

**Fundación para el Periodismo
European Journalism Centre**

¿QUÉ PASÓ

Alfabetización en Medios

MANUAL DE PERIODISMO CIUDADANO

ALCANZA TUS METAS



cubrimos todas tus necesidades
en periodismo

www.fundacionperiodismo.org

www.ejc.net



Periodistas trabajando para periodistas



Una iniciativa de la Fundación para el Periodismo
y del European Journalism Centre



Periodistas trabajando para periodistas



Fundación para el Periodismo
Calle Miguel de Cervantes, 2770. Sopocachi
La Paz, Bolivia
Teléf.: +591 2 2414687
E-mail: info@fundacionperiodismo.org
Web: www.fundacionperiodismo.org
Fb: Fundación Para el Periosimo
Twitter: @Fperiodismo
Instagram: fppenaccion

European Journalism Centre
Oranjeplein 106
6224KV Maastricht. Países Bajos
Teléf.: +31 43 325 40 30
E-mail: info@ejc.net
Web: <http://ejc.net>
Fb: European Journalism Centre (EJC)
Twitter: @ejcnet

Textos: Proyecto Buselela Sudáfrica
Edición y traducción: Javier Castaños Galarza
Diseño: Simona Di Noia, Javier Castaños Galarza
Impresión: Grupo Impresor Srl
Agosto de 2016



ÍNDICE

SECCIÓN 1	
A. Introducción al periodismo ciudadano	5
B. Contenidos hiperlocales	6
C. El público objetivo	7
D. Lo básico: las cinco preguntas del periodismo	8
E. Creando una buena historia	9
F. Ética en el periodismo	10
SECCIÓN 2	
A. El reportaje	11
• La introducción del reportero	11
• El principio: Problema y solución de cierre	12
• Las entrevistas	12
• ¿Por qué necesitas entrevistar a alguien?	13
• Consejos para las entrevistas	13
• El montaje visual	14
• La conclusión	15
SECCIÓN 3	
A. Introducción al periodismo ciudadano con celulares	17
B. Conociendo tu celular	18
C. El disparo o toma	18
D. Iluminación	19
E. Disparando con la cámara de tu celular	20
1. Pose yoga, sosteniendo la cámara	20
2. La inclinación	20
3. El paneo	20
4. Tomas creativas	20
F. Editando tus video clips	21
G. El sonido en tu celular	21
SECCIÓN 4	
A. Resultado práctico 2: creando una pieza de periodismo ciudadano con tu celular	23
SECCIÓN 5	
A. Cargando tu contenido	25

SECCIÓN 1

A. INTRODUCCIÓN AL PERIODISMO CIUDADANO

Periodismo es la investigación y el reporte de eventos, temas y tendencias a una amplia audiencia. El propósito del periodismo es informar al público objetivo sobre temas que van desde las organizaciones gubernamentales y empresariales hasta los aspectos culturales de la sociedad, tales como las artes y el entretenimiento.

Periodismo ciudadano es cuando la gente juega un papel activo en la recolección, reporte, análisis y distribución de información a una audiencia. Con la tecnología que se ha convertido en una parte de la vida cotidiana, el teléfono celular (o a veces la cámara de vídeo) puede llegar a ser útil. A menudo, los ciudadanos, al estar en el lugar de los hechos, pueden informar las últimas noticias con mayor rapidez que los medios tradicionales (por ejemplo los periodistas).



Un buen ejemplo de periodismo ciudadano son los reportajes de varios testigos sobre el megadeslizamiento que se registró en La Paz el 26 de febrero de 2011. Fueron los ciudadanos quienes dieron a conocer la situación de los más de 5.000 afectados en este evento que fue calificado como “el mayor desastre de las últimas décadas”.

CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO CIUDADANO:

- Puede ser realizado por cualquiera.
- Aborda las historias que no están cubiertas por las noticias nacionales, o incluso por las noticias locales.
- Da a la gente común la oportunidad de ser ciudadanos activos que tienen voz y pueden dar a su comunidad una voz también.

En esta lista hay buenos ejemplos de eventos y de personas que pueden ser buenos modelos para el periodismo ciudadano:

- Eventos deportivos, como el juego final del campeonato de fútbol intercolegial.
- Acontecimientos políticos, como una gran concentración electoral.
- La historia de una huerta comunitaria que ayuda a alimentar a niños y jóvenes en edad escolar.
- La nueva canción de jóvenes músicos locales.
- Una persona joven que está haciendo algo diferente.
- Una persona joven que ha empezado un negocio exitoso.
- Una tendencia nueva, única y especial en la comunidad, como un nuevo estilo de moda o un movimiento de baile.



Actividad En un grupo de cuatro a cinco personas, realizar una lluvia de ideas para encontrar el contenido de una pieza excelente de periodismo ciudadano. Tienen diez minutos para volver con una buena idea.

B. CONTENIDOS HIPERLOCALES¹

Los contenidos hiperlocales son una forma de periodismo que se ocupa de las cuestiones que afectan a tu comunidad.

Tu comunidad no tiene mucha presencia en las noticias diarias, ¿verdad? ¿Con qué frecuencia están en las noticias los problemas que enfrenta tu comunidad? ¿Cuáles son los eventos que ocurrirán esta semana en tu comunidad?

Probablemente no lo sabes, porque la agenda noticiosa se centra en eventos que están sucediendo lejos de donde vives y, por ello, no interesan ni a ti ni a tu comunidad.

El contenido hiperlocal es noticia para tu comunidad hecha por personas como tú —quien va a encontrar los eventos, actividades e historias que son importantes para la comunidad—. Son las noticias que están sucediendo en tu área y son importantes para las personas que viven a tu alrededor.



C. EL PÚBLICO OBJETIVO



¿Qué es un público objetivo?

El público objetivo es el grupo o las personas que deseas leer tu artículo o vean tu vídeo. Por ejemplo, ¿tu vídeo es para los adolescentes que les gusta el deporte? ¿tu artículo es para madres que aman hornear? y así podemos seguir encontrando los ejemplos para identificar a nuestro público objetivo.

¿Por qué es importante el público objetivo?

Es importante porque tú quieres saber para quién crear contenidos. Esto te ayudará a saber qué poner en tu historia. Es similar a conversar: la forma en que charlas con tus amigos es diferente a como lo haces con tus abuelos. Tus amigos y tus abuelos son diferentes públicos objetivos.

¹ Esta modalidad del periodismo nace de la iniciativa ciudadana por proporcionar información cercana a su contexto geográfico inmediato. Sin embargo, medios tan importantes como el *New York Times* han comenzado a impulsar espacios para el periodismo hiperlocal. Los detractores del Periodismo Ciudadano estiman que, en tanto es realizado por personas sin entrenamiento periodístico, la información generada carece de calidad y, al no existir una fuente identificable, la credibilidad queda en entredicho puesto que hay mayor riesgo de plagio, manipulación de la información o difusión de información no comprobada. Lo cierto es que importantes periodistas en el mundo han incursionado en el periodismo hiperlocal, adaptando las normas básicas del ejercicio periodístico y creando nuevas acordes al avance tecnológico.

¿Cómo elijo un público objetivo?

Lo primero que debes pensar es: ¿De qué trata mi historia? Una vez que has elegido un tema o un asunto para tu historia, piensa en quién estaría interesado en verla o leerla. Por ejemplo, si la historia es acerca del problema de la basura en las calles, será de interés para muchas personas; por lo tanto, tu historia estaría dirigida a un gran grupo de personas. Si tu historia es sobre un famoso artista de moda que vino a la ciudad, entonces se debe recurrir principalmente a las personas más jóvenes.

D. LO BÁSICO: LAS CINCO PREGUNTAS DEL PERIODISMO Y UNA MÁS (Qué, Dónde, Quién, Por qué, Cuándo y Cómo)

Las cinco preguntas del periodismo son las más importantes piezas de información que necesitas para contar una historia. Estos son los bloques básicos de construcción que ayudarán para que tu historia tenga sentido. Éstas son preguntas que te haces a ti mismo.

¿QUÉ? ¿DÓNDE? ¿QUIÉN? ¿POR QUÉ? ¿CUÁNDO? y ¿CÓMO?

QUÉ: ¿Qué sucedió? / ¿Qué sucederá?

DÓNDE: ¿Dónde toma lugar? / ¿Dónde ocurrió? / ¿Dónde ocurrirá?

QUIÉN: ¿A quién le sucedió? / ¿Quién está involucrado? / ¿A quién le afectará?

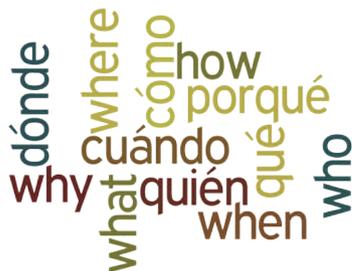
POR QUÉ: ¿Por qué sucedió? / ¿Por qué sucederá?

CUÁNDO: ¿Cuándo sucedió? / ¿Cuándo sucederá?

CÓMO: ¿Cómo sucedió? / ¿Cómo sucederá?

Respondiendo estas seis simples preguntas, tienes lo básico para tu historia. Por ejemplo:

El viernes 7 de septiembre, grupos de hip-hop de toda Bolivia llegarán a la ciudad de El Alto, para el Campeonato Nacional de Hip Hop. Cien de los mejores grupos de baile del país irán a la batalla para decidir quién representará a Bolivia en el campeonato mundial de este año. El cantautor y músico Matamba es el actual jurado y será quien elija al mejor equipo. A los ganadores se les dará el derecho al título por un año, el patrocinio de Adidas y un viaje totalmente pagado al evento que se realizará en Las Vegas, EEUU.



En esta historia, las siguientes preguntas fueron respondidas:

¿Dónde?	En la ciudad de El Alto
¿Cuándo?	El viernes 7 de septiembre de 2016
¿Qué?	El Campeonato Nacional de Hip Hop
¿Quién?	Cien de los mejores grupos de baile de Bolivia
¿Por qué?	Una competencia en la que se verá cuál equipo representará a Bolivia, con el patrocinio de Adidas y un viaje a Las Vegas en Estados Unidos
¿Cómo?	Los equipos competirán y Matamba será el jurado de la competencia

E. CREANDO UNA BUENA HISTORIA

¿La historia de arriba te hace sentir algo? ¿Te hace cambiar el panorama o te inspira para averiguar más? La respuesta es no. La historia no tiene emociones. ¿Por qué? porque es solamente la mitad de la historia: algo tiene que pasar. Para que sea una historia poderosa necesitamos que le pase a alguien. Las buenas historias nos hacen entenderlas porque podemos ver cómo han influenciado en la vida de alguien o han cambiado su forma de hacer algo. Las buenas historias son aquellas QUE LE HAN SUCEDIDO A ALGUIEN.

En las fotos de la página siguiente hay dos posibles “ALGUIEN” que pueden hacer nuestra historia más interesante. La historia podría ser contada sobre una joven que participó en la competencia y ganó un premio por su baile único y sobresaliente. Contando qué pasó a la joven, podemos descubrir los hechos de manera interesante. Cualquiera sea la temática que desees explorar, la única manera de comunicarla es a través de la historia. Hechos e información sin una historia son difíciles de digerir y, a menudo, imposible de recordar o procesar.

La historia también podría ser sobre un equipo de jóvenes de tu comunidad quienes no tienen mucho dinero y lo han recolectado para competir en el campeonato de la ciudad de El Alto; aún si no ganaran, estarían dispuestos a participar. Es importante darse cuenta de que estás contando los HECHOS de la historia, no creando una historia ficticia, y el elegir personas para contar su historia es simplemente un camino tuyo para presentar los hechos a tu audiencia.



En tus historias de periodismo ciudadano, es importante mirar a las personas que son afectadas por la historia que estás creando. Si cuentas la historia con emoción y sentimiento, el público objetivo es más propenso a disfrutar de ella.

Actividad Utilizando la idea de historia que se te ocurrió al principio, echa un vistazo para definir quién podría ser una buena persona para considerar y contar su historia. Esta persona no debe ser imaginaria, sino una persona real quien pueda guiar la historia. Tienes cinco minutos para discutir con tu grupo.

F. ÉTICA EN EL PERIODISMO

Hay reglas en el periodismo –aun cuando eres un periodista ciudadano–. La gran ley del periodismo es: **BUSCA LA VERDAD Y REPÓRTALA.**

SÉ JUSTO: Siempre hay dos lados en una historia; necesitas conseguir más de una opinión con el fin de dar equilibrio a tu historia.

SÉ EXACTO: Di la verdad. Verifica tus hechos, tu lenguaje y tus fuentes.

SÉ OBJETIVO: No dejes que tus propias ideas o sentimientos influyeran tu trabajo, o a las personas que entrevistas o las historias que cubras.

SÉ INDEPENDIENTE: No siempre es sabio entrevistar a amigos o hacer historias con tu familia, porque podrías no ser objetivo.

SÉ TÚ MISMO: No plagiar (utilizar el trabajo de otros y tratar de hacerlos pasar como si fueran tuyos) y no inventar hechos e historias.

SECCIÓN 2

A. EL REPORTAJE

El reportaje es una herramienta utilizada por los periodistas para estructurar una historia. El reportaje explora un asunto en detalle y usa información y emoción juntas para contar a la audiencia una historia memorable. El reportero nos llevará en un viaje explicándonos los hechos del asunto y también la historia y la emoción del tema elegido.



El reportaje es simplemente un modo de contar la historia. Hay otras maneras, pero vamos a utilizar el reportaje porque es una estructura muy común.

El reportaje tiene un número de partes que incluye: introducción del reportero, un problema inicial, entrevistas, un montaje visual, una solución de cierre y una conclusión.

LA INTRODUCCIÓN DEL REPORTERO

Una buena introducción llamará la atención y hará que el público objetivo previsto quiera leer o ver la historia. No deberá ser larga, mientras más corta mejor.

La introducción permite que el lector o el espectador sepan de qué tratará la historia. La introducción también plantea una PREGUNTA que tú contestarás a través de la historia. Por ejemplo: “¿Qué hace que un equipo ganador luzca como tal? Visitamos el colegio La Paz y a su coro para que nos cuenten más”.

La pregunta debería provocar que la audiencia quiera averiguar más y debería estar vinculada a la historia que estás contando. La introducción es hecha por el reportero quien “habla” con la audiencia en cada hogar.

EL PRINCIPIO: Problema y solución de cierre

El problema inicial es una simple explicación de lo que es el problema en sí. Porque necesitamos ver un CAMBIO en la historia, el problema inicial es una manera de dejar que el público sepa cómo era antes la situación. En muchos reportajes, el problema inicial es usualmente mostrado a través de una serie de tomas con la voz del reportero quien nos dice lo que estamos viendo.

El problema inicial y la solución final necesitan ser relatados. De manera que en tu informe debes asegurarte que la gente entienda cómo eran antes y cómo son ahora.

PROBLEMA INICIAL	CAMBIO	SOLUCIÓN DE CIERRE
Niños con hambre en la escuela	Huerto con plantaciones de vegetales	Niños en la escuela felices y alimentados
Baños sucios	Iniciativa para mantener los baños limpios	Baños limpios
Un grupo de muchachos aburridos	Introducirlos al baile	Crear un grupo de baile respetado
Un coro escolar que practica mucho	Participar en un concurso	Ganar un premio a la excelencia

LAS ENTREVISTAS

Entrevistar es una habilidad vital para cualquier periodista. Es una de las maneras más importantes para recopilar información y crear una historia. Una buena técnica para entrevistar, requiere de práctica. Echaremos un vistazo sobre cómo funcionan las entrevistas, qué se debe y qué no se debe hacer.

Muchas veces las entrevistas son usadas como “fuentes”. Una fuente es alguien o algo de quien obtienes información para darle precisión a tu his-

toria. Probablemente has escuchado la expresión: “Hay más de un lado en cada historia”, éste es un dicho verdadero porque cada historia tiene más de un punto de vista que debe ser explorado. Si pides opiniones a más de una persona (o consigues un rango de diferentes opiniones) tu historia va a tener equilibrio, lo que significa que es justa.

Como una regla, necesitas recolectar información de tantas fuentes como sea posible para dar a tu historia equilibrio. Estas fuentes siempre deberán ser relevantes, creíbles y actuales (recientes). Contar con fuentes que no tienen ningún vínculo con tu historia no hace que tu historia sea mejor, a no ser que estés buscando opiniones.

¿POR QUÉ NECESITAS ENTREVISTAR A ALGUIEN?

Es importante que sepas por qué estás realizando una entrevista y cuáles son tus objetivos. Las siguientes son algunas razones:

- Obtener el conocimiento del entrevistado sobre un tema.
- Obtener la opinión del entrevistado y sus sentimientos sobre un tema.
- Presentar al entrevistado como el sujeto (la persona a quien le está sucediendo la historia, el personaje de la historia).

Un buen reportaje entrevistará a un número determinado de fuentes y también contará con una entrevista principal a una persona que tenga una historia directamente conectada al sujeto del reportaje.

Si elegimos el tema de *bullying*, buenas fuentes para las entrevistas incluirían a: la víctima del *bullying*, los acosadores, un profesor o el director de la escuela, un padre de familia o un niño acosado y compañeros de colegio que hayan sido acosados o aquellos que temen que les puede pasar.

CONSEJOS PARA LAS ENTREVISTAS

1. **Haz tu tarea.** Haz algo de investigación y conoce el tema y a quién estás entrevistando, de modo que puedas hablar y entenderlo si es que faltara información. Una buena idea es tener una lista de posibles preguntas que quieras consultar.
2. **Escucha.** En cualquier conversación no hay un guion con lista de preguntas. En cambio, escuchamos y hacemos preguntas basadas en la historia que se nos ha contado. En una entrevista, escucha lo que te están diciendo y haz preguntas que mantengan fluida la conversación.

3. Haz siempre preguntas con final abierto. La habilidad de hacer preguntas con final abierto es muy importante. Una pregunta con final abierto está diseñada para estimular una respuesta completa y significativa usando el conocimiento o sentimientos propios del tema. Es lo contrario a una pregunta con final cerrado, la cual alienta a contar con una respuesta corta o de una sola palabra. Las preguntas con finales abiertos también tienden a ser más objetivas que las preguntas con finales cerrados. Típicamente, las preguntas con finales abiertos empiezan con palabras como “por qué” o “cómo”, o frases como “dígame sobre...”. Usualmente, son enunciaciones que demandan una respuesta.

Ejemplos:

Preguntas con final cerrado: ¿Te llevas bien con tus padres? ¿Por quién votarás en estas elecciones? ¿Qué color de polera estás usando?

Preguntas con final abierto: Cuéntame sobre la relación que tienes con tus padres. ¿Qué piensas sobre los dos candidatos en estas elecciones? Es muy interesante el color de la polera que estás usando. Cuéntame sobre él.

EL MONTAJE VISUAL

Un montaje visual es una serie de tomas que explica el problema que ha sucedido para cambiar la situación. En cualquier película verás a menudo al héroe de la historia buscando algún cambio. En las películas románticas es la parte cuando ves que la muchacha y el muchacho se enamoran o en las películas de acción es la parte donde el héroe aprende una habilidad que usará contra los chicos malos.

En tu reportaje deberás contar con series de tomas que cuenten tu historia. Por ejemplo: Vemos una gran cantidad de basura en los terrenos de la escuela. Vemos una toma de personas recogiendo la basura. Vemos a un grupo de amigos riendo mientras tiran la basura a la papelera. Vemos a un grupo de jóvenes jugando básquet con su basura, tirándola en la papelera. Luego vemos una toma de la escuela limpia.



LA CONCLUSIÓN

Después de haber comprobado que el cambio se ha dado en la historia, es una buena idea dejar que el espectador sepa que hay una sensación de continuidad o que por el momento la historia continuará. A la gente le gusta saber que una vez terminada la historia el mundo sigue. La conclusión es usualmente comunicada a la audiencia por el periodista.

Así, por ejemplo, la forma más antigua de poner fin a una historia es “Y vivieron felices para siempre”. Un reportaje debería hacernos saber que habrá un poco de continuidad aunque la historia haya terminado, que habrá más por pasar. Por ejemplo, podríamos decir que después de limpiar la basura, la escuela continúa para mantenerse ordenada a través de los esfuerzos del Programa “Sólo Déjalo en el Basurero” iniciado por los estudiantes. Para algunos otros reportajes podemos predecir un posible resultado, por ejemplo: “Con algunas impresionantes victorias en esta temporada, esperamos que el equipo de la Unidad Educativa Bolivia ¡va con toda seguridad a las finales!”.

Actividad Ahora que entiendes cómo estructurar un reportaje de periodismo ciudadano, con tu grupo dedica 15 minutos para tener una introducción periodística, un problema inicial y una solución de cierre, a quién o quiénes tienes la intención de entrevistar, así como también una serie de preguntas que quisieras hacerles, unas cuantas tomas que quisieras filmar para tu montaje y la conclusión.

B. CONOCIENDO TU CELULAR

Antes de que empecemos, es importante que sepas qué es lo que puede hacer tu celular.

1. ¿Puede tu teléfono hacer pausa mientras graba un video y empezar de nuevo desde donde lo pausaste?
2. ¿Puedes cambiar los ajustes de calidad en tu teléfono (ej. modo de disparo, color, resolución)?
3. ¿Dónde está el micrófono en tu celular?
4. ¿Puedes jugar con la configuración de la cámara de video (ej. luz, zoom)?
5. ¿Cuánto tiempo puede grabar tu celular?
6. ¿Tu teléfono tiene Bluetooth y puede conectarse a la web?
7. ¿WhatsApp funciona en tu teléfono?

C. EL DISPARO O TOMA

Un disparo o toma es una imagen. Se trata de cuán cerca está la cámara del objeto que estás filmando y cada tipo de disparo tiene una diferente forma de comunicar.

Hay tres disparos básicos o planos básicos.



El disparo largo o plano general

Esta toma muestra a la persona desde la parte superior de la cabeza hasta la parte inferior de los pies. Esta toma es usada cuando alguien está caminando o como una introducción de “dónde” estamos.



El disparo medio o plano medio

Esta toma muestra a la persona desde la cintura hasta la parte superior de su cabeza. Esta es la toma más usada en televisión y es usada para entrevistas, conversaciones y reportajes.



El disparo cercano o primer plano

Esta toma llena el cuadro con la cara de una persona (desde aproximadamente el principio de los hombros hasta la parte superior de la cabeza). Esta toma es excelente para ver lo que una persona está pensando o sintiendo. Es también la mejor toma para usar en el periodismo celular por la calidad de la pantalla. Como

una regla, el 70% de todas las tomas que hagas serán primeros planos.

D. ILUMINACIÓN

Cuando se hace cualquier filmación, es muy importante entender la luz y la iluminación, sin importar si estás en interiores o al aire libre. Una buena iluminación hará que tus fotografías luzcan mucho mejor. Hay tres tipos principales de iluminación.



Iluminación lateral

En general, el mejor tipo de iluminación es la lateral. Esto es cuando la cámara y el sujeto están entre los 45 y 90 grados de una fuente de luz. Esto deja parte del sujeto en la sombra, pero crea interés visual en la toma.



Iluminación frontal

Esto es cuando la fuente de luz está directamente frente al sujeto. Este tipo de iluminación hace que la imagen luzca plana, pero puede ser utilizada en interiores o en condiciones de oscuridad. La regla es: asegúrate que tu sujeto esté visible.



Iluminación a contraluz

Esto es cuando la fuente de luz está detrás del sujeto. Es usada cuando quieres crear un estado de ánimo. La iluminación a contraluz nunca es usada en noticias.

E. DISPARANDO CON LA CÁMARA DE TU CELULAR

Sostener la cámara con firmeza o crear tomas que tienen movimiento y seguir la acción pueden ser logrados con algunas técnicas sencillas:

1. Pose yoga, sosteniendo la cámara:

- La respiración debe ser lenta y calmada.
- Las rodillas ligeramente dobladas para darte más apoyo.
- Brazos y hombros relajados.
- Dirección correcta de la pantalla: la cámara se sostiene de manera que la parte más larga del video esté en la parte superior e inferior.
- Debes utilizar soportes (¿hay cosas en las que me puedo apoyar para hacer mi toma menos inestable?).

2. La inclinación:

- Movimiento constante sobre el sujeto de arriba hacia abajo.
- Movimiento constante sobre el sujeto de abajo hacia arriba. O desde el sujeto y de lejos.

3. El paneo:

- Movimiento constante de derecha a izquierda sobre o lejos del sujeto.
- Movimiento constante de izquierda a derecha sobre o lejos del sujeto.

4. Tomas creativas:

- Puedes utilizar una combinación de movimientos de cámara y movimientos del sujeto para crear imágenes realmente interesantes.

F. EDITANDO TUS VIDEO CLIPS

Editar es un proceso en el que se unen las distintas secciones de tu video en una secuencia que tiene sentido con el fin de contar una historia. Necesitas saber lo que tu teléfono puede hacer para entender cómo vas a editar tu video. Existen dos tipos de cámaras de video: cámaras con “pausa y disparo” y cámaras de “una sola toma”.

CÁMARAS CON PAUSA Y DISPARO

Esta cámara del celular te permite tomar fotografías durante unos segundos, pausar, cambiar el enfoque y luego continuar con la grabación. Esto te da la libertad de moverte entre toma y toma.

Algunas cosas a tener en cuenta:

1. Trabaja rápido para que no haya cambios de iluminación entre las tomas.
2. Asegúrate de que el sonido grabado sea constante. Si hay música o un sonido repetitivo en el fondo, oirás diferentes partes de la canción. A veces los sonidos serán más evidentes y a veces más lejanos. Esto hace que la audiencia se dé cuenta de la edición y una buena edición debería aparecer sin fisuras.

CÁMARAS DE UNA SOLA TOMA

Algunas cámaras de celulares no te permiten hacer una pausa, por lo que deberás filmar tu historia en una toma continua. Si no tienes la función de pausa en tu teléfono celular o acceso a una computadora, necesitarás hacer el video entero sin parar. Esto requiere mucha más planificación y necesitas practicar un par de veces antes de que seas capaz de obtener la mejor toma.

G. EL SONIDO EN TU CELULAR

El sonido es el 50% de tu video. Es importante invertir tanto tiempo en el sonido como lo harías en conseguir buenas imágenes. Tu celular es sólo eso, un celular. No está diseñado para ser una buena cámara de video; por lo tanto, debes saber que es necesario prestar especial atención al sonido de tu teléfono celular.

He aquí algunos consejos para obtener un mejor sonido:

1. Evita el viento. El viento causa distorsión y hace difícil escuchar lo que alguien está diciendo.
2. No realices tomas en ambientes ruidosos si puedes evitarlos. Los lugares ruidosos suenan aún más fuertes en los teléfonos celulares.

3. Recuerda que el micrófono de tu teléfono celular está orientado hacia ti; por lo que debes respirar lenta y silenciosamente.
4. Moviendo la cámara más cerca o más lejos del sujeto, serás capaz de conseguir grabaciones de sonido decentes. Mueve tu cámara más cerca de ti cuando la persona que estás entrevistando está hablando alto. Mueve el celular más cerca de ellos cuando estén hablando suavemente.
5. Evita la grabación de música. Una vez editado, el clip dará saltos alrededor de la canción.
6. Evita utilizar música en tus clips a menos que seas el dueño de la música (significa que la hayas creado) o que hayas pagado los derechos de uso. Si grabas la música de alguien más y la usas, estás cometiendo un delito grave que se conoce como plagio.

SECCIÓN 4

A. RESULTADO PRÁCTICO 2: CREANDO UNA PIEZA DE PERIODISMO CIUDADANO CON TU CELULAR

Ahora vamos a planificar una historia que vamos a crear. El tema que utilizaremos es:

“COMUNIDAD”

Hay más de una definición de “comunidad”. Una comunidad es el grupo de personas quienes viven en la misma ubicación geográfica. Pero el significado de “comunidad” es también más amplio que esto. Una comunidad puede ser también un grupo de personas que comparten las mismas ideas o creencias (por ejemplo, la comunidad de tu iglesia), o que están en las mismas circunstancias, o que gustan/disgustan de las mismas cosas. Con el crecimiento de la Red Alrededor del Mundo (World Wide Web = WWW), de Facebook, etc. ahora es posible ser parte de una comunidad o grupo de personas en cualquier parte del mundo.



PALABRAS SINÓNIMO DE “COMUNIDAD”: grupo, hermandad, manada, comunión, círculo de amistades, pandilla.

Actividad Con tu celular, debes crear un video corto de periodismo ciudadano sobre una comunidad o grupo del que eres parte.

