



PROYECTO **TRANSFORMA** RESIDUOS EN RECURSOS

KIT DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS



4. PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

Publicado por:

Deutsche Gesellschaft für
Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

Domicilios de la Sociedad
Bonn y Eschborn, Alemania

Proyecto ACCIÓN Clima II
CENTRO CAMBIO CLIMÁTICO
Boulevard Dent, esquina Calle Ronda, casa blanca esquinera
Barrio Dent, San Pedro, San José, Costa Rica
+506 2528 5420
info@giz.de
www.giz.de

y la Fundación Costa Rica Estados Unidos de América para la
Cooperación (CRUSA)
Meridiano Business Center (Edificio Davivienda), 4to piso
San Rafael de Escazú, San José, Costa Rica
T +506 2246 5656
E info@crusa.cr
I www.crusa.cr

Redacción:

Giulia Clerici
Carolina Rodríguez Esquivel

Edición:

Ann-Kathrin Schloenvoigt (GIZ), Alexia Quirós Rojas (GIZ), Luis Ortiz
Jiménez (CRUSA), Gabriela López Salazar (CRUSA)

Responsable:

Sandra Spies (GIZ)

Diseño:

Paula Cruz

Referencias a URL:

Los contenidos de las páginas externas a las que se remite en la
presente publicación son responsabilidad exclusiva del respectivo
proveedor. La GIZ se distancia expresamente de estos contenidos.

Por encargo de:

Ministerio Federal de Medio Ambiente, Conservación de la Naturaleza
y Seguridad Nuclear (BMU) de Alemania
El proyecto ACCIÓN Clima II es financiado en el marco de la Iniciativa
Climática Internacional (IKI) del BMU.

La GIZ es responsable del contenido de la presente publicación.

San José, 2020



PROYECTO **TRANSFORMA** RESIDUOS EN RECURSOS

KIT DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS

INTRODUCCIÓN

El proyecto “TRANSFORMA Residuos en Recursos”, es una Cooperación Técnica-Financiera entre la Cooperación Alemana para el Desarrollo (GIZ) y la Fundación de Costa Rica Estados Unidos de América para la Cooperación (CRUSA), cuyo objetivo es dinamizar el sector residuos a través del fortalecimiento de capacidades en las municipalidades, la articulación con el sector privado y la participación ciudadana.

Esta iniciativa se desarrolla en el marco del proyecto ACCIÓN Clima II, implementado por la GIZ por encargo del Ministerio Federal de Ambiente, Protección de la Naturaleza y Seguridad Nuclear (BMU) de Alemania en el marco de su Iniciativa Climática Internacional (IKI por sus siglas en alemán) conjunto con la Dirección de Cambio Climático del Ministerio de Ambiente y Energía (MINAE). El objetivo del proyecto es apoyar al gobierno de Costa Rica en el desarrollo de capacidades y herramientas necesarias para lograr sus objetivos climáticos nacionales e internacionales y, en el largo plazo, un desarrollo bajo en emisiones de gases de efecto invernadero (GEI). Las actividades de la iniciativa fueron apoyadas por el Ministerio de Salud, el Ministerio de Ambiente y Energía, el Instituto de Fomento y Asesoría Municipal y la Unión Nacional de Gobiernos Locales.

Este Kit de Herramientas de Comunicación en Gestión Integral de Residuos tiene como objetivo apoyar a las municipalidades en su labor de comunicación, sensibilización y llamado a la acción dirigida a la ciudadanía de sus cantones, ya que la participación ciudadana es un elemento fundamental e imprescindible de una gestión integral de residuos sólidos efectiva.

El contenido del Kit responde directamente a las necesidades identificadas mediante un proceso previo de consulta dirigido tanto a municipalidades como a expertos técnicos en la materia.

El Kit se conforma como una serie de guías que permiten a cada municipalidad desarrollar sus propias acciones de comunicación, de acuerdo con sus necesidades específicas. Se persigue la creación de capacidades, brindando herramientas conceptuales acompañadas de ejemplos concretos, referencias y enlaces a recursos útiles. El Kit contiene seis herramientas que pueden ser utilizadas por separado o de forma vinculada entre sí, según las necesidades y los intereses de cada municipalidad.



¿POR QUÉ ES IMPORTANTE PRODUCIR BUENOS VIDEOS?



El video es sin duda una de las herramientas de comunicación más llamativas. Actualmente, las personas cuentan con un amplio acceso a dispositivos electrónicos donde pueden ver un video, haciendo que la difusión de este tipo de producto sea mucho más amplia, sencilla y económica que antes. Sin embargo, la producción de un video no debería de tomarse a la ligera: suele llevar tiempo, puede ser costosa y si no se realiza bien, puede generar un efecto contraproducente. Por ello, es muy importante entender las principales características de esta herramienta de comunicación, así como las implicaciones que tiene su realización, para poder aprovechar al máximo sus ventajas.



*Si puede ser escrito y
pensado, puede ser filmado.*

S. Kubrick.

4

ETAPAS DE LA REALIZACIÓN AUDIOVISUAL

ANTES DE EMPEZAR:

Algunos elementos a tomar en cuenta en una producción audiovisual:

- **EL OBJETIVO** de nuestro video, que responde a estas tres preguntas básicas: ¿Qué queremos comunicar? ¿Para qué queremos comunicarlo? ¿Por qué hacerlo con un video?
 - Nuestro **PÚBLICO META**: es el receptor del mensaje, a quién está dirigido nuestro video. Aunque un video puede ser visto por una gran diversidad de personas, casi siempre hay dentro de ese público general un público mucho más específico que es al que más nos interesa que llegue el mensaje. Ubicar ese público específico nos va a ayudar a definir mejor la forma y el lenguaje que vamos a utilizar para transmitir el mensaje que queremos comunicar.
 - Las diversas **FUNCIONES** que puede cumplir un video:
1. **REGISTRO Y DOCUMENTACIÓN**: son videos que registran una actividad o una situación que se da en un espacio y tiempo determinado, que por sus características se considera pertinente documentar. Pueden ser eventos masivos que suceden en un día específico, como por ejemplo una campaña de recolección, pero también puede ser la historia de un personaje, por ejemplo don Juan, el dueño de la pulpería que nos cuenta cómo funciona el sistema de reciclaje que implementó en su negocio.

2. **SENSIBILIZACIÓN Y PROMOCIÓN**: este tipo de video se utiliza para hablar sobre algún tema, problema o concepto que queremos que el público conozca, sobre el cual reflexione y tome acciones. Por ejemplo, puede ser un video sobre la degradación de un río de la comunidad a causa de los desechos que se tiran en él o sobre los beneficios que se pueden obtener de una compostera.
 3. **INFORMACIÓN**: sirve para dar información precisa que ocupamos que la ciudadanía conozca, como por ejemplo, anunciar el nuevo horario de recolección de desechos o la actividad de limpieza del río organizada por la asociación de vecinos.
 4. **CAPACITACIÓN**: son videos que nos enseñan a realizar alguna actividad con el objetivo de aumentar el conocimiento y habilidades prácticas sobre algún tema o técnica, por ejemplo cómo instalar y mantener una compostera en un patio urbano.
- **CANTIDAD**: podemos pensar tanto en un producto único, como en una serie de videos o incluso un programa permanente que se realice cada cierto tiempo.
 - **DURACIÓN**: un video puede durar la cantidad de minutos o incluso segundos que se desea. La duración ideal de un video suele depender mucho de a quién está dirigido y qué medio usaremos para difundirlo. Por ejemplo, si tenemos un grupo interesado en el tema, recibiendo una capacitación presencial (lo que llamamos público cautivo), el video puede ser mucho más largo que si queremos llegar a jóvenes con otros intereses a través de redes sociales.
 - **DIFUSIÓN**: es importante saber cuál será el medio principal por el que vamos a difundir el video, por ejemplo Facebook o Instagram, por mensaje de Whatsapp, en una sala con proyector o en un canal de televisión local, etc. Hay medios que pueden llegar a muchas personas pero al mismo tiempo nuestro mensaje puede pasar desapercibido, por ello, conocer el objetivo y público meta nos ayudará a identificar el principal medio a utilizar.

1. GUIONIZACIÓN

Consiste en la elaboración del guión, que como la palabra lo indica es una guía que nos marca el camino, y de esta forma nos ayuda a no perder tiempo y recursos a la hora de empezar a grabar un video. Un buen guión es la base fundamental de todo video bien realizado.

El guión nos ayuda a definir los dos aspectos fundamentales de un video: imagen y sonido.

FOTO: <https://www.pexels.com/es-es/foto/aficion-arte-blanco-y-negro-boceto-16516/>

La IMAGEN:

¿Qué vamos a ver en nuestro video?

Las imágenes van a ser generalmente tomas grabadas en video, pero también podemos pensar en textos, dibujos, animaciones, gráficos y fotografías.

FOTO: <https://www.pexels.com/es-es/foto/accion-adentro-camara-camara-de-video-1051544/>



EL SONIDO:

¿Qué vamos a oír y escuchar en nuestro video?

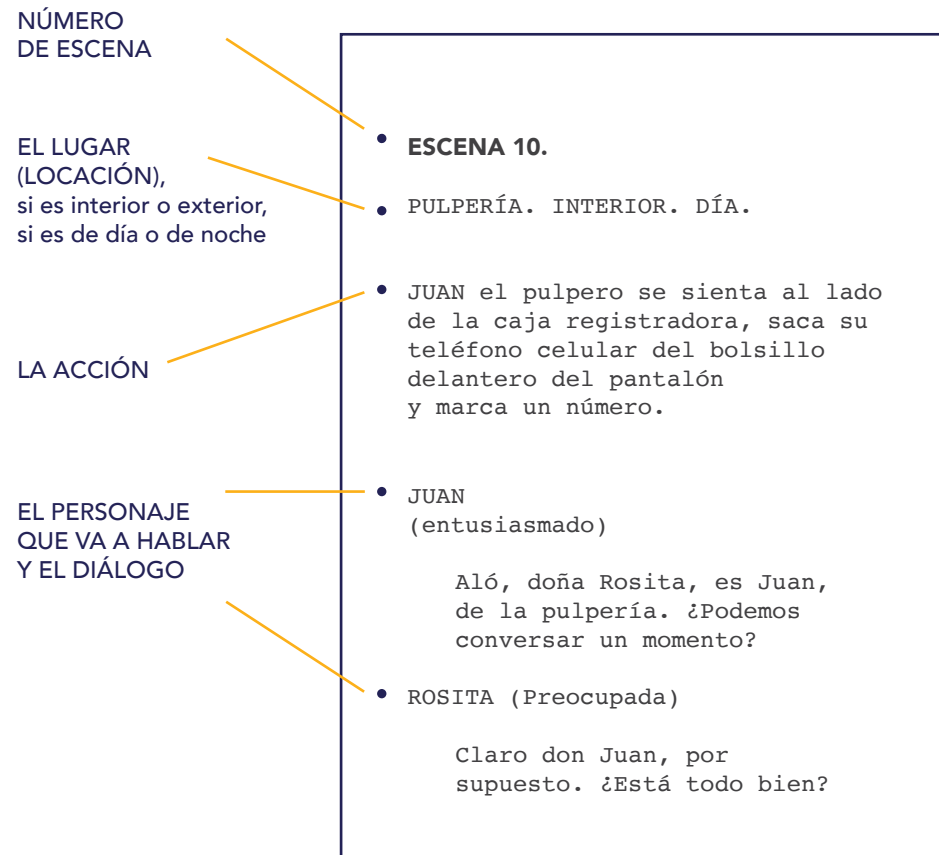
Los tipos de sonidos que incluye un video son:

- La VOZ HUMANA, la de alguien que aparece en el video o la de un locutor que narra desde afuera de la imagen (voz en off o locución).
- Los SONIDOS AMBIENTES, como los ruidos de los automóviles en una calle transitada, el sonido de los pájaros y el viento en un bosque, o el murmullo de la gente en un restaurante o en un parque.
- La MÚSICA, como canciones o música instrumental que añadimos normalmente en la etapa de postproducción.
- Los EFECTOS ESPECIALES, por ejemplo el sonido de una campanita cuando alguien tiene una idea, también añadidos en la postproducción.

Podemos organizar la información sobre lo que veremos y lo que escucharemos en nuestro video en esta sencilla plantilla (generalmente utilizada en el documental):

ESCENA	SONIDO	IMÁGEN
1	Música	Título del video: YO TAMBIÉN RECICLO
2	Ambiente calle al amanecer	Se ve la pulpería La Victoria y a don Juan que camina por la acera hasta llegar al local y abre la puerta.
3	Voz en off (o locución): Todas las mañanas Juan llega a la pulpería unas horas antes de abrir al público para hacer algo especial.	Juan entra a la pulpería, prende la luz y empieza a sacar unas cajas que tiene guardadas.
4	Juan nos cuenta desde cuándo empezó a promover el reciclaje en su negocio.	Juan sentado sobre la caja registradora habla a cámara.

Otra forma de organizar la información, generalmente utilizada en ficción, es la siguiente:



2. PREPRODUCCIÓN

Con el guión escrito, ya tenemos más claridad sobre lo que se necesitamos grabar. Podemos entonces organizar y planificar el rodaje definiendo:

- Un **PRESUPUESTO**: incluye los honorarios del equipo de grabación (crew), los costos de transporte, alojamiento, alimentación. Si fuera el caso, también el alquiler de algún servicio o equipo técnico, utilizaría o pago de algunos actores.
- Un **PLAN DE RODAJE**: Se definen los días y horas para grabar las diversas escenas del guión. Casi nunca se filma un guión en orden cronológico, sino en el orden que permite maximizar tiempos y recursos. Por ejemplo, todas las escenas que se desarrollan en una misma locación, se grabarán el mismo día, independientemente de la ubicación de las escenas en el guión.
- Los miembros y responsabilidades del **EQUIPO DE REALIZACIÓN** (crew). Normalmente en un rodaje hay un productor (encargado del presupuesto, las gestiones y el cumplimiento del plan de rodaje), un director (encargado del cumplimiento del guión), un camarógrafo (encargado de manipular la cámara y pensar en la iluminación) y un sonidista (encargado de registrar el audio). Hay producciones que pueden tener mucha más personas involucradas, como hay otras en las que pueden ser menos. Es recomendable que haya un mínimo de dos personas en una grabación.

La **LISTA DE EQUIPO**
básico necesario
para el rodaje:



CÁMARA DE VIDEO, de foto o smartphones que graben con buena calidad.



TRÍPODE o algún otro tipo de **ESTABILIZADOR** para la cámara.



BATERÍAS y **TARJETAS DE MEMORIA** adicionales.



AUDÍFONOS para monitorear el sonido que se está grabando.



Un **DISCO DURO** para guardar el material grabado.



LUCES. Utilizar una lámpara con un bombillo potente, si la luz natural del lugar es poca.



MICRÓFONO EXTERNO. Evitar el uso del micrófono de la cámara.*



¡**IMPORTANTE!** Si se va a grabar en exteriores tener **PONCHOS** O **PARAGUAS** que protejan el equipo en caso de lluvia, así como **BLOQUEADOR Y GORRA** para protegerse del sol.

*En caso de no tener micrófono, se puede grabar el audio con una **GRABADORA** externa de sonido o con un **TELÉFONO INTELIGENTE** colocado bien cerca de la fuente de sonido principal.

3. PRODUCCIÓN

¡Ha llegado el momento de grabar lo que necesitamos para nuestro video! A la hora de salir a grabar es importante tomar en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Revise su **LISTA DE EQUIPO** antes de salir a grabar. ¡Asegúrese que las baterías de los equipos estén cargadas! Si va a utilizar un smartphone para grabar un video, verifique que tenga bastante espacio libre en la memoria.
- Grabe con buena **RESOLUCIÓN**: full HD (1080p) o HD (720p).
- Utilice su cámara o teléfono inteligente en **ORIENTACIÓN HORIZONTAL**.
- Asegúrese de que la cámara tenga un **SOPORTE** que le de estabilidad, para evitar imágenes distorsionadas, borrosas o temblorosas. Esto se puede lograr por medio de un estabilizador o un trípode, o agarrando la cámara con ambas manos y pegando los codos al cuerpo.
- Piense en la **COMPOSICIÓN** de la toma antes de grabar. Asegúrese que el sujeto de su toma tenga aire a los lados y arriba y que no haya distorsión con la línea del horizonte y trate de evitar un fondo que cause distracción del objeto principal.
- Si la cámara lo permite, juegue con la **PROFUNDIDAD DE CAMPO**. Puede tener el objeto principal enfocado y el fondo desenfocado (para resaltar el objeto o persona principal) o todo en foco, desde lo que está más cerca hasta lo que está más lejos (para tener una imagen descriptiva donde el entorno es importante).
- Trate de realizar la misma toma desde **ÁNGULOS Y PLANOS DIFERENTES**, para tener un video más dinámico y más fácil de editar. Por ejemplo, puede empezar haciendo un plano general y luego hacer unos planos detalles de la misma persona, objeto u acción.
- Evite editar con la cámara: deje que las tomas duren **AL MENOS UN MINUTO** si hay acciones sucediendo en el encuadre o 30 segundos si está grabando un objeto estático.
- Evite usar mucho el zoom digital, ya que este aumenta el tamaño de los pixeles de la imagen y hace perder definición. Si el sujeto está lejos, ¡**ACERQUESE** lo más posible!
- La calidad de una imagen depende de una buena **ILUMINACIÓN**. Aproveche las horas de luz suave, temprano en la mañana y por la tarde para hacer tomas de exteriores. Trate de buscar fuentes de luz que iluminen desde los costados y no desde arriba, abajo o atrás del objeto.
- **EL AUDIO** es tan importante como una imagen en un video. Por lo tanto es importante registrar el sonido con un micrófono externo, sosteniéndolo lo más cerca posible de la fuente de sonido. A la hora de grabar entrevistas, evite lugares bulliciosos, con mucho viento o con mucho eco.
- Después de cada día de grabación **DESCARGUE** el material y almacénelo en un disco duro de forma ordenada.

4. POSTPRODUCCIÓN

La postproducción es el momento en el que las imágenes se juntan entre sí y con el audio para dar vida a nuestro video. Es en este momento que podemos incorporar una locución si el video la tuviera, la música, efectos de sonido, textos y otras imágenes como fotografías, dibujos, animaciones.

Algunas recomendaciones para esta etapa:

- Antes de sentarse a editar, revise el material y **ORGANÍCELO** en el programa de edición.
- Busque el **RITMO** del video: trate que los planos no sean ni siempre muy cortos y acelerados sin darnos tiempo a respirar, ni demasiado extensos y repetitivos para no perder la atención del espectador.
- **NIVELE** los audios para que no hayan unos más fuertes y otros más suaves, sino que estén todos parejos.
- Incorpore **SUBTÍTULOS** al video, para que este sea más inclusivo.
- Guarde una copia final del video en la mejor resolución (copia master) y luego haga otras **COPIAS** más comprimidas según el uso que le va a dar.

Los formatos para exportar un video suelen ser MP4 y MOV y para tener una buena resolución, en 1080p para proyecciones y 720p para plataformas digitales.

La mayoría de los videos va a tener una forma horizontal, sin embargo, los videos para ser usados en Instagram van a tener una forma cuadrada, normalmente de 640 x 640 px.



FOTO: <https://www.pexels.com/es-es/foto/ligero-persona-manos-camara-3296434/>



¡IMPORTANTE!

En términos generales y para todas las etapas del proceso trate de:

- Realizar el video de forma **PARTICIPATIVA**. Si la gente se involucra en el proceso, van a apropiarse del producto más fácilmente.
- Ser **CREATIVO**, buscar formas llamativas, innovadoras e interesantes a la hora de hacer un video. Dedique un tiempo a buscar referencias e inspiración.
- **EVALUAR** los videos producidos. Muchas veces realizamos un trabajo y no reflexionamos sobre el resultado. Este proceso es importante para mejorar nuestro trabajo.

RECURSOS ÚTILES



PROGRAMAS DE EDICIÓN

Los principales programas profesionales de edición son: Adobe Premiere, Final Cut Pro, Avid Media Composer y DaVinci Resolve. En la mayoría de los casos se debe de comprar el programa para poder instalarlo. Estos programas ofrecen muchas posibilidades y funciones avanzadas por lo que son más complejos y puede que se requiera llevar un curso o seguir un tutorial para utilizarlos. DaVinci Resolve ofrece una versión gratuita que es muy completa.

También existen programas gratuitos que de forma sencilla permiten a personas no profesionales en producción audiovisual montar sus propios videos:

• [Open shot](#)

Es un programa de edición gratuito que sirve tanto para Mac, Windows y Linux. Es fácil de usar y ofrece muchas funciones.

• [Videopad](#)

Es un programa de edición gratuito para Mac y Windows. Es muy fácil de usar y puede exportar videos directamente a Youtube y otros sitios similares. Eso sí, no cuenta con una gran variedad de opciones avanzadas de edición.

• [iMovie](#)

Es un programa de edición gratuito para Mac, que por lo general viene instalado en sus computadoras. Es fácil de usar, tiene herramientas para mejorar la calidad del audio y el video, se pueden realizar acciones desde el iphone o ipad. Sin embargo, las funciones disponibles son un poco limitadas.

• [Windows Movie Maker](#)

Es un programa de edición gratuito para Windows, que viene previamente instalado en muchas de las computadoras que usan dicho sistema operativo. Si no, es fácil de descargar en esta u otras páginas. Es muy sencillo de usar, tiene un formato familiar a los programas de windows, por lo cual es recomendado para principiantes. Puede resultar muy básico y ofrecer muy pocas funciones.

BIBLIOGRAFÍA



Asociación Comunicación Cooperativa Tráfoco (2019), [Realización audiovisual para obras con fines educativos y divulgativos](#), Santiago de Chile: Tráfoco.



Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura – FAO (2016), [Manual de Comunicación para el Desarrollo Rural](#). Roma: FAO.



Siegchrist, G. (31 de marzo de 2020), [6 best free video editing software programs for 2020](#). Lifewire.com.

OPORTUNIDADES DE CAPACITACIÓN

En cada título de la casilla de curso encontrará el enlace para obtener más información.

CURSO	INSTITUCIÓN/ ORGANIZACIÓN	DURACIÓN	COSTO
<u>INTRODUCCIÓN A LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL</u>	Universidad Nacional Autónoma de México	23 horas	Gratuito
<u>PRODUCCIÓN Y EDICIÓN DE VIDEO CON CÁMARA DSLR Y ADOBE PREMIERE</u>	Domestika	25 Lecciones (5h)	desde los 5 mil colones.
<u>INTRODUCCIÓN AL VIDEO TESTIMONIAL</u>	Domestika	13 Lecciones (2h)	desde los 5 mil colones.
<u>FOTOGRAFÍA Y VIDEO PROFESIONAL CON TU MÓVIL</u>	Domestika	18 Lecciones (3h 4m)	desde los 5 mil colones.
<u>INTRODUCCIÓN A ADOBE PREMIERE PRO</u>	Domestika	36 Lecciones (3h 29m)	desde los 5 mil colones.
<u>INTRODUCCIÓN A FINAL CUT PRO X</u>	Domestika	50 Lecciones (9h 13m)	desde los 5 mil colones.



PROYECTO **TRANSFORMA** RESIDUOS EN RECURSOS

KIT DE HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN EN GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS

FOTO: <https://pixabay.com/es/photos/de-residuos-la-contaminaci%C3%B3n-2647287/>

