

TARJETA HERRAMIENTA n. 16

PREPARACIÓN Y USO DE GUIONES

Introducción

Esta tarjeta está relacionada con las situaciones muy específicas de trabajo con guiones para dar una mejor y más efectiva entrega de su mensaje a través de medios de audio/ visuales. Lea la Tarjeta 12 Trabajo con los medios, así como la Tarjeta 1 Mensajes Efectivos cuando decida si usted usara medios de audio /visuales para entregar su mensaje.

El guión consiste en una serie de instrucciones escritas relacionadas con el contenido de audio y/o visual (A/V). Puede tomar la forma de una lista de temas apuntados en una sola hoja de papel o puede ser un libro entero dando detalles segundo-a-segundo de los ángulos de las cámaras, efectos de sonido, etc. Los guiones pueden ser usados por cualquier medio que involucre una secuencia de información o imágenes, e.g. diapositivas, programas de radio y programas de video.

Ventajas

- ☺ Permite la participación de todas las personas que no pertenecen a los medios y que tienen un interés en la producción: patrocinadores, especialistas técnicos y usuarios potenciales. El uso de un guión como base para la discusión permite la discusión y aprobación de detalles de contenido y el estilo antes de iniciar la producción. Sin un guión, la producción puede fácilmente producir elementos no planeados o inadecuados.
- ☺ Un guión fuerza también al productor a tener una consideración cuidadosa con la sustancia y estructura de su trabajo. La escritura de notas de forma ordenada generalmente mejora el material propuesto: se revelan elementos confusos, la lógica se hace más clara, y las partes del componente se organizan para un impacto máximo.
- ☺ Adicionalmente el guión simplifica la producción actual. Nos permite evaluar la factibilidad del trabajo, identificar los recursos necesarios y programar actividades. Y todos los involucrados sabrán lo que se requiere de ellos, sean camarógrafos, artistas gráficos, ingenieros o actores.

Desventajas

- ☹ Usted debe tener cierto conocimiento de los medios para producir un buen guión.
- ☹ Es una actividad que consume mucho tiempo

CÓMO: preparar y usar guiones

Introducción

Nunca empiece escribiendo el guión. Empiece estudiando a su audiencia y tema: lea, observe y discuta antes de tomar alguna decisión. En muchos casos otras personas determinarán sus temas, pero aún así debe informarse con hechos y ejemplos. Si usted tiene que identificar los temas, considere asuntos como la prioridad de las necesidades de información de la audiencia, el valor interesado relativo de los diferentes temas y la facilidad de producción de material en esos temas.

Mientras que usted recoge información, piense en las diferentes formas en que podría presentar su tema; ¿que tipo de “tratamiento” puede darle? Decidir el tratamiento más apropiado es un paso crucial en el desarrollo de un evento en los medios. Esto dependerá de la respuesta a preguntas como:

- ¿Quiere usted hacer juicios o permanecer neutral?
- ¿Quiere estimular el intelecto o las emociones?
- ¿Debería enfatizar en el entretenimiento o educación?
- ¿Quiere usted una visión práctica o teórica?

Siempre existen una variedad de temas, modos y abordajes que usted puede utilizar, con el análisis científico en un extremo del espectro y el drama en el otro extremo.

No existen recetas para el éxito pero seguir lo siguiente ayudará:

- (i) conocimiento de los conceptos fundamentales del tema,
- (ii) un entendimiento que estimulará a la audiencia,
- (iii) una voluntad de examinar el máximo número de tratamientos alternativos posibles,
- (iv) una habilidad de “visualizar” esos tratamientos.

Para los **medios visuales**, una secuencia de imágenes suministra un vínculo entre la propuesta y el guión completo. La secuencia consiste en una serie de (por ejemplo) de tarjetas de 3” x 5”. En cada una de las tarjetas el productor de medio (i) dibuja un bosquejo de una escena de la “toma” del trabajo propuesto, y (ii) anota la descripción de la escena y da ideas para la narración. El productor desarrolla su guión agregando, eliminando y ordenando las tarjetas. La secuencia es particularmente beneficiosa en la creación de interés visual y continuidad en un trabajo.

Los guiones de radio obviamente no necesitan de una columna visual, aunque es necesario distinguir entre narración y efectos de sonido. A menudo se utilizan varios símbolos para indicar el énfasis y la longitud de las pausas. El video es frecuentemente producido usando dos guiones, uno para usar en la filmación y otro para la edición. El guión de edición describe la cinta final con cotas las escenas de la secuencia correcta, mientras que en el guión de filmación las escenas se reordenan en el orden en el que sería más fácil filmar (e.g. todas las escenas en una localidad se agrupan juntas)

ACTIVIDAD PARA LA PRACTICCA DE HABILIDADES

Caso de Estudio: Escritura de Charlas para Radio Granja

1. Utilize únicamente **UNA** idea básica. Asegúrese de que sea relevante, a tiempo, adecuada, fácilmente entendida y completada – pero no intente incluir más información de la necesaria. Limite su charla a 3-4 minutos.
2. Obtenga la atención del oyente inmediatamente. Esto es un punto esencial para los programas de radio. Utilice motivaciones rápidas como saludos, temor o curiosidad. Haga preguntas que hagan pensar a la audiencia, e.g.: “¿Alguna vez se han preguntado porqué tantas cabras se enferman en esta época del año? Las razones básicas son...” o “¿Sabía usted que los nuevos métodos para sembrar arroz pueden aumentar su cosecha por más de un saco por cada acre?”
3. Intente no usar ideas técnicas difíciles. Si son necesarias asegúrese de repetir las, explíquelas y de ejemplos.
4. Intente usar “palabras-gráficas” para ayudar a las personas a ver en sus mentes lo que les está diciendo e.g.: No diga – “El clima en el distrito de Bhorangi es muy caliente y seco”. En lugar – “en el distrito de Bhorangi el suelo está agrietado y es polvoroso, las plantas se están muriendo y los animales están enflaqueciendo, el aire parece quemar la piel bajo del vacío cielo azul.
5. Haga los números tan simple como sea posible porque es difícil para los oyentes hacerse una imagen mental de ellos, e.g.: No diga – “80% de los granjeros”. Diga – “cuatro de cada cinco granjeros” No diga – “44 días”. Diga – “alrededor de un mes y medio”
6. Recuerde utilizar frases cortas y no tenga miedo a repetir el nombre del **SUJETO** de la oración, e.g.: No diga – “ El búfalo de agua camina al agua. Había sido un día largo para él e igual que otros de su especie, a él le gustaba mojar su piel”.
7. Diga - “ El búfalo de agua camina al agua. Había sido un día largo para el búfalo e igual que otros de su especie, a él le gustaba mojar su piel”.
8. La gente recuerda mejor lo que han oído al principio y al final del programa. Por tanto, asegúrese de dar la información clave al principio y al final de su charla. En el medio de ejemplos, explicaciones, etc. Una charla dividida en 3 escenas o párrafos es usualmente más efectiva que una con menos o más partes.
9. Para hacer que la charla parezca más personal háblele directamente a la audiencia cuando sea posible usando la segunda persona en lugar de la tercera; por ejemplo, no diga – “los granjeros en el distrito de Bhorangi están teniendo problemas ahora por el clima seco actual”. Diga “Si usted es un granjero en el distrito de Bhorangi entonces probablemente usted esté teniendo problemas debido al clima seco actual”.