

La creación de videos con las tecnologías actuales: una nueva era

José Gabriel Aramendi Nouel¹
Lucía Inmaculada Fernández López²

¹Escuela de Comunicación Social, FACES, Universidad Arturo Michelena

²Eder Peroza / Fotografía

Desde su concepción, el ser humano genera una conexión inmediata con su ambiente, que aún en lo desconocido se envían y reciben estímulos uno del otro. Al nacer, va aprendiendo nuevas formas de expresión a través de la palabra, el sonido, los gestos, y así, a lo largo de su vida, va transformando su pensamiento y adaptando sus habilidades de acuerdo con el modo de vida en cada tiempo, fortaleciendo de esta manera su forma de comunicación para ser entendido por sus semejantes.

En medio de su evolución, el hombre desarrolló formas de comunicación, iniciando a través de mímicas y gestos hasta que se convirtió en un lenguaje verbal que trascendió en el uso de símbolos plasmados en piedras, estas, no solo transmitían su forma de vida, sino también dejaban huella de su historia; buscando perpetuar sus vivencias como legado que hoy en día, permite conocer aquella forma de vida. En esta misma línea, las formas de comunicar se han transformado no solo para contar nuevas historias, sino para dar vida a la imaginación como una forma de expresión.

En este mismo orden de ideas, el pensamiento se vuelve más crítico y demanda experiencias más concretas para expresar el mensaje que se desea transmitir, es por ello que, dentro de la comunicación se han creado estructuras de codificación para que el mensaje del emisor lleguede manera eficaz a su receptor. En tal sentido, se ha desarrollado la habilidad creativa de narrar una historia por medio de símbolos y diversos medios que han influido en la sociedad a través de las emociones dándole a la imagen y al audio un rol importante en la vida del ciudadano por encima de otras formas tradicionales.

En la era digital actual, el contenido audiovisual se ha convertido en uno de los medios más importantes para la comunicación. Las redes sociales, los sitios web y los medios de comunicación tradicionales utilizan cada vez más vídeos para contar historias y captar la atención del público. En este contexto, el aprendizaje de la edición de video se ha convertido en una habilidad vital para los comunicadores sociales y estudiantes universitarios de cualquier carrera, especialmente cuando se utilizan dispositivos móviles para crear y editar contenido audiovisual.

En este contexto, resulta imprescindible mantener las estructuras de producción de la narrativa, que garanticen que el mensaje sea consumido, valorado y generen la respuesta que se espera del mismo. Es de suma importancia saber utilizar las herramientas que se poseen para que este proceso se garantice y no se diluya en la cantidad de oferta de contenido

que actualmente se encuentra en la red.

La comunicación se presenta como una herramienta indispensable para la vida del ser humano. Relacionándolo con las palabras de Cueto (2011), quien señala que la comunicación no consiste nada más en una interacción, es también una manera de llegar a la parte emocional de quien recibe el mensaje con el fin de desencadenar un cambio. Después de aquel 28 de diciembre de 1895, cuando los hermanos Lumière mostraron una secuencia de imágenes en movimiento, el séptimo arte vio la luz y se convirtió en el antecedente de un movimiento audiovisual que se fue popularizando, pasando de una pantalla grande a una pequeña para hacer presencia en muchos hogares y posteriormente, evolucionar a una pantalla aún más pequeña y estar disponible en la palma de la mano del “59 % de la población mundial por medio de las redes sociales” de acuerdo con Kemp (2022) en su análisis del Informe Global Digital 2022. De esta manera, la imagen y el audio toman protagonismo en la vida cotidiana actual de todas las generaciones. De esta manera, el video se convierte en una herramienta principal para transmitir mensajes por su alto consumo.

Partiendo del hecho que la producción audiovisual ha tomado mayor popularidad en la sociedad, considerando las ideas de Roncallo (2005) relacionadas con el vídeo, se puede apreciar como una pieza que rompe el tradicional molde de la estructura televisiva para darle paso a una propuesta comunicativa más artística bajo nuevas tecnologías y formatos. Esto demanda nuevas estructuras narrativas que garanticen la comunicación deseada. Como en todo proceso de construcción de una idea es necesario tener un inicio, un desarrollo y un cierre que permita situar en contexto la idea, definir la misma y concluir el mensaje. De igual manera, la creación de una pieza audiovisual exige una estructura similar que ayude a conectar con el espectador.

Por ello, la elaboración de esta pieza debe contar con una estrategia de comunicación que refuerce sus objetivos iniciales. Peña (ob.cit) (2010) afirma que “El lenguaje (visual, auditivo y verbal) debe adaptarse al destinatario, a sus valores, necesidades, creencias y a sus opiniones.” Por tal motivo, existe la necesidad de contar con una organización de todos los elementos que se encuentran presentes dentro del mensaje. Esto permitirá que el receptor haga suyo la información y lo comparta de manera positiva. Es importante el contexto del destinatario actual, el cual vive conectado la mayor parte del día y trata de cubrir todas sus necesidades con herramientas audiovisuales, lo cual siempre se adaptarán a sus gustos y expectativas.

Estas razones llevaron a Ortiz (2018), a estructurar las fases de producción audiovisual. Por lo cual, ella propone como una primera fase: la preproducción, en ella se fundamenta la idea principal, los elementos necesarios y los recursos que se dispondrán para la producción, los cuales serán puntos de ancla para la creación del guion, herramienta indispensable para la siguiente fase. Dentro del guion se desarrollan los elementos constitutivos del video como la narrativa, la iluminación, la composición de los planos, entre otros aspectos. La segunda etapa: la producción, se trata de concretar el proyecto, generando la toma audiovisual tal como se estructuró en su fase inicial. Finalmente, está la fase de postproducción: en esta se da fin al proceso a través del montaje como herramienta para

garantizar la narrativa sustentada en el guion, utilizando programas de edición que dan los últimos detalles técnicos y estéticos, tanto en imagen como en audio, con sentido y coherencia para su culminación y posterior publicación.

Existen diversos formatos narrativos que de acuerdo con su intención se estructuran de diferentes maneras, considerando a Casas (2022) en esta misma línea, el cual propone dentro de las producciones audiovisuales el spot publicitario, como un formato audiovisual que busca vender un servicio o producto. Estos suelen tener una duración corta y planos llamativos que destaquen la historia y lo que se está promocionando.

En este sentido, un buen anuncio debe contar con una narrativa sólida, una estética atractiva y un mensaje claro y conciso. Al desarrollar este tipo de contenido, hay varios puntos importantes para tener en cuenta en el proceso de edición y montaje. En primer lugar, es importante tener una idea clara del público objetivo al que se dirige el anuncio y adaptar el mensaje y la estética del mismo para que resulten atractivos y efectivos para ese público en particular.

En segundo lugar, es necesario tener en cuenta la duración del anuncio, ya que los anuncios demasiado largos pueden resultar aburridos o tediosos para las audiencias. Por lo general, se recomienda que los anuncios tengan una duración de entre 30 segundos a 1 minuto. En tercer lugar, se debe seleccionar la toma y utilizar las técnicas de montaje adecuadas para crear la experiencia emocional o psicológica deseada por parte del cliente quien es un emisor, para que esta llegue al público ideal quien será su receptor. Esto puede implicar el uso de efectos especiales, música y otros recursos audiovisuales para una forma de estimulación en el espectador.

Por otra parte, se encuentra el género documental, el cual hace uso de imágenes reales que han sido filmadas con el objetivo de narrar un acontecimiento desde la naturalidad de los hechos suscitados y este es complementado con recursos investigativos como entrevistas, encuestas, estadísticas como apoyo a la historia contada. Aunque este género puede trabajarse partiendo de la recopilación de archivos audiovisuales sobre algún hecho histórico y armar una narrativa para contar esta historia, este formato también puede producirse partiendo desde cero con la finalidad de documentar algo que vaya a acontecer y quiera dejarse registro por medio del audio y la imagen.

Para ello, es determinante retomar las fases de producción audiovisual, como cualquier otro género, sin embargo, este tiene características únicas que condicionan algunos procesos a desarrollarse de una forma específica. En esta perspectiva, se puede considerar relevante en la fase de la preproducción, una investigación previa de los elementos que tendrán relación directa con el tema a abordar, puesto que en el momento de grabación se deben capturar en su naturalidad. De tal manera, que una vez identificados, el trabajo de campo no solo consiste en un buen encuadre, el emplazamiento de la cámara con respecto a la iluminación, sino también un constante seguimiento del protagonista y su entorno como parte de las estrategias que no solo permite crear una matriz de información sino también, estimular la sensibilidad en un grupo de personas.

Debe señalarse, que, por su naturaleza de documentar, la historia no suele ser contada en

un formato de corta duración, por lo que el montaje toma un papel importante en el proceso, para ello se trabaja la narrativa como un rompecabezas, uniendo los elementos que se han trabajado en la producción al tratamiento del tiempo. Esta continuidad pudiese ser cronológica, de acción simultánea, montaje paralelo, montaje invertido, entre otros tipos de composición. Este orden de planos y secuencias ya sea cronológico o no, son los que permitirán hilar de manera coherente y artística el mensaje para que finalmente conecte con su destinatario.

Dentro de este marco, una vez definido el formato audiovisual este influirá en la narrativa a emplear en la pieza audiovisual. Por el cual, el contar historias de alta calidad y más atractivas depende de la construcción bien ordenada para su posterior grabación que es la materia prima para su proceso de edición. De acuerdo con lo señalado por Alegsa (2018), “La edición de video es el proceso de reordenar o modificar segmentos de un video... cortar segmentos, volver a secuenciar clips y agregar transiciones y otros efectos especiales” Además, se utiliza con el objetivo de establecer y presentar de manera efectiva toda la información contenida en este.

Asimismo, la edición de video es una habilidad esencial para aquellos que quieren mantenerse al día en la industria del periodismo y la comunicación. Según un informe de Cisco(2023) “el 82% del tráfico de internet será generado por el video”. Debido a esto, los medios necesitan estar equipados con las habilidades y herramientas necesarias para crear y producir contenido de video en internet, así como también contar con el criterio necesario para saber cómo contar historias y realizar montajes audiovisuales de calidad e impacto real.

Del mismo modo, los dispositivos móviles, tanto los teléfonos inteligentes como las tabletas, son cada vez más potentes y están equipados con herramientas de edición de video más sofisticadas. Esto significa que los usuarios pueden aprender y practicar esto en cualquier momento y lugar, lo cual los hace ser más flexibles y eficientes en su trabajo, logrando aquello que hoy es imprevisible para ejercer en cualquier medio de comunicación: la inmediatez.

En la actualidad, existen diversas herramientas de postproducción audiovisual disponibles para dispositivos móviles que permiten a los usuarios crear contenido de vídeo de alta calidad; aquí encontramos aplicaciones como Adobe Premiere Rush, iMovie, Kinemaster, VivaVideo, Inshot, VLLO, VN y Cap Cut que ofrecen una amplia gama de funciones de edición de video, como recortar, añadir transiciones, efectos especiales y música de fondo. Estas herramientas de edición de video móviles también permiten a los usuarios compartir fácilmente sus videos en las redes sociales y otros canales de marketing digital. Con la evolución constante de la tecnología, las herramientas de edición de video para dispositivos móviles seguirán mejorando y ofreciendo nuevas características y funciones para los productores audiovisuales y creadores de contenido en el futuro.

En concordancia con lo anterior, diferentes profesionales utilizan una u otra aplicación mencionada para desarrollar ediciones de video para distintas plataformas; si bien cada una posee sus diferencias y semejanzas, una de las más descargadas y utilizadas en los últimos 3 años, y que ha contado con el respaldo de varios creadores a nivel internacional ha sido Cap

Cut. La cual, es una aplicación gratuita que ha ganado popularidad en todo el mundo debido a sus características avanzadas y su facilidad de uso. Con su creciente popularidad, este software se ha convertido en una herramienta importante para los creadores de contenido que buscan desarrollar videos atractivos y de alta calidad desde sus celulares. De acuerdo a lo publicado por Koetsier (2022) en Forbes España donde señala a la aplicación de edición de vídeo como la más descargadas en todo el mundo.

En este mismo orden de ideas, la aplicación, que es propiedad de la empresa china llamada Bytedance, ofrece una amplia gama de funciones que van desde aspectos comunes de otras aplicaciones similares como cortar, unir, añadir música y efectos especiales libres de derechos de autor y 100 % gratuitos hasta procesos complejos que tradicionalmente demandan una alta exigencia de rendimiento en los equipos y suelen estar en programas con membresías. Por esta razón, saber manejar programas de edición es solo el primer paso. La edición de video es un proceso complejo que involucra la selección cuidadosa de imágenes, la sincronización con la música y los efectos de sonido, la creación de transiciones y la elección de la duración adecuada para cada toma. Pero, más allá de estas habilidades técnicas, es esencial tener un criterio creativo que permita tomar decisiones acertadas sobre la composición visual, el ritmo y la narrativa del video.

Para lograr que el mensaje de un video llegue a las masas, se debe tener una comprensión profunda del lenguaje audiovisual: conocer cómo iluminar, el color, el movimiento y el encuadre, así como adaptar el formato y la edición de acuerdo con el medio, la audiencia a la que va dirigido el mensaje y el objetivo de este. Por lo tanto, aquellos que aspiran a convertirse en editores de video exitosos deben dedicar tiempo y esfuerzo a cultivar estas habilidades y a desarrollar su talento creativo.

En concordancia con esto, es importante destacar que no es lo mismo edición con montaje. Según Espinoza. M y Miranda. R, (2009) la postproducción “es un término técnico que se utiliza en el mundo de la radio, cine, video y televisión, y consiste en realizar procesos sobre material previamente grabado, tales como la mezcla, el subtítulo, la voz en off, los efectos especiales, etc.” El montaje, por su parte, es crear una experiencia cinematográfica emocionante, interesante y memorable para el público por medio de la combinación de diferente toma, ángulos y perspectivas para crear de esta manera una sensación de tiempo y espacio continuos. Es decir, la clave para diferenciarlos es el tipo de proceso; ambas sirven para ordenar y mejorar el producto final, pero mientras la edición se refiere a un proceso técnico y estético, el montaje es todo lo relacionado con la narrativa.

En conclusión, el fácil acceso a la tecnología es uno de los cambios más notables en los últimos años, esto ha tenido un impacto significativo a la hora de producir contenido audiovisual. En el pasado, la edición de video era una tarea costosa para su producción y postproducción, que requería mucho tiempo, equipos caros y complicados procesos de edición que solo podían ser manejados por profesionales capacitados.

En la actualidad esto ha cambiado significativamente, las herramientas de edición están disponibles de forma online y gratuita o a precios razonables, lo que significa que cualquier persona con un ordenador o smartphone y acceso a internet, puede crear y editar videos de

alta calidad en casa.

Hoy en día, esta ventaja digital ha popularizado el arte de crear contenido, llevando al ser humano a actualizar, reiteradamente sus herramientas y habilidades para crear una nueva formade comunicación audiovisual, transformando esos procesos difíciles y de alto costo en una práctica cotidiana mucho más accesible. Finalmente, el uso de la tecnología móvil se ha convertido en la manera más rápida en la creación de videos que suelen perder vigencia por el alto flujo de contenido en las redes. Situación que genera nuevos estilos de plasmar su forma de pensar, actuar y vivir quedando para la posteridad, esta vez no en piedra, sino en una nube, pero digital.

Referencias Consultadas

- Alegsa, L. (15 de 06 de 2018). *Definición de Edición de video (informática)*. Recuperado el 09 de 17 de 2020, de Definición de Edición de video (informática): https://www.alegsa.com.ar/Dic/edicion_de_video.php
- Casas, L (2022, mayo 09) *¿Qué es la producción audiovisual?* <https://www.occamagenciadigital.com/blog/qu%C3%A9-es-la-producci%C3%B3n-audiovisual#:~:text=Es%20el%20proceso%20de%20creaci%C3%B3n,resultado%20final%20ante%20una%20audiencia.>
- Cisco AIR Infographic (2018-2023). (2020, 22 abril). <https://www.cisco.com/c/en/us/solutions/executive-perspectives/annual-internetreport/infographic-c82-741491.html>
- Cueto, G (2011). *El hombre y la comunicación*. EFDeportes.com. <http://www.efdeportes.com/efd163/el-hombre-y-la-comunicacion.htm>
- Espinoza, M., Miranda, R. (2009). *Mutaciones Escénicas: mediamorfosis, transmedialidad y posproducción*, p. 34 – 35 - 36.
- Kemp, S (2022) *Informe Global Sobre el Entorno Digital 2022*. Hootsuite y We Are Social. Recuperado de <https://blog.hootsuite.com/es/informe-digital-estadisticas-de-redes-sociales/>
- Koetsier, J. (2022, 4 de enero). *Las diez aplicaciones más descargadas de 2022*. Forbes España. Recuperado el 23 de febrero de 2023, de <https://forbes.es/empresas/215905/las-diez-aplicaciones-mas-descargadas-de-2022/>
- Ortiz, María J. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. RUAUniversidad de Alicante. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/154829311.pdf>
- Peña, P. (2010). *El spot electoral: la retórica del audiovisual*. [archivo PDF] Recuperado de <http://www.ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/245.pdf>.
- Roncillo, Sergio (2005) *El video (arte) o el grado Lego de la imagen Signo y Pensamiento* (135-149). Bogotá, Colombia: Pontificia Universidad Javeriana. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/860/86004711.pdf>