

TRAMANDO MEDIOS



VIAJERO

JUEGO DIDÁCTICO TRAMANDO MEDIOS VIAJERO

Financiado por el Programa Universidad, Diseño y Desarrollo Productivo de la Secretaría de Políticas Universitarias, del Ministerio de Educación de la Nación. Convocatoria 2013.

Equipo de trabajo

Lic. Karina Arach Minella
Lic. Lucía Marioni
Téc. Gonzalo Remedi
Téc. Mariana Rodríguez
Lic. María Cecilia Rolandi
Téc. María Victoria Rosetti Garro
Lic. María Emilia Schmuck
Téc. Valeria Vidal
Lic. Andrés Gabriel Wursten

Colaboradores

Mercedes Barone, Gabriela Davies, Luz Marina García Rossi, Ingrid Grau, Maialén Paruzzo, Florencia Pérez, Juan Pablo Soto, Silvia Torres Luyo, Agustín Vandevoorde.

Bienvenidos y bienvenidas a *Tramando Medios Viajero*, un juego para hacer productos de comunicación comunitaria en la Escuela. Ante ustedes tienen una inmensa mochila que está llena de desafíos a los que nos tenemos que animar, como sucede antes de emprender cualquier viaje. No hay nada que perder y muchísimo por producir; se trata de una invitación a crear, imaginar, charlar y debatir con los compañeros.

El gran objetivo de este juego es que nos transformemos en comunicadores y comunicadoras comunitarias: que trabajemos compartiendo nuestros saberes, podamos ser protagonistas expresando lo que nos interesa, lo que nos preocupa y nos mueve las entrañas, que logremos crear nuevas formas de decir y pensar a las juventudes, que contemos cómo realmente somos y cómo queremos ser, que difundamos nuestras producciones y nos relacionemos en la escuela, en el barrio y en la ciudad con quienes queremos construir el mundo que deseamos. En comunicación comunitaria hacer algo solos es imposible e indeseable, por eso les proponemos romper con la idea de que los juegos son para competir y los invitamos a jugar conformando grupos que se piensen como cooperativas de trabajo.

¿Qué es una cooperativa? Es un grupo de personas que se unen para satisfacer necesidades económicas, sociales y culturales en común, mediante una organización de propiedad y gestión conjunta. El cooperativismo tiene su raíz en la economía social, que es una forma de pensar la organización del trabajo y la producción basada en los valores de igualdad, justicia, solidaridad, democracia y compromiso con lo que nos rodea. Particularmente una cooperativa de trabajo se conforma cuando los trabajadores, con el objetivo de hacer frente a su demanda de trabajo, se asocian para producir bienes o servicios. Es un grupo de personas que dejan de ser asalariadas o empleadas para trabajar en conjunto, dejando de lado los intereses individuales para pensar en un colectivo al que todos aportan esfuerzos, tolerancia y responsabilidad. En nuestro país hay muchísimas experiencias de este tipo, que muchas veces surgen de organizaciones de desocupados o fábricas recuperadas por sus trabajadores y promueven una forma de participación social que privilegia el trabajo colectivo por sobre el esfuerzo individual.

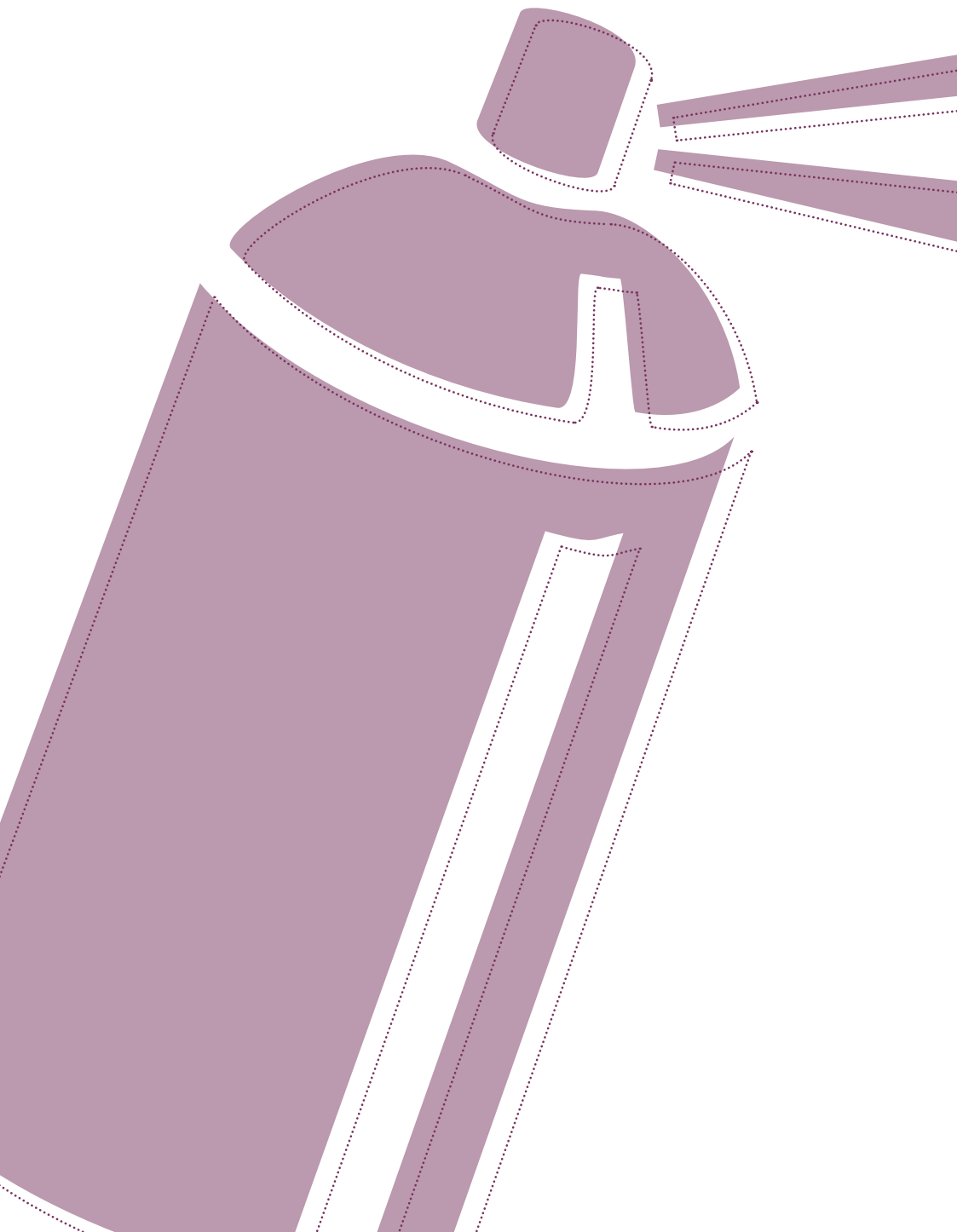
Se imaginarán que en esta ocasión no se tratará de conformar cualquier tipo de cooperativa de trabajo, sino particularmente cooperativas que sean Productoras de Contenidos Comunitarios, que puedan organizarse alrededor de la producción en equipo de productos de distinto tipo,

como fanzines, afiches, postales, calcos, stop motion, fotoreportajes, radioclips, entrevistas radiales, cuñas, fotonovelas, historietas, videoarte, volantes, radioteatros, estenciles. También habrá actividades colaborativas para intervenir en el espacio público y oportunidades de jugar con todas las otras productoras.

Lo primero que hay que hacer como grupo es ponerle un nombre e inventar un logo para la Productora de Contenidos, para que pueda ser conocida por otros. Se pueden utilizar palabras que hablen de sus integrantes o sus objetivos, frases que sientan necesarias, llamativas o simpáticas. El nombre los acompañará durante todo el juego. En la tarjeta en blanco que recibieron deberán escribir el nombre y dibujar el logo; luego, tendrán que colocarlo en el atril de madera y dejarlo en el tablero sobre el edificio de cada Productora.

Para poner en marcha esta cooperativa tendrán que compartir saberes solidariamente, trabajar en equipo, espalda con espalda. A continuación encontrarán tutoriales para consultar durante el momento de la producción: son guías muy interesantes para tener a mano a la hora de saber qué características tiene determinado producto, cuál es su historia, cuáles son los pasos recomendados para hacerlo, qué materiales vamos a necesitar y cómo podemos manejar los programas necesarios para editarlo. Estos tutoriales fueron realizados a partir de la experiencia de trabajo junto a muchos jóvenes durante años de talleres y encuentros de comunicación comunitaria, pero como no hay una única manera de hacer las cosas, seguramente puedan mejorarse con nuevos aportes que ustedes podrán realizar y compartir con nosotros (¡y con otros!). Por eso les proponemos que, una vez que jueguen a Tramando Medios Viajero, compartan fotos, producciones y experiencias en nuestra página de Facebook: Tramando Medios.

Pueden animarse y aprovechar este juego –sus tutoriales, consejos y materiales– como una hermosa excusa para continuar trabajando en equipo al calor de los objetivos que tienen las cooperativas de trabajo y al ritmo de la producción colectiva de la comunicación comunitaria. ¿Por qué no tener cooperativas en la Escuela para seguir pensando y produciendo en grupos a partir de lo que pasa en la institución, en el barrio y en el mundo? Sabemos que ganas de hacer no faltan porque las juventudes nos caracterizamos por ser creativas y tener las ideas y la energía necesarias. La invitación a viajar y transformar ya está hecha, ¡ahora, a jugar y a crear! ¡Qué el dado nunca deje de rodar!





¿QUÉ ES?

El fanzine es una publicación independiente similar a una revista, que trata sobre un tema determinado, realizada por y para aficionados, de producción no profesional y de periodicidad irregular. Habitualmente fotocopiada y distribuida de mano en mano. En ella no hay censura, lo que sí hay es lenguaje de calle y temas de los que comúnmente no hablan los medios masivos.

RESEÑA HISTÓRICA

La historia de estas publicaciones comienza en 1926 con la aparición de The Comet, un fanzine de ciencia ficción editado en Estados Unidos. Surgen por la necesidad de crear espacios para los aficionados a la ciencia ficción (la palabra fanzine proviene de: fan, admirador y zine de magazine, revista en inglés).

El interés por los fanzines rápidamente se extendió por todo el mundo y para 1960 se empezó a gestar una nueva época de estas publicaciones, que no solo versaban sobre ciencia ficción, sino sobre problemas sociales y políticos.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

Es una publicación:

- ⇒ Libre y directa, sin ataduras ni intereses para con terceros.
- ⇒ Autogestionada (el autor la diseña y realiza con los recursos que “tiene a mano” y la distribuye).
- ⇒ Intervenida con diferentes técnicas (en el fanzine conviven fotos, dibujos, palabras en manuscrito y otras impresas, papeles con diferentes texturas; pueden ser cocidos, abrochados o pegados).
- ⇒ Temática (en general, todo el fanzine está destinado a trabajar una temática en particular).

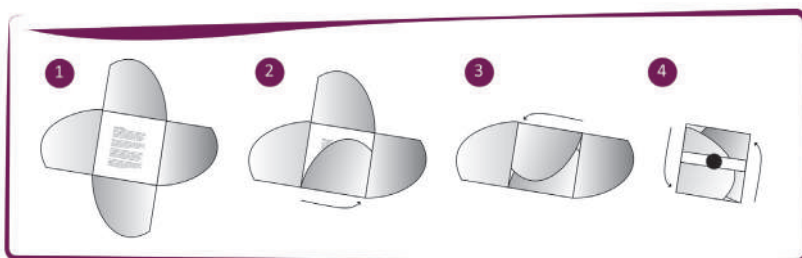
¿QUÉ NECESITAMOS?

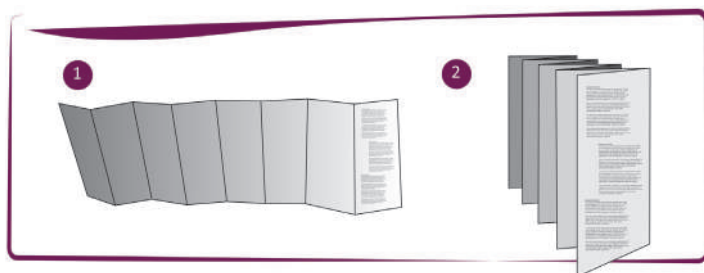
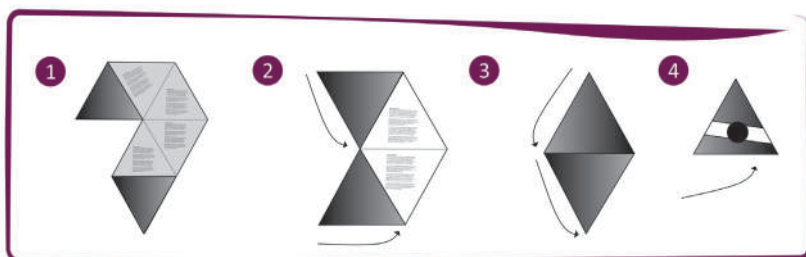
- ➡ Hojas en blanco
- ➡ Tijeras
- ➡ Cola vinílica
- ➡ Reglas
- ➡ Gomas
- ➡ Lápices, marcadores, fibras o crayones, de distintos colores
- ➡ Papeles de diferentes texturas y colores
- ➡ Recortes de revistas o diarios, fotos, dibujos
- ➡ Trinchetas
- ➡ Telas, cintas, lanas, botones, sticker y todo lo que se les ocurra

PASO A PASO

1

Pensamos de qué tamaño lo vamos a hacer y cómo lo vamos a doblar. Un fanzine puede tener diferentes formas. Aquí te dejamos algunas ideas creativas:





- 2 *Elegimos cmo queremos decir lo que vamos a transmitir. Podemos dibujar, escribir, hacer fotos y/o collage.*
- 3 *Organizamos los elementos en el espacio. Podemos hacer un boceto, dibujo sin muchos detalles, para visualizar nuestra idea.*
- 4 *Escribimos el mensaje, realizamos los dibujos, pegamos los recortes, etc. No hay reglas escritas sobre el formato y la diagramaci n. Experimentamos, reciclamos, a mano, en computadora, pero sobre todas las cosas nos divertimos. Podemos aadir manualidades, coser, colorear, ponerle papeles de diferentes texturas y colores, entre otros.*
- 5 *Cuando est listo, lo fotocopiamos y lo distribuimos.*



¿QUÉ ES?

El esténcil es una técnica artística que consiste en plasmar diferentes imágenes y/o frases a través de plantillas caladas y pintura en aerosol. La plantilla restringe el paso de la pintura por áreas puntuales para concretar, a través de espacios pintados y no pintados, contrastes en planos, líneas y puntos, que configurarán la imagen.

RESEÑA HISTÓRICA

La técnica de pintar con plantillas, la podemos rastrear en el año 7350 A.C. en la Cueva de las Manos, en la provincia de Santa Cruz (Argentina). Estas pinturas rupestres se realizaron apoyando las manos sobre los muros de la cueva y soplando pigmentos a través de ellas.

En la Revolución Francesa, el esténcil adquirió una postura contestataria y crítica. A comienzos del siglo XX, durante la época del Art Nouveau y Art Deco, se utilizó en la realización de pósters e impresiones de edición limitada, pintados a mano, uno a uno, con plantillas metálicas.

El artista y muralista mexicano David Alfaro Siqueiros utilizó el esténcil en nuestro país para plasmar sus opiniones condenatorias hacia la dictadura de los años 30, encabezada por Agustín P. Justo.

Y en las décadas del 50 y del 60, en Estados Unidos, Andy Warhol utilizó serigrafía y plantillas para reproducir imágenes en alusión a la producción en serie y a las sociedades de consumo. Esta tendencia se convirtió en un referente para la técnica del esténcil, sentando la base del uso de objetos o personas reconocidas para convertirlas en íconos memorables.

En los años 60 y 70 el esténcil fue empleado como herramienta por los jóvenes del Mayo Francés, que se expresaban con consignas de lucha y esperanza; más tarde, fue apropiado por los movimientos revolucionarios de México; en Estados Unidos fue usado en la lucha por los derechos civiles de los negros y por movimientos feministas. En 1970 se desarrolló la tecnología del aerosol envasado, de ese modo las paredes y los muros se volvieron clave de la subversión.

Intervenciones como las de Blek le Rat, Banksy o Roadsworth en Europa se han convertido en imágenes muy reconocidas del arte urbano. A nivel nacional, Nazza es un artista de Buenos Aires, que trabaja sobre todo en los muros y paredes de la periferia de esta ciudad pintando obras cargadas de sentido político crítico.



1



2

1. I MALVINAS ARGENTINAS! - 30 AÑOS - Para los pibes Colimbas en el día del Veterano y caído. Por Nazza Stncl
2. Lucha por otros medios!! Tecnópolis 2011. Por Nazza Stncl

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

- ⇒ La técnica del estencil, a través de la plantilla calada, nos permite la reproducción en serie de mensajes. Esto lo diferencia de los graffitis y murales.
- ⇒ El estencil busca la inmediatez tanto en su técnica, como en su ejecución y su posterior observación.
- ⇒ Tanto el estencil, como otras técnicas del arte callejero, buscan recuperar la potestad de todas y todos sobre los espacios públicos. Pone de manifiesto ideas, problemas y disputas a través de signos conocidos por la mayoría. Con frecuencia, utiliza las imágenes que consumimos una y otra vez para verlas desde otra perspectiva, resignificarlas, y transmitir un mensaje nuevo y propio. De este modo, el estencil llama la atención, despierta mentes acostumbradas a la rutina, las saca de la tranquila normalidad y le da vida al paisaje urbano muchas veces aburrido y gris.

¿QUÉ NECESITAMOS?

- | | |
|-----------------------|---|
| ➡ Lámina de acetato | ➡ Cinta de papel |
| ➡ Trincheta y tijeras | ➡ Pintura en aerosol |
| ➡ Hojas en blanco | ➡ Una pared, muro, calle, cartón o remera o tela donde pintar |
| ➡ Fibrón o lápiz | |

PASO A PASO

1

Dibujamos sobre la hoja de papel una imagen, frase o dibujo que sintetice la idea que queremos comunicar. Es importante que las imágenes o dibujos sean sencillos y sin demasiados detalles. Las letras deben ser claras y con línea doble.



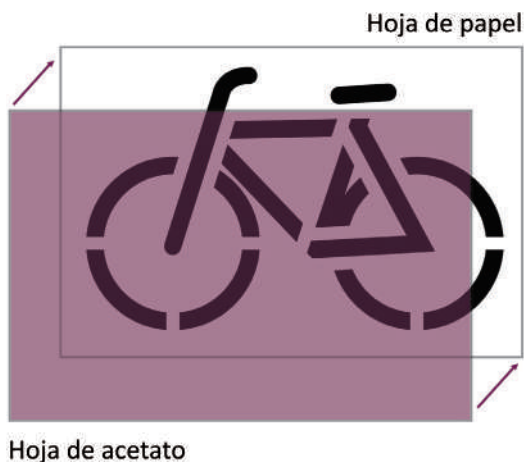
2

Una vez plasmado el mensaje sobre la hoja, revisamos que no haya “islas” encerradas, es decir, espacios en blanco cerrados por trazos negros, ya que las áreas negras son las que se recortan y eliminan. Para ello, hay que dibujar “puentes” entre isla e isla.



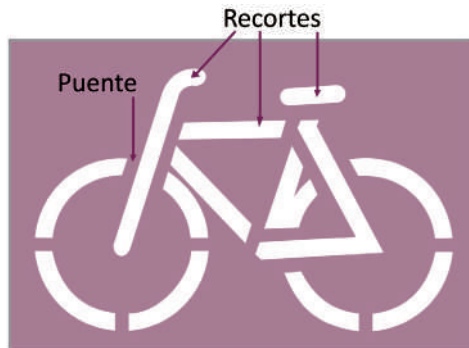
3

El próximo paso es pegar –con cinta de papel– la hoja debajo del acetato para utilizarla como guía, como si estuvieran los ramos calcando la imagen. Recortamos con trincheta el contorno de la figura (todo lo que está en negro) hasta que nos quede su centro vacío. ¡Ya está lista nuestra plantilla!



4

Despegamos la hoja de papel de la plantilla de acetato. La ubicamos en la superficie que queremos pintar (pared, calle, vereda, remera, tela o cartón) y rociamos con pintura en aerosol sobre ella. ¡Retiramos la plantilla y listo! Con esta misma plantilla podemos plasmar el mismo mensaje en distintos lugares, la cantidad de veces que queramos.



Hoja de acetato

PARA TENER EN CUENTA

Si por error dejamos islas en nuestro diseño, no hay que desechar todo lo trabajado hasta el momento, puesto que en muchos casos se puede reparar el error con un poco de cinta de papel que funcionaría como puente.

Si se nos terminaron las hojas de acetato, podemos reutilizar radiografías viejas. Pero antes hay que decolorarlas para que queden claras y transparentes y así poder recortar fácilmente las figuras. Para esto, colocamos la radiografía en un balde o fuentón grande con agua y bastante lavandina durante 20 minutos aproximadamente. Luego, con cuidado y sin salpicarnos la ropa, sacamos la radiografía del recipiente y la enjuagamos con agua.

Además de dibujar a mano alzada, también podemos crear nuestras propias imágenes-esténcil a partir de una foto. Para ello, utilizamos la computadora y algún programa de edición gráfica como el GIMP para convertir la foto en una imagen con condiciones para ser recortada y transformarse en plantilla. Ver p. 109. Tutorial GIMP



¿QUÉ ES?

El volante es un papel impreso que se usa para difundir un evento, actividad o campaña. También se lo utiliza para plantear ideas o consignas breves, y/o publicitar un producto o servicio. Su tamaño no excede el formato A5 (15 cm. x 20 cm.) y se distribuye de mano en mano en la calle o se deja en algún comercio o institución para que quien esté interesada o interesado lo lleve.

RESEÑA HISTÓRICA

Si rastreamos los orígenes del volante, encontraremos como antecedente principal al panfleto político, un medio de comunicación clandestino muy utilizado durante la Revolución Francesa. En aquel momento, estas producciones funcionaban como forma de protesta, ya que cuestionaban al Antiguo Régimen Monárquico.

Como medio de expresión marginal, el panfleto poseía un fuerte carácter crítico. Un claro ejemplo es “¿Qué es el Tercer Estado?”, publicado en 1789 por el político Emmanuel J. Sieyès. En él cuestionaba a las instituciones de su país y reclamaba la defensa de los intereses de diversos sectores de la sociedad. Desde entonces, este tipo de publicaciones se expandió por el resto del mundo y sirvió para la manifestación pública de ideas y opiniones. Luego, fue transformándose estéticamente y comenzó a ser utilizado para diversos fines.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

- ⇒ Brinda un mensaje breve y conciso.
- ⇒ Debe ser creativo y llamar la atención.
- ⇒ Puede imprimirse en grandes cantidades y a bajo costo.

¿QUÉ NECESITAMOS?

- ⇒ Hojas en blanco o cartulinas
- ⇒ Fibras y marcadores
- ⇒ Birome o microfibra
- ⇒ Papel glasé, recortes de revistas y todo lo que se les ocurra para hacerlo original y vistoso.

PASO A PASO

1

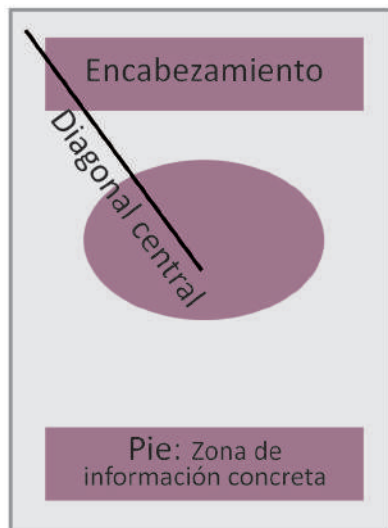
Pensamos el mensaje que queremos dar.

2

Decidimos el tamaño.

3

Escribimos, dibujamos, recortamos, pegamos y lo hacemos llamativo. Podemos combinar letras y tamaños, pero recordamos que es importante que toda la información se vea y se lea correctamente. Para diseñarlo, podemos tener en cuenta el siguiente esquema:



La diagonal central es el espacio que el lector recorre con la vista en primer lugar, ahí debe ir la información principal. Podemos resaltar con letras grandes. El encabezado y el pie le dan estructura al producto comunicacional, ahí van los datos secundarios. La información concreta es lo que no puede faltar, como por ejemplo fecha y hora si se trata de un evento, datos de contacto, entre otros.

4

Hacemos la cantidad de copias que necesitamos y salimos a repartirlas.

PARA TENER EN CUENTA

Si bien las características del volante son parecidas a las del afiche y el paso a paso es similar, la diferencia sustancial es que en el volante generalmente hay más información en menos espacio.



¿QUÉ ES?

Un fotoreportaje es el registro visual de un hecho noticioso de modo que quien lo vea quede informado del acontecimiento o el suceso sin necesidad de textos explicativos. La fotografía o fotografías que ilustren el hecho deben contener elementos que orienten al espectador sobre qué sucedió, a quién, cómo, cuándo y dónde.

RESEÑA HISTÓRICA

El desarrollo del fotoperiodismo puede rastrearse desde los inicios de la fotografía y tiene una íntima relación con la fotografía artística. El periódico que la utilizó por primera vez en 1880, fue el Daily Graphic de Nueva York y desde entonces el periodismo ha integrado la imagen como medio objetivo y representativo de un hecho.

Fue Oskar Barnack en 1925, con la invención de la cámara Leica de negativo 24 x 36 mm, el precursor del fotoperiodismo como hoy lo conocemos. Con este tipo de cámara, el fotógrafo podía pasar desapercibido y obturar su cámara cuando sea más conveniente. De este modo, el tipo de fotografía tradicional pasaría a la historia y se buscaría captar una imagen más improvisada. Otro de los primeros fotoperiodistas fue Erich Salomon, que consiguió obtener, entre otras cosas, fotos íntimas y sin posados.

Paradójicamente, el desarrollo de la fotografía periodística ocurrió durante los conflictos políticos de diferentes países y en las confrontaciones bélicas.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

Reglas de composición

- ⇒ Se debe lograr que el espectador identifique rápidamente el centro de interés, es decir, sobre qué trata la foto.
- ⇒ La mayor parte de la foto debe ser ocupada por lo que queremos mos-

trar. Aquello que no estamos seguros si debe ir, es mejor no fotografiarlo. Y no es recomendable fotografiar muchas cosas a la vez en una misma toma.

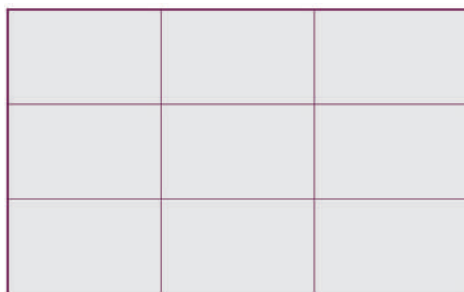
⇒ Se pueden aprovechar las líneas horizontales, verticales o convergentes (aquellas que se encuentran en un mismo punto) o las curvas en forma de S que nos brinda la imagen para dirigir la mirada de quién observe la fotografía.

⇒ El espectador debe ser capaz de recorrer los elementos de la imagen de una parte a la otra. Captar y generar la idea de movimiento entre elementos dinámicos y estáticos es lo ideal. Generalmente los elementos que se mueven tienen una dirección, debemos aprovechar la sensación que provocan visualmente.

⇒ La repetición o agrupamiento (generalmente de 3 elementos) es una buena y bella táctica en la composición.

⇒ Los colores transmiten sentimientos, emociones, climas. Existen los fríos: azules, verdes y cian; y los cálidos: rojos, amarillos y anaranjados.

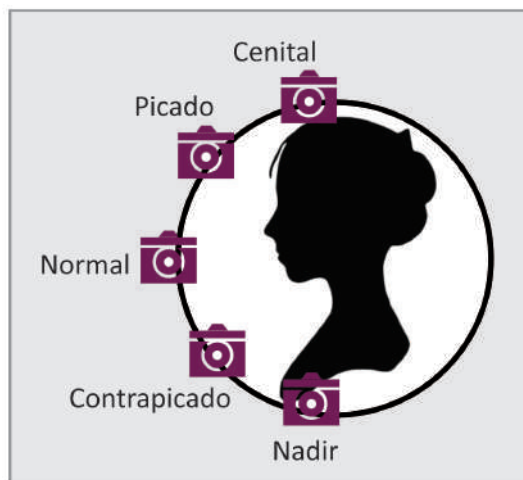
⇒ Respetar o guiarnos por la regla de los tercios es fundamental. Solo tenemos que dividir imaginariamente la imagen en nueve cuadrículas de igual tamaño. Las cuatro intersecciones de las cuadrículas dentro del cuadro marcarán los puntos de mayor interés. También nos sirve para equilibrar los elementos adentro de la fotografía.



⇒ Los espacios en blanco o en negro generan respiros visuales.

⇒ Resulta provechoso explorar el fondo y el frente, jugar con la profundidad de campo, es decir, el espacio por delante y por detrás del plano enfocado.

⇒ Hay ciertos paisajes, lugares, etc. que contienen elementos que encierran el centro de interés, debemos poder aprovecharlos enmarcando la foto justo allí.



PD: Plano Detalle

PPP: Primerísimo
Primer Plano

PP: Primer Plano

PMC: Plano Medio Corto

PM: Plano Medio

PML: Plano Medio Largo

PA: Plano Americano

PE: Plano Entero

PG: Plano General

GPG: Gran Plano General

¿QUÉ NECESITAMOS?

- ➡ Una cámara de fotos, puede ser analógica o digital, casera o profesional. También, puede ser un celular con cámara.
- ➡ PC con el programa Photo Scape.

PASO A PASO

1

Debatimos el tema y pensamos cómo lo vamos a abordar, qué aspectos queremos destacar, dónde vamos a encontrar la historia, qué personajes y en qué espacios los fotografiaremos. En esta instancia también tendremos que decidir si nuestro fotoreportaje contará con una o varias fotos.

2

Analizamos los recursos técnicos, es decir, con las herramientas que tenemos decidimos cómo lo vamos a mostrar. Para esto elegimos un encuadre o punto de cámara (este momento es muy importante porque no solo determina qué mostramos, sino de qué manera) y analizamos las condiciones de luz (tratamos de encontrar un lugar en el que las personas y objetos a fotografiar se encuentren visibles). Luego de tomar estas decisiones estamos listos para empezar a disparar la cámara.

3

Una vez obtenidas las fotos, empieza el trabajo de edición: en el caso que nuestro fotoreportaje contenga tan solo una foto, la seleccionamos; en el caso de varias, elegimos y ordenamos las imágenes que formarán la secuencia. Se trata de hacer la selección definitiva para construir la secuencia narrativa, teniendo claro qué queremos explicar, cómo y en qué disposición.

Seleccionar la o las imágenes adecuadas y crear el orden de la secuencia nos lleva a construir una historia en imágenes. Existen muchas maneras de ordenar las imágenes para presentar la idea de forma alternativa a la narrativa lineal convencional. Las series de fotos pueden ser por repeticiones, por comparación, entre otras.

Finalmente, dentro del proceso de edición también es necesario pensar en el texto con que vamos a acompañar las imágenes (títulos y pies de foto), teniendo siempre claro en qué contexto van a publicarse. Todos estos retoques se los podemos dar en Photo Scape.

PARA TENER EN CUENTA

Cuando las condiciones de luz no son óptimas es aconsejable utilizar el flash. La imagen se realizará generando más definición y contraste.



¡ATENCIÓN!

Te invitamos a que cuando llegues al Paso a paso de cada uno de los siguientes tutoriales, tengas en cuenta estas pautas para escribir radiofónicamente:

- ⇒ Estilo hablado. Lenguaje claro, sencillo, de comprensión casi inmediata; debemos redactar como hablamos.
- ⇒ Frases cortas, poniendo una idea por frase (aproximadamente de 20 palabras).
- ⇒ Limitar cantidad de información. No es posible dar todos los datos en poco tiempo, ya que terminamos construyendo textos densos y demasiado complejos.
- ⇒ Evitar demasiadas aclaraciones entre comas dentro las oraciones. Evitar entrecomillados y paréntesis. En el lenguaje hablado, ubicamos primero el sujeto, luego el verbo y finalmente el predicado o complemento.
- ⇒ Privilegiar palabras descriptivas y concretas, que las podamos imaginar.
- ⇒ Usar un lenguaje que despierte todos los sentidos y que sea apelativo (que pida cosas a la gente, como atención, participación, etc.).
- ⇒ Tener cuidado con las cifras numéricas. Su uso excesivo lleva a la confusión y obliga al oyente a hacer cálculos, perdiendo así el hilo del mensaje. En el caso de utilizarlas se deben presentar de modo sencillo, redondeándolas siempre que esto no signifique la pérdida de la coherencia o relevancia del dato, y utilizando términos como “cerca de”, “aproximadamente”.
- ⇒ Evitar la cacofonía (el encuentro desagradable de las mismas letras o sílabas), como por ejemplo: “En la foto parece que aparece un fantasma”.
- ⇒ Debemos saber cómo habla el público al que nos dirigimos para que el lenguaje que utilicemos sea compartido.



¿QUÉ ES?

La cuña o spot es el formato más breve de la radio, que se utiliza con el objetivo de instalar un tema, difundir un evento, realizar anuncios puntuales o promocionar un producto. La cuña suele ser emitida en forma rotativa, es decir, varias veces en una radio abierta o en la programación diaria de una emisora durante un tiempo determinado.

RESEÑA HISTÓRICA

La cuña nació a comienzos de la década de 1920 junto con los inicios de la radio comercial, con el fin de emitir pequeños cortes publicitarios que buscaban acrecentar las ventas de diversos productos en Estados Unidos y Europa. Es uno de los formatos más antiguos, que sigue persistiendo junto con nuevos formatos y narraciones. Luego, en los años 30, con la aparición de los primeros disc-jockeys en la radio, surgieron los jingles y con ellos las cuñas comerciales cantadas, con melodías repetitivas y pegadizas.

En Argentina, en 1920 se había realizado la primera transmisión radiofónica desde el Teatro Coliseo de Buenos Aires, que para muchos es considerada el acto fundacional de la radiofonía en el mundo. Sin embargo, fue recién al final de la década que se comenzaron a realizar las primeras publicidades, que en ese entonces eran llamadas “reclames”.

Con el paso del tiempo, la cuña dejó de ser asociada exclusivamente a fines comerciales y hoy el formato es también utilizado con fines educativos (cuñas educativas) y para identificar a emisoras o programas (cuñas promocionales o institucionales).

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

La cuña debe ser corta, completa, concreta y creativa (Ley de las cuatro C).

⇒ Corta: su duración máxima suele ser de un minuto, por lo que es necesario simplificar las ideas, ahorrar palabras y condensar nuestros argumentos.

⇒ Concreta: se trata de hacer reflexionar sobre un problema o buscar

modificar una conducta (no dos, ni tres). Mientras menos generalidades contenga nuestra cuña y más preciso sea el mensaje, mejor.

⇒ Completa: tenemos que aprovechar al máximo todos los recursos del lenguaje radiofónico, crear imágenes auditivas con palabras, inventar escenarios sonoros con efectos (¡que pueden ser caseros!) y aprovechar los distintos géneros, especialmente el dramático.

⇒ Creativa: cada segundo de nuestra corta cuña tiene que ser pensado en forma creativa, generando nuevas ideas, creando novedosas asociaciones y utilizando con ingenio los diversos elementos.

¿QUÉ NECESITAMOS?

⇒ Hoja en blanco y lápiz

⇒ Música y efectos de sonido grabados

⇒ Grabador de voz

⇒ PC con el programa Audacity

Opcional

⇒ Objetos de la vida cotidiana para generar efectos de sonido

⇒ Auriculares para editar

PASO A PASO

1

Definimos qué queremos comunicar y a quiénes vamos a dirigirla.

2

En función de nuestros objetivos, pensamos en las estrategias más convenientes a desarrollar para lograrlos. Podemos realizar un jingle, incluir una pequeña escena de ficción con

di logos y personajes, recurrir a juegos de palabras, rimas o chistes, generar imágenes, producir escenarios sonoros con música y efectos, etc.



Diseñamos la estructura de la cuña, organizamos nuestras ideas en un guión radiofónico.

Guión radiofónico

Operador	Locutor

Para ello, debemos respetar estos tres momentos:

⇒ *Inicio: los primeros segundos resultan clave para atrapar al oyente y dar una primera impresión de lo que tratará la cuña. Aquí podemos titular, dar indicios de lo que vamos a desarrollar luego o simplemente generar suspense sobre lo que vendrá a continuación.*

⇒ *Desarrollo: desplegamos el mensaje de acuerdo a la estrategia elegida. Es el momento de condensar los argumentos y utilizar todos los elementos radiofónicos para lograr una pieza creativa.*

⇒ *Cierre: si el fin es invitar a un evento, es conveniente mencionar la fecha, la hora y el lugar al final de la cuña. También podemos incluir un lema o reflexión que pueda sintetizar el mensaje que queremos dar. Además, es preciso que finalicemos*

con la firma (la de la cooperativa, el programa o emisora radial, la organización o proyecto que está detrás de la campaña, etc.).

4

Una vez diseñada la cuña, reunimos y preparamos los elementos necesarios: seleccionamos o componemos la música, buscamos o grabamos los efectos, elegimos a el/la locutor/a y los personajes, quienes ensayan las voces y entonaciones.

5

Grabamos las voces y efectos necesarios. Finalmente editamos la pieza con el programa de software libre Audacity (Ver página 92. Tutorial de Audacity).

PARA TENER EN CUENTA

Usualmente, las cuñas integran campañas publicitarias, educativas o institucionales que se componen de distintos productos de comunicación. En el caso de realizar más de una cuña sobre un tema, es recomendable que tengan el mismo cierre, utilicen la misma cortina y compartan el/la locutor/a para que “suenen” parecidos.

Por otra parte, es muy recomendable, sobre todo en el caso de campañas educativas, utilizar un eslogan que pueda repetirse y procurar que quede resaltado en la cuña, como separado del resto de la pieza. Para ello, pueden usarse efectos de sonido antes, después o transformando la locución con ecos o filtros.

Todos podemos encarnar las voces de nuestras cuñas tratando de hablar en forma clara, utilizando un tono ameno y natural (¡no hace falta imitar nuestra voz, con hablar como lo hacemos siempre, es suficiente!).



¿QUÉ ES?

La entrevista es un diálogo previamente acordado entre dos o más personas que se realiza para explicar, ampliar u objetar una información, polemizar acerca de una problemática, conocer sobre una persona, evento o un tema en particular. En la radio, así como en otros medios de comunicación, la entrevista permite incluir diversas voces a la hora de producir información.

RESEÑA HISTÓRICA

Ya los filósofos griegos (y en particular el método de Platón) de los siglos IV y V a. C usaban la entrevista como intercambio que nos lleva al conocimiento. Pero la entrevista, entendida como género periodístico, hoy muy común en la producción comunicacional de los distintos medios, tuvo su origen a fines del siglo XVIII, cuando los periódicos comenzaron a incluir conversaciones con interlocutores -al comienzo imaginarios- para exponer las diferentes posiciones políticas sobre cuestiones de actualidad.

Particularmente en la radio, en 1923 se fundó en Argentina la primera emisora periodística, aunque por esos años las producciones fueron limitadas a la hora de generar y ampliar información, limitándose a leer las noticias de los periódicos. Durante las décadas siguientes, la entrevista comenzó paulatinamente a ser incorporada a la programación radial al punto de convertirse en una fuente primordial de información y en un género que incluye diversas variantes.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

- ⇒ En toda entrevista pueden diferenciarse dos roles: el del entrevistador y el del entrevistado.
- ⇒ El entrevistador tiene la función de dirigir el diálogo hacia el objetivo de la entrevista, preguntar y re-preguntar al entrevistado para, sin perder de vista la importancia de generar un clima ameno y de

confianza, aprovechar al máximo los aportes que este puede realizar al tema que convoca.

⇒ La entrevista se diferencia de una charla íntima porque está destinada a una audiencia, a quien siempre debe tenerse en cuenta durante su desarrollo.

⇒ Las entrevistas radiales, principalmente aquellas realizadas en vivo, captan la espontaneidad del intercambio, el ritmo genuino de la charla y las características del ambiente en que es realizada.

⇒ Es importante diferenciar entre las entrevistas informativas, que se realizan a propósito de un tema o acontecimiento recurriendo a protagonistas, testigos o especialistas, de las entrevistas de personaje, que se alejan de un hecho puntual para destacar la vida de una persona.

⇒ Su duración varía de acuerdo al tipo de entrevista a realizar y el perfil del entrevistado, aunque se recomienda no exceder los 10 minutos.

¿QUÉ NECESITAMOS?



Hojas en blanco
y lápiz



Alguien a quien
entrevistar



Grabador de voz

PASO A PASO

1

Pensamos qué tipo de entrevista queremos realizar, a qué audiencia va a estar dirigida y qué nos proponemos con la charla, lo que nos va a guiar para seleccionar al entrevistado de acuerdo a su perfil, su personalidad, sus atributos, sus saberes, su relación con el tema, etc.

2

Investigamos sobre el tema y la persona que entrevistaremos. Cuanto más sepamos, más fácil nos va a resultar realizar

preguntas pertinentes e interesantes, aportar elementos concretos para enriquecer la charla, pedir las necesarias aclaraciones, etc.

3

Hacemos una guía de preguntas que permita organizar el recorrido de la charla en términos generales. Este cuestionario, que nunca deberá ser leído frente al entrevistado, sirve de ayuda-memoria y nos permite ordenarnos.

4

Una vez resueltas estas cuestiones, acordamos con el entrevistado el momento y la modalidad de la charla. En el caso de realizar una entrevista fuera de un estudio de radio, también es importante encontrar un lugar que no tenga demasiado sonido ambiente. Si realizaremos una entrevista con grabador, chequeamos su funcionamiento y sus pilas.

5

Al inicio de la charla, es aconsejable presentarnos ante el entrevistado y hacer una introducción del tema sobre el cual hablaremos. Es fundamental aprovechar los primeros minutos para generar un clima de confianza en que los involucrados se sientan a gusto y puedan expresarse libre y cómodamente.

6

Durante el desarrollo de la entrevista, hacemos preguntas claras, directas y no demasiado extensas. Además, es preferible que sean abiertas (que inciten a respuestas que van más allá de un “sí” o un “no”).

Tiene que garantizarse el respeto y la comodidad del entrevistado. Es interesante incluir preguntas políticas sobre temas controversiales que suelen interesar a muchas personas o incluso re-preguntar, quizás reformulando el interrogante, si el entrevistado ha evadido una determinada pregunta.

7

Finalmente, podemos hacer el cierre con alguna pregunta que sirva de conclusión, alguna frase o declaración del entrevistado y/o los agradecimientos pertinentes.

PARA TENER EN CUENTA

Aunque las entrevistas radiales pueden prestarse a diálogos espontáneos, es importante que no perdamos de vista guiar la charla y controlar los tiempos, el objetivo de la entrevista y volver hacia el tema principal si la charla se dirige hacia otro rumbo.

También evitemos transformarnos en los protagonistas de la charla y monopolizar la palabra (entrevistador estrella).

Prestemos atención a cada palabra del entrevistado para no repetir preguntas (entrevistador sordo).

Evitemos hacer preguntas tendenciosas y tramposas que ya contengan la respuesta en su formulación y no dejen al entrevistado expresar su posición (entrevistador manipulador).

Aun en entrevistas destinadas a abordar temas muy serios, podemos utilizar la creatividad y hacer una pieza dinámica y atractiva. Podemos usar poesías, canciones, frases anteriores del entrevistado o vinculados al tema, para abrir o cerrar la entrevista.



¿QUÉ ES?

El radioteatro es una pieza radiofónica, de género dramático, que presenta una situación o narra una historia ficticia pero verosímil.

RESEÑA HISTÓRICA

Actualmente estamos habituados a ver películas, telenovelas o series de TV, pero antes de la existencia de éstas, la tarea de llevar la ficción a una gran masa de público era del radioteatro. En nuestro país este género del lenguaje radiofónico dio sus primeros pasos a partir de 1930 y tuvo su período de auge en esa década y la siguiente, siendo paulatinamente reemplazado por la televisión. Aún se discute el nacimiento del radioteatro argentino siendo sus precursores en disputa Francisco Mastandrea con su novela episódica “La caricia del lobo” (1929) y el proyecto de Andrés González Pulido desde su productora “Chispazos de Tradición” (1930). Este último, emitía su programa en Radio Nacional donde conjugaba música, diálogos y dramatizaciones que referían a historias sentimentales con las que el público se familiarizó.

Algunos programas radiales contemporáneos utilizan el radioteatro en su grilla de contenidos. Sin embargo, este es más usado hoy como elemento de dramatización en publicidades o campañas de concientización.

¿QUÉ NECESITAMOS?

- ⇒ Hojas en blanco y lápiz
- ⇒ Grabador de voz
- ⇒ Música
- ⇒ Efectos de sonido
- ⇒ PC
- ⇒ Micrófonos
- ⇒ Objetos para crear sonidos: placas radiográficas, maracas, tablas, etc.
- ⇒ Lugares apartados de ruidos externos o ambientados para tal fin
- ⇒ PC con programa Audacity

PASO A PASO

1

Imaginamos una historia, que tenga una introducción (con la presentación de los protagonistas, cuándo y dónde sucede), un nudo (motivo o conflicto de la narración) y desenlace (cómo se resuelve o termina la historia).

2

Pensamos en cómo contar la trama con diálogos, efectos, música y silencios.

3

Realizamos un guion radiofónico, que incluya todo lo que van a decir los personajes y lo que hay que tener en cuenta a la hora de editar.

Guión radiofónico

Palabras	Efectos	Música	Silencios

- 4 *Actuamos y grabamos los diálogos y sonidos que se nos hayan ocurrido.*
- 5 *Editamos en la PC con el programa Audacity incluyendo música y efectos al material grabado (Ver página 92. Tutorial de Audacity).*
- 6 *Chequeamos que nuestro producto final sea lo que imaginamos.*

PARA TENER EN CUENTA

En el radioteatro es muy importante el silencio. Éste nos ayuda a hacer una pausa para no abrumar al oyente y que pueda seguir el hilo de la historia. También, nos sirve para generar suspenso o crear una sensación de incertidumbre, entre otras.

Existe la posibilidad de que descarguemos por internet una gran variedad de sonidos, pero también podemos crear los nuestros a través de la utilización de distintos materiales. Por ejemplo, para lograr viento podemos mover una hoja gruesa o una radiografía, para hacer llover un palo de lluvia o maraca, para fingir pasos golpear suavemente una madera, etc.



¿QUÉ ES?

El radioclip resulta de la mezcla entre diferentes géneros y recursos radiofónicos. Es un pantallazo general sobre una temática sobre la que se busca captar la atención de las y los oyentes. Puede identificarse con las llamadas “notas de color” que se publican en diarios o revistas. A veces, es descriptivo, otras cuenta una historia o una situación. Por ello intenta provocar imágenes sensoriales y transmitir emociones. Se trata de una pieza breve, que no suele durar más de dos minutos y medio.

RESEÑA HISTÓRICA

José Ignacio López Vigil es el ideólogo de este tipo de piezas, quien junto con otros integrantes de la Asociación Radialistas Apasionadas y Apasionados, una ONG sin fines de lucro con sede en Quito, Ecuador, realizan este tipo de audios con la misión de contribuir a la democratización de las comunicaciones, especialmente de la radio, con la perspectiva de género y ciudadanía.

En la programación radiofónica actual se utiliza para sensibilizar sobre distintas temáticas de interés común.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

- ⇒ Puede transmitirse en cualquier momento de la programación radiofónica, ya que no es noticiable.
- ⇒ Debe ser creativo, para despertar el interés de quien lo escuche.
- ⇒ Como todo producto radiofónico, debe utilizar frases cortas y simples, con lenguaje cotidiano. Por eso se recomienda no utilizar términos técnicos, ni cifras, ya que pueden desviar la atención.
- ⇒ El autor del radioclip deja entrever su opinión acerca de la temática abordada.

¿QUÉ NECESITAMOS?

- ➡ Grabador de voz
- ➡ Hojas en blanco y Lápiz
- ➡ Elementos para producir efectos de sonido
- ➡ PC con programa Audacity

PASO A PASO

1

Pensamos el mensaje que queremos dar.

2

Elegimos la música y/o los efectos a incluir.

3

Hacemos un guión radiofónico. (Ver página 38. Tutorial Radioteatro).

4

Grabamos lo apuntado en el guión.

5

Editamos el material utilizando el programa de edición Audacity (Ver página 92. Tutorial de Audacity). No nos tenemos que olvidar de verificar que el producto no exceda el límite de duración.

6

Escuchamos el radioclip y comprobamos que tenga buen sonido y se comprenda.





¿QUÉ ES?

Es un producto comunicacional gráfico, que difunde un mensaje con la intención de convencer al lector de algo determinado. Se encuentra en la vía pública o en espacios comunes de diferentes organizaciones. ¡Es como un grito en la pared! Debe llamar la atención y entenderse desde lejos y con rapidez, sin que el lector se detenga.

RESEÑA HISTÓRICA

El origen del afiche o cartel se remonta al S. XIX. Este producto comunicacional, en ese momento, era conocido como “bando de ordenanza”, que se colocaba en las paredes de las plazas públicas para ser vistos por el pueblo y de esta manera ser advertidos de las nuevas obligaciones o impuestos o para anunciar algún espectáculo que podrían presenciar. Entre los referentes más importantes de esta primera época, están los franceses Jules Cheret y Toulouse-Lautrec.

Con el paso del tiempo, se volvió un atractivo visual de gran fuerza emotiva capaz de hacer que las personas respondieran a un mensaje. A partir de 1890 Europa y América impusieron una nueva forma de publicidad, que a su vez era un modo de arte: el afiche en el papel ilustrado en colores. Ya en plena revolución industrial, se convirtió en la manera ideal de educar a los consumidores sobre lo que debían desear.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

- ⇒ Tiene que ser simple, claro y creativo.
- ⇒ Debe llamar la atención rápidamente y transmitir de manera contundente un mensaje a un lector distraído.
- ⇒ La información que pretendemos que primero se lea, debe estar ubicada en el margen superior.
- ⇒ Es necesario que esté bien ubicado, posicionado en un lugar de continuo tránsito, sin ser tapado por otros elementos de la vía pública.

¿QUÉ NECESITAMOS?

- ➡ Papeles tamaño A3 o más grandes
- ➡ Lápices, marcadores, fibras o crayones, de distintos colores
- ➡ Tijeras
- ➡ Plasticola
- ➡ Reglas
- ➡ Gomas
- ➡ Papeles de diferentes texturas y colores
- ➡ Recortes de revistas o diarios, fotos, dibujos

PASO A PASO

1

Definimos lo que pretendemos lograr (informar, convencer, auspiciar, propiciar una conducta, etc.), as como el destinatario modelo (a qui n nos vamos a dirigir).

2

Creamos/dise amos la forma ideal del mensaje, tomando decisiones acerca de:

➡ **La imagen:** con fotos, recortes de revistas, dibujos, o combin ndolos. Una sola imagen o composici n de varias. Buscamos que sea significativa, sin recargar.

➡ **Las palabras:** escribimos claro, preciso, conciso, bien expresivo y original, que sea f cil de entender y retener, reforzando la imagen visual y no repitiendo los conceptos que ella comunica.

➡ **Formato y disposici n:** debe verse a distancia. Respecto de la disposici n, tenemos en cuenta que la lectura generalmente se realiza de izquierda a derecha, y de arriba hacia abajo y procuramos generar un punto o centro donde la vista se fije con mayor facilidad. Una disposici n desordenada, dispersa

la atención. En general, los afiches son rectangulares y preferentemente en vertical. (Ver página 17. Tutorial Volante).

⇒ **Color:** elemento primordial para llamar la atención. La elección de este tiene que concordar con el objetivo del afiche y lograr una óptima legibilidad y contraste.

⇒ **Letras:** tipo y tamaño. Deben ser legibles a la distancia.

3

Hacemos un borrador que sea un dibujo de ensayo, sin muchos detalles, de acuerdo al diseño ideado.

4

Realizamos el afiche disponiendo en el espacio todos los elementos antes mencionados. Podemos trabajar manualmente, dibujando, escribiendo, usando recortes, fotos, etc. o podemos trabajar desde una computadora, con algún programa de diseño como GIMP. (Ver página 109. Tutorial GIMP).



¿QUÉ ES?

La historieta o cómic es una serie de dibujos que constituyen un relato. Estos dibujos pueden ir acompañados de texto. Comúnmente se realizan sobre papel, pero ya hace algunos años existen historietas en formato digital (e-comic, webcómic).

Puede variar su extensión, pudiendo constituir una simple tira en los periódicos, una página completa, una revista o un libro.

Existen historietas en casi todos los países y abordan múltiples géneros. Al profesional o aficionado que las guiona, dibuja, rotula o colorea se lo conoce como “historietista”.

RESEÑA HISTÓRICA

La historieta o cómic argentino es una de las más importantes a nivel mundial y la más significativa a nivel latinoamericano.

En Argentina, la historieta tiene sus inicios a finales del siglo XIX, en la popular revista Caras y Caretas, donde aparecieron los primeros relatos ilustrados y la inclusión de globos de diálogo en el dibujo. Siguió desarrollándose en el país hasta lograr su nivel más alto entre las décadas de 1940 y 1960, la llamada Época Dorada. Luego de esta etapa, la historieta nacional fue decayendo hasta llegar al punto de no existir ninguna publicación del género en la década de 1990 (exceptuando los autores que se autopublicaban).

A partir del año 2000 se intentó revalorizar el género, por medio de recopilaciones de viejas historietas. Un hecho significativo en este sentido fue la vuelta a los kioscos de la mítica revista Fierro, que cuenta con publicaciones de los autores más reconocidos del país.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

- ⇒ La historieta puede abarcar muchos temas, pero su característica principal es que se encuentra relatada exclusivamente con imágenes.
- ⇒ Los textos de las historietas complementan las imágenes y se limitan

a decir todo aquello que no se puede deducir de ellas. Suelen estar presente en forma de globos o bocadillos, cartelas, textos sueltos y onomatopeyas. Las palabras dichas por los personajes suelen estar en los globos.

⇒ Algunas veces lo que piensan o sienten los protagonistas de nuestra historieta no se expresa con palabras, sino con signos. Por ejemplo, una lamparita sobre la cabeza de un personaje quiere decir que éste ha tenido una buena idea.

⇒ Las historietas han incursionado en variados géneros, han tratado desde la aventura, la guerra, la ciencia ficción, el romance, el drama, la comedia, el deporte, lo fantástico, lo épico, el western, lo policíaco y hasta la investigación, entre otros.

⇒ Se encuentra formada por:

- Cuadros o viñetas: encierran una serie de imágenes separadas previamente. El orden de las imágenes se sigue de izquierda a derecha y de arriba hacia abajo. Cada una representa una secuencia.
- Dibujos: representan los hechos que deben apreciarse por el lector.
- Bocadillos: es un círculo o figura en la que se escribe el texto que está pensando o diciendo el personaje de la historieta. A continuación, algunos ejemplos:



- Onomatopeya: es la escritura de los ruidos o sonidos que suceden en la historieta. Se aplican tanto en cosas como en personajes.
- Textos: se escriben en lugares específicos. Da cuenta de lo que piensan o dicen los personajes y explican lo que éstos hacen. También se utilizan para describir algo de la escena. Pueden encontrarse en un cuadro en la parte superior, inferior o en los bocadillos.

¿QUÉ NECESITAMOS?

- ➡ Hojas en blanco
- ➡ Lápices negros y de colores
- ➡ Goma de borrar
- ➡ Lapiceras
- ➡ Fibras de colores, también podemos utilizar temperas o pinturas
- ➡ Regla

PASO A PASO

1

Pensamos el argumento, es decir, la idea, la historia que queremos contar, quiénes serán sus protagonistas y dónde se desarrollará. Establecemos las características físicas de los personajes y su psicología. Cuanto más sencillo sea el dibujo que realizamos más fácil será repetirlo de un cuadro a otro.

2

Dividimos el argumento en pequeñas unidades que contengan los momentos más representativos. Cada una de estas unidades constituye cada viñeta a dibujar.

3

Realizamos un guión. Pensamos qué poner en cada viñeta. Podemos hacer un boceto antes de realizar los dibujos definitivos.

4

Es aconsejable variar de tamaño y disposición de las viñetas conservando la armonía en la página. Debemos tener presente el espacio que van a ocupar los globos de diálogo.

5

Distribuimos las viñetas en la página.

6

Hacemos los dibujos, trazamos las onomatopeyas y las figuras cinéticas (de movimiento) y los globos de diálogo.

7

Pintamos. Es mejor usar marcadores para los personajes y lápices de colores para los fondos. Remarcamos los textos de los globos y los carteles.

PARA TENER EN CUENTA

Otra opción es armar la historieta con la técnica de collage, en la cual pegamos o superponemos cosas sobre una hoja de papel, un lienzo o un tablero.

El collage se basa esencialmente en la utilización de diversos materiales tales como periódicos viejos, revistas, papeles de colores o embalaje, fragmentos de fotos, telas, materiales sólidos, pintura acumulada, etc. Podemos, incluso, combinarlo con otras técnicas, como el dibujo y la pintura.



¿QUÉ ES?

La postal es una pieza gráfica rectangular de cartulina, o cartón fino, preparada para ser escrita y enviada por correo tradicional. Una postal virtual es la que se manda a través de internet, normalmente por correo electrónico o por diversas redes sociales. Esta última puede ser estática o animada.

RESEÑA HISTÓRICA

La aparición de las tarjetas postales fue un fenómeno de gran importancia en la historia del correo. La primera emisión fue en Austria en 1869. En sus inicios eran cartulinas de color café claro, diseñadas solamente para escribirse, aunque rápidamente empezaron a llevar imágenes. La idea tuvo gran éxito y para 1871 la mayoría de los países europeos ya la habían adoptado.

En 1900 la tarjeta postal se socializó a tal punto que surgió la idea del coleccionismo. A partir de entonces, innumerables artistas reprodujeron sus obras en este soporte, entre ellos los dadaístas. El arte pop también consideró las posibilidades expresivas de este medio y en la década del 60 crearon múltiples postales pensadas como obras autónomas. Yoko Ono envió algunas que llevaban un agujero con la leyenda “A hole to see the sky through...” (Un agujero para ver el cielo a través de...).

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

- ⇒ Soporte: la postal suele estar impresa sobre un cartón fino o cartulina. La principal diferencia con respecto a una carta convencional es que no utiliza sobre, así que su contenido puede ser leído con facilidad, por lo que no se aconseja su uso para envíos cuya privacidad sea importante.
- ⇒ Medidas: a finales del siglo XIX, la Unión Postal Universal reguló el formato de las postales y recomendó que sus dimensiones fuesen de 9 cm x 14 cm. Ese es el formato de las postales antiguas, que se

mantuvo hasta cerca del año 1960. Las postales modernas son un poco más grandes, midiendo alrededor de 10,5 cm x 15 cm.

⇒ **Diseño:** en su anverso, las postales suelen llevar impreso un dibujo o fotografía, pueden ser del lugar en donde se las compró, o de alguna campaña publicitaria o evento que se esté difundiendo. Su reverso se encuentra dividido en dos mitades: a la izquierda para contener el mensaje que se quiere enviar y la derecha para poner el sello postal y la dirección del destinatario.

⇒ **Mutación:** la tarjeta postal fue, y sigue siendo en la actualidad, una forma masiva de comunicación visual, ya que transporta en ella imágenes fotográficas de cualquier lugar del mundo para un gran número de personas. Hoy la tarjeta postal se presenta en formatos diversos y ya escapa de la bidimensionalidad para sorprendernos, por ejemplo, desde la pantalla de la computadora con una mayor ilusión de realidad en las imágenes, desplegando melodías musicales o efectos de fondo convirtiéndose en una postal virtual animada.

¿QUÉ NECESITAMOS?

- ⇒ Hojas en blanco y lápiz (para bocetar)
- ⇒ Lápices y fibras de colores
- ⇒ Cartón fino en formato postal

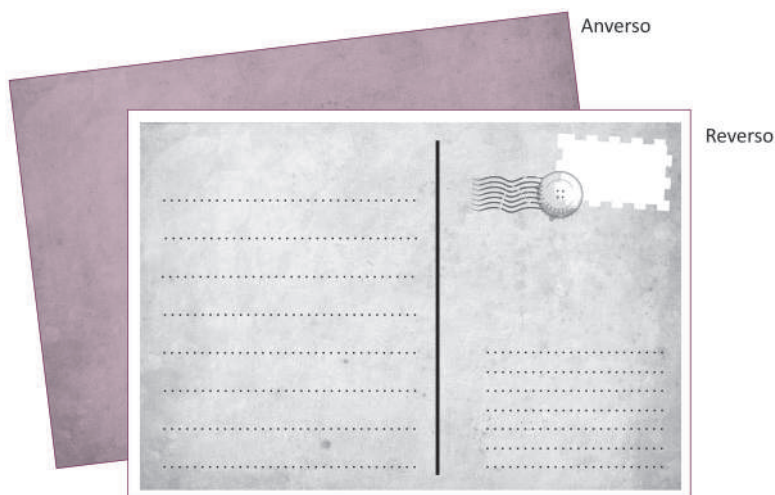
PASO A PASO

1

Decidimos qué queremos comunicar y a quién queremos interpelar.

2

Ensayamos una imagen o dibujo que ir en el anverso de la postal y un texto o mensaje para el reverso, junto a los datos del destinatario.



3

Utilizamos el cart n con formato postal y hacemos en l lo que ensayamos anteriormente.

4

Escaneamos o fotografiamos las postales producidas para que, una vez digitalizadas, podamos imprimir una gran cantidad de ellas.

PARA TENER EN CUENTA

La producción de la postal no finaliza hasta que podamos hacerla llegar a nuestros potenciales destinatarios.



¿QUÉ ES?

La calcomanía o el sticker (del inglés “to stick”, que significa pegar) es un producto gráfico; una imagen, un dibujo o un texto breve impreso sobre un papel adhesivo que, a través de su aplicación, se transfiere del soporte original, a otra superficie donde queda adherida. Se suele utilizar para promocionar un ícono o logo, o simplemente compartir el arte con los demás.

RESEÑA HISTÓRICA

La calcomanía o sticker, perteneciente al arte callejero, surgió con la idea de sustituir la firma urbana que utilizaban algunos grupos o individuos al escribir calles o paredes. Sin embargo, con el tiempo se transformó en figuras con un gran factor estético que abordan temas desde la iconografía con frases cortas y llamativas.

Uno de los iniciadores de la técnica del sticker en tamaño grande (de más de un m2) es Gerardo Yepiz, más conocido por su seudónimo Acamochi, un mexico-americano residente en Tijuana que sostiene que la técnica del sticker viene de Chicago, que casualmente también es cuna del graffiti, y que fue traído a México por los migrantes. Según Acamochi la finalidad de los posters, calcomanías y los estenciles es comunicar sobre lo cotidiano de un modo alternativo.

Si bien la propuesta al principio fue estética, se vio rápidamente influenciada y transformada por diversas coyunturas políticas y sociales. Así fue que los stickers comenzaron a abordar temas políticos y campañas tanto publicitarias como sociales y los formatos y temáticas abordadas se fueron transformando.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

- ⇒ La finalidad principal de esta técnica es comunicar, ya sean ideas o imágenes, con el fin de llamar la atención a quien las vea.
- ⇒ Un factor importante a considerar en la composición de una calcomanía es la relación entre el tamaño, las imágenes y el texto, para garantizar su legibilidad.
- ⇒ La calcomanía es un excelente medio para transmitir mensajes cortos y llamativos. Para generar un impacto visual mayor y prolongar su circulación, hay que contemplar el soporte sobre el que se va a adherir y diseñarla con la mayor creatividad posible.

¿QUÉ NECESITAMOS?

- | | |
|-------------------------------|--|
| ⇒ Hojas en blanco y lápiz | ⇒ Escáner o cámara de fotos para digitalizarla |
| ⇒ Lápices y fibras de colores | ⇒ Impresora |
| ⇒ PC con el programa GIMP | ⇒ Papel autoadhesivo A4 |
| | ⇒ Tijeras |

PASO A PASO

1

Creamos una imagen y/o texto que nos guste a transformar en calcomanía. Podemos dibujar a mano o diseñar en la computadora en el programa GIMP. (Ver página 109, Tutorial GIMP).

2

Si optamos hacer un dibujo, una vez que lo tengamos listo, debemos digitalizarlo. Podemos fotografiarlo o escanearlo.

3

Hacemos los retoques digitales que queramos y acomodamos en una hoja A4 varias copias de la calco. Para que sea legible, es recomendable repetir la calcomanía no más de 8 veces.

4

Colocamos el papel autoadhesivo en la impresora e imprimimos. Es recomendable utilizar el flujo más pesado de tinta, porque la impresión liviana puede hacer que la imagen tenga burbujas o se corra, e imprimir una página de prueba con papel común para verificar que la imagen no salga pixelada.

5

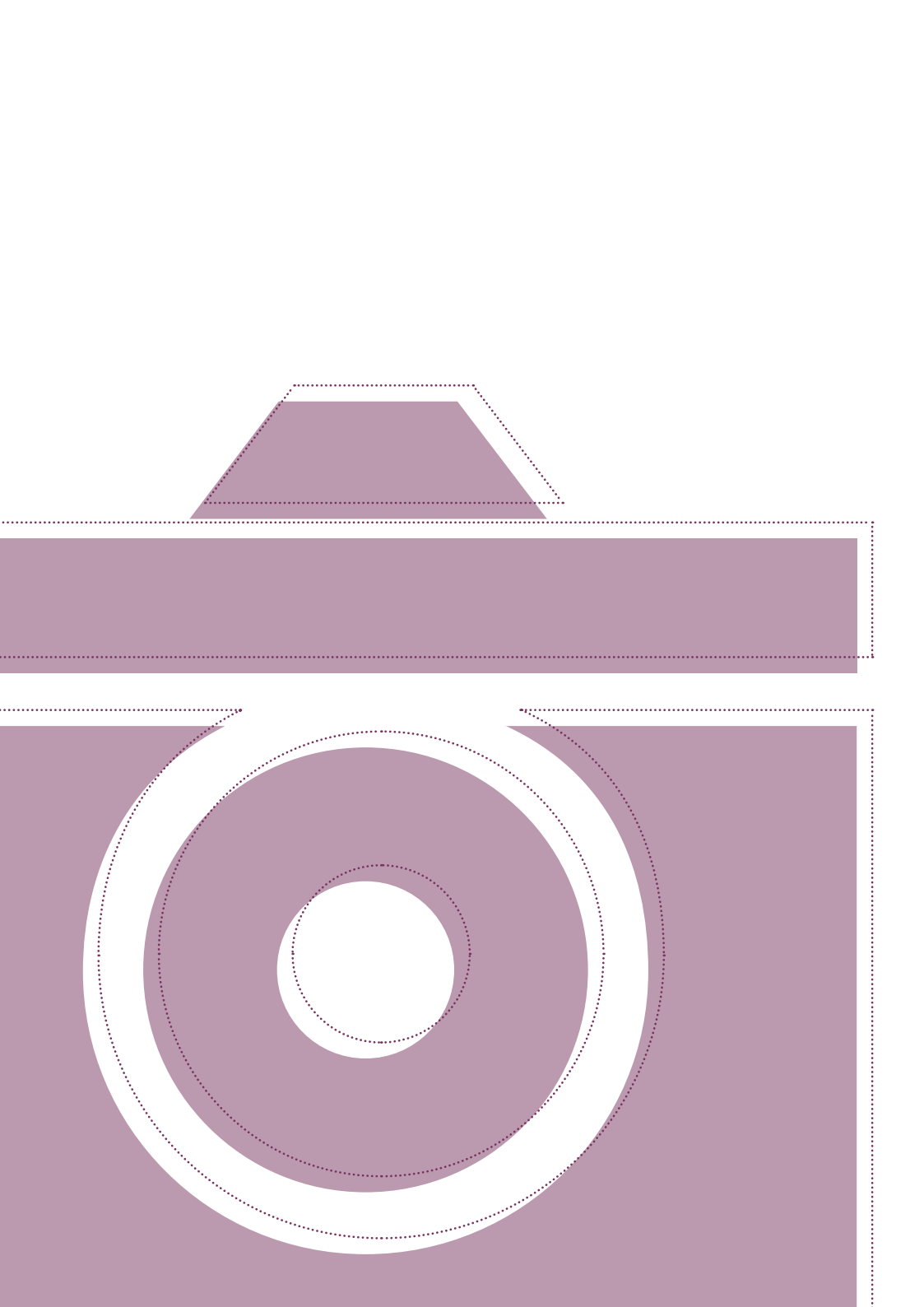
Recortamos las calcomanías y las distribuimos o pegamos.

PARA TENER EN CUENTA

Desde hace algunos años, la tecnología permite imprimir calcomanías a todo color, incluso con la más alta calidad. Por otro lado, también existe la posibilidad de conseguir colores especiales como fluorescentes, color oro o plata. Lo que hay que tener en cuenta es la cantidad y el tamaño a imprimir, ello determinará cuál será el método de impresión más conveniente.

La utilización del troquelado permite conseguir calcomanías con la forma que cualquiera se imagine. Desde clásicos cuadrados o circulares, hasta los más atractivos con formas de personajes. No hay inconvenientes si se busca lograr un producto personalizado a partir del cambio de forma, este servicio se puede conseguir en distintas imprentas, solo que demanda un costo y tiempo extra de trabajo. En algunas ocasiones, las calcomanías con forma son necesarias y en otros, disparan su atractivo visual, consiguiendo un mayor poder de retención de sus destinatarios.

Las calcomanías son uno de los productos de promoción más económicos y llega a una gran cantidad de personas, ya que permanecen pegadas en soportes móviles o en superficies fijas a la vista de miles de destinatarios.



¡ATENCIÓN!

Te invitamos a que cuando llegues al paso a paso de los siguientes tutoriales te remitas a las reglas de composición de una imagen en la página 20.



¿QUÉ ES?

El stop motion (o animación cuadro por cuadro), es una técnica de animación que consiste en generar movimiento a partir de imágenes fijas que se reproducen de forma sucesiva y rápida.

RESEÑA HISTÓRICA

La técnica del stop motion tiene sus orígenes en el cine, particularmente, en un desperfecto técnico durante una filmación. Cuenta la anécdota que el cineasta Georges Méliès intentaba documentar con su cámara el tránsito en una plaza cuando, en medio del rodaje, la manivela de la filmadora se atascó deteniendo la película en su interior, aunque sin dejar de imprimir las imágenes. Al reproducir su registro, Méliès se encontró con un efecto ilusorio que dio origen a la técnica “paso de manivela”, uno de los primeros efectos especiales cinematográficos que dio puntapié al cine de animación y a todos los efectos basados en sustitución de imagen por imagen.

Entre los primeros trabajos que utilizaron esta técnica se encuentra “Viaje a la Luna” (1902) de Méliès, el del cineasta James Stuart Blackton con su película “La casa encantada” (1907), Ladislav Starewicz y su film “La venganza del camarógrafo” (1912) y Willis O’Brein quien animó a King Kong (1933). Desde estos films pioneros hasta el día de hoy, la técnica se ha utilizado en una gran cantidad de películas, cortometrajes, series, videoclips, publicidades, entre otros. Los ejemplos más actuales son los films Coraline (2009), Frankenweenie (2012) y ParaNorman (2012). También podemos encontrar la técnica de stop motion en producciones argentinas como “Mi Familia”, serie difundida por el canal Paka Paka, y “Miradas”, una realización del Polo Audiovisual Cuyo que podemos encontrar en la web del Banco Audiovisual de Contenidos Universales Argentino (Bacua).

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

El stop motion consiste en una serie de fotografías que se reproducen de manera sucesiva y rápida. Como es una técnica que busca generar la ilusión de movimiento es común ver que los materiales que se utilizan para estas producciones sean distintos objetos inanimados: elementos escolares, muñecos, plastilinas, dibujos, entre otros, pero también existen realizaciones con personas.

¿QUÉ NECESITAMOS?

- ⇒ Hojas en blanco y lápiz
- ⇒ Cámara de fotos (con su respectivo cable USB y con pilas o batería). En el caso de no tener cámara de fotos se puede utilizar la del celular o netbook, o bien una PC con el programa Huayra Motion.
- ⇒ PC con el programa Open Shot

Opcional

- | | |
|-----------------------|---|
| ⇒ Plastilina | ⇒ Trípode |
| ⇒ Útiles de librería | ⇒ Lámparas de luz de diversos colores, linternas, papeles celofán, entre otros. |
| ⇒ Muñecos articulados | |
| ⇒ Vestuario | |

PASO A PASO

1

Pensamos una historia para contar y cómo la vamos a hacer. También definimos los guionistas, actores o manipuladores de objetos y cámaras gráficas.

2

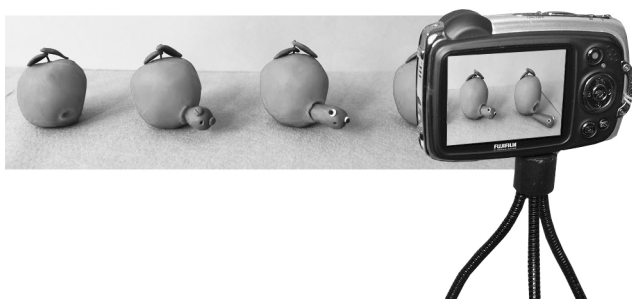
Escribimos un guion que incluya una a una las acciones que realizarán los protagonistas (actores u objetos) en cada foto que sacaremos, de ese modo no nos vamos a olvidar de ningún detalle. También podemos hacer un storyboard (o guion gráfico) donde dibujemos las imágenes que queremos tomar para realizar la historia.

¡Atención!

Si hacemos el stop motion con el programa Huayra Motion, que nos posibilita hacer capturas con la webcam de la netbook o notebook, hasta ahora tendremos en cuenta las mismas consideraciones, solo que a partir de este momento interrumpiremos la lectura, para consultar otra información. (Ver página 81. Tutorial de Huayra Motion).

3

Comenzamos a sacar las fotos. Es importante que tengamos en cuenta que la cámara debe estar siempre fija, siempre en el mismo lugar. Debemos usar de referencia la última foto para dar cuenta de una secuencia lógica de imágenes y obtener la ilusión de movimiento.



4

Como es necesario sacar muchas fotos para realizar el producto, tenemos que organizarlas copiándolas en una carpeta en la PC y colocándole un nombre a cada imagen según el orden de aparición.

5

Utilizamos el Open Shot, para editar nuestro stop motion. Le podemos incorporar textos y música o efectos de sonido (Ver página 85. Tutorial de Open Shot).

PARA TENER EN CUENTA

Para que la técnica dé sus frutos tenemos que realizar un producto que contenga al menos una foto por segundo. Mientras más fotos por segundo tengamos, el movimiento se verá más real; para ello debemos sacar muchas fotografías y hacer muy sutiles los movimientos, acomodando levemente los objetos o personas con las que hagamos nuestro stop motion.

Hay muchos programas donde podemos realizar un stop motion, nosotros te proponemos la utilización del Open Shot (que nos permite editar videos, en este caso poner una foto atrás de la otra) y el Huayra Motion (que saca las fotos desde la webcam), ambos son de acceso libre.



¿QUÉ ES?

El videoarte es una expresión artística, que tiene como finalidad despertar y estimular las emociones del espectador. Se entiende por videoarte todo producto audiovisual que utiliza la tecnología video (en formato electromagnético o digital), y donde la creación presenta una intencionalidad artística y experimental, mediante la utilización de recursos técnicos, narrativos, estéticos, conceptuales, no solamente comunicativos e informativos.

RESEÑA HISTÓRICA

El videoarte es un movimiento surgido en Estados Unidos y Europa hacia 1963. Numerosos artistas empezaron a replantearse el papel del arte en la sociedad, y por lo tanto muchas de las obras realizadas durante esa década reflejaban la unión entre arte y vida.

La primera generación de artistas del video provenía de otras disciplinas, como la pintura, la escultura, la música o la performance. Se interesaron por el video porque les ofrecía la posibilidad de explorar de forma creativa un nuevo medio.

El hecho determinante de la aparición del videoarte es la comercialización de cámaras de video portátiles, la tecnología de grabación y transmisión electrónica de imágenes en movimiento, la posibilidad de grabar muchas horas y volver a grabar sobre el mismo casete.

Mediante el uso de la televisión, que en aquellos momentos ya se había convertido en un objeto de uso cotidiano, intentaron quitarle al arte la identidad de exclusivo y sagrado, asimismo otorgarle a la TV nuevos significados artísticos distintos a los comerciales.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

Actualmente, se puede trabajar con cámaras digitales, hogareñas, profesionales, de fotos y hasta celulares.

¿QUÉ NECESITAMOS?

- ⇒ Hojas de papel y lápiz
- ⇒ Registro de videos y/o fotos propias (viejos o actuales) y archivos de imágenes
- ⇒ Audios, música. Podés probar realizar sonidos con tu cuerpo o con elementos
- ⇒ Cualquier tipo de cámara
- ⇒ Luces profesionales, linternas, lámparas caseras, entre otros
- ⇒ Todo lo que tengas a mano

PASO A PASO

1

A partir de la idea que queremos expresar, estas son algunas alternativas a seguir: podemos realizar un autoretrato, remitirnos a lo que nos provocó la lectura de algunas poesías, cuentos, o novelas. También podemos llevar a cabo un video de observación sobre algún momento del día o práctica especial de un grupo de personas. Las posibilidades son infinitas, tu imaginación es el límite.

2

Decidimos qué recursos vamos a utilizar: si vamos a usar archivos o si vamos a hacer tomas con una cámara; qué vamos a filmar (no es necesario que sean actores, tampoco que dialoguen o interactúen); podemos usar audios viejos de canciones, películas, grabaciones, llamadas telefónicas o todo junto! Como ya dijimos anteriormente, el videoarte es experimentar con lo audiovisual, animarse a romper los moldes y hacer algo distinto.

3

No es necesario escribir un guion. Sin embargo, podemos bosquejar un proyecto donde desarrollar la idea del modo más claro posible sobre lo que queremos expresar y cuál va a ser el tratamiento, es decir, cuáles serán nuestros recursos estéticos. Nos puede ayudar pensar cuáles imágenes nos interesa que aparezcan, cuáles sonidos nos imaginamos que acompañarán cada momento, definir la estructura del video y cuál es el sentido último de lo que queremos mostrar.

¡Atención! También se puede llenar el siguiente cuadro con palabras al azar y luego elegir mediante un dado una palabra por categoría. Las que queden seleccionadas serán los ejes de la historia. Debemos tener en cuenta las palabras que surgen, en función de que luego tendrán que ser representadas.

Protagonista	Acción	Lugar	Antagonista	Sonidos	Adjetivos

4

Una vez que hayamos conseguido y logrado todo lo que necesitamos (materiales, registros nuevos, archivos, etc.) busquemos el modo de digitalizar lo que tengamos para luego editarlo. Las fotos podemos escanearlas, algunos objetos o elementos podemos fotografiarlos con alguna cámara digital y luego mediante un cable USB pasarlas a la PC, al igual que las imágenes filmadas.

5

Editamos los materiales audiovisuales en el programa Open Shot (Ver página 85. Tutorial de Open Shot). Es importante que además de seguir las instrucciones del tutorial del software,

experimentemos clickeando las diferentes opciones. No solo es necesario poner una imagen atrás de la otra, como lo planeado, sino que podemos probar cambiarlas con colores, formas, saturarlas, superponerlas, utilizar la pantalla partida (es decir, más de una imagen a la vez), podemos distorsionar los sonidos, ponerles efectos, entre otros.

PARA TENER EN CUENTA

Si a la hora de filmar nos interesa usar luces de colores y no tenemos, podemos poner papel celofán (del color que necesitemos y nos guste) delante de cualquier lámpara.

Lo ideal es que el producto final no exceda los cinco minutos.



¿QUÉ ES?

Es una forma de expresión visual que consiste en la creación de una foto compuesta de otras. Se trata de manipular, recortar, yuxtaponer, alterar, varias imágenes fotográficas y luego componerlas sobre un mismo plano visual de tal manera que se cree una imagen nueva y única. Los fotomontajes sirven para obtener imágenes que no podríamos capturar con una cámara.

RESEÑA HISTÓRICA

El fotomontaje aparece con el nacimiento de la fotografía hacia 1839 y se consolida como género artístico con el dadaísmo hacia 1920. Esta técnica proporcionó a los dadaístas una forma de protesta contra la Primera Guerra Mundial y contra los intereses burgueses de la época.

El fotomontaje revoluciona el campo de la fotografía porque cuestionó la referencia directa con la realidad que en general se le atribuye a la fotografía. El fotomontaje se produce utilizando fragmentos de la realidad que, al combinarlos, invita a una nueva lectura que enriquece la experiencia visual del espectador.

Los dadaístas unieron imágenes de distintas procedencias y, además, utilizaron la tipografía como un recurso lingüístico y de diseño. Luego, con el collage dadaísta se fusionó lo estético con la protesta político-ideológico-cultural. Más tarde, fue cediendo el terreno a nuevas técnicas de expresiones gráficas, entre ellas los experimentos surrealistas de Man Ray. En la tercera década del siglo XX, la fotografía surrealista convulsionó el referente mimético (de imitación a la naturaleza) al acercarse a las regiones de lo sensorial, de lo poético. De este modo, podemos concluir que la fotografía dejó a un lado las restricciones que le impedían acercarse al terreno de las emociones, la imaginación y los sueños. Así, el fotomontaje de protesta le fue dejando paso al de índole poética; el enlace con lo real se volvió más elástico y con ello se incrementaron las posibilidades discursivas.

La estética dadaísta y surrealista fue de enorme influencia en los trabajos de algunos artistas que se vincularon con los presupuestos del arte pop.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

El fotomontaje es un procedimiento y una técnica del lenguaje fotográfico que combina elementos pictóricos, fotográficos y del diseño gráfico, logrando un gran potencial expresivo. Jacob Bañuelos, Doctor en Ciencias de la Información y autor del libro Fotomontaje, afirma que es una expresión revolucionaria en la que se funde lo ideológico con lo estético y que es producto de una sociedad dinámica que nace de la búsqueda por representar la realidad de una nueva forma.

Existe un parecido entre la técnica del collage y la del fotomontaje. Ambos son procesos que implican selección de imágenes, reubicación y en ocasiones retoques de éstas que siempre concluyen en una pieza que distorsiona las imágenes originales. En el collage se ponen en evidencia los diferentes materiales utilizados para su elaboración: texturas, planos, volúmenes, etc. Mientras que el fotomontaje es una creación a partir de imágenes cuyo trabajo final es una fotografía.

¿QUÉ NECESITAMOS?

Si lo hacemos de MODO DIGITAL

- ➡ PC con el programa GIMP o Photo Scape
- ➡ Escáner (si queremos combinar el trabajo manual con el digital)
- ➡ Cámara de fotos
- ➡ Imágenes fotográficas para editar

¿QUÉ NECESITAMOS?

Si lo hacemos de MODO ARTESANAL (más parecido a un collage)

- ➡ Hojas en blanco
- ➡ Lápices, fibras, temperas, etc.
- ➡ Revistas y diarios para recortar
- ➡ Telas, lanas
- ➡ Cartulinas, afiches, papeles de colores, etc.
- ➡ Tijeras y trinchetas
- ➡ Plasticola
- ➡ Cámara de fotos

PASO A PASO

¡Atención!

Si al tomar una foto debemos atender a un sinnúmero de cuestiones, al hacer un fotomontaje, es necesario prestar atención a las mismas cosas, multiplicadas por el número de fotografías que el fotomontaje/resultado final contendrá.

1

Escribimos el mensaje que queremos dar.

2

Planificamos qué se va a fotografiar y cuál es la mejor toma. Luego, bocetamos la idea del modo más claro posible. Esto nos servirá de guía durante la elaboración del fotomontaje.

3

Podemos fotografiar nuestras propias imágenes, usar recortes de revistas y diarios, buscarlas en la web, dibujarlas, etc.

4

Organizamos las imágenes para ahorrarnos tiempo en la búsqueda y en la producción.

5

Componemos nuestro fotomontaje utilizando las imágenes que generamos y organizamos en el paso anterior.

Si elegimos hacerlo sin la computadora, montamos todo en una hoja en blanco y luego la fotografiamos, o escaneamos, para obtener nuestro producto final. Si, en cambio, usamos la computadora, componemos nuestro fotomontaje siguiendo las opciones que propone los programas de edición de gráfica (Ver página 109 y 103. Tutoriales de GIMP y PhotoScape). También existe la posibilidad de combinar ambos procesos (como en los ejemplos).

PARA TENER EN CUENTA

Todos los factores antes descriptos son muy importantes para que en el producto final se logre una imagen creíble, porque el fotomontaje se trata de esto.

Es habitual que encontremos sitios en internet donde realizar fotomontajes predeterminados, por ejemplo, introduciendo una foto nuestra al lado de un artista, una estrella de cine, un cantante, etc.

Podemos utilizar programas de edición de imágenes como los que te propusimos u otros como Corel, Photoshop, etc.



¿QUÉ ES?

La fotonovela es una narración a partir de una serie de fotografías. Está relacionada con la historieta y el cine. Parte de un guión que constituye la trama narrativa y se apoya simultáneamente en imágenes, diálogos y comentarios.

RESEÑA HISTÓRICA

La fotonovela surgió en Italia en 1920, pero tuvo su período de masividad en 1947 en ese mismo país. Años más tarde se extendió por Francia, España, América Latina, Canadá y África, siendo publicadas en revistas de grandes tiradas. Los principales referentes de esta etapa fueron Stefano Rueda y Damiano Damiani con sus revistas *Sogno* y *Bolero*.

En Argentina en 1950 apareció "Cinemisterio" y se editaron las "Fotohistorias escalofrantes", de procedencia italiana.

Como otro hito histórico, en los años 80 la revista británica *Eagle* incorporó fotonovelas de ciencia ficción como "Exterminius" (1982-1991) de Alan Grant y John Wagner; y "Tim, el chico invisible" (Invisible Boy) (1982-1983) de Scott Goodall.

En la década de los 60 y 70, *Radiolandia*, *Antena* y *Anahí* fueron algunas de las revistas argentinas donde se publicaron fotonovelas.

CARACTERÍSTICAS PROPIAS DEL PRODUCTO

- ⇒ Es un relato ficcional.
- ⇒ Tiene una estructura narrativa: presentación, nudo y desenlace.
- ⇒ Parte de la construcción de personajes.
- ⇒ Recurre a la descripción de lugares y situaciones.

⇒ Utiliza elementos como:

- El globo de diálogo (espacio donde se colocan los textos que piensan o dicen los personajes). (Ver página 46. Tutorial de Historieta).
- El encabezado (texto que no se integra en la imagen y se ubica en la parte superior de la viñeta. Es la voz del narrador).
- El cartucho (texto que ocupa toda la viñeta y sirve de unión).
- La onomatopeya (imitación de un sonido).
- La metáfora visual (que expresa una idea a través de una imagen).
- Las figuras cinéticas (que aparentan movimientos mediante la utilización de rayas, curvas, etc.).

¿QUÉ NECESITAMOS?

⇒ Cámaras fotográficas o celulares

⇒ Cables USB o tarjetas de memoria

⇒ Pilas o baterías con carga

⇒ PC con programa Photo Scape

⇒ Afiches o cartulinas y marcadores, por si queremos hacer globos de diálogo o encabezados, dentro de la misma fotografía, introduciendo el texto de manera más artesanal

PASO A PASO

1

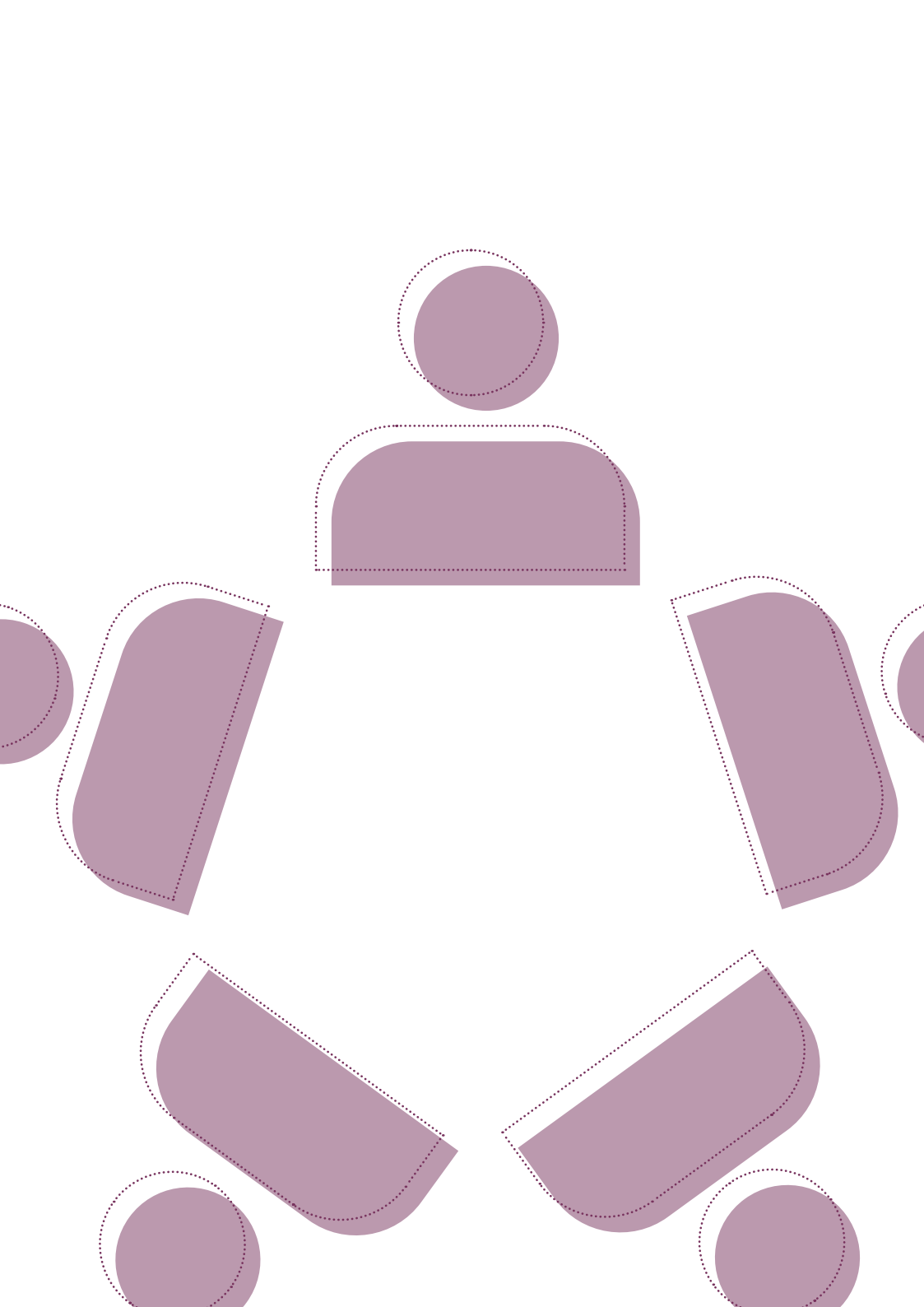
Podemos utilizar la adaptación de un texto de un autor reconocido o elaborar un guion original para nuestra historia.

- 2** *Elegimos el número de personajes, los escenarios, el vestuario y la evolución temporal.*
- 3** *Escribimos el desarrollo de la idea original en forma de relato (introducción, nudo y desenlace).*
- 4** *Bosquejamos las imágenes que representarán el relato.*
- 5** *Redactamos los encabezados, pies de foto y los diálogos de los personajes. Recordemos utilizar un lenguaje sencillo, cotidiano.*
- 6** *Hacemos las fotografías, teniendo en cuenta los escenarios elegidos y los vestuarios.*
- 7** *Descargamos las fotos en la computadora y las ordenamos de acuerdo a la secuencia.*
- 8** *Editamos cada foto poniendo los globos de diálogos, los encabezados y pies de fotos utilizando Photo Scape (Ver página 103. Tutorial de PhotoScape).*

PARA TENER EN CUENTA

Para la fotonovela sólo contamos con imágenes fijas y texto escrito. Por lo tanto, debemos aprovechar las posibilidades gráficas al máximo. El tamaño y la forma de los elementos visuales deben ser llamativos, romper la monotonía en la composición de la página.

El mensaje verbal puede aparecer de dos maneras: en carteles y/o globos. El texto sirve para enlazar la historia y, de ese modo, orientar al lector.



Siempre se debe interrumpir las actividades del resto de las Productoras para realizar los juegos cooperativos, dado que el objetivo es que todas y todos juguemos juntos.

ENREDADOS

Nos ponemos en fila de la mano. La primera persona de la fila debe comenzar a enredarse, pasando entre el resto de las personas. Puede hacerlo por debajo, por arriba, entre los brazos, por las piernas y el resto lo va siguiendo (siempre cuidando de no soltarse de las manos), hasta lograr un Nudo Humano bien apretadito. Cuando estamos muy enredados, comenzamos a desenredarnos (siempre sin soltarnos las manos).

SILLA COMUNITARIA

Hacemos una ronda con sillas, poniendo una menos a la cantidad de participantes. Pasamos música o hacemos palmas para darle ritmo al juego. Las y los jugadores giramos alrededor de las sillas mientras la música suena. Si ésta se detiene, todas y todos tenemos que subirnos arriba de las sillas (cuidando de no dejar ningún pie en el piso). Hay que ingeniárselas: abrazados, sentados uno arriba del otro, parados entre dos sillas, etc. A medida que el juego avanza, continuamos quitando sillas. El juego sigue hasta que quede la mínima cantidad de sillas, en la que quepamos todas y todos (siempre sin tocar el piso).

Parecido al juego de la silla tradicional, pero en éste sólo salen sillas, no jugadores.

¡Atenci n!

Si no tenemos sillas (o no son muy fuertes) podemos hacerlo con hojas de diario que iremos sacando cada vez que se detiene la música.

¿QUÉ NECESITAMOS?



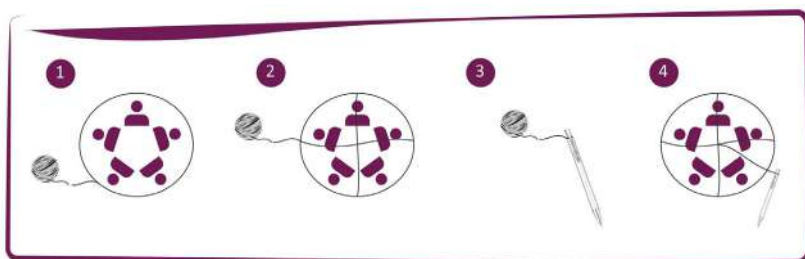
Sillas o diarios



Música

BALERO COOPERATIVO

Primero, decidimos quien de la Productora coordinará el juego. Segundo, formamos una ronda y nos vamos pasando un hilo hasta que armamos una circunferencia. Tercero, el/a coordinador/a cruza el hilo de un extremo de la circunferencia al otro, dividiéndola en 4. Cuarto, ata una lapicera a otro hilo y luego lo ata al centro de la circunferencia. Finalmente, colocará una botella en el piso y entre todas y todos tenemos que embocar la lapicera en la botella.



¿QUÉ NECESITAMOS?



Ovillo de hilo o lana



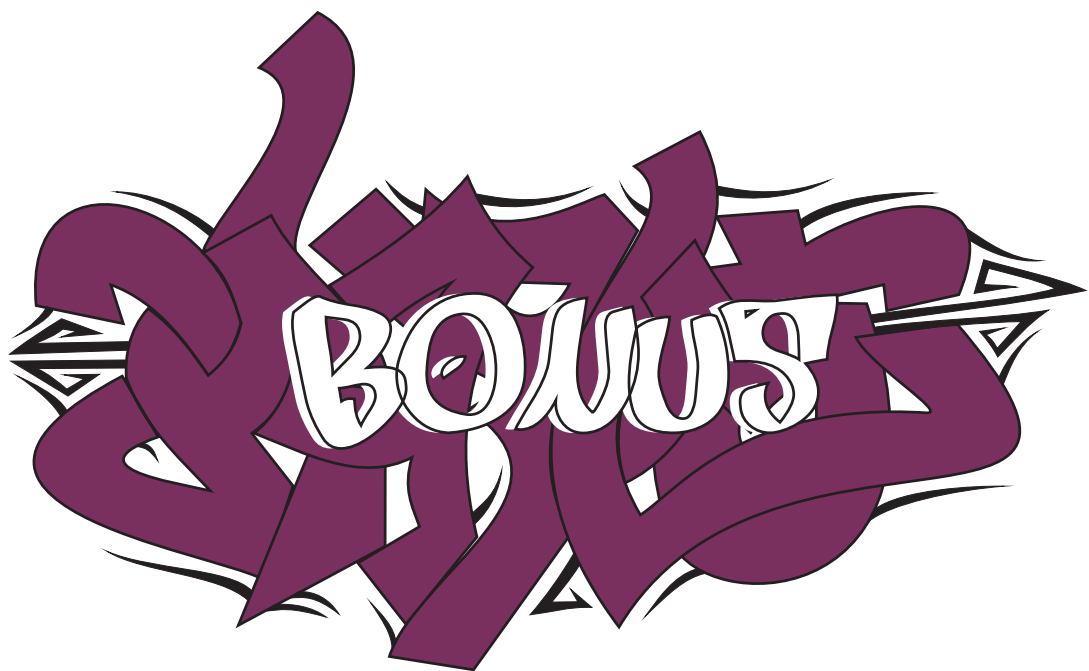
Botella



Lapicera

CIEMPIÉS

Armamos una fila con todas y todos. Nos ponemos de rodillas y tomamos los tobillos del que está inmediatamente adelante. Comenzamos la caminata en esta posición hasta llegar a la meta. Para eso es necesario un trabajo coordinado y cooperativo. Se termina el juego cuando todas y todos pasan la línea de “llegada”.



PASO A PASO DE SOFTWARE LIBRE

HUAYRA MOTION

¿QUÉ ES?

Este programa nos permite realizar producciones en stop motion de manera sencilla y dinámica utilizando las herramientas que nos brinda la PC. Además, nos posibilita hacer capturas con la webcam de la netbook o notebook.

RECURSOS

La interfaz del Huayra Motion es muy simple. A nuestra izquierda tenemos las opciones de “Archivo” para abrir, guardar y crear nuestro proyecto; y, “Ayuda” para realizar consultas sobre el funcionamiento del programa. Más abajo se encuentra la “Pantalla” donde podemos ir viendo el desarrollo de nuestro producto a través de la opción “Reproducir”. Asimismo, con “Capturar Cuadro” decidimos si tomamos las fotografías de a una por vez o seleccionamos una secuencia de capturas por segundos.

A la derecha se encuentran las pestañas de “Capas” que nos sirven de referencia a la hora de realizar las capturas y la de “Efectos” para retocar las imágenes. También podemos encontrar “Opciones” donde elegimos las instrucciones generales del programa como los “Cuadros Por Segundo” que indican la cantidad de imágenes que queremos que se reproduzcan en un segundo.

Finalmente, debajo, se encuentra la “Línea De Tiempo” donde se ubican las capturas que vamos realizando.

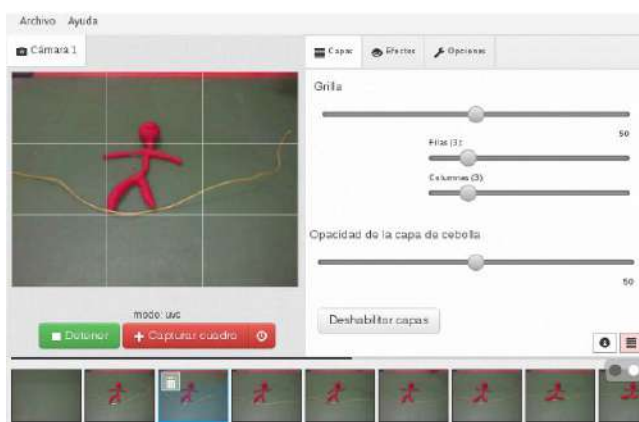


PASO A PASO

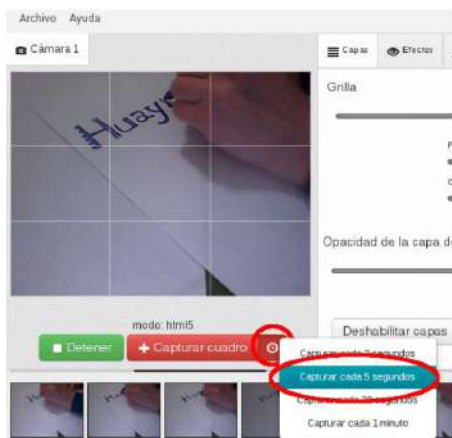
- 1 *Abrimos el programa y seleccionamos “Iniciar un Nuevo Proyecto”. La ventana nos mostrará la cámara y las distintas acciones que podemos realizar con el programa.*



- 2 *Vamos a “Opciones”, que se encuentra en el menú a nuestra derecha. Allí corremos la barra de “Cuadros Por Segundo” a 5. Esto significa que las imágenes que tomemos correrán de a 5 por segundo.*



- 3** A continuación tomamos las imágenes, podemos hacerlo de una por vez en “Capturar Cuadro” o clickear el  en forma de reloj a la derecha y realizar varias fotos juntas.



- 4** Una vez que hayamos tomados las imágenes necesarias podemos probar cómo queda la secuencia haciendo click en “Reproducir”. Si alguna de las fotos no nos convence, podemos eliminarlas con el  que aparece, en la misma foto, arriba a la izquierda. Asimismo, si la secuencia de fotos corre de forma muy rápida o lenta podemos cambiar la cantidad de cuadros por segundo como hicimos en el paso 2.

- 5** Cuando esté listo, vamos a “Archivos” y seleccionamos “Generar Video” donde podemos elegir el formato y tamaño del mismo. Para finalizar, clickeamos “Importar Video”.



6

Para poder agregar sonido a nuestro video lo editaremos en el Open Shot (ver página 85 – Tutorial de Open Shot) importando el video, así como también los efectos y música deseada. El Open Shot también nos sirve para hacer todo el proceso del stop motion.

OPEN SHOT

¿QUÉ ES?

El Open Shot es un programa que nos sirve para editar (ordenar y retocar) las imágenes audiovisuales o fijas y música y/o audios de nuestros videos. Podemos utilizarlo para realizar stop motion y videoarte.

Lo puedes descargar desde <http://www.openshot.org/download/> o buscarlo en tu netbook en MENÚ DE INICIO > HERRAMIENTAS MULTIMEDIA.



RECURSOS

El programa cuenta con dos barras de herramientas, una que se encuentra en la parte superior (la principal) y otra que se encuentra en la parte inferior, arriba de la línea de tiempo (la de edición). Antes de seguir, los invitamos a que las chequeen. Al posicionarnos sobre cada botón automáticamente saldrá el nombre de la herramienta y sabremos cuál es su función.

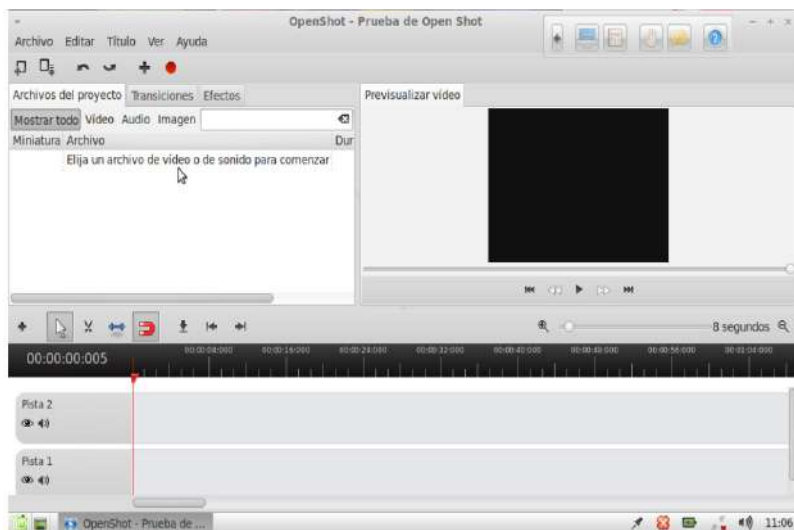
PASO A PASO

1

Abrimos “Open Shot” en “Herramientas Multimedia”.

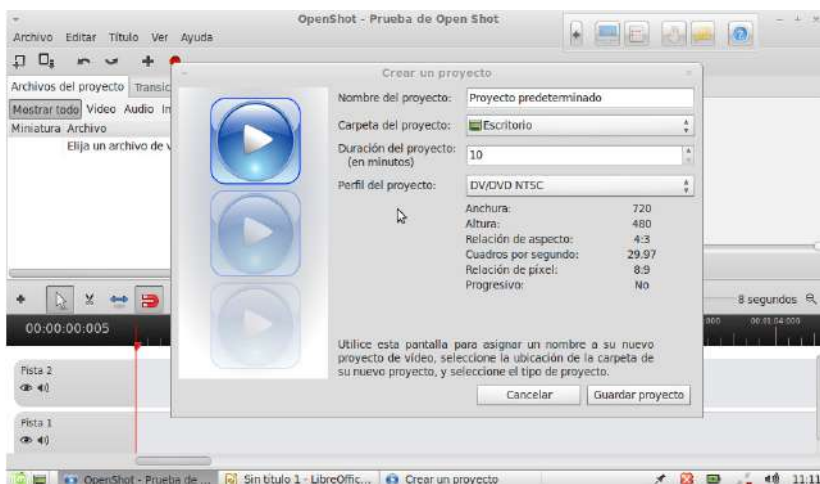
2

En el momento en el que Open Shot se encuentre abierto nos encontraremos con tres grandes espacios: el sector superior a la izquierda que se encuentra en blanco (el espacio de trabajo), el superior a la derecha que está en negro (la vista previa) y debajo, la línea de tiempo.



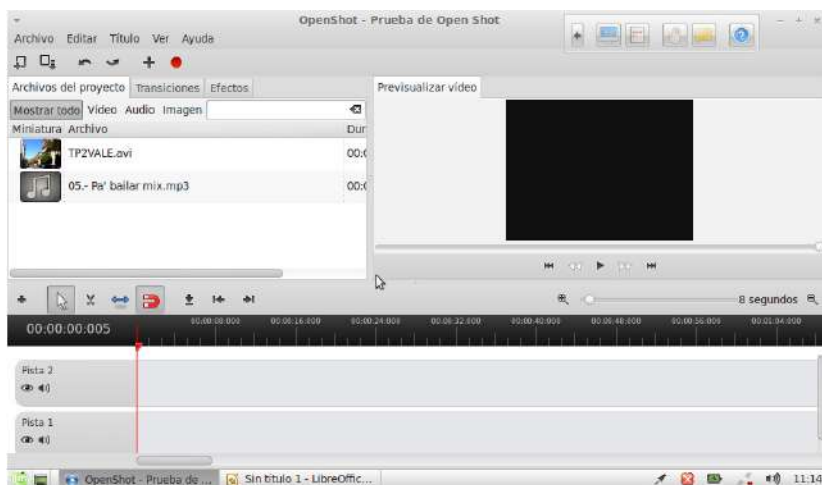
3

Primero debemos crear un nuevo proyecto, clickeando en el primer botón de la barra principal. Allí, Open Shot, nos pedirá algunos datos que tendremos que completar o seleccionar. Lo haremos según la necesidad de nuestro producto.



4

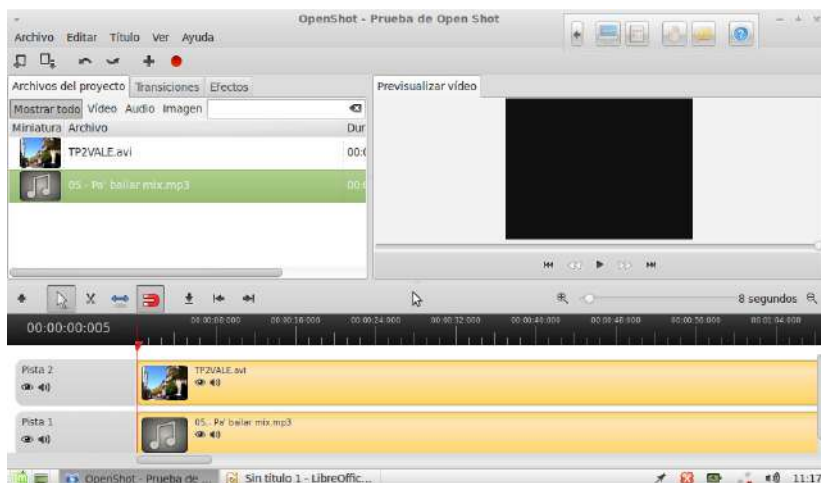
Ahora lo que debemos hacer es importar los archivos que usaremos (fotos, videos, música, efectos sonoros, u otros) a Open Shot. Podemos utilizar la herramienta de “Importar” (que es el signo “+” de la barra principal) o copiar los archivos en el espacio de trabajo.



Es recomendable que organicemos una carpeta con todos los archivos que luego importaremos a Open Shot. Por otro lado, les advertimos, que mientras estamos realizando el proyecto no se pueden mover los archivos de lugar en el interior de esa carpeta ni tampoco eliminarla, caso contrario no podremos seguir con el proyecto porque Open Shot no encontrará los archivos que necesita para trabajar.

5

¡Este es el momento de usar la magia! Antes que nada arrastramos los archivos desde el espacio de trabajo a la Línea de Tiempo. Podemos utilizar más de una pista, todas las que queramos. Las pistas funcionan de modo superpuesto, es importante que si no queremos que se mezcle video con video o audio con audio los organicemos en la Línea de tiempo uno detrás del otro.

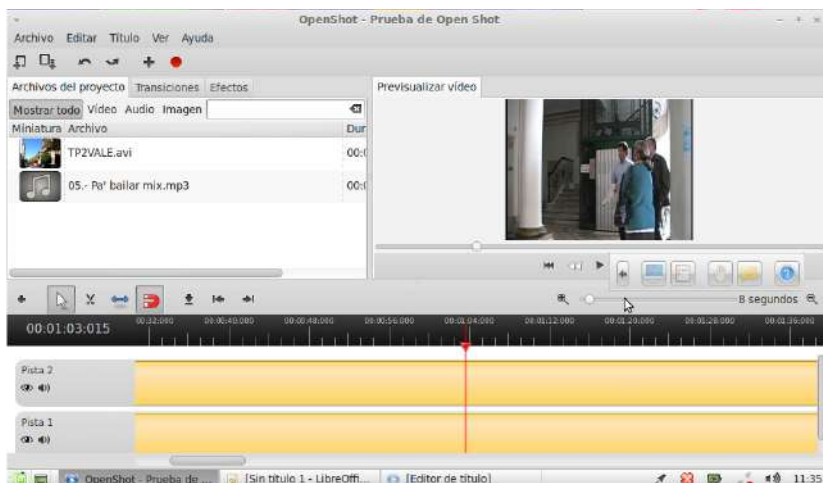


6

Ac es cuando la barra de edici n se vuelve protagonista. Podemos utilizar sus herramientas como m s nos convenga. Para trabajar minuciosamente nuestros archivos, primero los cortamos utilizando la herramienta “Navaja” (si no queremos cortarlos podemos redimensionarlos con la flecha de doble direcci n) y luego aplicarles (arrastrar) sobre ellos los efectos o transiciones (que se encuentran debajo de la barra de herramientas principal). Incluso podemos silenciar el audio de un video con tan solo clicar sobre l en la L nea de Tiempo con el bot n derecho del mouse y seleccionando la opci n “Silenciar Audio”. Las opciones son m ltiples. Si nos interesa, por ejemplo, que un audio sobre final se desvanezca podemos clicar sobre l en la L nea de Tiempo con el bot n derecho del mouse y seleccionar “Atenuar”, ste nos da las opciones de en qu momento y c mo queremos que el audio se esfume. ilr probando es el mejor secreto!

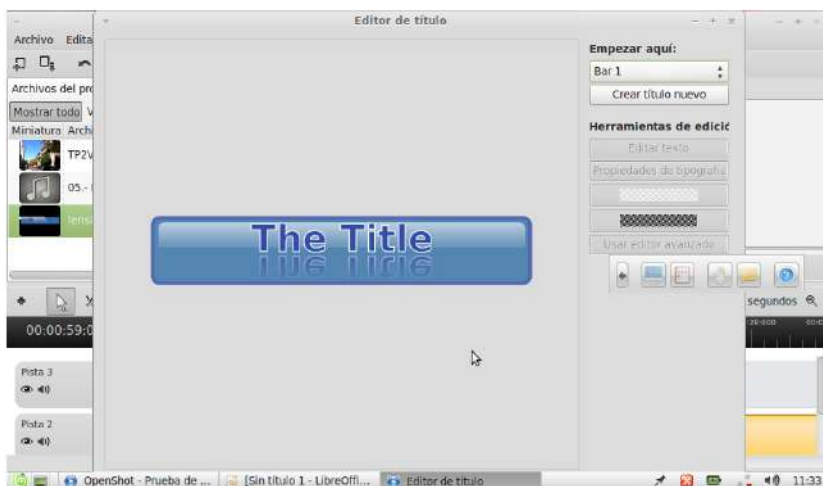
7

Mientras experimentamos con Open Shot, vamos a querer ir viendo c mo queda nuestro video... ies hora de que miremos la vista previa! Apretando “Play” (el tri ngulo que se encuentra debajo de la pantalla negra que est ubicada en el extremo derecho superior) vamos a ver de c mo va nuestra creaci n.

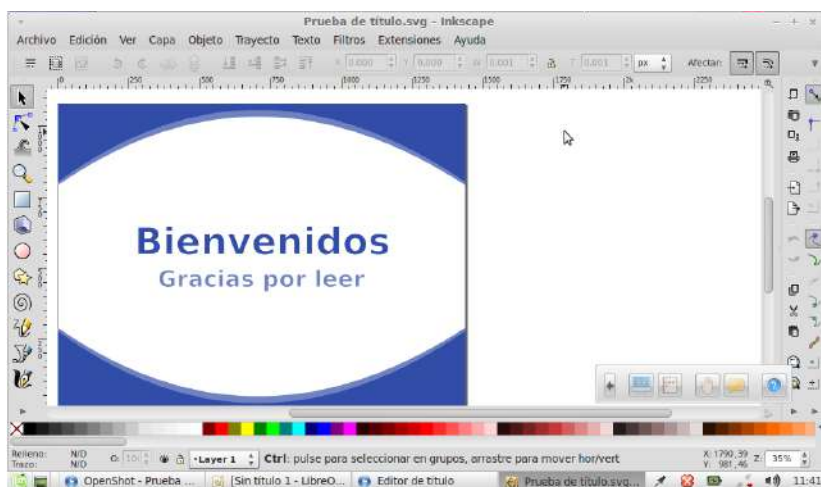


8

Si queremos agregarle créditos o placas con texto al video podemos realizarlo en otro programa o software, e importarlos al igual que los otros archivos, o seleccionar “Títulos” en Open Shot y allí le damos las características que más nos convengan y nos interesen.

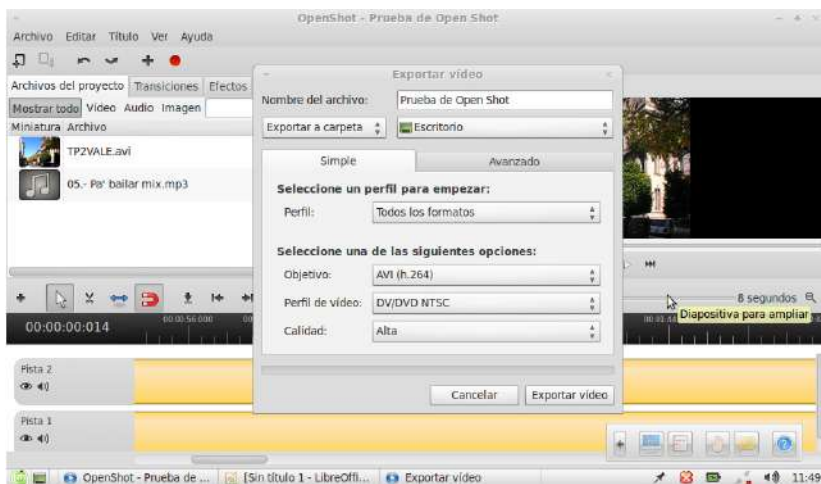


En el caso de usar el “Editor Avanzado”, luego tendremos que guardar el archivo e importarlo como cualquier otro documento de trabajo del proyecto.



9

Si consideramos terminado nuestro video ya podemos exportarlo. Primero lo guardamos y luego clickeamos en el botón rojo de la barra de herramientas principal, allí tendremos que escoger en qué formato (para web o para ver en DVD), si no sabemos cómo lo vamos a ver seleccionamos “Todos los Formatos”. Y también tendremos que elegir el perfil del video, siempre conviene escoger el que más se parezca a la captura (en píxeles y en cuadros por segundo) original de nuestro video.



AUDACITY

¿QUÉ ES?

Audacity es un programa de edición y grabación de audio. Sirve para grabar, reproducir, importar y exportar archivos en diferentes formatos (WAV, AIFF y MP3, entre otros). Nos ofrece las posibilidades básicas de cortar, copiar y pegar, trabajar con varias pistas a la vez, mezclarlas y aplicarle diversos efectos de sonido.

Este programa funciona bajo diferentes sistemas operativos (Mac, Windows y GNU/Linux) y nos servirá para trabajar con cada una de las producciones radiales que nos propone el juego.

Al Audacity lo podemos descargar desde la web <http://audacity.sourceforge.net/> o buscarlo en tu netbook en MENÚ DE INICIO > HERRAMIENTAS MULTIMEDIA.



RECURSOS

Al abrir el programa, vemos una serie de botones en la parte superior, similares a los de cualquier reproductor o grabador.



HERRAMIENTAS DE EDICIÓN

Pueden clasificarse en tres grupos:

- **Primer grupo:** cortar, copiar, pegar y silenciar los fragmentos de pista de audio que tenemos seleccionados.

				
Cortar	Copiar	Pegar	Recortar fuera de selección	Silenciar zona selección

- **Segundo grupo:** deshacer y rehacer la acción

	
Deshacer	Rehacer

- **Tercer grupo:** diferentes niveles de zoom sobre las pistas de audio. Los dos últimos sirven para ajustar la selección o la pista completa al tamaño de nuestra ventana.

			
Zoom		Ajustar	

PASO A PASO

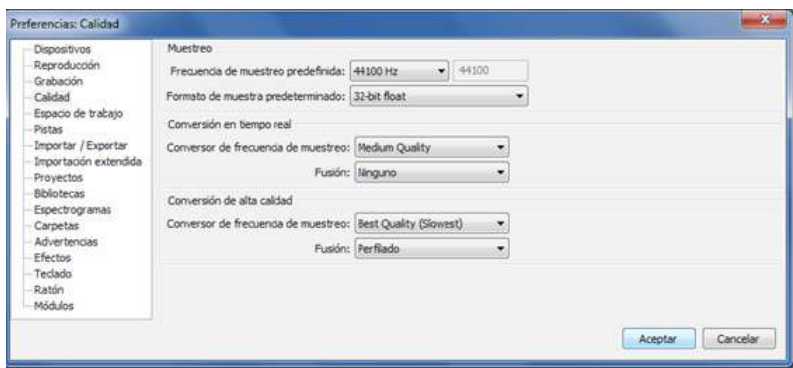
1

a) Para grabar Voces

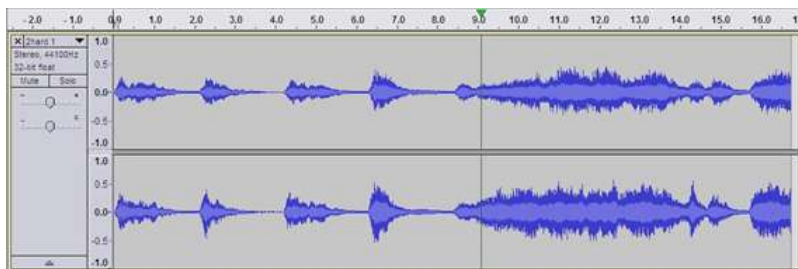
En primera instancia es necesario que tengamos un micrófono instalado y listo para grabar.

Antes de grabar, determinamos la calidad del audio (mientras mayor el tamaño o del archivo grabado, mejor será la calidad de sonido) Para esto, ingresamos a EDITAR → PREFERENCIAS. Se abrirá una ventana emergente

en la cual buscamos y pulsamos sobre el botón “Calidad”. “Frecuencia de Muestreo Predefinida” es la opción que nos interesa (es la calidad en la que recogeremos el archivo). 44100hz es un sonido de buena calidad. Seleccionamos la calidad que queremos y presionamos “Aceptar”.



Pulsamos sobre el botón “Grabar” y una vez finalizado, “Detener”. Las líneas azules representan el sonido captado. Se puede diferenciar claramente los instantes en los que estamos hablando de los silencios (línea plana). Podemos oír lo que hemos grabado pulsando “Reproducir” (triángulo verde en la parte superior).



Por último, les recomendamos guardar el archivo antes de editarlo por si surge algún problema durante nuestro trabajo de edición.

b) Si decidimos capturar las voces con el grabador digital, vamos a descargar el archivo de audio en nuestra computadora. Luego, vamos

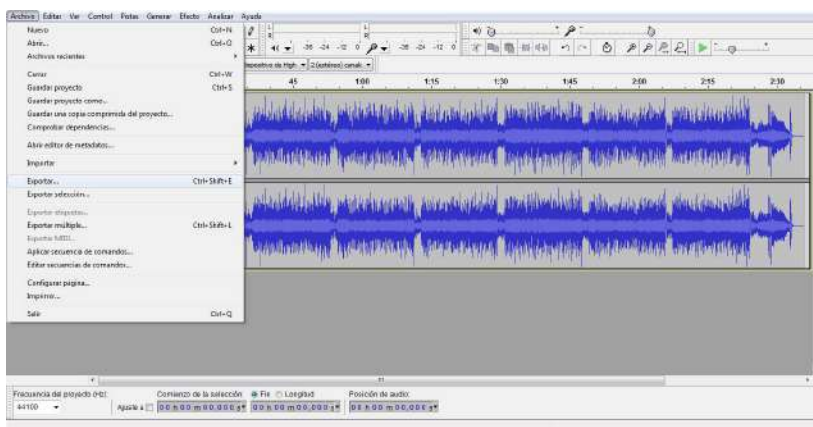
a ARCHIVO ➡ ABRIR y buscamos el audio descargado y guardado. ¡Atención! Es aconsejable que siempre copiemos los audios en nuestra computadora, ya que al realizar un trabajo de edición desde algún dispositivo extraños (por ejemplo, el grabador digital, un pen-drive o tarjeta de memoria) puede traernos dolores de cabeza; es posible que en algún momento, con algún movimiento que no planeamos, se nos desconecte de la compu y todo el trabajo realizado se perderá.

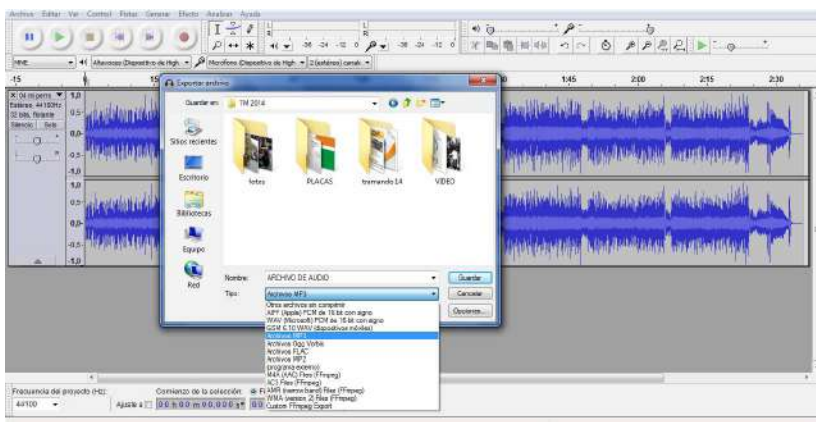
2

Para exportar e Importar audios

• Exportar

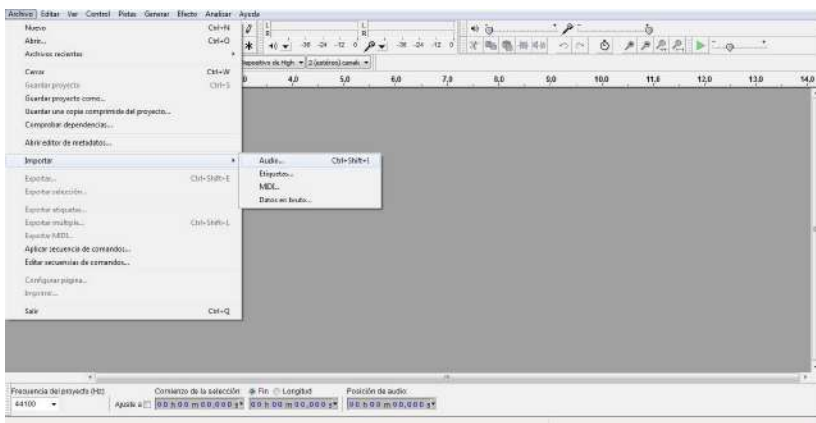
Audacity, al igual que muchos de los programas de edición, posee una opción extra a la de “Guardar”, es la opción “Exportar”. Esto nos permite transformar el archivo en el que estamos trabajando en uno diferente o mezclar distintas pistas y convertirlas en una. Para ello vamos a ARCHIVO ➡ EXPORTAR. Se abrirá una ventana emergente que nos propone exportar el archivo en formato wav. Elegimos la carpeta de destino y exportamos. Utilizamos la opción “Exportar” cuando finalizamos nuestra edición y mezcla de archivos. Sin embargo, si estamos editando audios y queremos guardar los cambios para editarlo en otro momento, tenemos que guardarlo como proyecto. Vamos a ARCHIVO ➡ GUARDAR PROYECTO, de este modo se almacenará como un proyecto de Audacity, lo que nos permitirá seguir trabajando en otro momento.





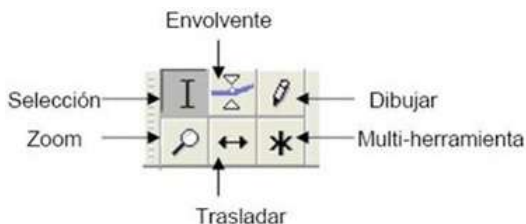
• Importar

En ARCHIVO ➞ IMPORTAR AUDIO podemos traer a nuestro espacio de trabajo otros archivos de sonido compatibles con Audacity. Esta es una gran herramienta para poder incorporar distintas pistas de música o efectos de sonido a nuestro proyecto. Lo que importemos aparecerá como una nueva pista.



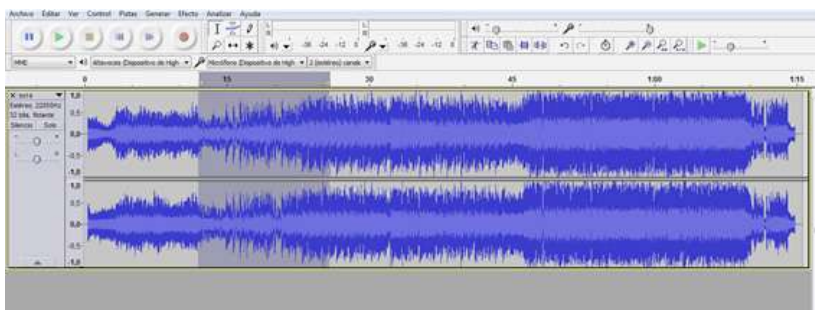
Para editar un archivo

Para editar un archivo contamos con una serie de herramientas

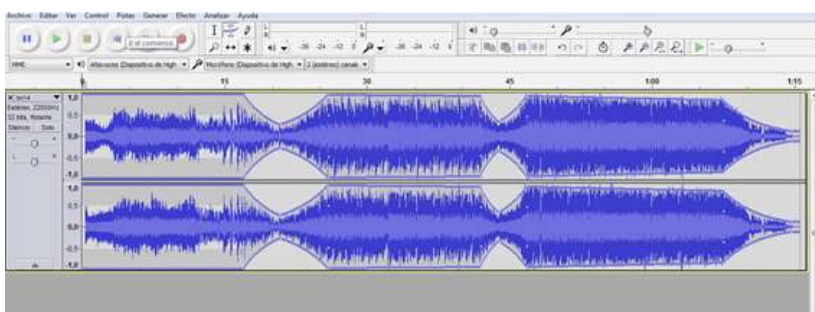


Selecci n: nos permite seleccionar fragmentos de audio y puntos concretos. Para seleccionar un fragmento de la pista escogemos la “Herramienta de Selecci n”, hacemos click en un lugar de la pista y, sin soltar el bot n, nos movemos a la derecha o izquierda. Cuando tengamos seleccionado lo que queremos, soltamos. (Esto funciona igual que la selecci n de texto en un procesador de texto o en una p gina web).

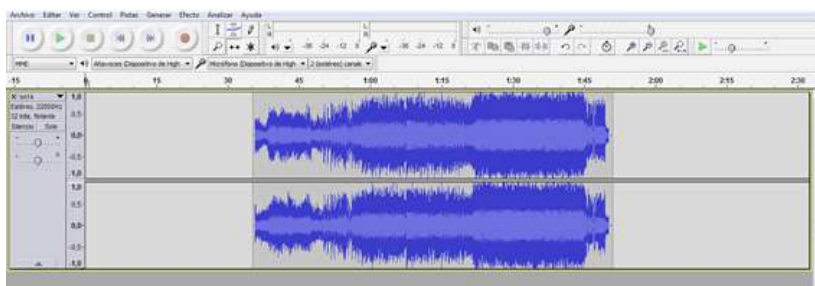
Podemos “Cortar” o “Copiar” la selección. Si ya copiamos alguna selección, podemos insertarla a través de la herramienta “Pegar”. Al lado de “Pegar”, contamos con el botón de “Recortar Audio” que nos corta la parte de la pista que tenemos seleccionada y elimina el resto. Y seguidamente, tenemos el botón “Silenciar Audio”, que permite anular todo el audio de nuestra selección.



- “Herramienta de Envolvente” nos permite modificar la variación de volumen de la pista de forma gráfica. Pulsamos sobre la “Herramienta Envolvente” y las pistas pueden modificarse en su altura, por zonas o puntos.



- “Herramienta de Dibujo” (lápiz) para cambiar cualquier punto de la pista de sonido.
- “Herramienta de Ampliación” (lupa) para acercar o alejar la vista de las pistas.
- “Herramienta de desplazamiento en el tiempo” (línea con flechas hacia los dos lados) para mover adelante o atrás la pista respecto al tiempo. El cursor se transforma en una doble flecha que permite mover la pista a lo largo de la Línea de Tiempo.



- “Herramienta Multiherramienta” (asterisco) permite el acceso a cualquiera de las otras herramientas en función de la posición o lugar en el que está el cursor.

4

Para incorporar efectos

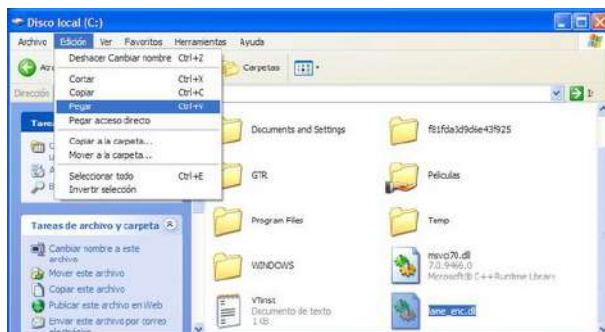
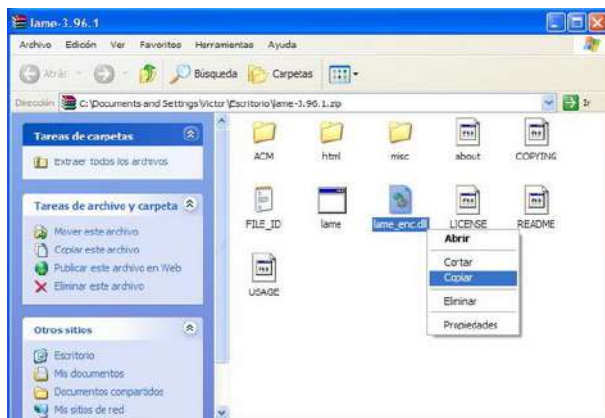
Audacity trae muchos efectos de sonido dentro del menú “Efectos”. Debemos tener en cuenta que es necesario tener seleccionado un fragmento de pista o pistas para poder aplicar el efecto. El “Fade-In” o “Fade-Out” generan efectos de volumen. El primero se utiliza generalmente para que el archivo de audio no comience con un volumen muy alto, sino que vaya subiendo progresivamente. El segundo, es el desvanecimiento de salida, es decir, se utiliza para que el audio no finalice abruptamente con un volumen alto. También tienen resultados característicos “Eco” e “Invertir”.

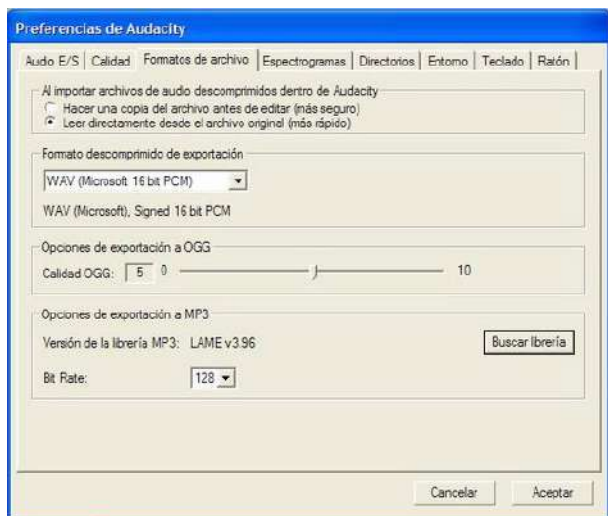
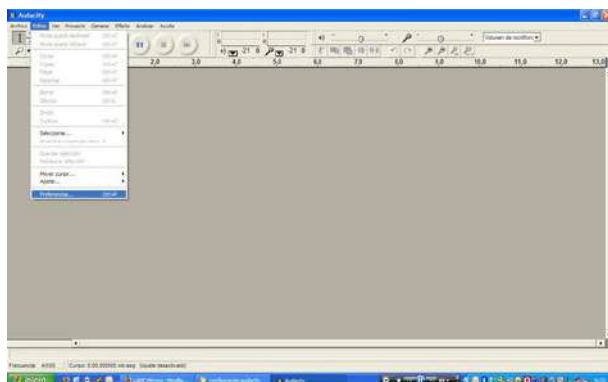
TENER EN CUENTA

Para exportar el resultado de nuestra edición en MP3, debemos instalar un complemento del programa que permite este formato de exportación. Esto se debe a que el formato MP3 no es de libre distribución y por eso Audacity no incorpora soporte para él. Tenemos que realizar unos sencillos pasos para cargar esa librería que aparece en la captura como no encontrada.

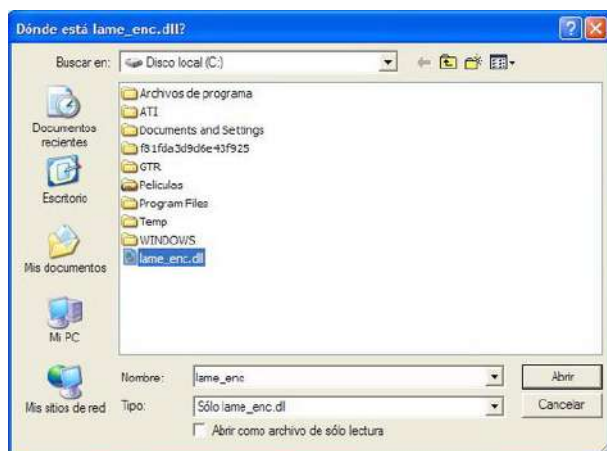
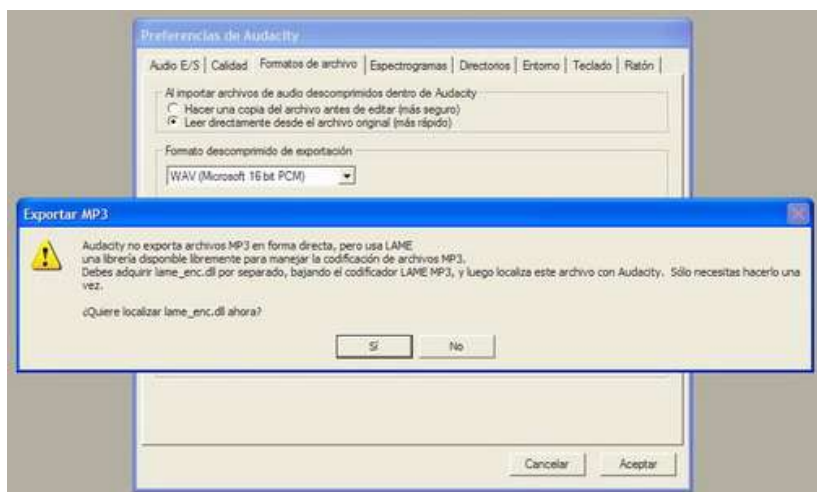
1. Ir a: <http://audacity.sourceforge.net/download/windows>
2. Buscar, dentro de “Descargas Adicionales”, “Codificador Lame MP3”. Descargarlo y guardar el archivo en nuestro disco duro.

3. Descomprimir el archivo “lame_enc.dll” en una carpeta conocida. Puede ser, por ejemplo, la misma que la de la instalación de Audacity.
4. En el cuadro de diálogo de la captura superior (pestaña “Formatos de Archivo”), dentro de “Opciones de Exportación de MP3”, clicar en “Buscar Librería”.
5. Responder “Sí” en el aviso que aparece y buscar el archivo lame_enc.dll en la carpeta donde lo descomprimimos.
6. Hacer click en “Aceptar” y listo, ya podemos exportar nuestros archivos en formato MP3.





7. Dentro de las preferencias de Audacity seleccionamos la pestaña “Formatos de Archivo” y después seleccionamos el icono “Buscar Librería”.



PHOTOSCAPE

¿QUÉ ES?

El PhotoScape es un programa, con herramientas sencillas, que utilizamos para la edición de fotografías e imágenes. Podemos hacer recortes y modificaciones en la calidad de las imágenes, como así también insertar texto, íconos y otras imágenes. También incluye las posibilidades de hacer hojas diseñadas (pentagramadas, calendarios, etc.); de realizar trocadores de pantalla (tipo rompecabezas); de crear murales y mosaicos combinando fotografías; de convertir el formato de las imágenes, entre otros usos.

Con este programa podemos hacer fotonovelas, afiches, volantes y fotomontajes.

Podemos descargarlo desde <http://www.photoscape.org> o buscarlo en el Menú de inicio de nuestra netbook.



RECURSOS

PhotoScape en la pantalla inicial, muestra todas aquellas opciones de herramientas que ofrece el programa. Si posicionamos el cursor en cada uno de los íconos, nos describe brevemente las funciones de cada una de las herramientas. A continuación les mostraremos describimos algunas de las que utilizaremos.

VISOR: contiene las carpetas con los archivos a editar, para que podamos administrarlos con más facilidad.

EDITOR: es el recurso que nos permite modificar las imágenes que formarán parte de nuestro producto. En su interior, podemos encontrar:

- **Edición:** contiene dos secciones, la primera brinda opciones de marco y márgenes, donde podemos encontrar diferentes alternativas para añadir a nuestro producto. En la segunda sección están las opciones que permiten mejorar la calidad de las fotografías.

- Redimensionar: es la función que usamos para cambiar el tamaño de las imágenes medidas en píxeles. También permite rotar las imágenes libremente.

- Ajustes: configura los colores, saturaciones, la iluminación y el contraste. Puede realizarse de manera automática con las pautas sencillas que brinda, o de forma manual controlando cada una de las modificaciones que hacemos.

- Nivel Automático/Autocontraste/Perfilado/Resplandor/Contraluz: son opciones que nos posibilitan definir la edición de la foto en cuanto a la iluminación y contraste.

- Filtros: tiene numerosas y variadas opciones para dar una impronta propia a las fotos, posibilitando la realización de imágenes creativas y singulares. Cada una de las opciones nos permite un control manual de los efectos que aplicamos. Es en esta herramienta que encontramos las aplicaciones que generan fotos difuminadas, con efecto de películas, vidriadas, artísticas (óleos, dibujos, etc.), distorsión, desenfoques, entre otros.

- **Complementos:** contiene cuatro apartados. El primero tiene las funciones que nos permiten añadir otras imágenes, íconos, globos de diálogo, textos, graffitis y símbolos. Se encuentran representados por íconos. En el segundo apartado encontramos las funciones que nos permiten añadir líneas o figuras básicas (colores, contornos, grosores, tipos de líneas, etc.); las podemos editar en el tercer apartado. El cuarto de los segmentos posibilita la fusión de los elementos que vamos añadiendo en la imagen.

- **Recorte:** nos permite recortar las imágenes para eliminar todas aquellas partes que están de más en nuestra composición final.

- **Herramientas:** contiene botones que sirven para mejorar nuestras imágenes o darles un efecto artístico. Se incluyen las opciones “Pincel”, para agregar colores y realizar líneas a mano alzada; “Tampon de Clonado”, nos posibilita copiar de manera exacta algún sector de la imagen en otros sectores; “Efecto Brush” y “Mosaico” que generan un efecto artístico para que demos jerarquía a

alguna zona de la imagen o para que resaltemos algunos elementos. También encontramos los botones “Desplazar”, “Ojos Rojos” y “Manchas”.

MOSAICO Y MURAL, TAMBIÉN PGINA: nos posibilita la realización de una imagen combinando diferentes imágenes, marcos, filtros y otros elementos para lograr una composición más creativa. “Mosaico” tiene configurado una serie de plantillas donde podemos insertar las fotos que deseamos que formen parte de nuestra composición. Asimismo, nos permite, ajustar el tamaño y si queremos podemos agregar marcos y filtros. “Mural” nos permite realizar un producto generado a partir de muchas imágenes. Posibilita el manejo de fotos de distintos tamaños y rotaciones (horizontales/verticales), como así también la utilización de colores de fondo, marcos, bordes, márgenes, entre otros.

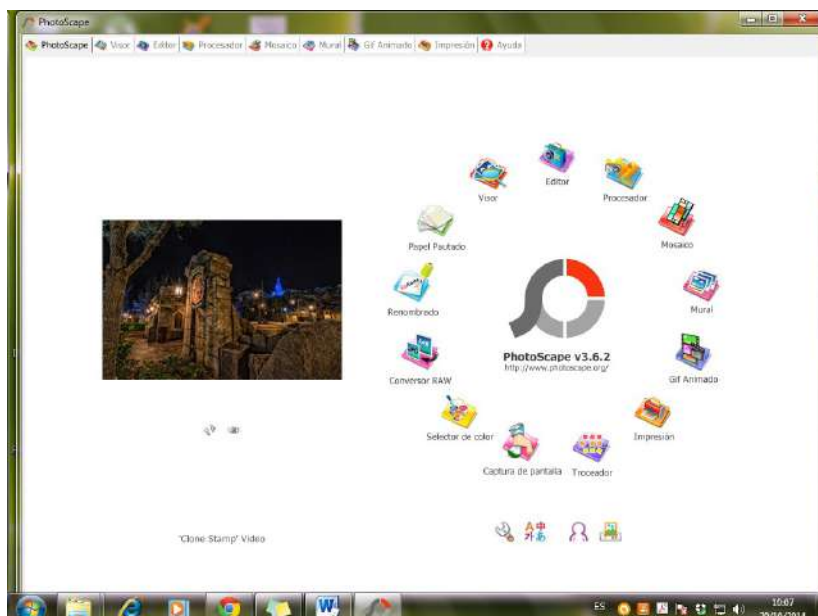
PASO A PASO

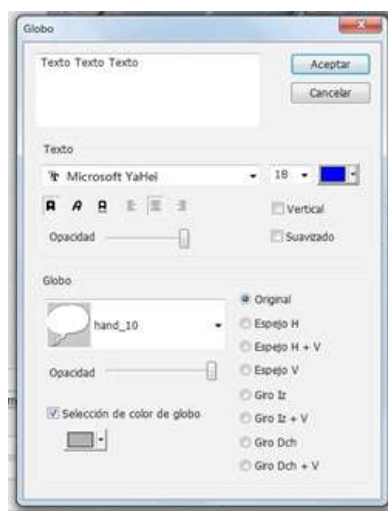
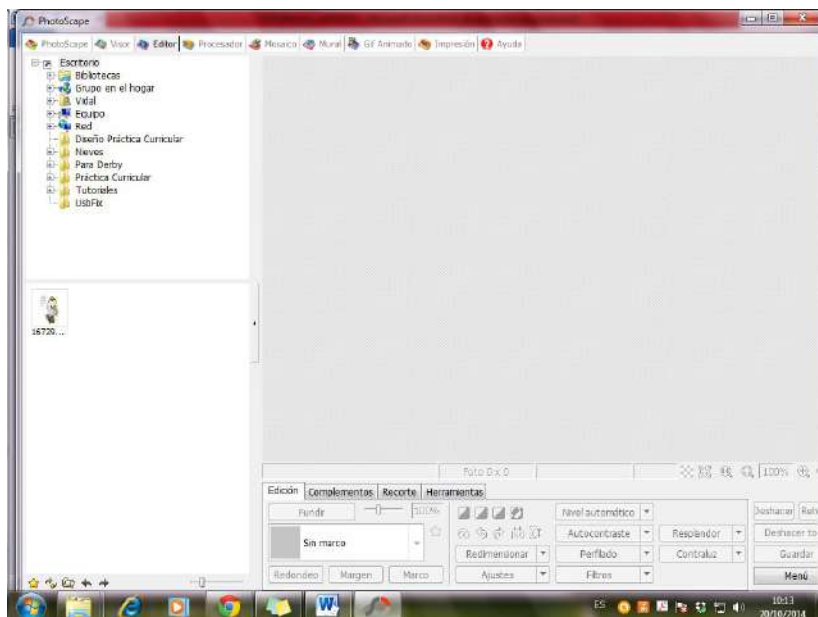
- 1 *Antes de empezar la edición debemos armar una carpeta especial donde incluiremos todas las fotografías que serán parte de nuestro producto. Tenemos que editar cada fotografía por separado, por lo tanto, si queremos seguir un orden narrativo (por ejemplo, una fotonovela) es recomendable enumerar cada una de las fotos a utilizar. Haremos el Paso a Paso tomando como ejemplo la producción de una fotonovela.*
- 2 *Descargamos las imágenes de la cámara a la computadora. Es importante que cuando trabajemos con archivos de cualquier tipo, siempre estemos en la compu; ya que si trabajamos desde un dispositivo extraíble corremos el riesgo de que éste se desconecte y perdamos el trabajo de edición realizado hasta el momento.*
- 3 *Abrimos PhotoScape y elegimos la opción “Editor”. Luego, abrir la carpeta en el selector de la izquierda, donde aparecerán todos los archivos de imagen que contiene nuestra carpeta.*
- 4 *Seleccionamos la primera imagen a editar y retocamos (si es necesario) la iluminación y el contraste desde las opciones “Contraluz” y “Autocontraste”.*

5 Una vez finalizado, comenzamos la edición específica para la fotonovela. En la pestaña “Complementos” seleccionamos la opción de “Globos de Diálogo”. Vamos a **COMPLEMENTOS** → **GLOBOS DE DIÁLOGO**. Elegimos uno de acuerdo a la expresión y emotividad del texto que le vamos a incorporar. Introducimos el texto. Seleccionamos un color de relleno y de texto; elegimos la tipografía y tamaño de letra. Los globos de diálogo se pueden rotar e invertir (180°, Izquierda/derecha o viceversa).

6 Si nuestra vieta (nuestra foto pasa a ser como una vieta en nuestra fotonovela) necesita un encabezado o pie de foto, también se la añadimos con la herramienta “Texto”. Vamos a **COMPLEMENTOS** → **TEXTO**. Si queremos hacer un fondo para ese texto, podemos hacerlo con la herramienta “Rectángulo”. Debemos rellenar con un color que nos facilite la lectura del texto y que no desentone con la temática de nuestra fotonovela.

7 Del mismo modo, para agregar dinamismo a la imagen o darles nuevos significados con onomatopeyas o signos, clickeamos “conos”.





8

Guardamos nuestra fotografía en la misma carpeta que las originales. GUARDAR... GUARDAR EN...

9

Para continuar con las fotografías siguientes, seleccionamos del lado izquierdo de la pantalla y repetimos los pasos anteriores. Luego, cada una de las fotografías (con nombre numérico) corresponderá a cada una de las vietas que conformarán nuestra fotonovela finalizada.

10

Para unificar todas las imágenes en una misma página utilizamos la opción “Mural”. Definimos allí el tamaño y las orientaciones de cada fotografía, de acuerdo a las características que deseamos lograr para nuestro producto final.

GIMP

¿QUÉ ES?

El GIMP (Image Manipulation Program) es una aplicación de Software Libre, que podemos usar como herramienta para la manipulación de imágenes. Tal y como se lo presenta en la Introducción del Manual de Usuario de la versión 2.8, el GIMP “Se puede usar como un sencillo programa de pintura, un programa de retoque fotográfico profesional, un sistema en línea de procesos por lotes, un generador de imágenes para producción en masa, un conversor de formatos de imágenes, etc.”.

Este programa nos puede servir para retocar las fotografías de una fotono-vela, componer imágenes para un afiche o volante, e incluso para producir composiciones fotográficas para un fotomontaje.

Una ventaja es su libre disponibilidad para utilizarlo en distintos sistemas operativos. Casi todas las versiones de Linux lo contienen y además se puede descargar en otros sistemas operativos como Microsoft Windows o Mac.

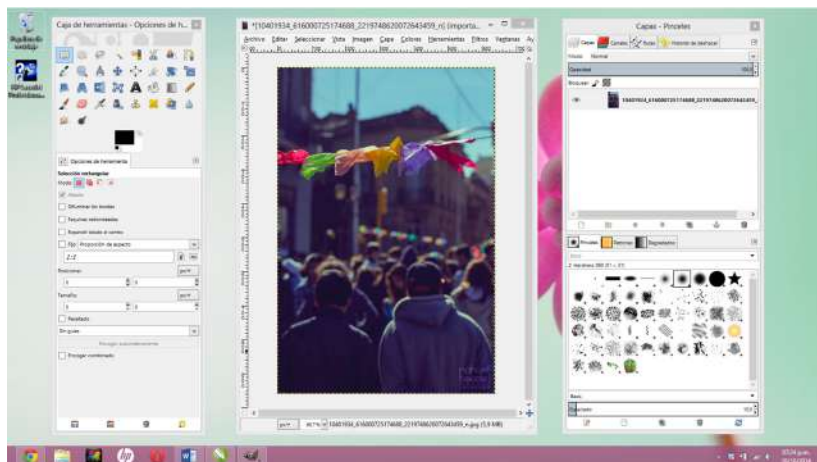
Lo podés descargar desde <http://www.gimp.org/downloads/> o buscarlo en tu netbook en MENÚ DE INICIO › HERRAMIENTAS MULTIMEDIA.

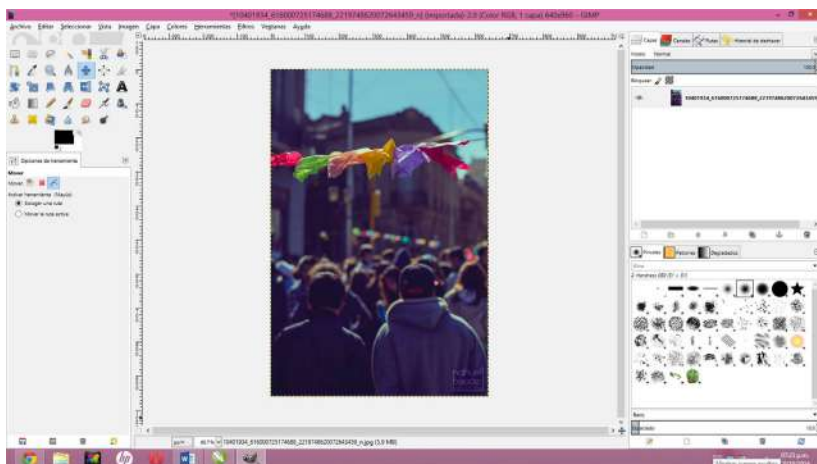


RECURSOS

Para comenzar a utilizar GIMP, podemos abrir el programa desde INICIO > HERRAMIENTA MULTIMEDIA > EDITOR DE IMÁGENES GIMP o haciendo doble click sobre el ícono del programa en el Escritorio, si previamente hemos creado un acceso directo. Una vez abierto vemos que contiene dos paneles, uno a la derecha y otro a la izquierda y una ventana de imagen en el medio. El panel de la izquierda contiene la caja de herramientas y otra ventana debajo con las opciones de las herramientas. El panel de la derecha contiene arriba los diálogos de capas, canales, rutas y deshacer, y debajo en otra ventana pinceles, patrones y degradados. Estos paneles podemos moverlos por la pantalla e incluso es posible agrandarlos o achicarlos.

La versión 2.8 tiene disponible un modo de ventana única que podemos seleccionar, ya que cuando se abre GIMP aparece en su modo multiventana de manera predeterminada. Para cambiar la visualización del programa se debe ir a VENTANAS > MODO DE VENTANA ÚNICA, en la barra de menú de la imagen. Después de cerrar GIMP con ese modo de pantalla activado, se volverá a abrir con la ventana única la próxima vez.





La “Caja de herramientas” o “Herramientas de Trabajo” principal contiene un conjunto de íconos de botones para seleccionar las herramientas. De manera predeterminada, también contiene los “Colores de frente y fondo”. Puede contener además los íconos de “Pincel”, “Patrón”, “Imagen activa” y “Degradado”. Para activar o desactivar elementos adicionales podemos ir a EDITAR > PREFERENCIAS > CAJA DE HERRAMIENTAS.



Caja de Herramientas

Color de frente y fondo

Más herramientas como: pinceles, degradados, etc.

Empotrado debajo de la caja de herramientas encontramos las “Opciones de herramientas”, donde se muestran las distintas opciones que brinda la herramienta que está seleccionada arriba.



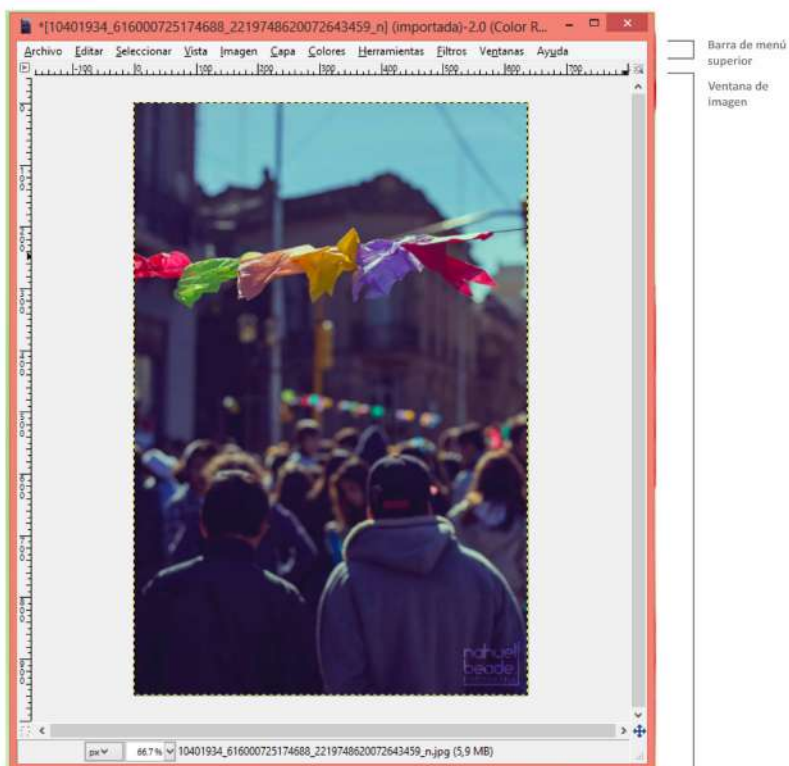
Caja de Herramientas

Color de frente y fondo

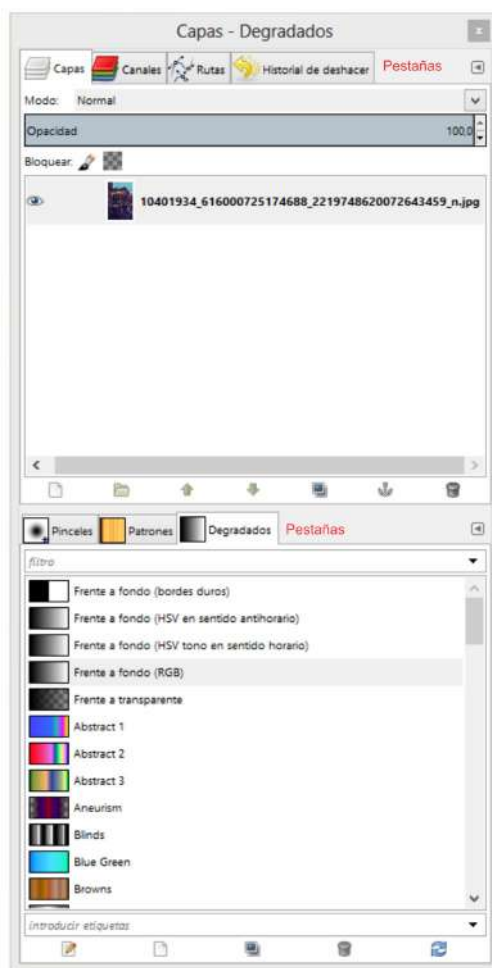
Más herramientas como: pinceles, degradados, etc.

Opciones de herramienta: en este caso se encuentra seleccionada la herramienta Degradado.

“Ventana de imagen” es la pantalla que aparece en el centro cuando abrimos una imagen. Puede haber varias imágenes abiertas al mismo tiempo. Antes de que podamos hacer algo en GIMP, debemos tener al menos una ventana abierta. La ventana de la imagen contiene una barra de menú superior con los comandos principales de GIMP (“Archivo”, “Editar”, “Seleccionar”, etc.), que también se puede obtener pulsando con el botón derecho sobre la ventana. Si la imagen que abrimos es más grande que la ventana, en ese caso nos mostrará la imagen reducida. Si vamos VISTA > AMPLIACIÓN podremos agrandar o achicar la imagen y aparecerán las barras de desplazamiento, permitiéndonos mover la imagen.



A la derecha se encuentra la ventana que contiene las pestañas “Capas”, “Canales”, “Rutas” e “Historial de deshacer”. La pestaña de capas, muestra la estructura de capas de la imagen y permite manipularla de diversas maneras. Debajo encontramos otra ventana de “Pinceles”, “Patrones” y “Degradados”. Podemos ir seleccionando la pestaña que queremos dejar abierta para ir visualizando los cambios que vayamos realizando a la imagen.



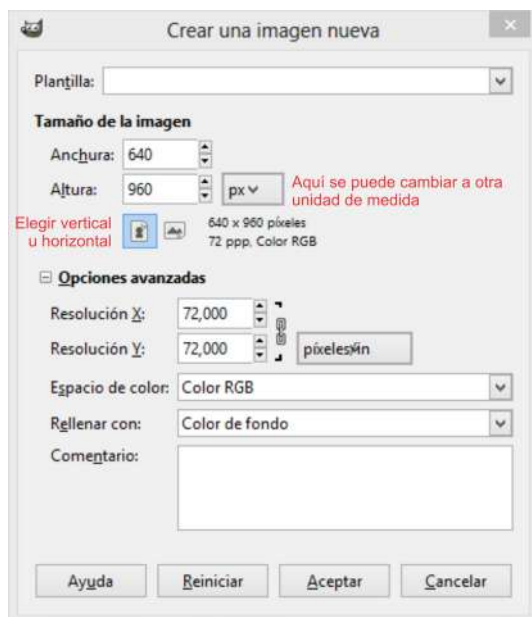
Cuatro pestañas de:
Capas, Canales, Rutas
e Historial de deshacer

Pestaña de Capas
abierta

Tres pestañas de:
Pinceles, Patrones y
Degradados.

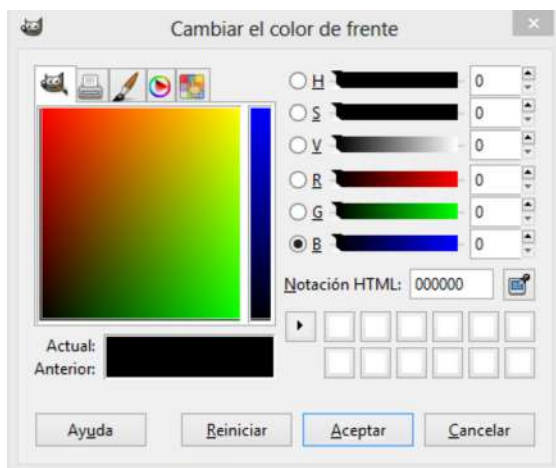
PASO A PASO

Para comenzar a conocer GIMP empezaremos por crear una imagen nueva. Para ello iremos a la ventana de “Imagen” y ahí clickeamos ARCHIVO → NUEVO. Nos abrirá una ventana donde podremos escribir las medidas que queremos que tenga nuestra nueva imagen. Generalmente aparece por defecto la unidad de medida pixel, pero podemos cambiarla e incluso podemos seleccionar si queremos una imagen vertical u horizontal. En “Opciones avanzadas” podemos determinar la “Resolución”; el tipo de imagen que vamos a crear (elegimos “Color RGB” para imágenes a color o “Escala de Grises”); y con qué queremos rellenar el fondo de nuestra imagen (“Color de fondo”, “Blanco” o “Transparencia”).



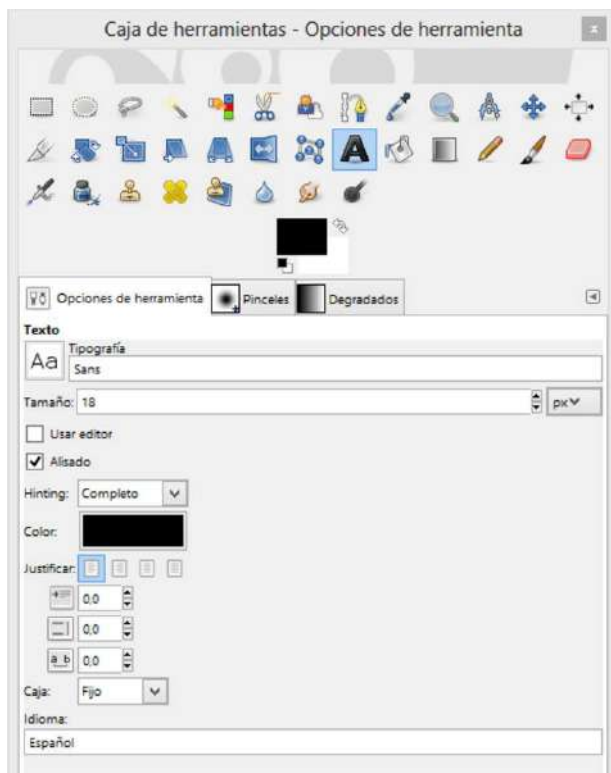
Para que podamos añadirle color a nuestra imagen o fondo, hacemos click sobre el cuadrado de “Color de Primer Plano” o “Color de Segundo Plano”, que están en la “Caja de Herramientas”. A continuación

aparecer un cuadro de selección de color. En ese cuadro, la columna con los colores del arco iris sirve para elegir el tono. La selección de un color la hacemos pinchando y arrastrando para seleccionar el tono, la saturación y el valor deseado. También, podemos utilizar valores numéricos para R (red-rojo), G (green-verde), B (blue-azul), H (hue-tono), S (saturación) y V (valor), cambiando los valores en los cuadros que están a la derecha. Esta característica es útil cuando necesitamos recordar o conservar determinados colores. Solo debemos saber exactamente qué valores numéricos le pusimos a cada uno.



Para agregar texto tenemos que hacer click sobre “Herramienta de texto” (cono A) que se encuentra en la “Caja de Herramientas”. A continuación podremos elegir las características del texto que queramos tipo de letra, tamaño, color e incluso podemos determinar algunas características del párrafo como alineación, sangría, etc.

Con el cursor seleccionado debemos hacer click sobre la hoja y comenzar a escribir. Si ya sabemos que nuestro texto va a ser más largo podemos hacer con el mismo cursor un cuadrado (pinchamos y trasladamos sin dejar de tener el cursor apretado) y ese recuadro va a funcionar como nuestro espacio de texto, una columna que podemos variar de tamaño e incluso replicar en la misma página.



* Si querés conocer un poco más el programa, podés consultar el Manual de Gimp. Curso “Sistemas Multimedia e Interacción Gráfica”, 2005/06. Disponible en: <http://dis.um.es/~jfernand/0506/smig/gimp.pdf>. O si querés hacer un Collage, visitá en Manual Huayra GNU/Linux. Disponible en: <http://huayra.conectari-gualdad.gob.ar/sites/default/files/tutoriales/gimp.pdf>

FORMATOS

Cuando realizamos productos comunicacionales de manera digital, podemos trabajar con un gran número de archivos y estos pueden tener distintos formatos, incluso dentro de un mismo lenguaje. Los más populares son los siguientes:

AUDIO

- WAV: es un formato que no tiene compresión de datos, por eso son muy pesados (aproximadamente 10 MB por minuto de reproducción). Esto hace que sea muy poco utilizado en Internet. Como ventaja podemos decir que hay programas que sólo soportan este formato para insertar audio y que tiene una buena calidad de sonido.
- MP3: Es el formato de compresión más utilizado, reduce el tamaño del archivo de un fragmento musical con un factor entre 1/10 y 1/12. Presentan una mínima pérdida de calidad. No obstante tiene grandes defectos que impiden un desarrollo óptimo: tiene patente (que hace que no tenga apoyo de una comunidad que lo desarrolle de forma libre). Ejemplo de esto último, es el programa Audacity que necesita descargar un complemento para poder trabajar con este formato.
- OGG: El formato OGG es completamente libre. OGG tiene también una buena compresión que junto con su carácter libre lo hace buen candidato para utilizarlo en Internet. Muestra un grado de compresión similar al MP3. No todos los reproductores multimedia son capaces de leer por defecto este formato. En algunos casos es necesario instalar los códecs o filtros oportunos. El formato OGG puede contener audio y video.

VIDEO

- AVI: es un formato de video de excelente calidad tanto en audio como en imagen. Alcanza nitidez y calidad de discos Blue Ray con una imagen muy real y en ocasiones múltiples pistas de audios (o idiomas) para un archivo.
- MP4: se utiliza generalmente en reproductores personales que llevan el mismo nombre y celulares. Este formato posee la característica de poder contener archivos de gran resolución, llegando incluso al HD y FullHD. Su peso es muy reducido en comparación a la calidad de imagen y sonido.
- FLV: son archivos que se utilizan generalmente para reproducir videos en la web. Es el formato que utiliza You Tube, ya que su peso es reducido, su calidad de imagen es regular y el audio es bueno.
- MOV: es el QuickTime Movie (MOV), es la extensión de los archivos multimedia y multiplataforma de Apple. Se utiliza generalmente en equipos móviles -tipo celular-

res- y algunas cámaras fotográficas, ya que permite la grabación de video y audio. WEBM: es un formato multimedia abierto y libre desarrollado por Google.

IMAGEN

- GIF: es un formato que fue diseñado específicamente para comprimir imágenes digitales.

GIF es un formato idóneo para publicar dibujos en la web. Por otro lado, no es recomendable para fotografías de buena calidad ni originales ya que se pierde un poco de resolución.

- JPG-JPEG: Es el formato más común junto con el GIF para publicar imágenes en la web.

La compresión JPEG puede suponer cierta pérdida de calidad en la imagen. En la mayoría de los casos esta pérdida se puede asumir porque permite reducir el tamaño del archivo y su visualización es aceptable.

Las cámaras digitales suelen almacenar directamente las imágenes en formato JPEG con máxima calidad y sin compresión.

- PNG: Es un formato alternativo al GIF, pero tiene una tasa de compresión superior. Permite guardar nuestros archivos con transparencia.

TELÉFONOS MÓVILES

- 3GP: es un formato utilizado por celulares para almacenar información de audio y video. Este formato de archivo guarda videos como MPEG-4 o H.263, y los audios en formatos AMR-NB o AAC-LC. Será necesario usar convertidores de formato para su edición en los programas propuestos en este tutorial; o utilizar programas que trabajen con este formato.

Ahora que sabemos esto, es conveniente tener en cuenta que a la hora de trabajar en la producción de piezas comunicacionales es recomendable tener todos los archivos en un mismo formato. Esto nos permitirá un trabajo más rápido y nos evitará problemas de compatibilidad a la hora de utilizar los diferentes archivos. Para unificar el formato de los archivos, existen múltiples programas convertidores e incluso algunos funcionan de forma online, sin necesidad de descargar ningún programa.

Para convertir archivos podemos utilizar los siguientes programas:

Para convertir audios

- Free Audio Converter soporta todos los formatos de archivos de audio popu-

lares. Es totalmente gratuito y su instalación y uso son absolutamente seguros.

- Audacity también puede convertir audios de manera individual, exportándolos en distintos formatos, aunque no soporta todos los tipos de archivos.

Para convertir videos

- Freemake Video Converter es un conversor de video gratuito que no sólo es capaz de codificar archivos de video en extensiones diferentes a la original, sino también de hacer presentaciones de fotografías, grabar videos en DVD y subir nuestras conversiones directamente a YouTube.

Para convertir imágenes

Y por último, para convertir formatos de imagen podemos utilizar programas propios de edición, como GIMP, PhotoScape, etc.

Cabe mencionar que en esta enumeración no se agotan ni los formatos ni los convertidores, sino que solamente están nombrados algunos.



Facultad de Ciencias
de la **Educación**

Con el apoyo de:



Secretaría de
Políticas Universitarias

Ministerio de
Educación de la Nación