovisual que sea de utilidad en el desarrollo del individuo, ante esto *Educomunicación* es también conocida como "Educomunicación Audiovisual". Pero, ¿cómo se logra este objetivo para usar un medio

---

<sup>32</sup> WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Educomunicacion>

audiovisual? Pues bien, se le debe proporcionar herramientas, estrategias educativas que haga de las audiencias entes conscientes que no sean capaces de ser manipuladas, mas sí educadas sobre el uso de los medios audiovisuales a través del estudio y conocimiento de los elementos audiovisuales, lenguaje, enseñanza crítica, reflexiva y concienzuda.

### **3.9 Necesidad de la educomunicación audiovisual.**

Niños, jóvenes, adultos, hombre y mujeres ante el boom de la televisión y el actual boom del Internet se han sumergido en sus encantos y riesgos con el afán de informarse o divertirse durante esas pocas o muchas horas diarias que mantienen contacto con los soportes capaces de emitir estas señales hacia la televisión, la radio, la computadora, etc., que se han convertido en parte de la vida cotidiana de muchos, que empiezan a desplazar a la familia, a la comunidad y muy pronto a la escuela.

El universo multimediático crea espacios simbólicos que captan la atención de chicos y grandes por lo que es ahí el espacio propicio para educar mediante la comunicación y comunicar para la educación, a través de las nuevas formas de uso de la "Educomunicación Audiovisual".

La ventaja de educar mediante la "Educomunicación" es que al captar la atención e interés de niños, adolescentes, jóvenes y adultos podemos utilizar productos audiovisuales interactivos que cubran las necesidades educacionales de los estudiantes quienes captarán más rápidamente el conjunto de imágenes acústicas e icónicas fáciles de asimilar e impulsar la

gestión de la comunicación audiovisual. Pero para ello se requiere de un manual guía que permita tanto a profesores como alumnos comprender de mejor manera la producción audiovisual.

### **3.10 Uso del manual en el aula**

El manual educativo en el aula de clase es una herramienta valiosa para los educadores permitiendo optimizar el aprendizaje, haciendo de la experiencia de aprendizaje más completa debido a que atrae la atención de los alumnos al cambiar de la clase teórica a una clase más práctica pudiendo visualizar de manera más concreta los conceptos expuestos en clase ya que presenta las instrucciones, pasos, recomendaciones y procedimientos adecuados para conseguir el producto final.

El diseño del manual educativo tiene como objetivo orientar y formar a los alumnos en clase, es por esta razón que el manual proporciona a los profesores planes específicos de gestión del aula centrados en el uso de pruebas basadas en la práctica. El manual educativo es una herramienta de formación que aumenta la participación del alumno. Actuando como un puente de la teoría a la práctica.

El manual educativo provee de simulaciones educativas que constituye alternativas didácticas más atractivas para el aprendizaje, el debate, la argumentación y la participación, ya que rompe con la rutina del trabajo

cotidiano en el aula, a través de situaciones en donde surgen las posiciones de cada actor-rol.

### **3.11 ¿Qué es un manual educativo?**

Es un libro de autoaprendizaje compuesto por puntos esenciales de un determinado tema. Describe las instrucciones, pasos, recomendaciones y procedimientos adecuados para conseguir el producto final, que puede ser: un mensaje, un video, un experimento, etc.

Un manual educativo constituye una herramienta didáctica de instrucciones en respuesta a los requerimientos del interesado. Y tiene como objetivo orientar y formar a los usuarios del manual.

### **3.12 ¿Qué es un manual educativo multimedia?**

*“En una cultura como la nuestra, con una larga tradición de fraccionar y dividir para controlar, puede ser un choque que le recuerde a uno que, operativa y prácticamente, el medio es el mensaje. Esto significa simplemente que las consecuencias individuales y sociales de cualquier medio, es decir, de cualquiera de nuestras extensiones, resultan de la nueva*

*escala que introduce en nuestros asuntos cualquier extensión o tecnología nueva.”<sup>33</sup>*

La llegada de la multimedia ha causado cambios radicales en el proceso de enseñanza ya que permite que los estudiantes descubran que pueden sobrepasar los límites de los métodos de enseñanza tradicionales, la mayoría dirigidos a la enseñanza de ciencias básicas.

¿Por qué el éxito de la multimedia en la educación? El cerebro humano aprende mediante los sentidos como la vista y el oído. Aunque una conferencia puede ser extremadamente informativa, una conferencia que integra fotografía o imágenes de video hace eficaz el aprendizaje y retención de la información.

Los alumnos y público en general desarrollan un sentido de propiedad hacia los trabajos multimedia ya que estos les dan carta abierta para dejar volar su creatividad y dejar de lado los retrógrados métodos de memorización. Para convertirse en los propios conductores de su propio conocimiento.

Para lograrlo, es necesario encontrar una herramienta facilitadora en el cumplimiento de los objetivos educativos, que atraiga y anime a estudiantes y profesores a explorar, experimentar, entretener, informar y comunicar. Un manual educativo multimedia encaja con estas necesidades y se define de la siguiente manera: es un instructivo de autoaprendizaje que se apoya en un

---

<sup>33</sup> MC LUHAN, Marshall, *Comprender los medios de comunicación*, PAIDÓS COMUNICACIÓN, Pág. 29, 1994.

diseño multimedia<sup>34</sup> . Busca un aprendizaje funcional, técnico y pedagógico capaz de cambiar el esquema metodológico actual.

El atractivo del manual depende mucho del entorno comunicativo en el que se desarrolla. Es vital un diseño claro y conciso, sin excesos, capaz de atraer e interesar a los usuarios. Los contenidos deben estar apoyados en gráficos y fotografía especialmente.

### **3.12.1 Características de un manual educativo multimedia ideal**

- Entorno multimedia agradable, original, didáctico y autoexplicativo.
- Fácil de usar y de instalar.
- Fácil interacción dentro del manual multimedia, que nos permita retroceder, avanzar, ir al inicio, al final, elegir opciones, etc.
- Presentar información correcta y actual, correctamente estructurada.
- El contenido debe tener total importancia e interés para el estudiante, debe despertar el interés y curiosidad, provocar ansiedad y estar relacionado con situaciones y problemas de su interés.
- Los textos informativos y directores no deben tener faltas de ortografía y estar correctamente estructuradas las frases.
- Necesita emplear códigos verbales y códigos icónicos.

---

<sup>34</sup> *Multimedia*: contenido informativo como texto, sonido, imágenes, animación y video para informar o entretener al usuario. WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Multimedia>.

- Variedad de elementos estéticamente ubicados en la pantalla y con amplio espectro creativo. Pueden existir: títulos, íconos, menús, botones operativos, ventanas, imágenes, gráficos, animaciones, voz en off, música, videos, textos, fondos, elementos hipertextuales.
- Debe promover el uso de otras herramientas audiovisuales.
- Debe incentivar la realización de ejercicios prácticos y de nuevas técnicas, en base a la teoría proporcionada.
- Reducir el tiempo y el esfuerzo necesarios para aprender.
- Facilidad de integración a otros métodos de enseñanza grupal e individual.
- Debe incluir preguntas que orienten y lleven a la reflexión de los temas contenidos en el manual.

## **CAPÍTULO IV**

### **Desarrollo del manual guía para la producción de un cortometraje en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UISEK**

#### **4.1 Breve historia y formación de la UISEK**

Raíces históricas, culturales y lingüísticas comunes de los pueblos de habla hispana exigían una concreción más real que las tradicionales exposiciones de principios. Y es en el ámbito de la educación donde la cooperación entre los países de origen hispánico se hacía más perentoria y efectiva, en la línea del establecimiento de lazos permanentes de futuro.

La Universidad Internacional SEK es la culminación de todo un sistema pedagógico iniciado en Madrid-España hace más de 116 años y que hoy se ve avalado por el prestigio de Centros Educativos existentes en Europa y América.

A través de la Ley No. 35 del 16 de junio de 1993, aprobada por el H. Congreso Nacional, promulgada por el Presidente Constitucional de la

República el 28 de junio de 1993 y publicada en el Registro Oficial No. 222 del mismo mes y año, se crea la Universidad Particular Internacional SEK como entidad de derecho privado, con personería jurídica, autonomía administrativa y financiera, sin fines de lucro y dedicada a la enseñanza superior y la investigación científica y técnica. Sus actividades académicas se regulan de conformidad con lo dispuesto en la Constitución Política del Ecuador y en la Ley de Universidades y Escuelas Politécnicas.

En consecuencia la Universidad Internacional SEK se encuentra reconocida oficialmente y otorga títulos y grados académicos oficiales del Estado ecuatoriano. La Universidad inició sus labores académicas en el año lectivo 1993-1994 con tres Facultades: de Ciencias Económicas y Administrativas, de Turismo y Patrimonio Cultural y de Ingeniería del Medio Ambiente.

En el año lectivo 1994-1995 se instaura la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales con la carrera de Derecho, en octubre de 1996 abre sus puertas la Facultad de Arquitectura y Urbanismo, en 1998 se crea la Facultad de Ciencias de la Información, en el 2001 la Facultad de Informática y Sistemas. En los años posteriores se abren la Facultad de Mecánica, Facultad de Comunicación, Facultad de Psicología y finalmente la Facultad de Música.

Actualmente la Universidad funciona en Quito con dos Campus: Juan Montalvo situado en el Monasterio de Guápulo, y desde 1998 el Campus Miguel de Cervantes, en Carcelén al norte de Quito. La Universidad Internacional SEK es una universidad joven que intenta crear las condiciones adecuadas para la transmisión de conocimientos, el estudio, la

investigación, el desarrollo personal y los intercambios humanos científicos y culturales.

## **4.2 Naturaleza, fines y filosofía**

### **4.2.1 Misión**

“Formar integralmente profesionales competentes, con visión nacional e internacional, capaces de usar con efectividad y responsabilidad su saber teórico y práctico para el desarrollo personal y de la sociedad.”

La Universidad Internacional SEK se propone desarrollar la docencia y la investigación con las existencias metodológicas y sustantivas propias de toda institución universitaria moderna, acogiendo y promoviendo los logros del espíritu humano en el ámbito de las ciencias, las técnicas y las artes.

Inserta en el ámbito cultural de cada nación donde funcionan sus sedes, la Universidad Internacional SEK asume el compromiso de promover la cultura nacional y de prestar un servicio a la sociedad. Busca enmarcar toda particularidad en una perspectiva universal, promoviendo una integración interdisciplinaria de los saberes y la inserción de los mismos en el ámbito universal.

#### **4.2.2 Visión**

Ser una universidad con reconocimiento internacional, referente nacional de calidad, promotora de cambios y soluciones a las demandas sociales, a través de la investigación, su transferencia y difusión a la sociedad, establecida en un campus con espacios y tecnología avanzada, con una demanda creciente y seleccionada de alumnos, a la vanguardia en procesos de enseñanza-aprendizaje, activa en la adopción de nuevos conocimientos, que asegure al profesional el acceso al mercado laboral, con un cuerpo académico motivado, permanentemente actualizado, presente activamente en la cultura.

La Institución Internacional SEK tiene un ideario muy claro y la Universidad sigue ese ideario completamente con los Estatutos generales que le son propios:

1. El alumno y su mundo son la medida de toda la vida y pedagogía de la Universidad Internacional SEK. Le respeta como individuo, tiende a despertar sus aptitudes personales y busca el modo de su realización plena.

2. La Universidad Internacional SEK educa en y para la libertad, acepta el desafío que esto supone y tiende a responsabilizar al alumno de sus propios actos.
3. La Universidad Internacional SEK no discrimina por razones de nacionalidad, sexo, raza o religión.
4. La Universidad Internacional SEK promueve la conciencia de solidaridad del educando y estima el trabajo, factor primordial de promoción y valoración de la persona como elemento de sociabilidad, no de rivalidad y ambición.
5. La Universidad Internacional SEK, comunidad humana, está abierta a toda Institución y a toda experiencia educativa encaminada al logro de sus fines.

Asimismo la Universidad, también tiene una filosofía operativa recogida en los siguientes epígrafes:

1. La Universidad tiene como meta fundamental la formación de hombres y mujeres libres que están al servicio del progreso de la humanidad. Sólo desde la libertad puede llegarse a la sabiduría y por ella a la verdad.
2. El respeto a la dignidad del ser humano, a la capacidad de creación individual o colectiva, a la propiedad y la vida inspirarán todas y cada una de las clases que se impartan en la Universidad.

3. La Universidad es una organización abierta al debate y la confrontación de ideas, desde el respeto mutuo y el rigor académico. Cualquier forma de proselitismo, ya sea político o religioso queda fuera del campo de actuación universitaria.
4. El criterio internacionalista, en su expresión más genuina de búsqueda de la comprensión entre las naciones se afirma como un elemento básico de carácter de la Universidad. A la vez, se guardará el más profundo respeto por los valores autóctonos de todas las naciones del mundo, y en especial por la historia y la cultura del Ecuador.
5. La Universidad se constituye como una corporación interclasista en la igualdad de oportunidades para acceder a las aulas. A la vez es elitista en la exigencia académica y el rigor de su enseñanza.
6. La dinámica de clase es en todo momento creativa y participativa. Se trata de superar el concepto de confrontación profesor-alumno, estableciéndose el de cooperación profesor-alumno. Existe una metodología comparativa por todo el claustro académico de manera que la actividad docente se convierte en un todo globalizador y comprensible para los alumnos.
7. Las actividades de extensión estarán permanentemente promovidas en el quehacer universitario. Cualquiera de las expresiones del arte y la belleza tienen cabida y proyección en nuestras aulas.

8. La Universidad utilizará las tecnologías de vanguardia que puedan facilitar la labor de alumnos y profesores.
9. El desarrollo físico-deportivo es una faceta de interés constante en la Universidad. Se facilitará a todos los miembros de la comunidad universitaria la práctica de la actividad deportiva, como apoyo al desarrollo intelectual.

### **4.3 Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UISEK**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Internacional SEK, antes llamada Facultad de Ciencias de la Información, desde el año de 1998 educa a jóvenes ecuatorianos deseosos de prepararse profesionalmente para desarrollar todas las facetas del periodismo (prensa, radio y televisión). En un principio la facultad se especializaba en el ámbito periodístico, pero años más tarde incorporó entre sus especializaciones como: Publicidad, Comunicación Organizacional, y Comunicación Audiovisual.

Esta última especialización atrajo a grandes docentes profesionales comprometidos con la educación, permitiendo que desde el año 2001, la Facultad empiece a elaborar grandes producciones audiovisuales, como: documentales, cortometrajes, medimetrajes, videoclip, videoartes, animaciones, stop-motion y hasta programas institucionales, como el NOTISEK. Los mismos que han llegado a concursos y muestras nacionales e internacionales, y de servicio a la comunidad, posicionando a la Facultad entre las más competitivas y productivas del país.

La Facultad de Comunicación de la Universidad Internacional SEK, Ecuador, pretende profesionalizar a jóvenes creativos que estén en capacidad de<sup>35</sup>:

- Producir proyectos audiovisuales propios.
- Crear nuevas propuestas imaginativas para la TV.
- Proponer contenidos audiovisuales que aporten a la sociedad.
- Aportar a la TV nacional con producción alternativa, variada y atractiva.
- Fomentar programación de calidad tanto para radio como TV.
- Desarrollar nuevo cine ecuatoriano
- Desarrollar la animación digital.
- Elaborar guiones de calidad para cine y TV.
- Elaborar video clips nacionales con proyección internacional.
- Realizar la imagen de la TV nacional.

También busca formar jóvenes profesionales capaces de generar empleo y desarrollar el medio comunicacional y audiovisual ecuatoriano.

La facultad nos ha proporcionado desde su creación los equipos necesarios en audio y video. También posee un estudio de televisión, de diseño gráfico, de edición de radio y video, que facilitan los conocimientos teóricos para ponerlos en práctica. Además de una biblioteca que provee de excelentes

---

<sup>35</sup> Universidad Internacional SEK, Ecuador, [www.uisek.edu.ec](http://www.uisek.edu.ec)

libros para deberes, investigaciones y las propias inquietudes, que como estudiantes tenemos. Pero, no encontramos un manual didáctico que sirva de guía en la aplicación de los conocimientos audiovisuales para producir un cortometraje.

#### **4.4 Creación de un manual guía para la producción de un cortometraje**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Internacional SEK, Ecuador requiere producir más y mejores proyectos audiovisuales, que son beneficiosos para todos quienes conforman la UISEK, en especial la Facultad de Comunicación y sobretodo por la imagen que proyecta al exterior. Por lo que es una marcada necesidad de crear una herramienta didáctica-pedagógica que impulse la realización y producción audiovisual.

La creación de un manual guía para la producción de un cortometraje dirigida a los y las estudiantes de comunicación de la Universidad SEK, es necesario para incentivar el autoaprendizaje y saciar la curiosidad de muchos de los jóvenes, quienes por desconocimiento o falta de información no tienen la determinación necesaria para lanzarse a realizar proyectos audiovisuales.

#### **4.5 Justificación para la creación del manual guía para la producción de un cortometraje**

Considero que un manual audiovisual masivo con los contenidos correctos, puede convertirse en un recurso didáctico para los chicos y chicas de la Facultad de Comunicación. Ante esta realidad elegí crear un manual guía para la producción de un cortometraje, en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UISEK, para que aporte en el proceso de enseñanza-aprendizaje y que esté a la disposición de todos quienes se interesen en la realización de productos audiovisuales.

#### **4.6 Funciones del manual guía para la producción de un cortometraje**

- Incentivar el autoaprendizaje
- Motivar al estudiante de comunicación audiovisual a realizar un cortometraje
- Servir de apoyo para reforzar los conocimientos dados en el aula de la UISEK.
- Proporcionar conocimientos básicos para el uso de las herramientas audiovisuales.
- Facilitar conceptos básicos para la realización de un cortometraje.
- Guiar en los procesos para la realización de un producto audiovisual, cortometraje

## **4.7 Entorno en el que se utilizará el manual guía para la producción de un cortometraje**

### **4.7.1 Espacio**

La Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UISEK, con especial énfasis en:

- El aula de clases de la facultad, el curso que corresponda.
- La biblioteca de la UISEK, Campus Miguel de Cervantes
- En su propia casa.

## **4.8 Manual guía para la producción de un cortometraje en la Universidad Internacional SEK**

### **4.8.1 Contenidos del manual**

El presente manual constituye una guía dirigida a los y las estudiantes de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la UISEK, para la producción de un cortometraje. El cortometraje es una experiencia de aprendizaje para todo el mundo. Trabajar en la producción de cortos proporciona experiencia y prestigio, por lo que este manual está dirigido a la producción de éstos.

El manual está dividido en: *Pre-producción, producción, y post-producción.*

Los recursos, el equipo técnico, la realización y sobretodo la idea está explicada en cada una de las tres fases que conforman el manual.

## **A) PRE-PRODUCCIÓN**

Agrupar las actividades previas al rodaje del cortometraje. A continuación tenemos los primeros pasos que se deben tomar en cuenta antes de filmar.

### **1. Idea**

Breve fragmento que encapsula la intención. La idea es lo principal antes de partir con un proyecto de cortometraje, por lo que es importante que escribas algo que puedas hacer.

### **2 Investigación e indagación**

Trabajo de recolección de información, indispensable para la elaboración de los contenidos.

Este es el segundo paso en la pre-producción de un cortometraje. Aquí encontrarás datos importantes que pueden guiar de manera trascendental al guión final.

### **3 Sinopsis**

Resumen breve donde se decide el tratamiento que tendrá el video, esto es, si será una ficción, un reportaje, documental, etc.

Necesaria para tener una base sencilla y comprensible de lo que será el producto final, cortometraje.

### **4 Título**

Nombre del cortometraje. Debe ser muy bien pensado, pues éste muchas veces determina la aceptación que da el público a nuestro cortometraje.

### **5 Tema**

Establece el punto de vista, los objetivos a lograr, el tratamiento, formato, público, etc.

## **6 Store line**

Descripción corta sobre quién es el personaje principal y las situaciones trascendentales a las que se enfrentan.

## **7 Argumento**

Texto lógico que encierra la trama del total del cortometraje. Incluye el tiempo, las locaciones, los personajes, y demás detalles.

## **8 Planteamiento del guión**

El guión para este material educativo debe manejarse siempre por la línea de la sencillez y la organización para lograr que el mensaje sea fácilmente asimilable. Nuestro guión busca que la idea y la estructura original se fundamente en criterios como: *público, objetivo, duración, financiamiento, etc.*

El objetivo debe ser siempre hacer la trama tan concisa como sea posible. El guión debe ser lo más preciso posible, para después no tener que enfrentar la falta de sentido en el producto final.

Es importante mencionar que el guión es la base de un producto audiovisual competitivo de calidad.

Si es posible emplea poco diálogo, claro que no en todos los casos, ya que los diálogos revelan muchas veces la debilidad de los actores, en especial de los aficionados.

En un cortometraje, se puede ignorar la estructura y las normas comunes. Arriégate, este género es el ideal para que cualquier nueva idea funcione. También debemos tomar en cuenta el guión literario y el guión técnico que definimos a continuación.

## **8.1 Guión literario**

Texto que cuenta la historia del cortometraje metódicamente. Se subdivide en escenas y se escribe en presente, con orden cronológico. Como por ejemplo:

### **Pulp Fiction, 1994, Quentin Tarantino**

ESCENA 2: INTERIOR DE UN CHEVY DEL 74  
(en movimiento) – POR LA MAÑANA

*Un viejo, destartado y sudo Chevy Nova blanco del 74 avanza rápidamente por una calle donde abundan las gentes sin hogar, en Hollywood. En los asientos delanteros van dos hombres jóvenes, uno blanco y uno negro; ambos llevan trajes negros baratos, con delgadas corbatas negras bajo largos abrigos negros. Sus nombres son VINCENTVEGA( blanco) y JULESWINNFIELD (negro). Jules es el que conduce.*

JULES: Está bien, ahora háblame de los bares de hachís.

VINCENT: ¿Qué quieres saber?

JULES: Bueno, el hachís es legal allí, ¿no?

VINCENT: Sí, es legal, pero no lo es al ciento por ciento. Es decir, no puedes entrar en un restaurante, liarte un canuto y empezar a fumarlo como si nada. Se supone que sólo puedes fumarlo en tu casa o en ciertos lugares ya designados.

JULES: ¿Y esos son los bares de hachís?

VINCENT: Sí. Las cosas funcionan de este modo: es legal comprarlo, es legal poseerlo y, si eres el propietario de un bar de hachís, es legal venderlo. También es legal llevarlo encima, lo que realmente no importa porque, y fíjate bien en esto,

si los polis te detienen, es ilegal que te registren.

Los polis de Amsterdam no tienen derecho a registrar a la gente.

JULES: Esto es todo lo que necesito saber, muchacho. Vaya si me voy a marchar allí. Desde luego que me marchó.

VINCENT: Le sacarías mucho provecho. Pero ¿sabes qué es lo más divertido de Europa?

JULES: ¿Qué?

VINCENT: Las pequeñas diferencias. Allí tienen la mayor parte de la misma mierda que tenemos aquí, pero allí hay una pequeña diferencia.

JULES: ¿Como por ejemplo?

VINCENT: Bueno, en Amsterdam puedes comprar cerveza en un cine. Y ni siquiera te la sirven en un vaso de papel. No, nada de eso. Te la sirven en una copa de cristal, como en un bar. En París, puedes comprar cerveza en un MacDonald's. ¿Y sabes cómo llaman a una hamburguesa de un cuarto de libra con queso en París?

JULES: ¿No lo llaman un cuarto de libra con queso?

VINCENT: Nada de eso. Allí emplean el sistema métrico, y ni siquiera saben lo que es un jodido cuarto de libra.

JULES: Entonces, ¿cómo lo llaman?

VINCENT: Royale con queso.

JULES (repitiendo).: Royale con queso. ¿Y cómo llaman al Big Mac?

VINCENT: Bueno, un Big Mac es un Big Mac, pero lo llaman Le Big Mac.

JULES: ¿Y cómo llaman al Whopper?

VINCENT: No lo sé. No entré en un Burger King. Pero ¿sabes lo que le ponen a las patatas fritas en Holanda, en lugar de ketchup?

JULES: ¿Qué?

VINCENT: Mayonesa.

JULES: ¡Joder!

VINCENT: Yo lo he visto. Y no ponen precisamente un poco en un lado del plato, sino que las ahogan en mayonesa.

JULES: ¡Aaagh!

## **8.2 Guión técnico o fotográfico**

Cuenta la historia dando mayor precisión al tratamiento fotográfico, es decir que acompaña a cada parte del guión con el plano respectivo a utilizarse en la realización.

## **9 La Imagen**

Representación gráfica de una escena filmada. Cada imagen individual debe estar compuesta de forma que exprese el personaje, la acción y la reacción. Pero también de forma que provoque simpatía en el público. Las imágenes pueden ser consideradas como “iconos”.

La planificación de cada imagen está a cargo del director, quien junto al diseñador de producción y el director de fotografía marcan su propio estilo visual.

## **10 Encuadre**

Totalidad del área rectangular de la imagen proyectada sobre una pantalla.<sup>36</sup>

---

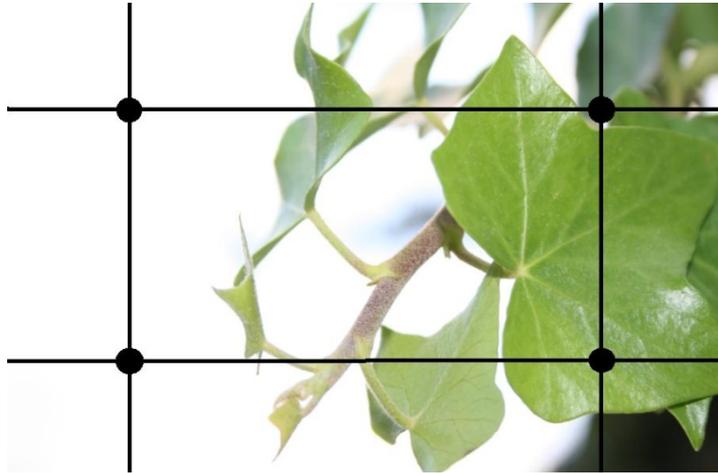
<sup>36</sup> KONIGSBERG Ira, Diccionario Técnico Akal de Cine, ediciones Akal, S.A., Madrid – España, 2004, pág., 197.

Término *popular* al momento de rodar. Es importante encuadrar la toma para poder mostrar una imagen equilibrada. Para encuadrar se debe ajustar y mover la cámara hasta lograr que todos los personajes estén en cuadro, y sobretodo que la acción sea estética al ojo humano.

Para componer un encuadre estético se deben tomar en cuenta la *Ley de los Tercios*, que señala al centro como el lugar que atrae mayor atención del espectador. No obstante se puede distribuir a los personajes y la acción en las diversas áreas del encuadre para lograr ciertos efectos.

La zona superior parece dar poder; la parte inferior denota estabilidad; mientras que con respecto a los lados, la derecha atrae nuestra atención más que la izquierda.

A continuación una referencia de los Tercios Dorados, donde se mira claramente la aplicación de la Ley de los Tercios.



## 11 Secuencias y planos

La secuencia es una serie de planos y escenas interrelacionadas que forman una unidad de acción dramática coherente<sup>37</sup>.

El plano es la más pequeña pieza para la construcción de un producto audiovisual, en este caso del cortometraje. Los planos se montan juntos para formar escenas y las escenas lo hacen a su vez para formar secuencias.

---

<sup>37</sup> KONIGSBERG Ira, Diccionario Técnico Akal de Cine, ediciones Akal, S.A., Madrid – España, 2004, pág. 488.

A continuación se clasifican los planos en función de la distancia aparente entre cámara y sujeto, en función del ángulo en que la cámara visualiza al sujeto, el movimiento de la cámara y el número de personajes encuadrados por la cámara.

### **11.1 Gran Plano General o Panorámico (G.P.G.)**

Se lo expresa en grandes dimensiones. La cámara está colocada a una distancia considerable. También se utiliza para descubrir los paisajes y como plano para establecer el lugar y el fondo sobre el que se desarrolla la escena.



### **11.2Plano General (P.G.)**

Este plano es un poco más cerrado que el G.P.G., y permite ver al personaje con algo del entorno que lo rodea.



### **11.3Plano Medio Corto (P.M.C.)**

Permite distinguir el cuerpo desde la cabeza hasta la mitad del pecho.



#### **11.4Plano Medio Largo (P.M.L)**

Muestra a los personajes más cerca de la cámara, por arriba de las rodillas. Plano de tres cuartos o plano americano.



#### **11.5Primer Plano (P.P.)**

Presenta solo la cabeza y los hombros de los personajes o alguna parte importante.



### **11.6 Primerísimo Primer Plano (P.P.P.)**

Más detallado que el primer plano, pero menos que el plano detalle. Útil para capturar expresiones en los rostros de los actores.



### **11.7 Plano detalle (P.D.)**

Acercamiento máximo que logra la cámara de un objeto con el fin de destacarlo.



### **11.8Two Shot**

Plano que se compone de dos personas. Puede ser plano general, medio, corto, u otros.



### **11.9Plano Secuencia**

Toma de larga duración estática o en movimiento. Secuencia filmada en continuidad, sin corte entre planos, en la que la cámara se desplaza de acuerdo a una meticulosa planificación. Como por ejemplo cuando seguimos con la cámara una escena sin necesidad de cambiar de planos o cortar la escena, y logramos mantener la atención del público.

## **11.10 Variaciones de un plano**

### **11.10.1 Según las Angulaciones de la Cámara**

#### **11.10.1.1 Normal**

La cámara se ubica paralela al sujeto,  
para representar el punto de vista del  
observador.



### 11.10.1.2 Picado

La cámara está sobre el objeto.



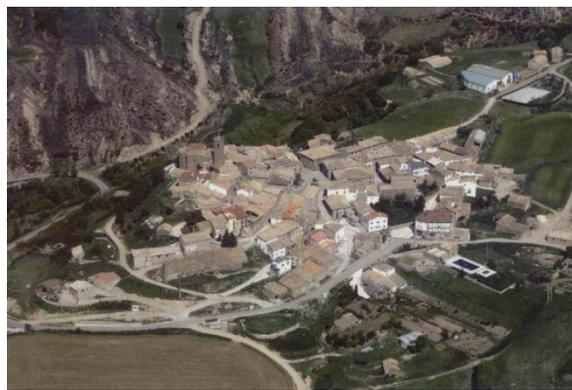
### 11.10.1.3 Contrapicado

Plano tomado muy por debajo del sujeto y da la impresión de que las cosas son de mayor tamaño.



#### 11.10.1.4 Plano Aéreo

Toma realizada desde un avión o helicóptero.



LOBERA DEONSELLA<sup>38</sup>

---

<sup>38</sup> <http://www.loberadeonsella.es/imagenes/album/Plano%20a%C3%A9reo%20de%20Lobera,%2017-04-2008.jpg>

### 11.10.1.5 Cenital

Plano realizado por la cámara situada completamente arriba del personaje o de la acción. Un plano cenital desde una distancia mayor se llama *plano a vista pájaro*.



Una vez revisados los elementos antes mencionados, continuamos con los que están dentro de la pre-producción.

## 12 Escaleta

Esqueleto del guión donde se detallan cada una de las secuencias, indican si la locación es en un espacio interior o exterior y si es de día o de noche.

Por ejemplo:

## **ESCALETA, PROYECTO LARGOMETRAJE:**

### **“DESDE ABAJO”**

**TOMAS DE UBICACIÓN DE LA CIUDAD DE QUITO:** TOMAS DEL MOVIMIENTO NORMAL DE LA CIUDAD DE QUITO, DEL SECTOR DE LA AMAZONAS, TOMAS DE RESTAURANTES. UNA MARIPOSA VOLANDO EN MEDIO DE ESTAS TOMAS, HASTA QUE PARECE LLEGAR A UN RESTAURANTE. FUNDE A

#### **1 INT. RESTAURANTE. DÍA, TIEMPO**

##### **ACTUAL.**

LA MARIPOSA SE QUEDA EN LA VENTANA DEL RESTAURANTE DESDE DONDE VEMOS A UNA PAREJA CONVERSANDO. SE TRATA DE JULIANA Y CLAUDIO, PERO SOLO VEMOS SUS BOCAS, SUS MANOS, SUS OJOS... AÚN NO VEMOS QUIENES SON. LOS DOS CONVERSAN SOBRE CÓMO SE CONOCIERON CUANDO ERAN NIÑOS, Y CÓMO HA PASADO TANTO TIEMPO DESDE QUE NO SE VEÍAN. SE DISCULPAN POR NO HABERSE RECONOCIDO, Y POR TODO EL TIEMPO QUE PERDIERON. COMENTAN COMO ES CURIOSO COMO LA VIDA LOS LLEVÓ HASTA

ESE MOMENTO, PERO... PARA ESO TUVIERON QUE LUCHAR... “DESDE ABAJO”. A PARTIR DE ESTE MOMENTO EL LARGOMETRAJE SERÁ UN LARGO FLASHBACK HASTA VOLVER A ESTA CONVERSACIÓN.

FUNDE A

**2 EXT. COLLAGE DE TOMAS, CALLES DE LA CIUDAD DE QUITO. DÍA 1**

ESTA ESCENA IRÁ ACOMPAÑADA DE UN TEMA MUSICAL DE INICIO AL FILME, ASÍ COMO DE LOS CRÉDITOS INICIALES DE LA PELÍCULA. EL PEQUEÑO CLAUDIO RECOGE UNA BANDEJA DE “ESPUMILLAS”, Y SE DISPONE A SALIR A VENDERLAS. RECIBE LA BENDICIÓN DE SU ABUELA. EL PEQUEÑO SE DIVIERTE MIENTRAS RECORRE DISTINTAS CALLES. LUEGO DE UN MOMENTO, HOLGER SE REÚNE CON ÉL. LOS DOS VAN CANTANDO Y JUGANDO E INTENTAN VENDER LAS ESPUMILLAS, PERO NADIE LES HACE CASO. PASAMOS A UNAS TOMAS DE LA PEQUEÑA JULIANA, QUE, EN OTRO SECTOR DE LA CIUDAD INTENTA VENDER FLORES A LA GENTE, PERO NADIE LE HACE CASO NI QUIERE COMPRARLE FLORES, LA PEQUEÑA JULIANA

DEAMBULA POR LA CALLE SIN MUCHO ÉXITO.  
HOLGER Y CLAUDIO TAMPOCO LOGRAN  
VENDER MUCHO.

### 3 EXT. CALLE. DÍA 1

HOLGER Y CLAUDIO ESTÁN DECEPCIONADOS PORQUE NO HAN LOGRADO VENDER NADA, A PESAR DE QUE ESTÁN EN UNA CALLE TRANSITADA. EN ESO LLEGA JULIANA, Y SIN PREVIO AVISO LES DICE QUE NO VAN A VENDER NADA SI SIGUEN ASÍ. ELLOS NO LA ENTIENDEN. ENTONCES JULIANA LES DICE QUE ELLA LOS VA A AYUDAR A VENDER TODITO, SI LE DAN LA MITAD DE LAS GANANCIAS. INGENUO, HOLGER LE DICE QUE MUCHO ES LA MITAD SOLO PARA ELLA. ENTONCES JULIANA LE DICE QUE BUENO, QUE PARA QUE VEAN QUE NO ES MALA GENTE, LE DEN SOLO LAS DOS MITADES DE LO QUE GANEN. HOLGER ACEPTA INGENUAMENTE, PERO CLAUDIO LO HACE REACCIONAR Y QUEDAN EN DIVIDIRSE TODO EN PARTES IGUALES, PERO QUE CÓMO VAN A HACER PARA VENDER TODO, SI NO HAN VENDIDO NADA. ENTONCES, DE IMPROVISO, JULIANA ARROJA LA ESPUMILLA A LA CALLE,

DEJANDO ATÓNITOS A LOS DOS CHICOS QUE EMPIEZAN A RECLAMARLE; PERO ELLA, SIN DAR MÁS EXPLICACIONES, LES DICE QUE EMPIECEN A DARSE DE PUÑETES, MIENTRAS ELLA SE PONE A LLORAR. CLAUDIO, NI CORTO NI PEREZOSO LE DA UN PUÑETE A HOLGER, QUE PROTESTA. CLAUDIO INTENTA EXPLICARLE QUE LE SIGA “LA JUGADA”, HOLGER PROTESTA: ACASO ESTAMOS JUGANDO. CLAUDIO ENTONCES LE DA OTRO PUÑETE, HASTA QUE VEN QUE LLAMAN LA ATENCIÓN DE LA GENTE. ALGUIEN LES COMPRA ENTONCES LA ESPUMILLA, CUANDO JULIANA CUENTA LA CONMOVEDORA HISTORIA DE QUE LOS PAPÁS LES VAN A MATAR SI NO LLEVAN PLATA, PORQUE BOTARON LA ESPUMILLA. LA GENTE LOS AYUDA A PESAR DE QUE EL INGENUO HOLGER POR POCO LES ARRUINA EL PLAN. ENTONCES LOS NIÑOS, CONTENTOS, SE VAN CON LAS GANANCIAS.

#### 4 EXT. CALLE, CERCA DE UNA

#### PANADERÍA. DÍA 1

HOLGER, CONTENTO CON SU PARTE DEL DINERO, QUE CLAUDIO SE ENCARGA DE QUE SE LA DÉ JULIANA, QUE INTENTABA ESTAFARLO, SE VA A COMPRAR LOS SUSPIROS QUE TANTO LE ENCANTAN EN LA PANADERÍA. HOLGER TIENE UNA DIVERTIDA DISCUSIÓN CON EL PANADERO QUE NO LE QUIERE DAR NINGÚN SUSPIRO AL PRINCIPIO, PENSANDO QUE HOLGER NO TIENE DINERO; PERO HOLGER LE MUESTRA EL DINERO Y, POR SUS COMENTARIOS GRACIOSOS EL PANADERO LE REGALA UN SUSPIRO. MIENTRAS HOLGER SE DISTRAE CON EL SUSPIRO, CLAUDIO Y JULIANA CONVERSAN. CLAUDIO LE AGRADECE LA AYUDA, PORQUE EL DINERO LE SERVIRÁ MUCHO A SU ABUELITA. CLAUDIO, EN QUIEN SE EMPIEZA A NOTAR QUE HA NACIDO UN SENTIMIENTO, LE PREGUNTA A JULIANA SI QUIERE SER SU AMIGA... JULIANA SOLO LE SONRÍE Y LE DICE: “A LO MEJOR, QUIÉN SABE”... Y DEJANDO A CLAUDIO EN LA EXPECTATIVA, JULIANA SE MARCHA. ANTES DE DESPEDIRSE, JULIANA LE GRITA A CLAUDIO

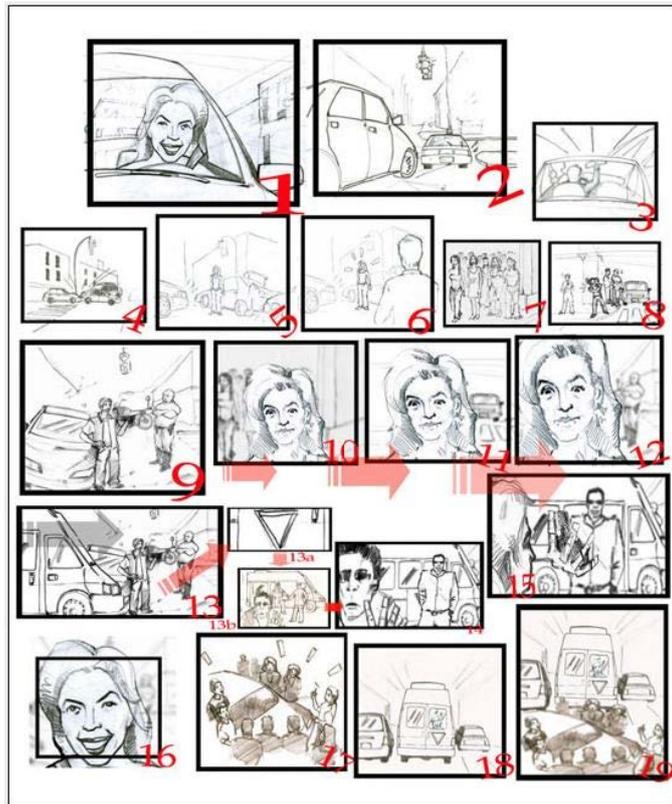
QUE PUEDEN VOLVER A VERSE AL DÍA SIGUIENTE, EN EL MISMO LUGAR EN QUE SE ENCONTRARON.

### **13 Story board**

Información visual que se confecciona a partir del guión. Secuencia de imágenes.

Funcionan como story board, figuras esquemáticas o ilustraciones completas. No es necesario para la producción de un cortometraje hacer esta ostentosa obra de arte, a menos que lo consideres necesario.

El store line, debe ser realizado de manera que sea una guía visual y didáctica para explicar el ángulo y encuadre de la cámara. Durante el rodaje, éste debe estar siempre junto a los directores y sobretodo al realizador y camera. Ejemplo:



FUENTE: [1.bp.blogspot.com/.../vw3OK3FG\\_gc/s1600-R/1.jpg](http://1.bp.blogspot.com/.../vw3OK3FG_gc/s1600-R/1.jpg)

#### 14 Desglose de producción

Cuadro donde se detalla toda la producción incluyendo el presupuesto.

#### 15 Propuesta estética

Justifica el enfoque del cortometraje. Responde el por qué se trata ese género.

## **16 Formación del equipo**

El equipo es un elemento determinante para el éxito o fracaso del cortometraje. Se necesita: un director, camarógrafo/s, editor/es, productor/es, asistentes, entre otros.

## **17 Casting de actores y actrices**

Es el trabajo de elección de actores, extras y personal técnico que aportarán en la realización del cortometraje. Es necesario contratar buenos actores, que antes que todo sea gente profesional, responsable y entregada. Para lo cual se debe organizar un casting. Puedes poner un anuncio en los establecimientos educativos y organizando unas tres o cuatro sesiones de casting, donde conocerás las capacidades de cada uno de los aspirantes.

Este punto es determinante para producir un producto audiovisual de calidad. El público determina muchas veces, si es un buen o mal corto, por la interpretación de los actores.

## **18 Locaciones**

Búsqueda de los lugares a los que hace referencia el guión literario.

Las locaciones pueden realzar o matar el esfuerzo de cada escena. Por lo que el guión debe direccionarse siempre a lo real y accesible.

## **19 Cronograma de rodaje**

Antes de realizar el cortometraje debemos revisar minuciosamente el guión, para luego enlistar cada proceso necesario en la elaboración del cortometraje. El cronograma se estructura, según el guión, los recursos y disponibilidad del equipo, con el fin de tener una estimación en el progreso del trabajo que por supuesto está regido por fechas, horas y locaciones y será una apreciación del esfuerzo para cada tarea.

## **20 Presupuesto**

Fondo con el que se cuenta para el proceso completo de la realización del corto. Es necesario realizar una buena administración de éste para hacer alcanzar hasta el final.

### **20.1 Financiación del proyecto**

Pueden ser recursos propios o financiación externa.

### **20.2 Presupuesto de producción**

Se refiere a la administración del presupuesto, el mismo que se lo dividirá entre las necesidades fundamentales del personal técnico, equipo de producción, para alquiler de equipo, transporte, etc.

Es importante mencionar que aunque cuentas con presupuesto para tu producción, se debe tener siempre en cuenta el canje, que no es más que un tipo de trueque entre los empresarios y tú.

## **B) PRODUCCIÓN**

El rol de la producción en sí, es solucionar los problemas y preveer los imprevistos para evitar cualquier tipo de retraso en la grabación del video, lo cual permitirá optimizar recursos y respetar el tiempo propuesto para la culminación del mismo. Independientemente de nuestro presupuesto, debemos administrar y tener bajo control hasta el más mínimo detalle, sea éste de carácter económico, humano, material, técnico, etc.

En este paso el producto audiovisual pasa a la parte práctica y divertida. Es el tiempo en que la creatividad plasmada en papel empieza a tomar forma, color y movimiento. En esta etapa de desarrollo es el director quien tiene la función de traducir a imágenes lo que está descrito en los guiones, el enfoque y estilo, también es el encargado de utilizar metódicamente los recursos económicos, humanos y materiales producto de la *Pre-producción*.

Al iniciar el registro, el director, equipo técnico y equipo de producción se reúnen y examinan el plan de rodaje del día. Se verifica el buen estado y funcionamiento de los equipos. La productora habiendo coordinado previamente lo necesario para la grabación, se mantiene atenta a cualquier imprevisto y realiza la labor de reunir a todo el elenco de profesionales

actores, extras y todo el equipo en el lugar y a la hora necesaria.

El factor determinante para una buena producción es encontrar a las personas más idóneas para la realización como son:

### **1. Director**

Hombre o mujer responsable del proceso de filmación del cortometraje. A veces también de la realización final de todo el corto. Control todos los aspectos que rodean la pre-producción, producción y postproducción.

### **2. Asistente de dirección**

Apoyo fundamental del director. Se ocupa de que todo siga avanzando sin problemas y de comunicarse con el resto del equipo en nombre del director. En sus manos está el hacer funcionar eficiente y eficazmente el rodaje.

### **3. Productor**

Es quien administra los recursos financieros y administrativos de toda la producción del corto. Sin embargo, el productor debe ser una persona con conocimientos en realización, para poder visionar más

rápidamente los requerimientos del film. Debe contar con un fuerte y comprometido equipo de producción que resuelvan problemas antes y sobretodo, durante el rodaje del film.

La producción es un duro trabajo que empieza mucho antes de iniciar el rodaje.

En caso de ser un producto con miras a distribuirse, el productor y su equipo son los encargados de realizar un trabajo de publicidad y distribución.

#### **4. Supervisor de guión (script)**

Responsable de mantener la continuidad entre un plano y otro. Es muy importante ya que el script se convierte en el segundo par de ojos del director.

El supervisor de guión debe fijarse en los detalles más que en el encuadre. Y seguir detenidamente el guión, a fin de encontrar errores de guión que podrían complicar la post-producción de video.

## **5. Realizador**

El realizador es quien dirige la filmación en sí y el montaje.

Tiene conocimientos de imagen, planos, fotografía y una visión artística de la puesta en escena.

## **6. Equipo de iluminación**

- **Gaffer**

Jefe técnico de iluminación. Considerado el productor de la iluminación. Su función es la de dirigir la colocación de las luces y los filtros. Debe tener suficiente conocimiento del entorno para transformarlo o afinarlo.

- **Eléctrico**

Controla las luces, el voltaje, su cuidado.

- **Swing**

Colaborador y ayudante del gaffer.

## **7. Sonidista**

Encargado de obtener la mayor calidad en el sonido del film. Generalmente tienen su propio equipo humano y técnico para desarrollar la importante labor del sonido.

## **8 Vestuario**

Se refiere a la o las personas que se van a encargar de vestir a los intérpretes del film. Se encarga de adquirir, conservar y almacenar la ropa y los accesorios. Estas prendas no necesariamente deben ser exclusivamente compradas para tal o cual escena, está la opción de alquilarlas o pedírselas a los propios actores y actrices, si es cuestión de ahorrar un poco.

En la realización de un cortometraje, no es indispensable la presencia de alguien que se dedique exclusivamente al vestuario, puede ser cualquiera que entre sus funciones puedan insertar la de vestuario, sin afectar sus demás funciones.

## 9 Maquillaje y peluquería

El o la maquilladora y estilista son las personas responsables de aplicar el maquillaje, peinar de acuerdo a los requerimientos del director, que se basa en la construcción de determinado personaje.

El maquillador debe tener conocimientos sobre el medio y adaptar su trabajo a la iluminación y el color de la imagen.

Maquillan cara y cuerpo, para lograr extraordinarios efectos en el producto final.

El maquillaje es muy importante para dar las características necesarias a los diferentes actores, actrices y extras. El maquillaje transforma a un intérprete para cierto papel.

En la actualidad se recurre mucho al *maquillaje de efectos especiales* y al *maquillaje corporal*. Con lo que literalmente transforman a una persona, haciendo de su cuerpo y cara un lienzo donde plasman toda su creatividad. Usan generalmente prótesis, medios mecánicos y maquillaje.

## 10 Sonido

Para obtener el mejor sonido en nuestro cortometraje, es importante saber ¿Qué es el sonido?

El sonido es un movimiento de aire causado por un cuerpo que vibra.<sup>39</sup>

Ahora debemos saber que hay muchos sonidos que no podemos oír, pero que un micrófono sí, como por ejemplo el viento, así que es recomendable mantener un control sobre el sonido que graba, a través de los audífonos de la cámara.

Tengamos en cuenta que existen tres elementos básicos para crear un sonido<sup>40</sup>:

1. Un cuerpo que vibre.
2. Un medio por donde viajen las vibraciones
3. Un receptor

---

<sup>39</sup> LYVER, Des, *Principios Básicos del Sonido para Video*, Gedisa editorial, 1999, pag.20

<sup>40</sup> LYVER, Des, *Principios Básicos del Sonido para Video*, Gedisa editorial1999, pág. 22

### **10.1 Sonido ambiente**

Sonido general de una sala o locación. Ruidos ambientales necesarios en los rodajes, en especial cuando existen silencios considerables entre los diálogos, y no hay música de fondo.

### **10.2 Sonido en exteriores**

Vibraciones determinadas por los cambios de temperatura, la presión y los elementos que lo rodean. En exterior es importante saber que mientras más cerca esté la fuente, las vibraciones tendrán mayor intensidad. Es decir que en caso de usar micrófonos durante el rodaje, éste debe colocarse lo más cerca posible de la fuente, sin dejar de controlar mediante los audífonos el sonido.

### **10.3 Sonido en interiores**

En interiores las vibraciones viajan a través del aire produciendo acústica.<sup>41</sup> Las vibraciones rebotan sobre paredes, techo, piso moviendo el sonido a otro

---

<sup>41</sup> *Acústica* estudia la producción, transmisión, almacenamiento, percepción o reproducción del sonido. Y a las ondas mecánicas que se propagan a través de la materia (tanto sólida como líquida o gaseosa) y no se propagan en el vacío) <http://es.wikipedia.org/wiki/Ac%C3%BAstica>

punto, lo que puede provocar una confusión en nuestros oídos.

#### **10.4 Sonido directo**

Sonido ambiental grabado durante el rodaje de una escena en locaciones para darle autenticidad.<sup>42</sup>

Utilizado a menudo en documentales y películas de ficción pues presenta todos los sonidos existentes en el momento de rodaje. Este sonido es fundamental en la edición de audio y video, ya que es el remplazo perfecto a la voz en off y al doblaje, muchas veces usado por la ausencia de sonido directo.

### **11 Iluminación**

La iluminación puede ser natural o artificial, y es la responsable de la calidad de las imágenes y el mensaje de las escenas, en especial si son de tinte dramático.

Es uno de los elementos más importantes en el rodaje y está a cargo del director de fotografía, quien muchas veces coloca las luces para crear los diferentes efectos y quitar las

---

<sup>42</sup> KONIGSBERG Ira, Diccionario Técnico Akal de Cine, ediciones Akal, S.A., Madrid – España, 2004, pág., 514.

excesivas sombras. El equipo de iluminación necesita entre sus herramientas:

### **11.1 Iluminación de tres puntos**

También llamada iluminación básica. Consta de tres luces: la luz principal, contraluz y la luz de relleno colocadas alrededor del objeto para dar una percepción o iluminación intensa, clara y uniforme.

Moviendo las lámparas y direccionándolas al techo y en contra del objeto se puede obtener una iluminación más difusa y gris, que da una atmósfera de terror.

### **11.2 Iluminación natural**

Basada en la mayor fuente de luz, el sol y sus destellos de luz-día. También es cualquier luz proveniente de velas, lámparas o chimeneas.

## **C) POST-PRODUCCIÓN**

Proceso que tiene lugar después de filmar la película, documental, reportaje, etc. En este paso se realiza *la edición de*

*video y audio, se añaden títulos, se crean efectos digitales y se culmina haciendo película al proyecto, dejándolo listo para su distribución o comercialización.*

## **1. Edición o montaje**

En esta etapa se *ordenan y componen las imágenes y el sonido* registrados en la realización, además de combinar señales sonoras, voz hablada y cortinas musicales que logren volcar la atención del público en nuestro producto audiovisual consiguiendo transmitir el mensaje deseado.

La edición de video es igual a transferir electrónicamente las imágenes grabadas a un videocasete llamado *master*. Este proceso es conocido como *captura de imágenes*.

Antes de editar, debemos tener un *pautaje*, que debió ser realizado a la par con la grabación de cada imagen y en base al guión original, el mismo que nos ayudará a ordenar y facilitar el proceso de captura, esto es visionar cassette por cassette e identificar y clasificar por tiempo de aparición cada una de las secuencias, escenas, con sus respectivas repeticiones y planos.

El trabajo de edición de audio se basa en el guión original y el pautaje. Se editan y masterizan audios para su posterior empate con las imágenes seleccionadas en la edición de video. Con paciencia y creatividad se van estructurando las imágenes, el sonido, la música, la locución, los efectos, etc.

## **4.9 Recursos para la producción del manual en la práctica**

### **4.9.1 Recursos humanos**

- Personas capacitadas en producción audiovisual, de preferencia comunicadores.

### **4.9.2 Materiales técnicos**

- Cámara Sony HDV
- Trípode de cámara
- Cassettes
- Micrófonos (direccional boom, caña, mic)
- Luces
- Trípode de luces
- Rebotador
- Monitor

- Cables de monitoreo, extensiones, etc.
- Auto de movilización
- Computadora
- Player
- Software de edición

#### 4.9.3 Materiales de utilería

- Vestuario
- Maquillaje
- Alimentación

#### 4.10 Presupuesto del manual guía para la UISEK

DETALLE	MONTO
MATERIAL TÉCNICO	\$ 15.00
MATERIAL HUMANO	\$ 50.00
UTILERÍA	\$ 20.00
COMIDA	\$ 15.00
COSTOS MOVILIZACIÓN	\$ 20.00
OTROS GASTOS	\$ 30.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 150.00</b>

# CAPÍTULO V

## Conclusiones y recomendaciones

### 5.1 Conclusiones

- Con la creación del manual guía para la producción de un cortometraje dirigido a los estudiantes de Comunicación de la UISEK se podrá adquirir información útil y fácil de asimilar, que prepare a los alumnos para los procesos de preproducción, producción y postproducción.
- La tecnología multimedia permite transmitir el mensaje de manera más clara y comprensible hacia los usuarios, en este caso, los estudiantes de la Facultad de Comunicación de la UISEK, disminuyendo en gran cantidad el ruido o interferencia que se produce en los medios que utilizan los educadores para enviar el mensaje hacia sus alumnos.
- La realización de un cortometraje es el mejor ejercicio para incursionar en la comunicación audiovisual, es por lo que el manual sirve como herramienta didáctica para reforzar los conceptos de pre-producción, producción y post-producción aprendidos en la facultad.

- El manual guía está diseñado de manera clara y sencilla para exponer el proceso de realización de un cortometraje, contando con información valiosa desarrollada en un entorno atractivo (multimedia), lo que motivará al usuario a revisarlo continuamente y enriquecer la realización de sus cortometrajes
- El hecho de que exista un manual como éste, en la Facultad de Comunicación, sirve de incentivo para aquellos que desean optar por la especialización, Comunicación Audiovisual.
- El manual guía para la producción de un cortometraje, es una pequeña muestra de lo que es el mundo audiovisual y la labor que éste implica, de esta manera el manual se convierte en una guía para los estudiantes de primero, segundo y tercero de Comunicación, que están incursionando en las cuatro ramas de Comunicación: Periodismo, Comunicación Organizacional, Publicidad y Comunicación Audiovisual.

## **5.2 Recomendaciones**

- Como pre-requisito para aprovechar al máximo la información expuesta en el manual, es recomendable tener conocimientos previos en materia audiovisual, ya que el manual pretende guiar en el proceso de realización de un cortometraje mas no profundizar en cada concepto de comunicación audiovisual.

- Para reforzar el conocimiento expuesto en el manual guía se recomienda realizar ejercicios prácticos individuales y grupales, como la propia realización de un cortometraje ya que el manual pretende orientar e incentivar la labor creativa de los estudiantes de la Universidad Internacional SEK.
- La información presentada, marca pautas que podrán ser adaptadas a los diferentes contextos en los que se desenvuelvan los cortometrajes.
- En ocasiones la información y los métodos, deben ser usados tal cual durante el estudio, en otras ocasiones, el manual ofrece una guía sobre la adquisición de información o selección de métodos, sugiriendo preguntas que se deben hacer los estudiantes, y las decisiones que debe tomar al seleccionar el equipo requerido para la realización.
- Al ser el manual una herramienta que guía durante el proceso de realización de un cortometraje es necesario que sea difundido en los alumnos de la Facultad de Comunicación para que ayude a reforzar los conocimientos de la materia.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUILAR MORENO, José María, “*El cine y la metáfora*”
- ALBERICH PASCUAL, Jordi, CAMPO VIDAL Manuel, ROIG TELO Antoni, “*Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*”, Editorial UOC, 2005.
- BELL Daniel, MCDONALD Dwight, EDWARD Shils, HORKHEIMER Theodor, W. ADORNO, LAZARFELD Paul, MERTON Robert, “*Industria Cultural y sociedad de masas*”, MONTE AVILA EDITORES C.A.
- BURGELIN, Oliver, “*La comunicación de masas*”, ATE, Madrid 1974.
- CHARLES Kimble, PECINA HERNÁNDEZ José C, DÍAZ-LOVING Rolando, RIVERA ARAGÓN Sofía, HIRT Edward, “*Psicología Social De Las Américas*”.
- EISENSTEIN, SERGEI M. “*Hacia una teoría de montaje*”.
- EISENSTEIN, SERGEI M. “*El sentido del cine*”.
- EMERSON KIMBLE Charles, DIAZ LOVING Rolando, PECINA HERNÁNDEZ José Carmen, “*Psicología social de las Américas*”, PERSON, 2002.
- ENCICLOPEDIA SALVAT, 2004
- GARCIA, Andrés. “*Psicología y cine*”.
- GAUTHER Guy, “*Veinte lecciones sobre el sonido y la imagen*”.
- GONZÁLEZ REDONDO T, “*Cine interactivo: definición y características, en Televisión Digital e Interactiva*”, Editorial Thomson, 2000.
- GUTIÉRREZ Alfonso Martín, GUTIÉRREZ Alfonso, REDONDO Carmen Rosa, “*Educación multimedia y nuevas tecnologías*”, Ediciones de la Torre, 1997.
- KABATZNICK R. y CULLEN M., “*El Pacificador Viaje: Una Conversación con Marshall Rosenberg.*” *Investigando la Mente.*

- KONIGSBERG Ira, “*Diccionario Técnico Akal de Cine*”, Ediciones Akal, S.A., Madrid – España, 2004.
- LA ENCICLOPEDIA DEL ESTUDIANTE, Ciencias de la Vida, Santillana, 2006.
- LYVER Des, “*Principios Básicos del Sonido para Video*”, Editorial Gedisa, 1999.
- MC LUHAN Marshall, “*Comprender los medios de comunicación*”, PAIDÓS COMUNICACIÓN, 1994.
- MC LUHAN Marshall, “*La Galaxia de Gutemberg*”. Editorial Artemisa. México. 1987.
- MATTELLAR Armand, MATTELLAR Michele, “*Historia de las teorías de la comunicación*”, PAIDÓS COMUNICACIÓN, 1995-1997.
- MEHRABIAN AND FERRIS, “*Inference of Attitude from Nonverbal Communication in Two Channels*”. In: *The Journal of Counselling Psychology*, Vol.31, 1967.
- MIRENDA Pat, BEUKELMAN David R, “*Aumentativos y alternativos de comunicación: gestión de la Comunicación graves trastornos en niños y adultos*”, 1998.
- ONGALLO Carlos “*Manual de Comunicación*”, Dykinson 2007.
- ONGALLO Carlos, “*Manual de comunicación: Guía para gestionar el conocimiento, la información y las relaciones humanas en empresas y organizaciones*”, Librería-Editorial Dykinson, 2007.

## INTERNET

- UNESCO, *Declaración de México*, 1982. **Acceso: 2 de marzo de 2009**
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Communication&ei=SfVCSv\\_nE4LKtgeY7MWUCQ&sa=X&oi=translate&resnum=2&ct=result&prev=/search%3Fq%3DCOMUNICACION%2Bdefinicion%26hl%3Des%26client%3Dfirefox-a%26channel%3Ds%26rls%3Dorg.mozilla:es-ES:official%26sa%3DG](http://translate.google.com.ec/translate?hl=es&sl=en&u=http://en.wikipedia.org/wiki/Communication&ei=SfVCSv_nE4LKtgeY7MWUCQ&sa=X&oi=translate&resnum=2&ct=result&prev=/search%3Fq%3DCOMUNICACION%2Bdefinicion%26hl%3Des%26client%3Dfirefox-a%26channel%3Ds%26rls%3Dorg.mozilla:es-ES:official%26sa%3DG) **Acceso: 10 de abril de 2009**
- <http://www.fing.edu.uy/iimpi/academica/grado/gescal/Cultura.pdf> **Acceso: 10 de mayo de 2009**
- GUERRERO José, <http://www.sil.org/capacitar/antro/cultura.pdf> **Acceso: 12 de mayo de 2009**
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://74.125.47.132/search?q=cache:nYDN60l4FpIJ:es.wikipedia.org/wiki/Medio\\_de\\_comunicaci%C3%B3n+que+grupos+econ%C3%B3micos+son+due%C3%B1os+de+extensos+medios+informativos,&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a](http://74.125.47.132/search?q=cache:nYDN60l4FpIJ:es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n+que+grupos+econ%C3%B3micos+son+due%C3%B1os+de+extensos+medios+informativos,&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a) **Acceso: 15 de mayo de 2009**
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Premisa> **Acceso: 19 de mayo de 2009**
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://definicion.de/metodo-deductivo/> **Acceso: 19 de mayo de 2009**
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura#Definici.C3.B3n\\_funcionalista-estructural](http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura#Definici.C3.B3n_funcionalista-estructural) **Acceso: 22 de mayo de 2009**

- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://es.wikipedia.org/wiki/Mass\\_media](http://es.wikipedia.org/wiki/Mass_media) *Acceso: 24 de mayo de 2009*
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [www.wikipedia.org/Educación](http://www.wikipedia.org/Educación) *Acceso: 26 de mayo de 2009*
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje#Teor.C3.ADas\\_de\\_aprendizaje](http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje#Teor.C3.ADas_de_aprendizaje) *Acceso: 28 de mayo de 2009*
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje> *Acceso: 2 de junio de 2009*
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje\\_por\\_descubrimiento](http://es.wikipedia.org/wiki/Aprendizaje_por_descubrimiento) *Acceso: 2 de junio de 2009*
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Conductismo> *Acceso: 16 de junio de 2009*
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Conectivismo> *Acceso: 17 de junio de 2009*
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Cognitivismo> *Acceso: 17 de junio de 2009*
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Constructivismo> *Acceso: 17 de junio de 2009*
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Conectivismo> *Acceso: 18 de junio de 2009*
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://74.125.47.132/search?q=cache:r-LKsEbn\\_HgJ:es.wikipedia.org/wiki/Audiovisual+audiovisual&](http://74.125.47.132/search?q=cache:r-LKsEbn_HgJ:es.wikipedia.org/wiki/Audiovisual+audiovisual&)

cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec&client=firefox-a **Acceso: 22 de junio de 2009**

- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, [http://es.wikipedia.org/wiki/Plano\\_cinematogr%C3%A1fico](http://es.wikipedia.org/wiki/Plano_cinematogr%C3%A1fico) **Acceso: 26 de junio de 2009**
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, 2009, <http://es.wikipedia.org/wiki/Multimedia>. **Acceso: 3 de julio de 2009**
- Universidad Internacional SEK, Ecuador, [www.uisek.edu.ec](http://www.uisek.edu.ec) **Acceso: 20 de julio de 2009**
- <http://www.loberadeonsella.es/imagenes/album/Plano%20a%C3%A9reo%20de%20Lobera,%2017-04-2008.jpg> **Acceso: 28 de julio de 2009**