

2

LENGUAJE AUDIOVISUAL



Comunicación a través del ordenador.



Anuncio publicitario modificado.



Fotograma de la película *Tiempos modernos*, 1936.



Fotograma de la película *Spiderman II*, 2004.

ANTES DE EMPEZAR

La principal característica del *lenguaje audiovisual* es la de integrar imagen y sonido. En las expresiones audiovisuales, el sonido, los ruidos o los silencios forman una parte fundamental del mensaje que se quiere transmitir. El cine, el vídeo y la televisión son algunos de los medios de comunicación que utilizan el lenguaje audiovisual.

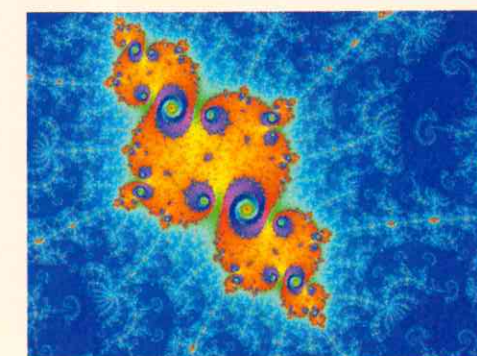
En cuanto a las nuevas tecnologías aplicadas a la imagen, están cambiando tanto el lenguaje expresivo como las maneras de apreciar y disfrutar del hecho artístico. En las aplicaciones multimedia, por ejemplo, además de integrar sonido, imagen y escritura, el usuario puede actuar saltando de un contenido a otro sin alejarse del sentido narrativo de la propuesta creativa, como sucede en un libro o en el cine.



Fotograma de la película de animación 3D *Shrek*, 2001.



Proyección de luces e imágenes sobre un edificio.



Fractal.

- ▶ ¿Qué diferencias percibes entre la calidad de las imágenes de cine, vídeo y de ordenador y la de las luces e imágenes que se proyectan sobre un edificio?
- ▶ En la imagen del dibujo animado podemos ver un acabado final con volumen y colorido. ¿Puedes nombrar algún paso previo necesario para poder llegar a esta perfección?
- ▶ ¿Sabes en cuál de los medios de comunicación que dan origen a estas imágenes, el usuario u observador puede intervenir en el contenido de las mismas?

El lenguaje audiovisual es un sistema de comunicación que integra elementos visuales figurativos, esquemáticos o abstractos, y elementos sonoros: música, sonidos, ruidos y silencios.

El significado de los mensajes audiovisuales viene dado por la interacción entre sonido e imagen, dentro de un contexto secuencial. El cine, el vídeo, la televisión y algunas presentaciones informáticas son los medios de comunicación que utilizan este lenguaje.

El lenguaje cinematográfico

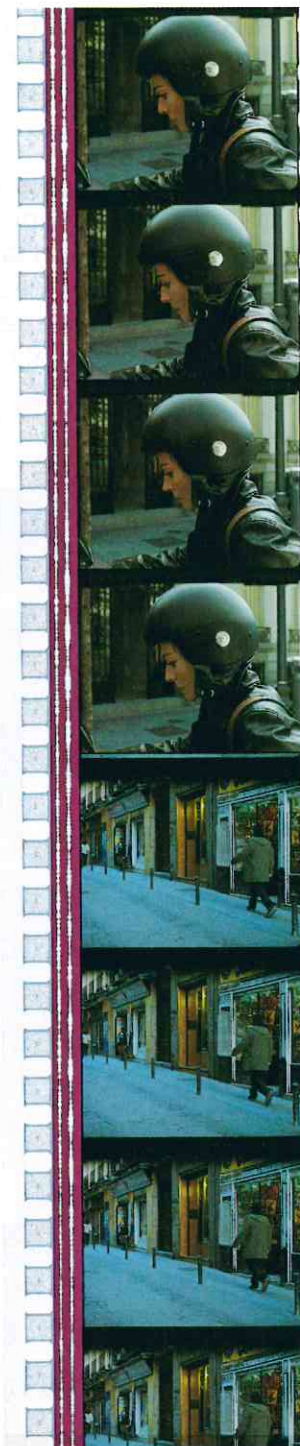
El cine es un arte y un medio de comunicación, al igual que el vídeo, cuya característica fundamental es la de narrar una historia en movimiento, en un espacio, en un tiempo y con un sonido determinados. Al ser un medio de comunicación masivo influye significativamente en los gustos y sensibilidad de las personas y en su modo de entender la realidad.

El lenguaje cinematográfico se estructura a partir de imágenes en movimiento, conseguidas mediante la proyección de fotogramas a un ritmo de 24 por segundo.

Los fotogramas son cada una de las fotografías que se impresionan sobre la película negativa cinematográfica.

El encuadre es el espacio que capta el objetivo de la cámara cinematográfica. El plano es un encuadre desde un lugar y ángulo de visión determinados. Cada plano tiene un valor expresivo diferente, y se pueden clasificar según la amplitud de escena que recoge.

- El plano general abarca una gran parte del escenario natural o decorado. Integra al personaje en su ambiente, sin mostrar apenas rasgos de su personalidad. Expresa ideas como soledad, libertad, etc. Se utiliza para comenzar una escena o para situar una acción.
- El plano medio puede abarcar desde la altura del pecho del personaje, si el plano es medio corto, desde las rodillas si es un plano americano, por debajo de las rodillas si es un plano medio amplio. Tiene un gran valor expresivo, dramático y también narrativo.
- El primer plano abarca la cabeza y los hombros y se utiliza para mostrar la expresión y el sentimiento interior del personaje.



Fotograma de la película *La misión*. Plano general.



Fotograma de la película *Titanic*. Plano medio.



Fotograma de la película *El señor de los anillos*. Primer plano.

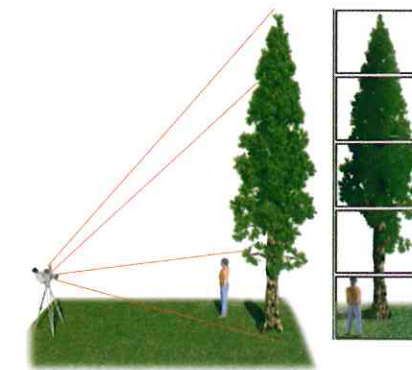
Movimientos y angulaciones de la cámara

Los movimientos de cámara se utilizan para dar agilidad a la narración, acompañar el desplazamiento de los personajes y crear efectos subjetivos. Existen básicamente tres movimientos de cámara:

- Las panorámicas se realizan con la cámara apoyada sobre un trípode. Se puede girar la cámara en horizontal, en vertical o en oblicuo. Se utilizan para guiar la mirada del espectador por un recorrido determinado.
- El movimiento de traslación o travelín consiste en desplazar la cámara sobre una plataforma con raíles o guías. En el travelín de profundidad en avance, la cámara se desplaza de atrás hacia delante, y se utiliza para dar un mayor dramatismo a la acción. El travelín de profundidad en retroceso es inverso al anterior, y su efecto de alejamiento transmite emotividad o relajación. En el travelín lateral la cámara se mueve acompañando al personaje.
- El zum no es un movimiento de cámara, sino del objetivo de la cámara, y se utiliza para crear efectos de alejamiento o acercamiento, con deformación del espacio real.

Las angulaciones de cámara son los puntos de vista desde los que se toma la escena rodada. Se utilizan para producir en el espectador sensaciones de tranquilidad, angustia, superioridad, etc.

En el ángulo normal la cámara se sitúa paralela al suelo, a la altura de los personajes. En el picado la cámara se sitúa arriba e inclinada sobre la escena filmada. Y el contrapicado es el inverso del picado.



Simulación de movimiento a ordenador.



Fotograma de la película *El príncipe valiente*, 1954. Plano picado.

Estructura narrativa de una película

Todas las partes de la narración se explican en el guión técnico, en el que quedan detallados los planos, las escenas (acciones que transcurren en un mismo tiempo y lugar, compuestas de varias tomas de planos) y las secuencias (narraciones completas compuestas de varias escenas), con los respectivos diálogos.

La estructura narrativa de una película se refiere a las partes fundamentales en que se divide el desarrollo de la historia.

- El arranque lo compone la secuencia o las secuencias donde se presentan a los personajes, los escenarios y la trama sobre la que gira la historia.
- El nudo es la parte más larga de la historia, formada por varias secuencias en las que tienen que quedar definidas las cuestiones o conflictos que se plantean en el arranque.
- El desenlace es la parte de cierre de la historia en la que los personajes han desarrollado sus cometidos y el espectador tiene las claves para comprenderlos.



Story board o conjunto de dibujos en forma de viñetas que explican los planos o secuencias de una película.

Actividades de observación

1. Observa varios anuncios publicitarios y analiza los diferentes movimientos de cámara.
2. Elige una película que te guste y detecta cuántas escenas tienen dos de sus secuencias, y qué tipos de planos abundan más en estas escenas.

Como cualquier medio de comunicación visual la prensa y la publicidad tienen un lenguaje propio cuyo objetivo es que el mensaje llegue al receptor sin interferencias, que sea lo más expresivo o atractivo posible y que cumpla la finalidad para la que se creó.

Una adecuada maquetación (forma de disponer los espacios) y la acertada elección de textos, gráficos y fotografías son las principales claves del lenguaje de la prensa. Y el aspecto más destacado del lenguaje de la publicidad es la capacidad de atraer la atención de los posibles consumidores.

El lenguaje visual en la prensa

Los medios de comunicación, como las revistas, los periódicos y la prensa en general, enriquecen sus artículos, publicidad, noticias o reportajes con ilustraciones e imágenes fotográficas para que los mensajes lleguen con más fuerza y provoquen un impacto emocional en el lector.

Cualquier defecto técnico de una fotografía se puede mejorar con programas informáticos (Illustrator, Photoshop, QuarkXPress...) mediante retoques, y conseguir efectos que a veces crean dudas sobre la autenticidad de la imagen.

Por ejemplo, se pueden resaltar contornos de figuras, suavizar imperfecciones, realizar un montaje de dos fotografías, destacar personajes, etc.

Las imágenes de prensa pueden tener distintas finalidades, según el objetivo que se pretenda conseguir. Estas son las principales:

- **Informativa:** Una imagen informativa muestra hechos de la actualidad de forma clara y expresiva, por lo que apenas necesita un texto de apoyo.
- **Documental:** Un documental tiene imágenes fotográficas o dibujadas, que describen hechos o acciones de la realidad, relacionadas con investigaciones, costumbres, o momentos alegres o dramáticos de la vida o sociedad.
- **Simbólica:** Las imágenes simbólicas provocan en nuestra sensibilidad emociones o recuerdos de hechos dramáticos o placenteros.
- **Ilustrativa:** En este caso las imágenes acompañan al texto, generalmente en reportajes.
- **Humorística:** Suelen ser chistes, caricaturas o fotos de personajes públicos sorprendidos en actitudes cómicas.



Observa en la segunda fotografía cómo se ha cambiado el fondo de la primera para crear un ambiente distinto.



Fotografía informativa.



Fotografía simbólica.



Fotografía humorística. Viñeta de Forges.

El lenguaje visual en la publicidad

La publicidad es toda forma de comunicación realizada para atraer al público hacia un determinado producto, servicio o idea, con la finalidad de influir en su compra o aceptación.

En la publicidad audiovisual las acciones que se desarrollan durante el tiempo que dura el anuncio son: la apertura, el desarrollo y el cierre.

- **Apertura:** ocupa los primeros segundos del anuncio, y sus objetivos principales son captar la atención del espectador y definir el marco o contexto en el que se presenta el producto.
- **Desarrollo:** muestra al espectador las características del producto o idea, y por qué debe creer en ellos: ventajas, novedad, calidad, etc. Esta parte debe mantener la atención del espectador.
- **Cierre:** su objetivo es lo que en *marketing* se denomina "cerrar la venta". En el cierre se repiten las ideas clave.

La última imagen de la mayoría de los anuncios audiovisuales suele mostrar el nombre del producto, la marca corporativa y el eslogan.



Fotograma de un anuncio.

El lenguaje de la publicidad impresa se caracteriza por el diseño y distribución espacial de cuatro elementos: el titular, la ilustración, el texto y los elementos de la firma.

- El titular es una frase colocada normalmente en la parte superior del anuncio con el objetivo de conseguir captar la atención del espectador e identificar el producto o el tema que se presenta.
- La ilustración es una imagen cuya finalidad es también captar la atención y expresar la idea principal del anuncio. Pueden ser fotografías, dibujos o gráficos.
- El texto o copy explica mediante lenguaje escrito lo que anuncia el titular.
- Los elementos de la firma tienen como finalidad completar el mensaje y cerrarlo. Los más habituales son el nombre del producto (logotipo), el eslogan y una dirección o forma de contacto.

Observa en este anuncio impreso los distintos elementos visuales que lo componen: titular, ilustración, texto, logotipo y eslogan.



Anuncio impreso.

Actividades de observación

3. Selecciona de entre las imágenes de un periódico una imagen documental, una simbólica y otra humorística y comenta su contenido y las sensaciones que te generan.
4. Elige un anuncio de televisión y otro de prensa y busca en ellos los elementos que los conforman estudiados en este epígrafe.

La televisión es un medio de comunicación masivo que engloba elementos humanos, literarios, espaciales y técnicos. El lenguaje televisivo se estructura a partir de las distintas actividades y prestaciones de cada uno de estos elementos.

Es también una empresa, y como tal tiene entre otros objetivos, captar y mantener la fidelidad de sus clientes. Para ello los programadores televisivos estudian y analizan a la audiencia y establecen estrategias para mantenerla.

Los elementos que forman el lenguaje televisivo son:

- El estudio de televisión es el espacio en el que las cadenas de televisión organizan y realizan las acciones que integran su producción.



Estudio de televisión.

- La producción televisiva, organizada en torno a las figuras del realizador y del productor, se encarga de los procesos de realización de un programa. En este proceso se distinguen tres etapas fundamentales:

- La preproducción se ocupa de las fases del guión, la contratación de los equipos técnico y artístico, y la creación del grafismo: créditos, títulos y gráficos, que definirán el estilo del programa.

En esta etapa también se diseña el montaje escénico, es decir los decorados, la iluminación, el sonido y cualquier elemento que intervenga en la grabación.

- La producción abarca varios apartados fundamentales: puesta a punto de los elementos técnicos y organización de los actores, invitados y ensayos, y finalmente la grabación del programa.

- La posproducción se encarga de dar unidad al programa editando las mejores tomas, para su versión definitiva. Por último, se realizan varias copias de la grabación, para su emisión y conservación en archivo.

- El guión es el texto en el que se refleja todo lo que acontece en una narración audiovisual. Existen diferentes tipos de guiones: de noticias, reportajes, entrevistas, series de ficción o concursos y espectáculos.



Reporteros entrevistando.

Hay guiones que se diseñan sobre la base de grabaciones variadas y casuales, como las que se realizan al pie de una noticia. En la edición se organizan las diferentes tomas para su mejor comprensión.

- La realización equivale en el lenguaje televisivo a la dirección en cine. Las principales competencias de un realizador son: combinar diferentes tipos de planos para que la narración visual se comprenda adecuadamente, decidir el emplazamiento de las cámaras, y crear un ritmo audiovisual efectivo para captar y mantener la atención de la audiencia.

Géneros televisivos

El formato o género televisivo es un ámbito de trabajo y creación audiovisual cuyo lenguaje tiene unas características y grado de especialización específicos. Existen varios géneros y subgéneros, entre los cuales se destacan los formatos de entretenimiento, de ficción, documentales, etc.

- Los formatos de entretenimiento engloban los concursos, *reality shows*, magacines, y galas-espectáculos, que estructuran sus contenidos sobre la base de cuatro conceptos que actúan de "ganchos": la emoción, el humor, el sentimiento y la sorpresa.



Fotograma de un reality show.

El sentimiento y la emoción, dos de los ganchos de los *talk shows*, apelan a la identificación entre el espectador y los personajes que aparecen en el programa, consiguiendo de esta manera uno de los objetivos televisivos, aumentar la aceptación y la fidelidad al programa.

- Los formatos de ficción abarcan géneros como series, miniseries, telefilmes o TV *movies*, telenovelas y cine. Su objetivo es presentar historias que nos transporten a espacios de fantasía, miedo o sonrisa.



Fotograma de un telefilme.

Un telefilme se diferencia de una película de cine en algunos aspectos estéticos, técnicos y de producción. Está realizado con pocos planos generales y numerosos primeros planos.

Las secuencias se estructuran pensando en los cortes publicitarios, y los plazos de rodaje son más breves y suelen tener menos presupuesto. Los temas se basan en aspectos de la realidad cotidiana, con un reducido número de personajes, pocos decorados y temas de fácil comprensión.

- El documental es un género que intenta describir la realidad de un hecho, presentado en numerosas ocasiones por un narrador, que debe dar fuerza significativa al tema a través de su discurso. Los objetivos más destacados del documental son enseñar, informar, describir o denunciar.



Fotograma de un documental de animales.

Como cualquier narración audiovisual los documentales de naturaleza y animales suelen presentar la realidad de estos en su hábitat, para lo cual son necesarias varias tomas desde distintos ángulos que, después del montaje, se convertirán en escenas y estas en secuencias.

Actividades de observación

5. Busca en internet las características que definen el formato de televisión: serie. Puedes encontrar información en la siguiente página web: www.e-sm.net/pzes01.

6. Observa un programa de entretenimiento y haz una clasificación de los apartados que lo componen: servicios informativos, concursos, actuaciones artísticas, etc.

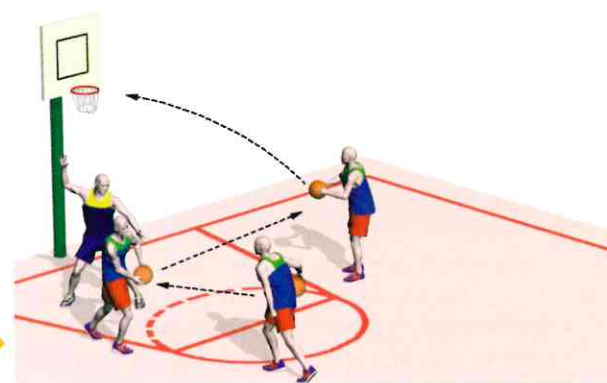
Los avances tecnológicos han permitido a los artistas actuales crear nuevas formas de expresión y comunicación a través de imágenes. Los programas informáticos, con sus numerosas posibilidades, han abierto un extenso campo para la investigación en las diversas modalidades artísticas y de diseño.

Estas nuevas maneras de representar, visualizar e interpretar imágenes se engloban bajo la denominación **artes digitales**. Existen numerosas modalidades, entre ellas, la **infografía** y sus campos de expresión: arte multimedia, *net art* o arte en la red, diseño gráfico, animación por ordenador, etc.; y otras variantes artísticas como instalaciones, robótica, videojuegos, arte interactivo o ciberarte.

La infografía

La **infografía** es un sistema que emplea medios informáticos para la creación o manipulación de imágenes. Las infografías incluyen diversos formatos creativos: medios impresos como libros, revistas, periódicos, carteles, etc., o entornos propiamente informáticos como diseños para páginas web, animación, *net art*, arte y presentaciones multimedia, proyectos arquitectónicos, o diseños industrial y gráfico.

Una de las aplicaciones cotidianas de la infografía son los **esquemas descriptivos** que aparecen en la prensa que, a través de dibujos y tipografía, resaltan los aspectos más significativos de una noticia, puesto que con los recursos infográficos se obtienen a menudo efectos visuales más eficaces que mediante fotografías.



Observa esta imagen infográfica que describe el recorrido de una jugada de baloncesto.

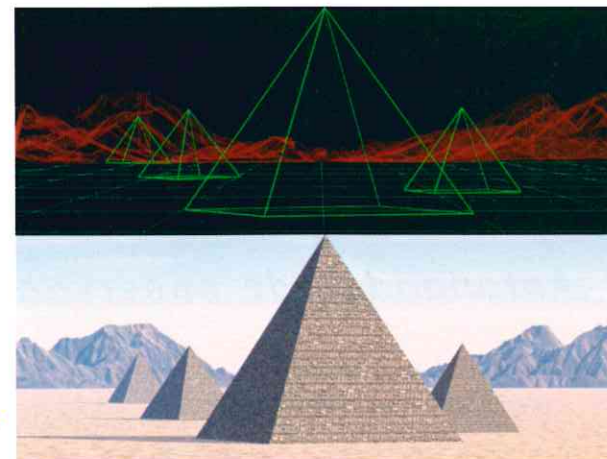
Infografía.

Las **presentaciones multimedia** integran diferentes medios infográficos como gráficos interactivos, textos, imágenes estáticas y en movimiento, en dos y tres dimensiones, audio y vídeo.

La información se secuencia en forma de ventanas, iconos y menús con los cuales el usuario puede interactuar de forma rápida y sencilla. Existen diferentes productos multimedia, como los CD, DVD, páginas web, juegos y programas interactivos, etc.

Algunas técnicas para crear imágenes digitales son:

- El **rotoscopiado** es una forma de animación digital en la que se filma a actores reales, para después transformarlos en personajes de dibujos animados.
- La **renderización** es un proceso de cálculo que realiza el ordenador para generar la imagen tridimensional una vez que se ha definido la luz, textura, color, etc. La finalidad de esta técnica es crear ambientes a partir de formas abstractas o realistas.



Observa la imagen creada mediante la técnica de renderización para causar una impresión de realidad.

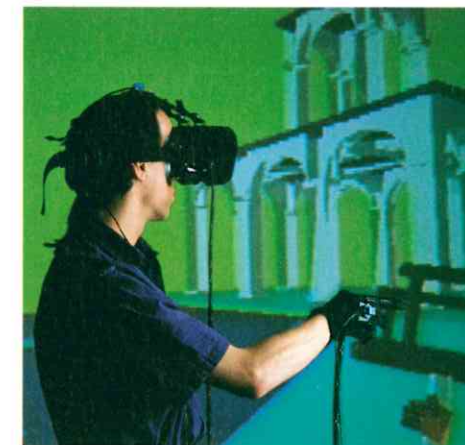
Renderización de un paisaje.

El arte interactivo o ciberarte

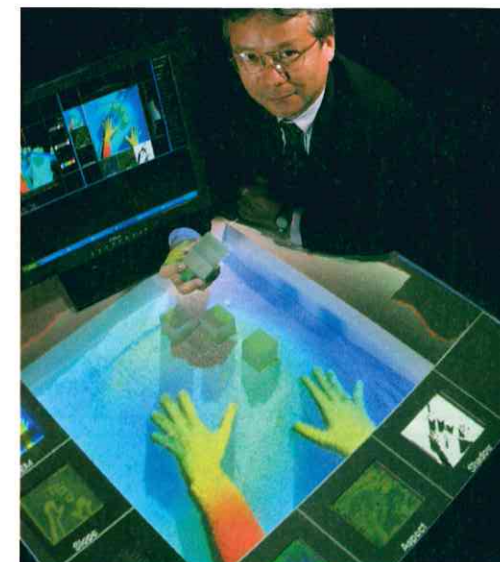
La diferencia fundamental entre las creaciones pictóricas, escultóricas, de cine o de vídeo y las obras artísticas interactivas consiste en que las primeras pueden ser contempladas e interpretadas pero no modificadas físicamente. En cambio, las obras artísticas interactivas tienen como uno de los objetivos crear situaciones en las que el observador pueda manipular la realidad simulada de la propuesta artística como si fuese una creación compartida.

En las creaciones interactivas los artistas preparan diferentes tipos de programas para ofrecer interactividad: dispositivos microcorneales para el seguimiento del ojo, cámaras, teclados, pantallas sensibles al tacto, sensores infrarrojos, cascos de realidad virtual o guantes digitales son los elementos que se utilizan para conectar al usuario con el entorno de los ordenadores.

Existen instalaciones de objetos interactivos que permiten al espectador participar en el acto artístico. Son sistemas informáticos que consiguen, a través del tacto y el movimiento, crear situaciones que relacionan el mundo físico con el virtual.



Gafas y guantes de realidad virtual.



Hiroshi Ishii ha investigado con innovadoras tecnologías para relacionar el mundo físico y el virtual. Utiliza interfaces que requieren no solo de la pantalla y el teclado sino del tacto y del movimiento para interactuar con sus "objetos vivos", como botellas que al ser destapadas emiten música, o agrupaciones de formas cúbicas que al ser desplazadas nos dan información sobre diseños de luces y sombras, elevaciones y drenajes de caminos, etc.

Hiroshi Ishii:
Instalación interactiva.

El videoarte

El **videoarte** es una creación artística realizada en vídeo digital o electromagnético, que utiliza recursos técnicos y narrativos de contenido experimental, y que tiene una finalidad exclusivamente artística y no informativa, como por ejemplo los documentales.

Los contenidos temáticos y guiones del videoarte no suelen tener la misma estructura narrativa que los de las películas, sino que son obras que pueden contener formas abstractas, sonidos estridentes, imágenes retocadas por ordenador, numerosas repeticiones del mismo plano, etc., con la finalidad de crear metáforas o proponer estéticas particulares.



Vídeo instalación expuesta en la Bienal de Sydney, 2006.

Actividades de observación

7. Selecciona en revistas y en prensa ejemplos infográficos que sirvan para describir e ilustrar espacialmente un hecho o noticia, y comenta si la descripción gráfica apoya adecuadamente dicha noticia.
8. Busca en la página web www.ingenio400.com ejemplos de videoarte y otras expresiones infográficas, e intenta definir las metáforas o mensajes que proponen las obras.