



Red Universitaria Virtual Internacional

# El Lenguaje Audiovisual: Técnicas y Tecnología

---

## Índice

1	Introducción.....	3
2	El Lenguaje Audiovisual.....	3
2.1	Funciones del lenguaje audiovisual.....	4
2.2	Elementos del lenguaje audiovisual.....	6
2.3	El Valor de la Imagen.....	10
2.4	Algunos consejos para nuestras creaciones audiovisuales .....	12
2.5	Herramientas para trabajar mensajes audiovisuales .....	14
3	Conclusiones.....	15
4	Bibliografía.....	15

## Objetivos

Los **objetivos** de esta clase son:

- **Conocer** las nociones básicas del lenguaje audiovisual y multimedia en el ámbito educativo.
- **Analizar** conceptos básicos sobre tecnología aplicada a los medios audiovisuales y multimedia.
- **Practicar** con texto e hipertexto, la imagen, la música y sonido en sistemas multimedia

## 1 Introducción

¿A qué nos referimos cuando hablamos de audiovisual? ¿Y cuando hablamos de multimedia? ¿Son conceptos opuestos?

Vamos a comenzar este apartado tratando de responder a estas cuestiones:

El lenguaje audiovisual supone la **integración** de elementos sonoros y visuales para producir una realidad sensorial. Este lenguaje tiene sus propias reglas y formas de narrar para hacer que el usuario se integre y disfrute de esta realidad que se ha generado para él. Si a esta realidad sensorial que nos llega a través de la vista y el oído le añadimos otros elementos y la **posibilidad de interactuar** con ella, estamos ante otro tipo de comunicación denominado **multimedia**.

Por tanto, el lenguaje multimedia comparte los códigos y normas del lenguaje audiovisual y añade otros propios de su naturaleza digital.

En esta clase vamos a analizar las características del lenguaje audiovisual y multimedia, que se pueden emplear en educación para conseguir captar la atención de nuestros alumnos.

## 2 El Lenguaje Audiovisual

Cuando hablamos de lenguaje audiovisual, nos referimos a un conjunto de **símbolos** y **normas** que facilitan la **comunicación multisensorial** a través de lo visual y auditivo, es decir, los elementos constitutivos de este lenguaje son la imagen y el sonido.

El lenguaje audiovisual ha sido la base de medios como el cine o la televisión, pero más recientemente se ha convertido en el elemento fundamental de redes sociales donde, a través de mensajes audiovisuales se facilita la comunicación de una manera más motivadora.

En este tipo de lenguaje el contenido icónico prevalece frente a los contenidos meramente verbales y se caracteriza por ser un lenguaje que permite **estimular afectivamente a los receptores**, teniendo un alto potencial sensibilizador, y de ahí su importancia para ser usado en entornos educativos de manera adecuada.

En educación hay que tener presente que el lenguaje audiovisual debe emplearse de manera **racional, reflexiva, integrada en un contexto**, pues de lo contrario corremos el riesgo de que se convierta en un mero recurso de entretenimiento. En este punto voy a destacar una frase de Umberto Eco que indica que "La civilización democrática sólo se salvará si se hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica y no una invitación a la hipnosis".

## 2.1 Funciones del lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual, al igual que el resto de lenguajes, se constituye por una serie de funciones que afectan y transforman los mensajes que se quieren transmitir. Vamos a partir de las funciones básicas del lenguaje según Jakobson, y analizaremos cómo afectan al lenguaje audiovisual:

- **Función referencial:** que permite ofrecer a través de un vídeo, una imagen o un sonido una visión cercana a la realidad, facilita conocimientos, conceptos e información objetiva. Esta función es muy importante en los vídeos didácticos que deben acercar los conceptos de una manera rigurosa, verídica y real. Un ejemplo de esta función la tenemos en los documentales sobre el reino animal, o sobre ciudades, hechos históricos.
- **Función emotiva:** trata de acercar y despertar en los televidentes sensaciones, empatizar con una problemática presentada, etc. En educación esta función es muy importante para sensibilizar a los alumnos sobre un problema o realidad, llegar a comprender el objeto de estudio y ponerse en el lugar del otro. Un ejemplo lo encontramos en los vídeos que narran, por ejemplo, cómo era la vida en los campos de concentración durante la Segunda Guerra Mundial, con testimonios reales de gente que vivió allí.
- **Función conminativa:** esta función trata de despertar una reacción en el receptor. Esta función se emplea mucho por ejemplo en las campañas publicitarias,

también en los discursos políticos donde los mensajes tratan de despertar en los receptores conductas, dirigir su respuesta.

- **Función fática:** con esta función no se transmite información, sino que es la encargada de atraer y retener la atención del receptor. Por ejemplo, cuando en un vídeo se saluda, o se realiza una pregunta para la que no se espera respuesta. En educación es importante porque nos ayuda a conseguir un nivel de atención necesario en el receptor.
- **Función poética o estética:** que busca transmitir un equilibrio artístico cuando se transmite el mensaje. Por ejemplo, cuando se quiere transmitir un mensaje verbal hay varias formas de hacerlo, con diferentes entonaciones, composiciones, o con rimas. Esta función junto con el resto trata de despertar en el espectador una sensación de bienestar, motivar la visualización de lo que se ve, captar la atención y sobre todo retener al espectador hasta el final del vídeo.
- **Función de metalenguaje:** que facilita la elaboración de contenidos por el receptor al identificar los propios códigos del lenguaje. Por ejemplo, en un vídeo esto se ve cuando vemos al director mostrar la propia escena de ficción sobre la que se va a grabar.

Además de estas funciones, si nos centramos en el uso estrictamente educativo, debemos señalar tenemos:

- **Función vicarial** que permite a través de la imagen mostrar otras imágenes. Por ejemplo, cuando a través de pantalla se muestra un cuadro de una pinacoteca o el vídeo que se está proyectando en un televisor.
- **Función explicativa** muy importante para ir exponiendo contenidos didácticos. Por ejemplo, cuando a través de un vídeo se va explicando el ciclo del agua.
- **Función redundante** que permite emitir el mismo mensaje a través de diferentes canales reforzándolo. Por ejemplo, cuando se narra cómo se realiza la aleación de dos metales y al mismo tiempo se está viendo el procedimiento en pantalla.
- **Función catalizadora** que permite mostrar interacciones entre elementos que se suelen mostrar de manera aislada. Por ejemplo, cuando se representa la llegada de la primavera se muestra cómo el sol se eleva, aumenta su fuerza, se deshielan las montañas, cae el agua por sus cursos, crecen las flores, etc.
- **Función informativa:** que permite representar conceptos abstractos,
- **Función motivadora,** para captar y retener la atención del espectador.

## 2.2 Elementos del lenguaje audiovisual

El lenguaje audiovisual, al igual que el lenguaje verbal, tiene sus propias reglas y elementos que debemos conocer para poder ofrecer una experiencia adecuada a nuestros alumnos. Vamos a conocer algunos de ellos:

El **encuadre o plano**: el lenguaje audiovisual se nutre de imágenes que se distribuyen en un espacio que se proyecta en pantalla. El modo cómo colocamos la cámara cuando vamos a grabar para ofrecer una determinada escena en pantalla se denomina encuadre.

El encuadre es la unidad básica del lenguaje audiovisual. Según la distancia de la cámara, la selección de la realidad que se realice, la manera de moverse, etc. podremos transmitir con el encuadre o plano una información u otra.

Vamos a analizar de manera muy rápida algunos de los encuadres o planos más conocidos:

- **Plano largo**, es una vista muy amplia de la escena, con el objetivo de situar al espectador en el lugar donde se va a desarrollar la escena.
- **Plano general**, en el que se aprecia al personaje en su totalidad pudiendo llegar a conocerlo a través de sus características físicas (altura, grosor, etc.) y gestos de su cuerpo.
- **Plano americano**, presenta al personaje desde un poco más arriba de la cabeza hasta la rodilla permitiendo obtener una información más cercana de los sentimientos, vivencias del personaje.
- **Plano medio** en el que se ve al personaje desde la cabeza hasta la cintura y haciendo hincapié en sus sentimientos.
- **Primer plano**, presenta el rostro del personaje y permite detectar cualquier movimiento, expresión o sentimiento de este.
- **Semiprimer plano**, permite centrar la atención del espectador en un elemento específico por ejemplo del rostro del protagonista.
- **Plano corto**: encuadra desde encima de las cejas hasta la barbilla.
- **Plano de acercamiento o detalle**, por ejemplo, un plano de los ojos o de una mano del personaje.

Los tipos de plano están muy relacionados con las funciones del lenguaje audiovisual que hemos estudiado anteriormente, por ejemplo, un plano largo o general facilitar la

función referencial, para conocer la realidad sobre la que se está visionando. Mientras que un plano americano, medio o primer plano trabaja más la función emotiva.

Para el trabajo de todos estos planos existen unas reglas de encuadre que facilitan una composición equilibrada y correcta. Algunas de estas reglas son:

**Regla de los tercios,** ¿conoces esta regla?, es algo muy sencillo, pero a la vez práctico. Lo que hace es dividir la pantalla en tercios iguales en vertical y en horizontal. De esta manera conseguiremos que en nuestra pantalla tengamos 9 cuadrados con cuatro intersecciones. Los elementos principales deberán situarse en las intersecciones mientras que los elementos secundarios se situarán en las divisiones.

Fig. 1 Ejemplo de gráfica de distribución de la escena en tercios

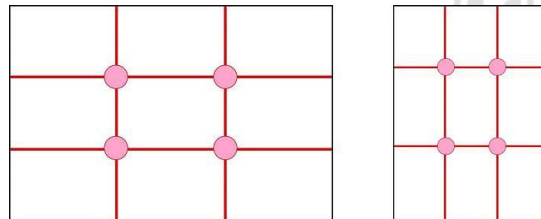
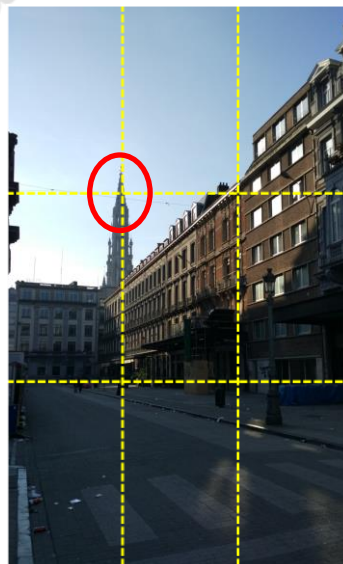


Fig. 2 Aplicación de la regla de tercios



Podríamos pensar que la imagen central debería estar en el centro del tercio central, pero es un error. Con esta regla conseguimos armonía y equilibrio.

**Ley de la mirada y control de aires:** Para comprender esto vamos a ver qué es el "aire". Cuando tenemos un personaje en un plano, el espacio vacío entre este y el fin del encuadre se denomina aire.

Para entender esto vamos a partir de la siguiente fotografía donde vemos cómo en la primera se ha dejado un espacio equilibrado entre el personaje, es el aire, y guarda proporción con el resto del encuadre. Lo que se ha conseguido es que el espacio que hay entre la persona que se fotografía y la cámara es mayor que el espacio que queda detrás el personaje.

Fig. 3 Ejemplo de la regla de aire



Por otra parte, es importante que se tenga en cuenta la ley de la mirada. Veámoslo con el siguiente ejemplo en el que vemos el mismo elefante en dos fotografías casi idénticas, pero en la primera se ha respetado la ley de la mirada dejando más espacio en el frente del elefante que a su espalda, mientras que en la segunda no se ha cumplido con esta regla y hay más espacio en la parte trasera del elefante.

Fig. 4 Ejemplo de la regla de control de la mirada





En cuanto a la mirada hay una regla que establece que, si alguien mira a la derecha de la cámara, es mejor situarlo a la izquierda y viceversa.

**Regla del movimiento**, esta regla es muy sencilla y lo que trata es dejar un espacio en la composición para la acción que se está realizando. Vamos a explicarlo con una imagen en la que vemos un ciclista y la carretera por la que tiene que circular, de esta manera estamos consiguiendo una sensación de movimiento en la imagen. Si por el contrario presentáramos únicamente un plano completo del ciclista parecería que este estuviera parado.

Fig. 5 Ejemplo de la regla del movimiento



La **posición de la cámara** es otro de los elementos importantes a la hora de configurar el lenguaje audiovisual.

En función de la posición de esta, podemos tener planos:

- **Picados** cuando la cámara se sitúa encima del personaje y se dirige hacia abajo
- **Contrapicado**: cuando la cámara se sitúa debajo del personaje y se dirige hacia arriba
- **Aéreo o vista de pájaro**: cuando se filma desde bastante altura
- **Frontal**: cuando la cámara está en el mismo plano que el objeto
- **Subjetivo o punto de vista**: cuando la cámara sustituye a la mirada de un personaje.

La posición de la cámara en el lenguaje audiovisual determina el mensaje que nos quieren transmitir vamos a ver algunos ejemplos:

- Alternar planos picados y contrapicados incita a informar sobre quién domina la situación,
- Planos normales en los que la cámara está situada a la altura de los ojos del personaje se logra una empatía entre el espectador y el personaje
- Planos subjetivos involucramos directamente al espectador en la acción.

El **movimiento de la cámara**, ayuda a incorporar ritmo a la acción. Podemos encontrar movimiento de la cámara sobre sí misma, movimiento en la misma cámara y movimientos externos a la cámara, efectos de zoom, etc.

El movimiento contribuye a crear la historia que se está transmitiendo, a situarnos en las escenas y conocer el contexto en el que transcurren las historias, seguir una acción o acompañar a un personaje. El movimiento tiene un alto valor descriptivo, pero también narrativo ya que nos puede causar sorpresa, puede ponernos en alerta ante una escena, etc.

Finalmente vamos a conocer otro de los elementos del lenguaje audiovisual más importantes: el **sonido**. Este elemento es uno de los que más información aporta al espectador. Al sincronizar imagen y sonido conseguimos llegar al espectador de una forma más potente e imprimir ritmo a la imagen que se está visionando. Es fundamental para acompañar a la acción, crea clima, ambienta las escenas, mantiene al espectador activo.

### 2.3 El Valor de la Imagen

Uno de los valores más importantes de nuestros recursos educativos debe basarse el uso de recursos gráficos, que apoyen el contenido a trabajar desde diferentes formatos y permitan desarrollar aprendizajes significativos y eficaces,

Pero a la hora de trabajar con este tipo de recursos no todo vale, es necesario conocer sus características y saber integrarlos de manera adecuada.

Comencemos analizando las **características de las imágenes**. Al emplear imágenes dentro de las páginas o recursos educativos es necesario tener en cuenta que estas deben ser claras, con una adecuada resolución y fácilmente legibles si integran textos. Una imagen borrosa, no nítida invita a abandonar su visualización. Para ello hay que cuidar:

- **Resolución adecuada.** en formato web las imágenes suelen tener una resolución de 72 ppi. Las imágenes con una resolución elevada tendrán mejor calidad, pero consumirán mucho ancho de banda y serán lentas a la hora de descargarse en

los navegadores, lo que muchas veces evita que los usuarios esperen y visualicen el recurso gráfico. Por su parte imágenes de una resolución inferior pierden nitidez y por tanto evitan transmitir el mensaje para el que se han diseñado.

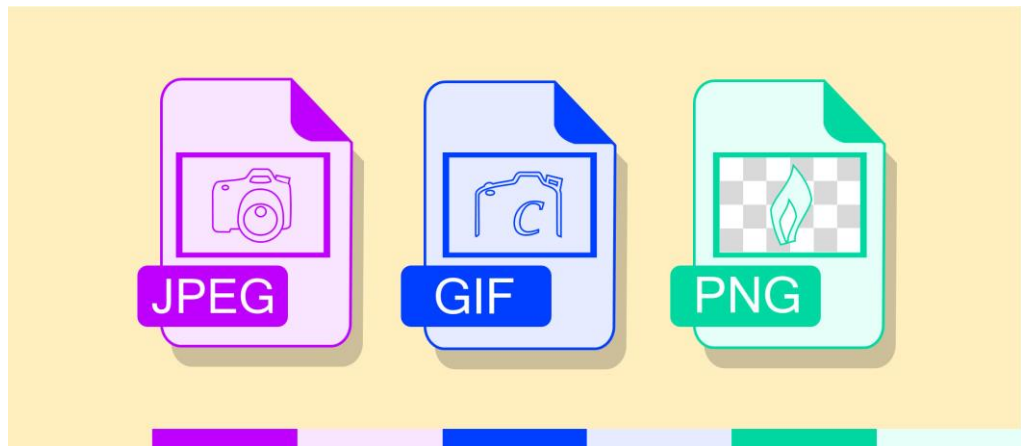
- **Tamaño:** el tamaño también debe ser el adecuado garantizando que la imagen subida no sea demasiado grande o demasiado pequeña para el espacio destinado a su visión. De lo contrario perderemos el equilibrio gráfico de nuestro recurso.
- **Seleccionar el formato adecuado:** es importante conocer algunos aspectos de los formatos de las imágenes con las que vamos a trabajar. Normalmente se emplean para este tipo de trabajo el formato **.JPG**, **.GIF** o **.PNG**. Los tres son formatos de imagen de mapa de bits, esto quiere decir que representan una imagen mediante la codificación de los valores del color y de la transparencia de cada pixel a diferencia de los formatos vectoriales (como SVG) que almacenan líneas, puntos y polígonos para crear la imagen.

#### ¿Cuál es el formato más adecuado para emplear en nuestros recursos?

El **formato .JPG** es el recomendado para trabajar con imágenes con miles o millones de colores: **fotografías, imágenes con gradientes...** Pero no es adecuado para imágenes con texto, formas simples o que contengan grandes bloques monocolor porque genera bordes llenos de ruido. Además, una imagen JPEG no puede soportar transparencias.

Si lo que queremos es trabajar con imágenes de colores limitados **como iconos, botones, textos en imagen y animaciones gráficas sencillas**, el formato más adecuado es el **.GIF**.

Finalmente, el **formato .PNG** es el más adecuado cuando queremos presentar **imágenes con fondo transparente**, para presentar imágenes con texto, capturas de pantalla, logos, fondos, etc.



#### 2.4 Algunos consejos para nuestras creaciones audiovisuales

Las pautas anteriores señaladas para imágenes tienen su correlativo cuando hablamos de vídeos.

A la hora de trabajar con el formato vídeo es necesario tener bien planificado qué es lo que se quiere grabar. Para ello el primer paso es realizar un guion del vídeo donde se recoja qué es lo que se va a grabar, los escenarios, planos, etc. Algunas personas hacen un simple boceto de esto, pero otras emplean software para realizar storyboard completos donde se describe cada escena que se va a realizar.

Un ejemplo de este tipo de software lo tenemos en Storyboarder, accesible desde la web: <https://wonderunit.com/storyboarder/>

Cuando nos dispongamos a grabar un vídeo es necesario tener en cuenta:

- El lugar donde se va a realizar la grabación debe tener una **iluminación** adecuada, donde el foco de luz esté de frente a la persona y no detrás de ella.
- El **fondo** del vídeo no debe tener elementos que distraigan la atención de los alumnos o que impidan una correcta visualización en los vídeos. Fondos de colores brillantes o fuertes no son los más adecuados para esta labor.
- El **audio** es muy importante a la hora de grabar un vídeo óptimo. Es necesario que el lugar donde se esté realizando la grabación no tenga ruido ambiental que perturbe la grabación. Si es posible es importante hacer las grabaciones con micrófono la calidad del audio se verá beneficiada.
- En cuanto a la persona que va a grabar el vídeo, es necesario que tenga preparado su discurso y que module su voz para que suene natural. Importante es cuando se graba **evitar ropa** de rayas, colores brillantes o colores de ropa igual que el fondo.
- La **duración** de los vídeos no debe superar los 6-10 minutos.

- En cuanto a la reproducción de los vídeos, la más recomendable es la reproducción en streaming. Este tipo de reproducción garantiza que el usuario utiliza el producto a la vez que se descarga evitando la pérdida de tiempo de estos si tuvieran que descargar los archivos por completo para poder acceder al contenido

Finalmente hay que destacar, que es importante también atender a la legalidad de los recursos respetando siempre los derechos de autor. Las imágenes o vídeos que se pueden utilizar sin restricciones son aquellas en las que el autor/creador da permiso por escrito, o bien aquellas imágenes que poseen una Licencia de Creative Commons.

En cuanto a las licencias Creative Commons, las hay de varios tipos. Aquellas que dejan usar el contenido mientras no sea con fines comerciales, otras en la que debes incluir el nombre del autor, otras que indican que no es posible alterar o modificar la imagen, etc.

A continuación, os presentamos algunos bancos de imágenes y vídeos que podréis utilizar en vuestros recursos educativos

#### Bancos de Imágenes:

- Pexels: <https://www.pexels.com/>

Pexels tiene licencia Creative Commons Zero (CC0), esto significa que las pinturas son completamente libres de uso para:

- Uso personal o comercial.
- Puedes copiarla, modificarla o distribuirla.
- No es necesario permiso o atribución de ningún tipo.
- Pixabay: <https://pixabay.com/>

Este es un banco con una amplia variedad de fotos, ilustraciones, videos y vectores, detalle que lo convierte en un banco de suma utilidad. También su licencia es CC0

- Stoksnap: <https://stocksnap.io/>

Esta es una base de imágenes muy completa que se actualiza diariamente. Su licencia es Creative Commons de dominio público lo que permite darles uso personal o comercial a las fotos, editarlas, modificarlas o distribuirlas sin permiso o atribución alguna.

- Life of pix : <http://www.lifeofpix.com/>

Sus imágenes son de uso público (Licencia CC0), carentes totalmente de restricciones.

Bancos de Videos:

- Videezy; <https://www.videezy.com/>

Videezy permite descargar videos de alta calidad de la web una vez que te has registrado.

- Coverr; <http://www.coverr.co/>

Coverr tiene una gran oferta de videos gratuitos de alta calidad. Cada lunes ofrece siete nuevos videos. Estos se pueden conseguir incluso sin registrarse en la web.

- Life of Vids; <http://www.lifeofvids.com/>

Life of Vids ofrece videos libres de derechos de copyright. Cada semana se van agregando nuevos videos a la colección.

## 2.5 Herramientas para trabajar mensajes audiovisuales

**Herramientas de sonido:** Como hemos visto el sonido es un elemento muy importante en el lenguaje audiovisual, en algunas ocasiones es necesario trabajar los sonidos que tenemos para que nuestra composición sea correcta normalizando el audio, o recortando zonas de audio, uniendo sonidos, etc.

Algunas herramientas para trabajar el sonido son:

- **Audacity**, es uno de los programas más conocidos para la edición del sonido. Se puede descargar gratuitamente (<https://www.audacityteam.org/>)
- **Ocen Audio**, permite editar archivos y manipularlos fácilmente. (<https://www.ocenaudio.com/>)

**Herramientas de edición de imágenes** entre las que podemos encontrar:

- **Gimp** (<http://www.gimp.org.es/>) es una alternative a photoshop con multitud de opciones para trabajar imágenes a buena calidad.
- **Snapseed**, que es un editor que se descarga de Google Play para trabajar directamente en tu móvil la edición de imágenes.

Para la **edición de vídeo** contamos con numerosas opciones, entre ellas:

- **Avidemux** (<https://avidemux.uptodown.com/windows>), es software libre y multiplataforma, y tiene versiones para GNU/Linux, Windows, macOS y PC-BSD.

- **Lightworks** (<https://www.lwks.com>) es uno de los mejores, o el mejor, editores de video con una versión gratuita que aunque tienen algunas limitaciones, ofrece una multitud de servicios para editar videos sencillos de manera precisa

### 3 Conclusiones

- Conocer las reglas del lenguaje audiovisual nos va a garantizar trasladar mensajes con el sentido didáctico que le queremos dar de manera correcta. Como hemos visto a lo largo de esta clase el sentido de una imagen puede variar en función del contexto, el formato, el plano desde el que se tome y conocer estas reglas es fundamental para conseguir llegar a unos usuarios que conviven diariamente con el lenguaje audiovisual y lo consumen de manera activa.
- En marketing se habla de un contenido viral cuando por su impacto en el usuario es capaz de reproducirse y llegar a un número elevado de personas en muy poco tiempo. Aunque la palabra viral suele tener connotaciones negativas (viene de virus) en este contexto hace alusión a su capacidad extraordinaria de propagación.
- Generalmente estos contenidos virales son contenidos en formato audiovisual o gráfico que gracias a un uso creativo del lenguaje audiovisual suelen generar en los espectadores un interés elevado, y despierta la necesidad de compartirlo con otras personas. En educación deberíamos buscar también generar contenidos impactantes que llamen la atención y que movilicen el conocimiento en nuestros alumnos.

### 4 Bibliografía

- Bartolomé, A. (2013). La utilización educativa del multimedia y el audiovisual en la red. En J.I. Aguaded y J. Cabero (Coords.) Tecnologías y Medios para la Educación en la e-Sociedad. Madrid: Alianza Editorial, pp. 239-270. Disponible en: [http://www.lmi.ub.edu/personal/bartolome/articuloshtml/2013\\_bartolome\\_alianza.pdf](http://www.lmi.ub.edu/personal/bartolome/articuloshtml/2013_bartolome_alianza.pdf)
- Grané, M. (2012). El disseny interactiu a la xarxa. Barcelona: Publicacions de la Universitat de Barcelona. <http://www.publicacions.ub.edu/ficha.aspx?cod=07578>

- Jakobson.R. (1988). Lingüística y Poética. En Lingüística y Poética (33). Madrid: Cátedra Lingüística

Red SUMMA ©