



# **UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR (UNIB.E)**

ESCUELA DE COMUNICACIÓN Y PRODUCCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Ingeniero en Comunicación y  
Producción en Artes Audiovisuales.

**Adaptación sonora para plataformas de *podcast* de la antileyenda “El  
Repartidor” del libro *¡Hasta cuándo profe Almeida! -Antileyendas de Quito*  
del escritor ecuatoriano, Alejandro Ribadeneira.**

Autor:

Samantha Salomé Sampedro Cabrera.

Director (a):

Alicia Elizundia, PHD.

Quito, Ecuador.

2019

## CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister.

Fredi Zamora

Director de la Escuela de Producción para Medios de Comunicación

Presente.

Quien suscribe, Dra. Alicia Elizundia Ramírez, PhD. Directora del Trabajo de Titulación realizado por Samantha Salomé Sampedro Cabrera, estudiante de la carrera de Comunicación y Producción en Artes Audiovisuales de la Universidad Iberoamericana del Ecuador, informo haber revisado el documento titulado "**Adaptación sonora para plataformas de podcast del libro ¡Hasta cuándo profe Almeida! -Antileyendas de Quito del escritor ecuatoriano, Alejandro Ribadeneira**" el mismo que se encuentra elaborado conforme al Reglamento de Titulación, establecido por la UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR UNIB.E de Quito, y el Manual de Estilo institucional; por tanto, autorizo su presentación final para los fines legales pertinentes.

En tal virtud, autorizo a la estudiante Samantha Salomé Sampedro Cabrera, a que proceda a hacer el empastado del trabajo de titulación, y su entrega a la dirección de la Escuela.

Atentamente,

Alicia Elizundia, PhD.

Docente Escuela de  
Comunicación y Producción en Artes Visuales  
Quito – Agosto 2019

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

1. Yo, **SAMANTHA SALOMÉ SAMPEDRO CABRERA** declaro, en forma libre y voluntaria, que los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación denominado: **Adaptación sonora para plataformas de podcast del libro “¡Hasta cuándo profe Almeida! – Antileyendas de Quito del escritor ecuatoriano, Alejandro Ribadeneira**, previa a la obtención del título profesional de Ingeniería en Comunicación y Producción en Artes Audiovisuales, en la Dirección de la Escuela de Comunicación y Producción para Medios Audiovisuales. Así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor/a.
2. Declaro, igualmente, tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Universidad Iberoamericana del Ecuador, de conformidad con el **artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior**, de entregar a la **SENESCYT**, en formato digital una copia del referido Trabajo de Titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública, respetando los derechos de autor.
3. Autorizo, finalmente, a la Universidad Iberoamericana del Ecuador a difundir a través del sitio web de la Biblioteca de la UNIB.E (Repositorio Institucional), el referido Trabajo de Titulación, respetando las políticas de propiedad intelectual de la Universidad Iberoamericana del Ecuador.

Quito, DM., a los 31 días del mes de julio de 2019



Samantha Salomé Sampedro Cabrera

171545099-3

## **AGRADECIMIENTOS**

A Dios y a la vida,  
Mi mamá Betty Cabrera M.,  
Mi papá Stalin Sampedro y mi hermana Claudia Sampedro,  
Andrés Espinosa.

## DEDICATORIA

La vida se compone de retos, y volver a estudiar fue uno de ellos; pero también, fue una nueva oportunidad que puso Dios en mi vida para seguir descubriendo más sorpresas en mi camino para alcanzar mis sueños y hacerlos realidad.

Hoy, jueves 7 de diciembre de 2017 escribo esta dedicatoria para recordar la lucha que haré en estos dos años de estudio, con la finalidad de alcanzar mi meta de obtener mi Ingeniería en Comunicación y Producción Audiovisual en Julio de 2019, con la ayuda de Dios por ser mi fortaleza diaria, y a mi mamá Betty Cabrera por secar mis lágrimas en los momentos que más siento desfallecer y desde siempre con su paciencia y sonrisa ser mi fuerza y motivación para alcanzar todo lo que deseo.

A ti Samantha, porque te veré en el 2019 obteniendo ese título que mereces, por el esfuerzo y dedicación que le pones cada día a tu profesión a través de tu locura y pasión por la vida.

**¡Este logro es de los tres!**

Jueves, 7 de diciembre 2017.

## ÍNDICE GENERAL

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.....	III
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN .....	IV
AGRADECIMIENTOS .....	V
DEDICATORIA.....	VI
ÍNDICE GENERAL .....	VII
ÍNDICE DE ANEXOS .....	X
RESUMEN .....	XI
CAPÍTULO I .....	12
INTRODUCCIÓN .....	12
1.1 Planteamiento del Problema .....	13
1.2 Formulación del problema .....	19
1.3 Justificación .....	19
1.4 Objetivos.....	21
1.4.1 General.....	21
1.4.2 Específicos .....	21
CAPÍTULO II .....	22
MARCO TEÓRICO.....	22
2.1 Antecedentes.....	22
2.2 Fundamentación Teórica .....	25
2.2.1 Origen del <i>Podcasting</i> .....	25
2.2.2 Relación entre radio e Internet.....	26
2.2.3 El Fomento de la lectura a través del <i>Podcasting</i> .....	27
2.2.4 Audiolibros a través del <i>podcasting</i> .....	28
2.2.5 La animación de la lectura a través del <i>podcasting</i> .....	29
2.2.6 Un audio ficción .....	29

2.2.7 Producción de un <i>podcast</i> .....	30
2.2.8 Monetización de un <i>podcast</i> .....	31
2.2.9 Maneras de escuchar un audio.....	32
2.2.10 Perspectivas de Futuro y Previsiones.....	33
2.2.11 Difusión y Recepción de la Literatura Nacional .....	33
2.2.12 Leyendas .....	34
2.2.13 Biografía Alejandro Ribadeneira.....	35
2.2.14 Sinópsis Libro: Hasta cuándo profe Almeida - Antileyendas de Quito .....	35
2.2.15 Definición de adaptación.....	36
CAPÍTULO III .....	37
METODOLOGÍA EMPLEADA .....	37
3.1 Paradigma de Investigación: Interpretativo.....	37
3.2 Enfoque de la investigación: Cualitativo .....	38
3.3 Diseño de la Investigación Cualitativa: Estudio de Casos .....	38
3.4 Informantes de la investigación.....	39
3.5 Técnica e instrumento de Recolección de datos .....	40
3.5 Sistematización de la información: codificación, categorías y subcategorías	41
3.6 Propuesta artística del Proyecto .....	42
3.6.1 Sinópsis: El Repartidor (Inspirado en el Cucurucho de San Agustín) .....	44
3.6.2 Caracterización de personajes .....	44
3.6.3 Guion Literario .....	47
3.6.4 Guion Técnico.....	47
3.6.5 Realización Técnica a la hora de grabar el podcast .....	47
3.6.6 Diseño Sonoro .....	48
CAPÍTULO IV.....	50
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN .....	50



4.1	Resultados de las entrevistas .....	51
4.1.1	Aspectos artísticos.....	51
4.1.2	Aspectos Técnicos.....	61
4.2	Resultados del proceso artístico de la antileya El Repartidor .....	68
4.2.1	Proceso de Preproducción.....	69
4.2.2	Proceso de Producción.....	74
4.2.3	Proceso de Postproducción .....	75
CAPÍTULO V .....		80
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....		80
5.1	Conclusiones .....	80
5.2	Recomendaciones .....	82
GLOSARIO DE TÉRMINOS TÉCNICOS .....		83
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....		86
ANEXOS .....		92

## ÍNDICE DE ANEXOS

<b>ANEXO 1 / GUÍA DE ENTREVISTA .....</b>	<b>92</b>
<b>ANEXO 2 / GUION LITERARIO.....</b>	<b>96</b>
<b>ANEXO 3 / GUION TÉCNICO.....</b>	<b>120</b>
<b>ANEXO 4 / ANTILEYENDA “EL REPARTIDOR” .....</b>	<b>154</b>
<b>ANEXO 5 / DOCUMENTO DE PROPIEDAD INTELECTUAL .....</b>	<b>158</b>

## RESUMEN

El objetivo de este estudio fue elaborar la adaptación sonora de una de las nueve antileyndas del libro ¡Hasta cuándo profe Almeida! - Antileyndas de Quito del escritor ecuatoriano, Alejandro Ribadeneira como programa piloto para plataformas de podcasts, investigando las características técnicas y artísticas que se requieren para realizarlo. El enfoque de la investigación fue cualitativo, con un diseño de estudio de caso único múltiple de tipo descriptivo, en el que se aplicó como instrumento de recolección de datos la entrevista a tres profesionales con amplia experiencia en el campo de las adaptaciones literarias, sonoras y teatrales. De las dos categorías principales, como la artística y la técnica, se pudieron investigar a profundidad más subcategorías como: la adaptación literaria, el guion, los actores, voces y personajes, los escenarios, los efectos de sonido, el lenguaje, la dirección, el montaje y la edición, la música, los silencios, los planos de la voz, y el equipo técnico que se necesita para producir el podcast. Finalmente, luego de realizar el ejercicio de adaptar el lenguaje literario al lenguaje sonoro, la calidad de este fue impecable, lo cual entretuvo a los oyentes; reflejando que, si la producción del podcast toma a consideración todo esto, la difusión de la literatura ecuatoriana a través de nuevos medios podría motivar a que niños, jóvenes y adultos establezcan una identidad propia, la cual contribuya a formar una cultura literaria desde cortas edades en el Ecuador.

**PALABRAS CLAVES:** Radio, adaptación sonora, *podcast*, audioficción, producción de un *podcast*, antileyenda, Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (NTICs), cultura.

# CAPÍTULO I

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tuvo por objetivo realizar la adaptación sonora para plataformas de *podcast* de la antileyenda: El Repartidor del libro *¡Hasta cuándo profe Almeida! - Antileyendas de Quito*, del escritor ecuatoriano Alejandro Ribadeneira, el cual fue tomado como ejemplo y punto de partida para desarrollar el siguiente estudio.

La investigación se concentró en este tema, ya que hoy en día y con el apareamiento de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTICs), se considera de vital importancia para los productores audiovisuales innovar en la manera de comunicar creativamente, utilizando *podcasts* como medio útil para la adaptación de obras literarias de escritores ecuatorianos en formatos sonoros, a través de nuevas plataformas, las cuales puedan llegar al interés de más audiencias, tanto en el país, como en el extranjero. De esta manera, los usuarios podrán descargar de Internet piezas de audio inéditas, y escucharlas tanto en una computadora como en otros dispositivos móviles.

Es imperante, además, hablar de los prosumidores quienes hacen uso de los medios sociales para no limitarse en el consumo de productos culturales, sino que, a partir de la aparición de nuevos dispositivos, se interesan también en crear y distribuir contenido propio en nuevas plataformas digitales. Esto, hace que cada vez nuevas historias lleguen a más públicos a través de relatos y mensajes que fomentan la participación de la comunidad y el empoderamiento de las audiencias hacia un mercado cultural mediático, el cual cada vez es más exigente.

Por lo tanto, se sugiere leer con detenimiento cada uno de los apartados que se exponen, ya que forman parte esencial de las nuevas formas de comunicación para transmitir mensajes más dinámicos y fáciles de consumir, además que están a disposición de todas las personas.

Las fuentes bibliográficas que se mencionan en el presente trabajo fueron extraídas de conocedores y profesionales que incursionaron en la realización de *podcasts*, dando además a conocer el potencial y alcance que tiene cuando de nuevas formas de comunicación en Internet se piensa.

La presente investigación consta de los siguientes capítulos:

En el capítulo I, se abordó el planteamiento del problema de investigación, en donde se expuso la formulación del problema, justificación y objetivos que se pretendieron alcanzar.

En el capítulo II, se presentaron los principales aspectos teóricos, o conceptos relacionados a la elaboración de *podcasts* como una nueva forma de comunicar o relatar historias a través de alternativas proporcionadas por las plataformas digitales.

En el capítulo III, se expuso la metodología empleada para la realización de cada uno de los objetivos específicos, que sirvieron para lograr el objetivo general para la producción del *podcast*.

En el capítulo IV, se mostraron los resultados obtenidos en base a las interpretaciones que se dieron en la aplicación de cada una de las técnicas o instrumentos mencionados en el capítulo anterior.

Y finalmente en el capítulo V, se terminó el estudio dando a conocer las conclusiones y recomendaciones, en base a los resultados arrojados al momento de aplicar las metodologías que se propusieron.

### **1.1 Planteamiento del Problema**

A lo largo de los años, hacer radio era cosa de pocos, y quizá tan solo de los más privilegiados; quienes podían acceder a los medios de comunicación para contar lo que su línea editorial dictaba; pero ahora, con la aparición de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC) esto ha cambiado, y los

medios de comunicación tradicionales ya no son lo que eran antes, ni tampoco generan el impacto deseado en las masas. Por el contrario, ha existido una evolución en la manera en las que las audiencias se acercan a la información, ya que ellos están continuamente transformándose.

En la era digital, el cambio es evidente; ya que existe una notoria evolución y transformación en cuanto a futuros modelos de negocio en prensa, radio y televisión se refiere. Los periódicos han trasladado la distribución de su información a los portales web; gracias al video bajo demanda, la televisión se ha volcado al *streaming*, y redes sociales; finalmente, la radio ha incursionado en posicionarse en los medios digitales, como en la creación de *podcasts*. Gracias a esto, hay que destacar que el ensayo constante de innovadores modelos para comunicar invita a las audiencias a acceder a un sinfín de contenidos *online* desde cualquier lugar y a cualquier horario.

La adquisición de instrumentos técnicos que están al alcance de todos en la actualidad es muy fácil; y más aún, para crear lo que la imaginación dicte. Ahora, transmitir mensajes en plataformas virtuales es un tema que involucra mucho a la juventud especialmente, por lo que Riaño (2016) expone:

Tener un micrófono es sinónimo de tener poder, y ahora en mi bolsillo y en el tuyo hay un aparato que nos da la posibilidad de construir una emisora propia como las de radio, y un canal propio como los de televisión; y podemos ganarnos a pulso algunas audiencias con el contenido hablado que logremos crear a partir de nuestras habilidades y no sobre la base de un acceso exclusivo a los medios. (p.12)

Atendiendo a lo que manifiesta Riaño (2016), y en el caso de los *podcasts* específicamente, las nuevas generaciones llamados *Millennials*, son personas nacidas a partir de los años ochenta, con altos valores éticos y sociales, quienes buscan generar cambios positivos en el mundo; es decir, ideas que contribuyan a lograr grandes impactos para combatir un sin número de problemas en la sociedad. Ahora la juventud está más presente que nunca, son ellos a quienes no solo les basta con ser receptores de información, sino que, gracias a su incipiente gusto por descubrir cosas nuevas, buscan comunicarse a través de sus propias creaciones sonoras para decirle algo al mundo.

Existe, además, un ámbito en el que Internet se aplica a los libros y se trata de los *podcasts* literarios, una animación a la literatura a través de la creación de piezas sonoras, que se posiciona cada vez más como tendencia *millennial*. Actualmente, esta fórmula busca abrirse camino más allá de los programas radiales, haciendo de esta actividad una tendencia en la forma de contar grandes historias.

Si de hacer referencia al panorama internacional se trata; específicamente en Europa, y en Reino Unido, radios como la *BBC5 LIVE*, así como la *BBC WORLD SERVICE* han puesto enorme énfasis en la creación de *podcasts*; y éstos, según los hallazgos publicados por la *Ofcom (Office of Communications UK)*, están en auge con casi seis millones de personas sintonizando cada semana. El número de oyentes de *podcast* semanales se ha duplicado en cinco años: de 3.2 millones en 2013 a 5.9 millones en 2018. Eso es un aumento de 7 a 11 por ciento de adultos. (Mediatelecom, 2018). Sin quedarse atrás, las cadenas de comunicación de Estados Unidos como: *The Guardian, NPR, CBC, The New York Times, MTV, FOX, ABC o Disney*, se han incluido durante los últimos años a la lista de medios que buscan presentar información de una manera alternativa.

Además, España también lidera los rankings internacionales de podcasts más escuchados a través de diversas redes de *podcasting* españolas, como son: Emilio Cano Molina (Emilcar FM), Sunne (Nación Podcast), Pedro M. Sánchez (AVPodcast), Ana Ormaechea (Cuonda), Sergio F. Núñez (SpainMedia Radio) y María Jesús Espinosa de los Monteros (Podium Podcast), todas ellas ofreciendo un sin número de formatos para cada uno de sus públicos (Cuaderno de Podcasting, 2018). Sin duda alguna, este fenómeno avanza y se posiciona de a poco dentro y fuera del país, contando con auténticas producciones millonarias desde la aparición y popularización de los *smartphones*.

Por otro lado, en Latinoamérica la producción de este tipo de piezas de audio se ha visto reflejada en algunos *hostings* para podcasts, y uno de los lugares más representativos es *Radio Ambulante*, el cual es una de las plataformas pioneras en español que cuenta crónicas latinoamericanas en audio, celebrando la diversidad y complejidad de la región. Además, en el 2014, ganó el Premio de

Periodismo Gabriel García Márquez, por su innovación e impecable calidad periodística en la producción de reportajes radiofónicos; además de la calidad narrativa dentro de la creación de ficciones latinoamericanas. (Radio Ambulante, 2015)

Otro caso que merece la atención es el *Netflix* de los *podcasts* mexicanos llamado *Convoy*, la cual es una plataforma digital en la que se puede acceder a distintos géneros como “series policíacas, *shows* de *stand up*, comedias románticas, caricaturas y documentales, audios de humor y denuncia social, entrevistas con personalidades de la música y más” (Verne, 2016). Su aplicación se puede descargar en *App Store* y *Google Play* para disfrutar de la exquisitez de sus creaciones sonoras, convirtiéndolo en una alternativa interesante para quienes gustan de escuchar ficciones.

También la Radio Nacional Argentina ofrece contenidos radiales transformados a *podcasts*, donde se puede tener acceso a una variedad de programas para la web, desde que salen al aire, son descargados y escuchados cuando el oyente lo prefiera. Suscribiéndose a su plataforma, se abre la posibilidad de recibir un nuevo episodio disponible automáticamente a su dispositivo móvil. (Radio Nacional, s.f.)

En el plano nacional, Ecuador posee uno de los ejemplos más relevantes llamado Radio Cocoa, quien tiene una plataforma digital dedicada a la difusión y documentación de la escena independiente local, a través de contenidos multimedia innovadores. (Radio Cocoa, 2016) Además, *Como Pana Te Digo* es un *talk show* realizado en el 2012, en formato *podcast* subido a *itunes* e *Ivoox*, con alrededor de 205 pastillas de humor, donde dos personajes investigan y comentan las noticias más extrañas y los sucesos de su vida diaria junto a diferentes celebridades y amigos. Y finalmente, *Multiversos Paralelos*, *podcasts* subidos en *Soundcloud*, definido como el *podcast* más nerd de Guayaquil, que trata de cómics, películas, video juegos, series, y más. (Soundcloud, s.f.)



Con los ejemplos mencionados anteriormente, se percibe que aún existe una escasa participación de Ecuador frente a los países anteriormente mencionados en temas de uso de nuevas plataformas para comunicar, e incluso para promover una cultura participativa más sólida. La elaboración de *podcasts* en el país es casi nula, y las radios continúan transmitiendo programas en donde uno, dos o más personas se reúnen, se apropian del micrófono y empiezan a hablar de sus experiencias u opiniones acerca de un tema en específico, pero claramente desaprovechando la creatividad narrativa y mezcla de audio que un medio sonoro puede brindar.

Es claro que, contar historias a través de un medio sonoro, podría generar un enorme impacto e interés cultural por lo nacional; pero antes se debe plantear la posibilidad de tomar como una alternativa interesante la creación de *podcasts* que quizá podrían tener gran potencial para convertirse de a poco en un negocio *online*, y para que nuevos artistas se promocionen a través de nuevas plataformas, y no necesariamente piensen en el cine como un medio para permitirse adaptar grandes historias, brindando a sí mismos la posibilidad de ser conocidos, y también poder ganar dinero.

Gracias a que los *podcasts* poco a poco se están convirtiendo en tendencia en otros países como España, México, Reino Unido y Estados Unidos, se ve una posibilidad de permitirse apostar en Latinoamérica por un espacio de creación ficcionada adaptando la literatura nacional en base a historias de escritores ecuatorianos. Esto situaría al oyente en ser un participante activo, con actitud dinámica, el cual se transporte a ser el protagonista del relato, para finalmente y quizá adquirir el libro en físico y hacer una clara comparación entre los dos formatos, al estilo de película versus libro.

De ser las adaptaciones trasladadas a los *podcasts*, los oyentes ecuatorianos podrían convertirse en un futuro a ser personas más conocedoras de las distintas realidades del país. Lo que deja un nicho, para productores audiovisuales, artistas y creativos un espacio perfecto para la creación de su propio contenido, ya que ellos son los que elegirán qué formato y qué género desean contar y los

elementos que deberán incluir en ellos para la realización de piezas de calidad que difundan las obras de escritores contemporáneos ecuatorianos.

A través de medios eficaces, con mayor alcance, más potentes y prácticos ellos se podrán convertir en una guía para formar un primer camino hacia el volcamiento creativo no solo de productores y creadores, sino también incentivar a escritores nacionales a generar más obras literarias, quienes con la belleza de sus palabras puedan crear mundos nuevos en el imaginario de los lectores.

Esto permitiría que los artistas puedan buscarse un espacio dentro de las nuevas formas de contar historias, es decir, yendo de la mano del avance tecnológico, y que sean atractivas para las audiencias. Mediante la grabación y escucha de los *podcasts* de libros adaptados de escritores ecuatorianos, las personas también podrán visibilizar la gran variedad y oferta de géneros literarios de alto valor que contiene la literatura nacional, con lo cual, en un futuro no tan lejano, el mundo del *podcast* en Ecuador pueda ir adhiriéndose al interés de la ciudadanía.

Finalmente, la iniciativa de difundir *podcasts* para el libro *¡Hasta cuándo profe Almeida! - Antileyendas de Quito*, surge de la necesidad del uso de nuevas tecnologías para estar a la vanguardia de lo que hoy en día está consumiendo el mundo. La visibilidad de todo lo mencionado anteriormente, abre los ojos a productores para ver la inmensa oportunidad de traspasar fronteras y adherir un poco de la cultura ecuatoriana en productos radiofónicos para oyentes más sofisticados de varios países que estén interesados en la oferta literaria ecuatoriana, con un coste de producción menor que el del vídeo, pero con excelente calidad sonora y creativa; y que al igual que México o Colombia se pueda dar a conocer parte de las costumbres, leyendas, tradiciones y raíces ecuatorianas.

Con la problemática planteada en párrafos anteriores, es importante partir de la experimentación de adaptar una libro a *podcast*. Por esa razón, se eligió la una de las nueve antileyendas del autor ecuatoriano Alejandro Ribadeneira, ya que se considera que partir de la adaptación sonora se crearía en el oyente gran interés

hacia un género que nació a lo largo de la historia, del boca a boca, en las calles de la ciudad y las cuales durante años han sido cercanas y transmitidas de generación en generación de grandes a chicos.

## **1.2 Formulación del problema**

Para finalizar, muchas interrogantes surgen a partir de ¿Cómo se puede transformar a *podcast* la antileyenda literaria “El Repartidor” del libro *¡Hasta cuándo profe Almeida! - Antileyendas de Quito* del escritor ecuatoriano, Alejandro Ribadeneira?, ¿Qué se debe realizar previamente para elaborar un *podcast*?, ¿Cuáles son los aspectos principales que se deben tomar a consideración para el desarrollo del programa piloto del *podcast*?, ¿Cuáles son los procesos a seguir para elaborar la adaptación sonora de la antileyenda “El Repartidor”?, ¿Cómo se difundirá el programa piloto de *podcast* de la antileyenda “El Repartidor” del libro *¡Hasta cuándo profe Almeida! -Antileyendas de Quito*?

## **1.3 Justificación**

La comunicación está en el centro de las transformaciones sociales. A cada nueva tecnología le corresponde una nueva forma de comunicación, un nuevo contenido y uso (Tubella, 2012). Con la aparición de los nuevos medios de comunicación vinculados al internet, la manera de comunicarse se ha transformado en los últimos años a través de la oferta de un variado contenido, y la extensa gama de soportes en para alojar un sin número de información; así el usuario, puede recibir e intercambiar mensajes, llegándose a convertir en un generador de cambio social.

Con la llegada de las Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación (NTIC), se busca ser un ejemplo a través del libro *¡Hasta cuándo profe Almeida! – Antileyendas del Quito*, para incentivar a los productores audiovisuales ecuatorianos a tomar también el título de *podcasts* para adaptar obras literarias; ya que no estarán atados a producir para un medio tradicional en específico, sino que podrán encontrar en esta actividad otra fuente divertida y alternativa de ingresos a través de *hostings* especializados, los cuales puedan darlos a conocer en nuevas plataformas.

Quizá, de esta manera se pueda volver a crear formatos que poco a poco han ido desapareciendo, para reavivarlos con más colorido, como lo expone Lasso (2010):

Planteémonos durante un momento por qué se dejaron de hacer radionovelas. A mi entender, [...] la razón por la que se extinguieron fue la preponderancia que las emisoras decidieron darle a otros formatos en vista de los cambios en los hábitos de la audiencia. Por un lado, un ritmo de vida más veloz y un aumento en el número de ocupaciones. Por otro, la preferencia de la audiencia hacia la ficción en imagen, más espectacular en principio y que demandaba menos esfuerzo intelectual que el audio. (p.11)

La importancia de la creación de *podcasts* en la actualidad hace que sea indispensable generar piezas sonoras con un *plus* que los distinga de la radio. La finalidad de incorporar literatura para la construcción de un audio ficción que genere dramatismo a través de la utilización de recursos como los efectos sonoros, la voz, los silencios y la música haría que nuevos profesionales se formen en la producción de estos, ya que es algo que poco o nada se hace actualmente en el país con la utilización de las Nuevas Tecnologías.

Por esta razón, se debe tomar en cuenta que el *podcasting* plantea diversos retos para la radiodifusión tradicional. En este nuevo mundo tecnológico, en el cual no existen horarios, y las audiencias no necesariamente deben regirse a una parrilla de programación, el oyente tiene la potestad y capacidad de elegir únicamente los contenidos que le interesen mediante la suscripción a un *hosting de podcast*, el cual influye en el oyente de manera receptiva, individual y personal, de acuerdo con los distintos programas que eligen escuchar; y, lo mejor de todo es que, los productores ecuatorianos, se apropiarán de los contenidos para llegar cada vez a más públicos.

Es entonces que, la era digital requiere y obliga a pensar en nuevas formas de llegar a las mentes y corazones de la sociedad ecuatoriana, de tal manera que sean ellos mismos los que seleccionen su propio contenido, con el afán de que la literatura actual se posicione en nuevos lugares e invite al oyente a navegar, y a sumergirse en fórmulas ingeniosas. Al acompañar a los ecuatorianos en los quehaceres diarios, se generará interés a través de la transmisión de ideas,

pensamientos, o mensajes con propuestas cortas, claras y convincentes para que el oyente pueda retener todo lo que se quiere comunicar.

Sin duda alguna, los *podcasts* servirán como herramienta para manifestar libertad creativa y de expresión, para involucrar, reconocer e identificar el trabajo de los escritores como representación de la voz de la diversidad que existe en el país, que reflejen su cosmovisión del entorno, para profundizar en una comunicación intercultural, que genere respeto por la diversidad de pensamientos. Además, beneficiará a productores y sonidistas para que plasmen ingeniosas mezclas de sonido en sus creaciones; sin olvidar que la calidad artística actuará será una pieza fundamental para enamorar mediante su voz, los oídos de los oyentes.

## **1.4 Objetivos**

### **1.4.1 General**

- Elaborar la adaptación sonora de la antileyenda “El Repartidor” del libro *¡Hasta cuándo profe Almeida! -Antileyendas de Quito* del escritor ecuatoriano, Alejandro Ribadeneira como programa piloto para plataformas de *podcasts*.

### **1.4.2 Específicos**

- Determinar los fundamentos teóricos del *podcast* como Nueva Tecnología de la Información y Comunicación (NTIC), en función de conocer las ventajas que posee producirlo.
- Identificar los recursos técnicos y artísticos que requiere la producción del *podcast* piloto, para la adaptación sonora de la obra literaria.
- Realizar los procesos de pre producción, producción y post producción para adaptar la antileyenda literaria “El Repartidor” al lenguaje sonoro.
- Ejecutar la carga del programa de *podcast* piloto “El Repartidor” a la plataforma *Ivoox*.

## CAPÍTULO II

### MARCO TEÓRICO

En el presente capítulo se exponen cinco antecedentes y varios conceptos que se consideraron importantes, para comprender la investigación y facilitar el análisis para los resultados que se obtuvieron posteriormente.

Por otro lado, Hernández, Fernández y Baptista (2014), menciona que para construir un marco teórico se debe:

Desarrollar, en primer lugar, un índice tentativo de éste, global o general, e irlo afinando hasta que sea sumamente específico, luego, se coloca la información (referencias) en el lugar correspondiente dentro del esquema. A esta operación puede denominársele “vertebrar” el marco o perspectiva teórica (generar la columna vertebral de ésta). (p.78)

En relación con esto, vertebrar consistió en dar a conocer estudios previos y los conceptos más importantes para entender el significado del *podcast*, y sus ventajas. La fundamentación teórica que se expone a continuación aportó en la construcción de un correcto encuadre de la investigación que se deseó realizar.

#### **2.1 Antecedentes**

A continuación, se mencionarán cinco trabajos que sirvieron como referencia para la ejecución de la investigación que se persigue:

Como primera referencia se tomó a consideración a Serrano (2016), con su trabajo de grado *Los podcasts como tendencia radiofónica y herramienta periodística: Difusión y consumo en Ecuador*, que lo realizó en Quito en la Universidad San Francisco de Quito, para obtener el grado de Licenciado en Periodismo y Multimedia, se planteó como objetivo general, investigar el estudio de los nuevos medios que surgen en internet a partir del análisis, en concreto, del *podcast*.

Para el logro del mencionado fin, optó por realizar una investigación cuantitativa, como metodología usó las encuestas, las mismas que le permitieron conocer cuál fue la condición del *podcast* dentro de la población juvenil de Quito; con lo que la

autora concluyó que los jóvenes se han alejado de la radio en su formato análogo para mudarse a la radio digital. El surgimiento de los podcasts, con más de una década en el mercado, es la nueva opción para satisfacer a la audiencia que busca autonomía e independencia. En el Ecuador no se ha explorado este nuevo formato de audio que puede llegar a nuevos nichos de consumo y audiencias.

Los resultados obtenidos en este trabajo de titulación aportan al actual estudio, ya que dan un indicio del interés por parte de la juventud para realizar nuevos formatos sonoros que sean atractivos para los oyentes e inclusivos, favoreciendo al diálogo, y la integración.

Prosiguiendo con los antecedentes, Chamorro (2015), en su trabajo de titulación *Elaboración de un programa radial en formato de radio revista cultural para la difusión de música andina, cultura, mitos, tradiciones y leyendas*, desarrollado en la Universidad Central del Ecuador, previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social, menciona que su objetivo principal es exteriorizar la cultura andina en los medios radiales, utilizando un tipo de metodología cuantitativa, para medir el nivel de aceptación de su proyecto, el cual ayudó a definir que es factible realizar la radio revista porque refleja la identidad cultural del país.

Por lo que su estudio y conclusión, aporta al actual trabajo de investigación en cuanto es importante utilizar *podcasts* como un medio de comunicación masivo que logre llegar cada vez más audiencias, tanto nacionales como internacionales; y así, dar a conocer al mundo el gran potencial que poseen los escritores ecuatorianos difundiendo mitos, tradiciones y leyendas que generen curiosidad e interés fuera del país.

Por otro lado, Pallasco (2009), con su trabajo de titulación llamado *El libreto en los radio dramas de contenido social con enfoque del edu entretenimiento dirigido a la radio comunitaria*, realizado en la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E), previo a la obtención del título de Ingeniero en Producción Audiovisual, dice que su objetivo es el de mostrar una investigación sobre la metodología para

el libretaje de radio dramas de edu entretenimiento, que fortalezca el trabajo de la radio comunitaria vinculando la participación ciudadana.

Su modelo de investigación fue una metodología cuantitativa que arrojó como resultado que los programas dirigidos a la radio comunitaria permiten que sectores excluidos accedan a la educación y se empoderen de sus derechos.

Así, mediante la creación de productos sonoros en donde se fusione literatura y tecnología, podrían llegar a ser de enorme interés, tanto para sus propios autores como para productores; y de esta manera, la sociedad fusione talentos para la creación de guiones a partir de historias en papel, que requieran del conocimiento de profesionales en otros campos para ser adaptados y que lleguen a la percepción de otros sentidos.

Otra investigación fue la de Pazmiño y Pinta (2006) en su trabajo de grado titulado *Producto comunicacional en radio arte – participación y ciudadanía de los y las jóvenes en Quito*, realizado en la Universidad Politécnica Salesiana, previo a la obtención del título de Licenciado en Comunicación, en especialización de Comunicación para el Desarrollo, mencionan que su objetivo principal es establecer una mirada crítica y analítica de los procesos de participación ciudadana de los y las jóvenes de la ciudad de Quito, a fin de determinar los espacios en donde se ejerce esta colaboración, y con la metodología de investigación cualitativa pudieron arrojar que la comunicación debe ser un catalizador para la construcción de una sociedad más humana, donde los actores se apropien de los escenarios de participación para construir su propio desarrollo.

En base a la conclusión de las autoras, se podría decir que la ciudadanía debería estar inmersa en procesos que involucren la creación de nuevas formas de comunicar mensajes a los demás; es decir, a partir del surgimiento de *podcasts* para promocionar autores contemporáneos ecuatorianos, surgen también nuevos productores y profesionales que colaboren con la generación de innovadoras piezas artísticas mediante el uso de la tecnología.



Para finalizar, el trabajo de titulación de Ibarra (2017), titulado *Transformaciones y persistencias en la comunicación radiofónica: Incidencia del uso de internet y la digitalización en la radio*, realizada en el La Universidad Nacional de la Plata, previo a la obtención del título de Master en Periodismo y Medios de Comunicación, la cual pretende describir el grado del estado actual de la radiofonía en contraste con las reflexiones teóricas existentes y comprender las tendencias que la radio toma en su cruce con las posibilidades que la digitalización e internet proponen.

La metodología utilizada por el autor fue la cualitativa, arrojando como conclusión, que el sonido adquiere otras dimensiones por la incorporación de las aportaciones específicas de Internet. Lo mismo que distintos modelos de radios en los soportes de distribución, así como una renovación del producto sonoro al incorporarse otros elementos multimedia.

De esta manera, el crear piezas de *podcasts*, permiten a la sociedad ecuatoriana evolucionar y estar a la vanguardia de los nuevos modelos de comunicación que hoy en día los jóvenes consumen. Buscar alternativas en las cuales se puedan difundir no solamente literatura, sino cualquier mensaje a través del uso del internet, es lo que hará un factor diferenciador a Ecuador con el resto de Latinoamérica.

## **2.2 Fundamentación Teórica**

### **2.2.1 Origen del *Podcasting***

Para arrancar contando la evolución de la radio, en lo que hoy, se conoce como "la nueva radio o *podcast*" según varios autores, se debe partir de su etimología: *i(Pod) + broad(cast)*, derivados de *pod* del éxito del *iPod* y la palabra inglesa *cast* que significa "difusión"; es decir la difusión de audios a través de reproductores de medios portátiles.

A continuación, Cerezo (2006), expone una amplia explicación de su origen:

El origen del *podcasting* tiene sus raíces en tecnologías ya existentes como los blogs y el formato MP3, que han revolucionado, por separado, la forma de distribuir contenidos en Internet, la industria musical y los medios de comunicación, pero que hasta ese momento no se habían utilizado conjuntamente. (p. 182)

Gracias a la aparición de los teléfonos inteligentes, que permiten escuchar y descargar el material que se desee a toda hora, el podcast se convierte en un medio que posibilita a los productores generar contenidos sin tomar a consideración el visto bueno y la supervisión de grandes cadenas que aprueben o no sus ideas; y además otorga a los consumidores a no regirse a lugares y horarios para escuchar sus programas favoritos fomentado su imaginación.

Además, Cerezo (2006), expone el atractivo de la distribución de contenidos de la siguiente manera: “A pesar de tratarse de una tecnología con un funcionamiento sencillo, [...] el *podcasting* ha supuesto un cambio en la forma de entender la distribución de contenidos audiovisuales y el acceso a los medios por parte de los ciudadanos” (p. 182). Lo que motiva a muchos a convertirse en prosumidores, para la generación activa de contenido, en la cual el limitante no sea simplemente un buró de ejecutivos y la toma de decisiones para controlar las masas; sino que, dejan abierta una gran puerta de opinión y creación para ofrecer a las audiencias un sin número de posibilidades a la hora de elegir, para que cada uno escoja de manera libre lo que quiera escuchar y de esta manera forme nuevas opiniones y criterios.

### **2.2.2 Relación entre radio e Internet**

Con el paso del tiempo, los medios convencionales como radio, televisión y prensa han ido adaptándose al entorno digital para llegar a nuevas generaciones, las cuales son más exigentes en contenidos y en la manera de cómo acceder a ellos. Es así, que la radio no se quede atrás y ha debido evolucionar para no quedarse estancada, tal como lo expone Cerezo (2006):

En artículos periodísticos y diversos estudios se habla frecuentemente del *podcasting* como ‘la radio de Internet’ o ‘la nueva radio’ o ‘la radio del futuro’, incluso algunos autores preconizan la defunción de la radiodifusión tal y como la conocemos hasta ahora. Por otra parte, el *podcasting* ha recibido las aportaciones de las emisoras de radio, las verdaderas expertas en la difusión y creación de contenidos de audio, y se ha enriquecido en el proceso. (p. 187)

Agregando a esto, Cerezo (2006), menciona que existe una estrecha relación entre *podcasting* y hacer radio. La una influye en la otra y viceversa. Así, la influencia del *podcasting* en la radio deriva en:

Abre la posibilidad para las emisoras de almacenar y distribuir programas de radio en Internet mediante un sistema estandarizado y a un coste muy bajo, frente a tecnologías como *streaming*. Ofrece libertad de horarios, permitiendo a sus oyentes escuchar en cualquier momento programas ya emitidos sin las ataduras de la parrilla de programación. Gana nuevos oyentes que no acceden a los programas mediante la emisión de ondas hertzianas pero que se incorporan al *podcast* de la emisora o del programa deseado. Produce un rejuvenecimiento de la audiencia, ya que los más jóvenes según los distintos estudios son más proclives a disponer de reproductores de audio portátil y a escuchar podcasts. Fideliza a los oyentes mediante la suscripción. (p. 187)

Está claro que existe un ganar y ganar para emisoras, *freelancers* creativos y público en general, ya que una de las principales características que ofrecen los *podcasts* es el ahorro de dinero y tiempo en su difusión. Por otro lado, al ser un archivo descargable en *smartphones* o *tablets*, permite al usuario escucharlo las veces que considere oportuno, al realizar cualquier actividad y sin que el contenido pierda utilidad.

### **2.2.3 El Fomento de la lectura a través del Podcasting**

Las posibilidades de que las personas se interesen por la lectura a través de los *podcasts* son grandes. Según Fernández (2010), el *podcasting* o las producciones sonoras sobre literatura lograrían fomentar la lectura y la escucha, para recuperar un oficio que poco a poco quizá esté siendo olvidado, que es el arte de leer.

El *podcasting* es un espacio sonoro colectivo, y un lugar propicio para la experimentación sonora. La literatura ha formado parte de la radio desde sus inicios, los libros son fuente de recursos para el medio, y la oralidad propia del medio radiofónico se puede aprovechar para acercar y hacer comprensible la lectura. El lenguaje radiofónico se alimenta de recursos literarios, musicales, dramáticos y otros elementos que propician una dimensión creativa muy estimulante [...] se están explorando las posibilidades que ofrecen hoy las nuevas tecnologías de a través de Internet, y entre ellas el *podcasting*, para motivar a los estudiantes y al público en general hacia los libros. (p. 1)

Por otro lado, este es un medio que brinda un sinfín de posibilidades para lograr la estimulación cerebral mediante la exposición de varios sonidos que ofrecen sus mezclas. Este no es un espacio en el que el pan de cada día son las entrevistas y un sin número de personas hablando al rededor del micrófono. Al contrario, es un

espacio que posibilita la incorporación de géneros olvidados por muchas radios actualmente, como es el caso de los dramas.

También, Fernández (2010), expone que: “[...] además de los programas informativos y tipo magazín; la literatura se la puede representar a través de un género próximo al drama o al teatro [...] el cual contribuiría a la promoción literaria que se expresan a través de recursos sonoros y dramáticos” (p. 4), lo que capta el interés de lectores que quieran deleitarse y vincularse a otro tipo de lenguaje que desarrolle su imaginación, a través de cada una de las sensaciones que evoca sus relatos. Indudablemente, podría como en el audiovisual generar cierto tipo de curiosidad para comparar las adaptaciones con las obras originales y de esta manera generar audiencias más críticas.

#### **2.2.4 Audiolibros a través del *podcasting***

La palabra es un elemento muy importante al momento de transmitir una idea o pensamiento y los libros están llenos de ellas. Gracias al avance tecnológico más personas, amantes de la literatura, se pueden transportar a lugares inimaginables. En la actualidad, no tener tiempo suficiente ya no es excusa para alejarse del maravilloso mundo de los libros, como lo describe Fernández (2010):

Un audiolibro generalmente es la grabación de los contenidos de un libro leídos en voz alta. Un libro hablado. Es un medio útil cuando la lectura directa no es posible, pero también es un medio de conservación y una manera de disfrutar de la literatura realizando otras actividades desde caminar, conducir o cocinar, a recostarse y descansar con la luz apagada. (p. 5)

A partir de esto, se debe diferenciar qué es lo que se desea escuchar, si audios leídos y locutados fieles a los autores, o si se prefieren adaptaciones literarias con toques sonoros, los cuales aporten a crear imágenes visuales en los cerebros, las cuales puedan también ayudar a personas no videntes a acceder a un tipo de entretenimiento alternativo.

En 2005 se comenzó a hablar también de los *podbooks*: novelas que en vez (o, además) de ser publicadas en papel, son leídas y grabadas en mp3 y emitidas por capítulos en Internet. Es difícil distinguirlos de los audiolibros, excepto porque su grabación y distribución se prevé por entregas. La radionovela parece un género perfecto para el podcast, que facilita su difusión por entregas. También las editoriales comienzan a hacer uso del *podcasting* en este sentido para promocionar autores y novelas "un medio muy

interesante para promocionar nuevos autores" por su facilidad de uso y lo barato de su publicación y difusión. (p. 6)

Lo que expone Fernández en el párrafo anterior en cuanto al interés de las editoriales por hacer uso del *podcast* como medio de promoción, se podría convertir en el nuevo modelo de negocio de muchos sectores, desde los propios escritores, pasando por las editoriales y productores. Muchas de las ideas ya existen plasmadas en los libros, a veces solo hace falta un poco más de iniciativa para generar ideas que puedan ser del interés y gusto de las audiencias.

### **2.2.5 La animación de la lectura a través del *podcasting***

La innovación es uno de los principales desafíos del sector del libro para proponer nuevas estrategias de fomento de lectura para atraer a más lectores. Fernández (2010), expone:

Celaya se hace eco de la inquietud que genera Internet en el sector del libro, sobre todo por la introducción de los nuevos soportes que están cambiando el modo de leer y de acceder a la literatura y anima a los bibliotecarios, editores y librerías a incorporar las nuevas tecnologías en sus planes de fomento de la lectura y la promoción del libro [...] sugiere crear grabaciones sonoras de primeros capítulos y su difusión en redes sociales ya que, a través de estas tecnologías podemos crear espacios de lectura y escritura más cercanos a su manera de comunicarse [de los jóvenes], lo que motivará en el futuro su placer por leer todo tipo de textos en todo tipo de soportes. (p. 12)

Por lo que, habiendo un claro nicho de mercado, es indispensable crear fórmulas para llegar con literatura desde un público infantil, hasta un adulto; otorgando la oportunidad a escritores de exponer y explotar sus creaciones a través del internet, llegando a captar el interés de oyentes internacionales que reconozcan el trabajo de literatos, lo cual, podría dar paso a la realización y creación de audio ficciones.

### **2.2.6 Un audio ficción**

Las formas de comunicar y crear a través del *podcast* son varias, a lo que Gelado (2010) expone que, un audio ficción es una grabación de audio que cuenta una historia de ficción, además genera más cercanía por medio del uso de la voz humana del narrador, lo que estimula la imaginación, gracias a la utilización de recursos sonoros y musicales. Gelado (2010), además clasifica el audio ficción en cuatro diferentes maneras: dramatizaciones en donde intervienen con un guion

predeterminado variedad de actores para interpretar cada uno de los papeles que se requieren en la obra, lecturas dramatizadas la cual no posee un guion, lecturas simples realizadas por una sola persona que pone la voz a todos los personajes y ficción sin guion en donde los participantes cuentan con naturalidad una historia y poseen una especie de instrucciones las cuales no deben olvidarse de mencionar para saber a dónde se dirige la historia. (p. 12)

Por lo que al elegir el tipo de audio ficción que se quiere representar, se debe ser cuidadoso para de esta manera enriquecer el producto sonoro. Cabe mencionar que público existe para todo tipo de representación artística y ninguna es mejor que otra siempre y cuando se refleje calidad técnica y artística al momento de crear el audio ficciones.

### **2.2.7 Producción de un *podcast***

La producción de un *podcast*, no solo implica generar propuestas y transmitir ideas o conocimiento, sino que, además, debe desarrollar aspectos vinculados a la técnica y creatividad del artista, la cual nace del estilo de cada creador, lo que lo convierte en su firma para que el oyente lo reconozca.

De esta manera, el guion y el audio son dos aspectos fundamentales a la hora de poner en marcha el producto sonoro; Nuez (2010), se refiere a la elaboración del guion con las siguientes palabras: “[...] No estimamos que tenga que ser muy elaborado pero sí deben de constar el texto, las intervenciones, los tiempos, la música y los efectos que queremos añadir” (p.102); tener claro este orden ayuda al productor a tener una idea de pasos a la hora de editar todos los recursos del lenguaje radiofónico, y que al momento de realizar el montaje todo sea más claro.

Por supuesto, dependiendo de la temática del *podcast*, se lo puede elaborar individualmente o con un mínimo equipo de producción. De la misma manera es importante pensar en los aspectos técnicos, pero sin que se conviertan en un limitante a la hora de dar rienda suelta a la creatividad. Como lo expone Gelado (2010):

En el aspecto técnico, [...] un ordenador, un micro y un lugar tranquilo y silencioso donde grabar. Esto como mínimo, que luego verás tú si te compras micrófonos o una consola para trabajar mejor. Mi consejo es que comiences con estos elementos hasta que eches a andar tu proyecto: siempre habrá momento para mejorar. [...] que la falta de recursos no te frene. Respecto al software, necesitas un editor de audio. Hay muchos gratuitos disponibles en la red. Uno de los mejores es Audacity. Con él, puedes realizar todo lo necesario para hacer desde una dramatización a una lectura simple o una improvisación. (p. 14)

Además, Gelado (2010) recomienda que para cualquier tipo de audio ficción que se desee realizar, es indispensable tomarse el tiempo adecuado para la búsqueda de música y efectos sonoros, ya que son elementos valiosos que harán que el producto gane la calidad esperada. Los componentes acústicos de los *podcasts* son la voz, los efectos sonoros, la música o los silencios. Cerezo (2010), agrega a esto, poner especial atención a la nitidez del audio respecto a la voz del locutor; de tal manera que se debe cuidar la técnica vocal practicando la lectura antes de la grabación, en lugares exentos de ruido para lograr la mejor calidad posible.

Por otra parte, “La edición de un audio siempre es la parte más pesada: al principio parece que no, pero después se hace patente que es así” (Gelado, 2010, p. 14), de tal forma, que concentrarse en la etapa de la edición es al parecer uno de los aspectos más largos, en el que se implementarán cambios hasta llegar a obtener los resultados que el director imaginó para posteriormente subirlo a las plataformas de *podcasts*. Por lo que, el producto puede quizá ser un tanto laborioso, pero a la vez divertido ya que se puede experimentar de muchas maneras.

### **2.2.8 Monetización de un *podcast***

Las posibilidades de monetizar un *podcast* son varias. Según Riaño (2016), existen dos tipos de muros de pago: el rígido y el plano. En el primero hay que pagar una suscripción para acceder al contenido, es decir, quien no pague, no podrá acceder al material. Y, en la segunda modalidad, se ofrecen las formas de pago que permiten entrar antes a un nivel gratuito en el que se puede acceder solo a una parte del contenido con un límite mensual o semanal para acceder a un número específico de episodios, unos gratis y otros para suscriptores de pago.

Por ejemplo, empresas como *Podbean* y *Acast* ofrecen la posibilidad de que un *podcaster* publique episodios que sólo podrán ser escuchados si el usuario paga por ellos, un modelo quizá no muy interesante para algunos, pero si la calidad del podcast merece, valdría la pena pagar por él. Una modalidad más, podría ser la plataforma *Patreon*, que permite publicar episodios que quedan exclusivamente disponibles para quienes hagan donaciones o patrocinios periódicos al creador del contenido, lo que hace que innovador la manera de acceder a él.

Además, plataformas de alojamiento como *iVoox*, *iTunes*, o *Spreaker* que ofrece la posibilidad de hacer campañas de los contenidos en Facebook, siempre y cuando se hayan suscrito a planes de pago. Mientras más alto sea el valor por pagar, mayor será la exposición de los productos sonoros a las comunidades, logrando posicionarse entre los más escuchados y recomendados. Ellas actualmente, son las plataformas más usadas por los *podcasts* para difundir su contenido y ver la acogida que tiene por parte de la audiencia según territorio.

Es importante mencionar que para que los *podcasts* se conviertan en un verdadero negocio Riaño (2016) recomienda que, de acuerdo con la inversión monetaria y aspiración, una buena estrategia para la difusión del *podcast* en el ámbito profesional debe combinar: convenios con Apple, plataformas de podcasts y portales de internet, listas de correo e-mail masivos, campañas en Twitter y otras redes de influenciadores, e incluso publicidad convencional a través de la televisión, prensa o radio. A más de esto, se debe pensar en la idea de ser constante en la generación de contenido frecuentemente para fidelizar las audiencias.

### **2.2.9 Maneras de escuchar un audio**

Actualmente, escuchar reportajes, radionovelas, noticias, etc. ya no solo es una función de la radio. Por lo que, Nuez (2010), propone dos procedimientos para escuchar las piezas de audio: uno implica su descarga en un reproductor portátil de MP3 o un CD para su posterior audición, y la otra forma se refiere a su escucha directa desde la página web, blog o plataforma, pero en un reproductor incrustado, lo que se denomina *streaming*, con el inconveniente de que se esté



conectado a una red para ser escuchado. Convirtiéndolas en dos maneras de hacer de los *podcasts*, un producto interesante para la juventud por el uso didáctico que presentan, ahora el contenido sonoro está al alcance de muchos, por el uso de aparatos electrónicos que permiten acercarse a ellos de una manera fácil, rápida y sencilla.

#### **2.2.10 Perspectivas de Futuro y Previsiones**

La realización de *podcasts*, sin duda alguna no es solo interesante para los receptores; sino, además, es atractiva para los profesionales audiovisuales que pueden volcar su interés a la producción de ficciones con énfasis en el sonido. Cerezo (2006), manifiesta que “esta tendencia se está asentando y tiende hacia la profesionalización, la variedad en los contenidos y la madurez” (p. 188). Lo cual, es una puerta abierta para que creativos expongan ideas en lienzos de audio, generando una oferta grande y sin límites al momento de exponer sus trabajos artísticos, ya que la exploración es amplia.

Además, Fernández (2010), expone que el futuro de los programas de cultura puede estar en manos de los *podcasteros*. La oferta programática del *podcasting* es amplia, desarrollando una línea nueva de contenidos, propicios para su experimentación. Por otro lado, dice que:

La capacidad de Internet y la tecnología *podcast* para segmentar públicos, temas, géneros y formatos facilita la creación de una programación más especializada en la que los contenidos culturales y artísticos. La profundización en la realización de las piezas sonoras debe traspasar una simple continuación analógica y volcarse a generar nuevas formas de expresión y relato. (p. 7)

Es importante resaltar la segmentación de públicos, porque cada vez ellos son más exigentes y selectivos respecto al contenido que consumen. Esto genera un reto para la generación de ideas más creativas que cumplan con satisfacer el interés de cada rango de edad.

#### **2.2.11 Difusión y Recepción de la Literatura Nacional**

En los años setenta, la difusión del libro ecuatoriano tuvo un notable crecimiento, lo que permitió ventas masivas de libros nacionales en las bibliotecas populares

para los estratos medios de la sociedad; por otro lado, en los años ochenta y noventa existió un trabajo interesante por parte de los periódicos de aquella época, en donde se editaron suplementos culturales con buen porcentaje de escritos literarios, como: *La Liebre Ilustrada* (Edit. El Conejo, Diario El Comercio, Quito), *Matapalo* (Diario El Telégrafo, Guayaquil), *Catedral Salvaje* (Diario El Mercurio, Cuenca), entre otros. (Vanegas, 2005)

Además, gran parte de la literatura nacional ha sido producida por la Casa de la Cultura Ecuatoriana, El Banco Central del Ecuador a través de su centro de Investigación y Cultura, Universidades y editoriales privadas nacionales como *Libre Mundi*, *Abya – Yala*, *El Conejo*, entre otras, en donde la mayor parte de la creación se enfoca en la narrativa y la poesía.

Actualmente, si bien existen ferias de libros y eventos culturales, una de las mayores problemáticas a las que se enfrenta la difusión de la literatura nacional es el exceso del precio de las obras, lo cual hace un poco difícil distribuir y comercializar los libros; además a pesar de lo pequeño que es el país, las personas desconocen las obras de autores contemporáneos. De esta manera, se puede palpar que los espacios para promocionar sus obras se centran netamente a los editoriales, y la radio y la televisión muy poca labor hacen por difundir y promocionar la literatura nacional y sus actuales exponentes.

### **2.2.12 Leyendas**

La narración de la leyenda es sin duda alguna, una de las maneras más imaginativas de contar historias, ya que traspasa barreras expresivas, como lo define Morote (1990):

[...]la leyenda participa de características y personajes del mito, del cuento, del romance, de la fábula, etc. Es, en parte, histórica, pero también es explicativa de algunos accidentes y lugares geográficos; en ella tienen cabida los problemas y las preocupaciones del hombre de todos los tiempos, [...] Con la leyenda nos introducimos en los dominios de una historia, que, si a veces, puede estar anclada en lo real, otras se escapan de la realidad y nos introduce en lo maravilloso, lo fantástico, lo extraordinario, lo paranormal. (p.391)

Es por esta razón que se escogió al libro *¡Hasta cuándo, Profe Almeida! - Antilegendas de Quito* como la pieza fundamental para realizar la adaptación a

*podcast*; ya que permitirá al director no limitar su creación en la mezcla e intervención de recursos técnicos y artísticos, que den un toque jocosos y hasta un poco absurdo a la obra.

### **2.2.13 Biografía Alejandro Ribadeneira**

Las obras del escritor chileno-ecuatoriano Alejandro Ribadeneira recopilan características interesantes de la ciudad de Quito, vistas desde el humor y la sátira, llenos de modismos quiteños que otorgan al lector la posibilidad de imaginar un personaje de la sierra, especialmente por el lenguaje que usa; colocándose en observador de lo que es la cultura quiteña, representando mediante sus palabras historias que sacan sonrisas hasta al público más joven.

Alejandro Ribadeneira nació en Santiago de Chile en 1973. De padre ecuatoriano y madre chilena, se convirtió en narrador, periodista y editor. Sus primeros libros fueron: *El Obituario de los Vivos* (poesía 1995), y *The Mugre Music Band* (cuentos, 2000). Bajo el sello de la editorial Eskeletra ha publicado sus obras más difundidas y reconocidas: *El Buitre soy yo* (cuentos 2004), *Las traigo muertas* (cuentos 2005), *Chulla vida* (cuentos 2007), *La frutilla mecánica* (novela 2010), *La máscara del padre* (2011), *Hasta cuándo, profe Almeida*, *Antileyendas de Quito* (Antileyendas 2014), y una novela ambientada en el golpe de Estado de Chile de 1973, que cuenta la historia de sus padres, que eran periodistas en el diario de Allende. Desde el 2007, es coeditor de la columna deportiva en Diario el Comercio.

### **2.2.14 Sinópsis Libro: Hasta cuándo profe Almeida - Antileyendas de Quito**

Para tener una idea más clara de lo que trata el libro que se elige para la elaboración de *podcasts* para el presente trabajo de titulación, es importante mencionar de qué trata el libro desde los pensamientos del propio autor:

Cantuña es un arquitecto que siempre entrega tarde sus obras. La Bella Aurora es una activista antitaurina. El Profe Almeida está encargado de la Inspección de un Colegio... Así es: las queridas Leyendas de Quito son el telón de fondo de este libro de Alejandro Ribadeneira, uno de los narradores que mejor ha logrado reflejar al quiteño contemporáneo, sus vaivenes, y sus contradicciones. Por eso era inevitable que en algún momento enfocara su aguda mirada, su humor transversal y su descripción irónica en aquellas historias que forman parte de la identidad de la capital del Ecuador. Fiel a su

estilo que tanto éxito ha tenido en los jóvenes lectores, toma los personajes que todos conocemos y los vuelve actuales y universales en un puñado de cuentos interconectados, cuyos inquietantes finales cumplen la función primordial de las viejas leyendas: esbozar la condición humana. (p.152)

La Antileyenda escogida titulada *El Repartidor*, es apenas un abre bocas que ofrece el escritor a sus fieles lectores. **(Ver anexo 4).**

### **2.2.15 Definición de adaptación**

Cabe mencionar que, no es lo mismo ser el escritor o creador de las historias del libro, a tomar el papel de guionista o adaptador; ya que ésta, será la persona encargada de elegir, ordenar y eliminar partes irrelevantes de la obra que escogió. Él se encargará de un proceso de reelaboración de la trama, y por ende modificará ciertas partes de la historia para ser llevada a un lenguaje sonoro.

José Luis Sánchez Noriega (2000), define la adaptación como:

Podemos definir como adaptación el proceso por el que un relato, la narración de una historia, expresado en forma de texto literario, deviene, mediante sucesivas transformaciones en la estructura, en el contenido narrativo y en la puesta de imágenes, en otro relato muy similar expresado en forma de texto fílmico. (p. 47)

Las adaptaciones, pueden además guardar relación con la extracción de varias escenas icónicas de películas, las cuales quizá hayan sido tomadas como referencia y puedan ser incorporados en el relato de la adaptación para generar en el oyente un apego a ciertos clásicos del cine.

## CAPÍTULO III

### METODOLOGÍA EMPLEADA

Este capítulo presenta un conjunto de procedimientos que sirvieron para la consecución de cada uno de los objetivos específicos que se persiguieron durante toda la investigación de adaptación sonora para *podcast*, y que por ende desencadenaron en el logro del objetivo general. Por lo que, se enfocó en recabar información de los procesos investigativos de tipo cualitativo y se plantearon, además, una serie de pasos a seguir para obtener una óptima adaptación sonora; todo esto valiéndose de técnicas e instrumentos que aporten para sustentar el estudio.

#### **3.1 Paradigma de Investigación: Interpretativo**

El primer paso a seguir en la metodología fue ubicar el problema de estudio en un paradigma, sea este positivista, interpretativo o crítico, para afrontar con éxito la investigación en el campo social. Kuhn (1970), define un paradigma, como “una constelación completa de creencias, valores, técnicas, etc. compartida por los miembros de una comunidad determinada” (p.3), de tal manera que ella se convierte en una vía de percepción y comprensión del mundo para construir nuevas realidades.

Entonces, el paradigma que más se apegó a esta investigación fue el Interpretativo, ya que Pérez (1994), menciona que el interés principal es comprender e interpretar la realidad a través de hechos observables externos, por medio de una interacción con los demás dentro de un contexto determinado; y en este caso, se hará especial énfasis en entender los testimonios que arrojen cada uno de los informantes; es decir, el productor sonoro, el escritor del libro y el dramaturgo para conocer en qué consiste según sus experiencias y criterios realizar adaptaciones en los diferentes campos, como el radiofónico, teatral y literario para de esta manera construir una generalidad de lo que lo que implica en sí el proceso de adaptación para llevarlos a distintos lenguajes.

### **3.2 Enfoque de la investigación: Cualitativo**

El carácter cualitativo, es aquel que caracteriza al paradigma interpretativo, ya que busca profundizar en la investigación, como menciona Hernández, Fernández y Baptista (2014), “Las investigaciones cualitativas se basan más en una lógica y proceso inductivo (explorar y describir, y luego generar perspectivas teóricas). Van de lo particular a lo general” (p. 8); con lo que este enfoque permitió al investigador generar nuevas teorías en base de la averiguación y posterior descripción de los testimonios de los informantes acerca de los parámetros técnicos y artísticos que deben cumplir para realizar una adaptación.

Además, este enfoque jamás termina, ya que el investigador tiene la oportunidad de volver al campo a extraer más datos que ayuden a sustentar la investigación, en caso de que lo requiriese. Agregando a esto, Hernández, Fernández y Baptista (2014), menciona en su libro que, de acuerdo con Creswell y Neuman, las actividades de todo investigador que desee enfocar su estudio al plano cualitativo se resumirán en las siguientes actividades:

Adquirir un punto de vista interno respecto al fenómeno, pero a la vez, mantener una distancia analítica como observador externo. Utilizar diversas técnicas de investigación y habilidades sociales para la situación y desarrollar empatía con los objetos de estudio. Generar descripciones detalladas para extraer el detalle de los datos. Observar los procesos sin interrumpir, o alterar mediante un punto de vista externo, sino tal y como perciben los individuos o grupos de estudio. Será capaz de manejar las incertidumbres, paradojas o dilemas éticos que puedan generarse. (p.9)

Respecto a esto, el investigador estuvo en la constante búsqueda de nuevas formas de confrontar a los entrevistados para satisfacer su curiosidad ante el tema de las adaptaciones, fue él quien a veces preguntaba algo similar pero de maneras distintas para que sus posteriores interpretaciones enriquecieran el estudio y aportasen a que se generen descripciones más detalladas de cada una de las subcategorías en las que se basa la presente investigación.

### **3.3 Diseño de la Investigación Cualitativa: Estudio de Casos**

Por otro lado, una estrategia del diseño de investigación cualitativa es el estudio de casos, a lo que Rodríguez (1996), menciona que:

Un estudio de casos puede ser analizado desde una persona, pasando por una organización, hasta un acontecimiento en particular, el cual se centra en una situación, suceso, programa o fenómeno concreto, lo que lo convierte en un método útil para el análisis de temas cotidianos, caracterizado por ser "particularista, descriptivo, heurístico e inductivo". (p.92)

Rodríguez (1996), hace referencia a Yin, cuando el criterio de clasificación de los estudios de caso depende del número de unidades de análisis (simple o múltiple) y del criterio del objetivo de estudio (explorar, describir, explicar, transformar, evaluar) (p. 94); por lo que el presente trabajo de investigación se situó en poseer un diseño de caso múltiple de tipo descriptivo, ya se toman a consideración dos unidades de análisis; es decir la artística y la técnica, para comprender su particularidad y relacionarlas como un todo en el proceso que conlleva realizar una adaptación.

### **3.4 Informantes de la investigación**

Por otro lado, los informantes que aportaron con sus testimonios para el desarrollo del presente estudio fueron un productor radiofónico, un dramaturgo y un escritor, quienes nutrieron la investigación en base a cada una de las experiencias propias que han tenido referente al campo de las adaptaciones para radio, teatro y literatura respectivamente.

Los tres profesionales fueron personas vinculadas estrechamente a las adaptaciones literarias; es decir Alejandro Ribadeneira, quien es el escritor del libro *Hasta cuándo profe Almeida, antileyendas de Quito*, ejerce también la profesión de periodista desde los diecinueve años. En el año 2000 ingresó a trabajar en el grupo El Comercio, en la sección de páginas web, y desde el año 2005 dirige el equipo de deportes y cultura. Escribe profesionalmente desde el 2004 con un plan más formal de mantener reuniones con editores, calendarios y entregas. Siempre supo que quería escribir, y ha tenido experiencia en la realización de adaptaciones literarias sin perder la esencia de estas. En segundo lugar, se conoció el testimonio del dramaturgo Fredi Zamora, quien ha estado involucrado en la dirección dramática desde muy temprana edad, parte de su formación radica en conocer el material literario, desde su análisis hasta el estudio creativo de personajes e historias con el objetivo de reinventarlas.

Y finalmente, pero no menos importante, las recomendaciones de Gonzalo Garófalo, un profesional de la industria radiofónica fueron muy importantes por su amplia experiencia en la producción de radionovelas, radio teatros, cuentos, charlas ilustradas, reportajes, noticias, grabación de música y en todo lo referente al campo sonoro.

### **3.5 Técnica e instrumento de Recolección de datos**

La técnica usada para emplear la consecución del segundo objetivo específico fue la entrevista cualitativa, que se define como: “Más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa, es una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p. 403). La utilización de esta técnica permitió que a través de preguntas y respuestas construir una base teórica que sirva de reflexión a futuros estudiosos del tema, como lo manifiesta Hernández, Fernández y Baptista (2014).

Una entrevista semiestructurada podrá servir como una guía de asuntos o interrogantes, con las que el entrevistador pueda tener la libertad de introducir nuevas preguntas que aclaren algún concepto que no está entendido aún. (p.403) **(Ver Anexo 1)**

Por otro lado, el instrumento de recolección de datos que se empleó fue un guion de entrevista el cual permitió desarrollar un orden con respecto a las principales preguntas que se fueron planificado realizar a cada uno de los sujetos de estudio. Hernández, Fernández y Baptista (2014), aclara que “La recolección de datos ocurre en los ambientes naturales y cotidianos de los participantes o unidades de análisis. En el caso de seres humanos, en su vida diaria: cómo hablan, en qué creen, qué sienten, cómo piensan, cómo interactúan, etcétera” (p. 397), esto vistió a la investigación con un carácter más realista, en la que los sujetos proporcionaron información más honesta de su entorno; lo que ayudó al investigador a descubrir siempre maneras inclusivas para descubrir diversos puntos de vista al momento de interactuar con ellos.



### **3.5 Sistematización de la información: codificación, categorías y subcategorías**

Al ser esta una investigación de tipo inductivo, anticiparse a realizar un sistema de categorías, permitió al investigador construir una serie de preguntas que sirvieron para fundamentar y edificar el objetivo general. Estas categorías trataron de plantear más claramente la visión o puntos de vista de las unidades de análisis acerca de un proceso en concreto, e indicaron la dirección que se debe seguir para la consecución del objeto de estudio.

En la presente investigación, existieron dos categorías claras: una fue la artística y otra la técnica, las cuales se referían a una serie de aspectos que se deben tomar en cuenta para realizar la adaptación sonora de la antileyenda *El Repartidor*; es decir bajo este paraguas se desprendieron un sin número de subcategorías referentes a cada una de las categorías antes mencionadas.

Por lo que, en el aspecto artístico se tomó a consideración conocer más acerca del proceso de realización de una adaptación literaria, la estructura del guion y los diálogos, la elección actoral, la construcción de escenarios, la planificación de efectos de sonido; y el campo técnico se refirió a cómo es la dirección, el montaje, los efectos sonoros, la música, los silencios, los planos de voz y equipo técnico que se requiere, todo esto en pro de enriquecer la producción de la adaptación de la antileyenda.

Prosiguiendo, en primer lugar se elaboró la transcripción de entrevista, paso indispensable para avanzar con la investigación; a lo que Hernández, Fernández y Baptista (2014) lo define como: “Registro escrito de una entrevista, sesión grupal, narración, anotación y otros elementos similares. Refleja el lenguaje verbal, no verbal y contextual de los datos” (p. 424); es decir, que fue importante agregar a este proceso todos los detalles expuestos en cada una de las ellas.

Posterior a esto, cada uno de las unidades de análisis fue descrita con un código que refería a las iniciales de los nombres de los entrevistados, y la información proporcionada fue clasificada según las categorías, agrupándolas por colores en

las subcategorías que más se apegaban a la descripción de sus relatos, como lo hace referencia Hernández, Fernández y Baptista (2014), “Identificar experiencias o conceptos en segmentos de los datos (unidades), tomar decisiones acerca de qué piezas embonan entre sí para ser categorizadas, codificadas, clasificadas y agrupadas para conformar los patrones que serán empleados con el fin de interpretar los datos” (p.427), lo cual sirvió para recolectar de una manera más ordenada los aspectos más representativos que sustentan el estudio.

Contemplado esto, el siguiente paso fue elaborar la triangulación de informantes, en la que Rodríguez (1996), explica que consiste en: “conocer y contrastar múltiples y variados puntos de vista [...] para aproximarse a un entendimiento profundo de la realidad [...]; es decir, un primer nivel denominado informantes y un segundo nivel llamado contrastación de los puntos de vista del mismo grupo de informantes” (p. 310). En el caso del presente estudio, se compararon las diferentes versiones y puntos de vista del escritor ecuatoriano Alejandro Ribadeneira, del Dramaturgo y actor Fredi Zamora y del profesional radiofónico Gonzalo Garófalo para conocer los aspectos técnicos y artísticos que deben ser tomados a consideración para realizar la adaptación sonora, quienes en el capítulo IV de resultados, serán identificados con su nombre y apellido, seguido de la fecha en la que se realizó la entrevista y las citas textuales de sus testimonios para una mejor identificación de los sujetos de estudio.

### **3.6 Propuesta artística del Proyecto**

En este apartado se describen los aspectos que se tomarán a consideración a la hora de poner en ejecución la producción del proyecto de adaptación sonora de la antileyenda *El Repartidor*.

La realización del *podcast* piloto del libro *¡Hasta cuándo, profe Almeida! – Antileyendas de Quito*, estará dirigido especialmente a un *target* de 12 a 17 años de edad aproximadamente; ya que se considera que la trama, así como la forma de adaptar la historia sería especialmente del interés de este grupo, sin exceptuar a gente adulta, a quien le interese incursionar también en la escucha de un género sonoro de comedia.

Para comenzar con el proceso de adaptación ficcionada sonora a través de un *podcast*, primero se debe partir de la raíz, es decir, la radio. Según Kaplún (1999) existen dos géneros para agrupar los programas radiales: los musicales y los hablados; y que dentro de los hablados se podría subdividir en tres formas:

- Forma de Monólogo: consiste en la charla radiofónica individual, ofrecen menos dificultades de producción y son los más monótonos y limitados.
- Forma de Diálogo: intervienen dos o más voces, se incluye la entrevista, mesa redonda, radio periódico, reportaje, etc. Su producción es más compleja, pero son más atractivos por la variedad de personas que interactúan.
- Forma de Dramatizados o Radio dramas: utiliza variedad de voces, pero poseen características propias que son atrayentes, con el fin de desarrollar una historia, anécdota o situación concreta encarnados por actores. (p.155)

Entonces, para la creación del *podcast*, será necesario adentrarse en el desarrollo de los dramatizados, los cuales brinden a la antileyenda la oportunidad de ser representada a través de actores que transporten a los escuchas al relato de la historia.

Además, Prado (1985), sostiene la importancia de 4 componentes fundamentales a la hora de comunicar:

1. La voz o el Lenguaje de las Personas
2. La música o el Lenguaje de las sensaciones
3. Los efectos sonoros o el Lenguaje de las cosas
4. El silencio

Así, el entrelazar esos cuatro elementos fueron de suma importancia al momento de construir la pieza sonora; ya que, enriquecerán el desarrollo de la historia con las intenciones adecuadas de cada uno de los actores, la música aportará como herramienta de ambientación para determinadas escenas, los efectos sonoros contribuirán con importancia expresiva, creando ambientes y emociones, y dando fluidez a la narración, y finalmente los silencios para crear un ambiente inquietante o anticipador de algo que va a ocurrir, así como también para crear contrastes rítmicos o estados de ánimo.

El Profesor Almand Balsebre (1994) define el lenguaje radiofónico de la siguiente manera:

Un conjunto de formas sonoras y no sonoras, representadas por el lenguaje verbal, el lenguaje musical, los efectos sonoros, y el silencio, cuya justificación viene determinada por el conjunto de recursos técnico-expresivos de la reproducción sonora y el conjunto de factores que caracterizan el proceso de percepción sonora e imaginativo-visual de los radioyentes. (p. 27)

Es así que, la incorporación de todos esos elementos hace que el oyente desarrolle su imaginación, y pueda formar parte del relato. La utilización adecuada de todos ellos estimula los sentidos y emociones de los radioescuchas.

### **3.6.1 Sinópsis: El Repartidor (Inspirado en el Cucurucho de San Agustín)**

Para la realización de la adaptación sonora, se escogió la segunda antileyenda titulada 'El Repartidor' del libro *¡Hasta cuándo, Profe Almeida! – Antileyendas de Quito*, inspirado en la Leyenda del Cucurucho de San Agustín.

La antileyenda trata de:

Los dueños de la Franquicia de San Agustín han despedido al gerente del local porque no cumplió con las metas de las ventas; y este se convierte en el momento perfecto para ver quién de los dos repartidores de pizzas (Byron o El Tripas) puede lograr obtener ese ascenso entregando en una jornada el mayor número de pizzas, pero todo se complica cuando surgen inconvenientes y malos entendidos con respecto a las direcciones de entrega, hasta terminar en los golpes, y ver quien logra obtener el ascenso a gerente en el intento. **(Ver Anexo 4)**

### **3.6.2 Caracterización de personajes**

Para la caracterización de los personajes principales que intervienen en la adaptación, se planteó desarrollarlos a partir de la creación de personajes tipo. De acuerdo con José María Parramón y Jesús Blasco (1980), ellos definen los "personajes tipo" como:

Un modelo humano o animado que reúne un conjunto de rasgos físicos, psicológicos y morales prefijados y reconocidos por los lectores o el público espectador como peculiares de una función o papel ya conformado por la tradición. Los personajes tipo son

instantáneamente reconocibles por los miembros de una cultura dada, [...] y dependen fuertemente, por lo tanto, de tipos o estereotipos culturales para su personalidad, forma de hablar, y otras características. Debido a ello, un recurso frecuente de comedia y parodia es el exagerar muchísimo los rasgos habituales de los personajes tipo. (p. 41)

A partir de esto, se mencionarán a continuación las características de los cinco personajes principales y secundarios de los 18 que intervendrán en la adaptación sonora de la antileyenda *El Repartidor*.

### **Personaje Principal:**

#### **Pizzero Byron:**

Es el protagonista de la serie, un chico de 35 años, pacífico e inteligente, pero carente de autoestima, habilidad social y tacto. Su mente brillante le impide identificarse con la mayoría de la gente. Logró cursar 3 semestres de Economía en la Universidad Central, porque creía que culminar la universidad era solo para tontos que no hacen más que socializar y gastar el dinero. Después de trabajar por tantos 2 años en la pizzería El Cucurucho de San Agustín, está buscando una oportunidad de ascenso en su empleo para de ese modo escribir un logro importante en su hoja de vida y conquistar el corazón de la Yoly. La mayoría del tiempo se queja y siente que nadie lo comprende.

### **Personajes Secundarios:**

#### **Ingeniero Castillo:**

Nacido en medio de la pobreza en la ciudad de Quito, fue criado en el barrio la Bota por su adorable madre, la señora Suárez. Desde la infancia manifestó sus intereses profundos por el dinero y el capitalismo, y sus sueños se vieron consumados cuando creó la pizzería El Cucurucho de San Agustín, lo que le ha permitido formar un negocio estable con empleados leales y un buen patrimonio. Tacaño de nacimiento y de oficio, el Ingeniero Castillo es caracterizado por su gran amor hacia todo lo que brille o tenga un valor monetario, es conocido por ser un tipo duro y escéptico, aunque bastante seductor y de encantos físicos. Es muy estricto y siempre exigente con sus empleados para conservar el prestigio de su negocio.

### **La Yoli:**

Tiene 28 años. A penas terminó el colegio decidió independizarse y trabajar en papelerías y call centers. Hace 3 años lleva trabajando para el Ingeniero Castillo recibiendo los pedidos de pizzas. Es hueca, coqueta, engreída, descuidada y un tanto perezosa. Cree estar un nivel por encima de los pizzeros, lo cual la hace comportarse como la fruta prohibida ante ellos.

### **El Tripas:**

Es un chico de aproximadamente 32 años. Ha trabajado 6 años en la pizzería y cursó 3 semestres en la Escuela de Administración del Instituto Serranía, por lo que cree al fin ser el mejor candidato para merecer un ascenso en El Cucurucho de San Agustín. Es un chico de calle, bastante vanidoso y mujeriego; también envidioso, algo curioso y le gusta buscar pelea.

### **Señor Gruñón:**

Es un cliente de 45 años, quien tiene 2 hijos, una niña de 10 años y un niño de 11 años. Es alto y corpulento, tiene poca paciencia cuando la gente es ineficiente, por lo que todo trata de solucionar con los golpes.

### **Extras:**

Señora 50 años

Cliente 50 años

Mamá 35 años

Papá 40 años

Vecina sexy 28 años

Carmelo 30 años

Una niña 10 años

Un niño 11 años

Esposa 40 años

Vecino anciano 80 años

Vecino locutor 30 años

Vecino a favor de Gruñón 40 años

Paramédico 35 años

### **3.6.3 Guion Literario**

A partir de la lectura de la antileyenda original se procedió a realizar varias versiones o tratamientos de lo que sería un guion literario. **(Ver Anexo 2)**

Para llevar a cabo la elaboración de este, se debió tomar a consideración que el guion es la base fundamental del relato; es decir, cuenta la historia, y dibuja en el oyente cierto tipo de imágenes mentales, con lo cual hace trabajar su imaginación.

Además, se debió realizar una reacomodación en cada una de las situaciones, adaptándolas a escenas con cierto tipo de características sonoras, confiriendo personalidad a los actores de acuerdo con cada situación en la que se encuentran, es decir a las situaciones y lugares donde se va desarrollando la historia.

### **3.6.4 Guion Técnico**

Como su nombre lo indica, es considerado un nexo con el equipo técnico que intervendrá en la producción de este, y que servirá de intermediario en el proceso de creación para que el director del *podcast* e ingeniero de sonido tengan un panorama más claro de lo que se pretende en cuanto a la incorporación de efectos especiales, música y silencios se refiere, ya al momento de la post producción. **(Ver Anexo 3)**

### **3.6.5 Realización Técnica a la hora de grabar el podcast**

Para obtener la calidad sonora deseada en la elaboración del *podcast* se deben necesariamente tomar en cuenta ciertos aspectos técnicos que harán del producto obtener los resultados esperados.

Dentro de la cabina de sonido, la cual posea una buena acústica, será importante contar con el uso de micrófonos dinámicos, ya que son los más usados en las actuaciones en vivo añadiendo colores únicos a la voz.

Además, la direccionalidad del micrófono a emplear es imprescindible de acuerdo con lo que se quiera lograr.

**Cardioide:** Un micrófono cardioide tiene la máxima sensibilidad en su parte frontal y la mínima en la trasera, esto le ofrece un total aislamiento contra el sonido de ambiente no deseado; entonces, es perfecto para captar los parlamentos del protagonista.

**Figura 8:** Capta el sonido procedente de delante y de atrás del micrófono, pero no el de los laterales, tiene un ángulo de 90°, y se lo empleará cuando dos personajes se enfrenten.

**Omni:** Servirá para captar el sonido a 360°, independientemente de la dirección desde donde lleguen y posibilitará situar a varias personas alrededor de un solo micrófono; lo que servirá para las actuaciones de los extras al momento de generar sonido ambiente.

### 3.6.6 Diseño Sonoro

El diseño sonoro que se desea obtener, parte de la construcción de:

**Sonidos diegéticos:** Los cuales se hallen dentro del espacio fílmico como lluvia o viento, etc.

**Sonido diegético subjetivo:** Corresponderán a lo que imaginan y oyen interiormente los personajes, como es el caso de los soliloquios del protagonista, es decir, cuando se habla a sí mismo a través de su mente.

**Sonidos extradiegéticos:** No concernientes a la historia como la música en ciertas ocasiones.

**Voz en primer plano:** Se refiere a la distancia personal, la comunicación corriente entre dos amigos que conversan.



**Voz en segundo plano:** Son las distancias sociales, las que se dan en una reunión familiar o las que marcan relaciones de subordinación.

**Voz en tercer plano:** Son las distancias públicas: discursos, sermones, mítines.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

En este capítulo se presentan dos partes: una, enfocada a los resultados obtenidos del análisis de los testimonios en las entrevistas respecto a las categorías técnicas y artísticas, además de varias subcategorías tomadas a consideración para el estudio, y la segunda acerca de los resultados del proceso de producción del programa de *podcast* piloto de la antileyenda “El Repartidor”

Mediante el análisis de las declaraciones obtenidas desde el conocimiento y experiencia de los expertos vinculados a la producción artística y técnica de adaptaciones, se espera que la adaptación sonora para plataformas de *podcast* de la antileyenda “El Repartidor” del libro *¡Hasta cuándo profe Almeida! - Antileyendas de Quito* del escritor ecuatoriano Alejandro Ribadeneira, responda cada una de las preguntas que se hicieron respecto a los objetivos específicos planteados anteriormente. Todo esto, para esclarecer si se cumplieron o no, en su totalidad con respecto al objetivo general, el cual hacía referencia a elaborar la adaptación sonora de la antileyenda “El Repartidor” del libro *¡Hasta cuándo profe Almeida! -Antileyendas de Quito* del escritor ecuatoriano, Alejandro Ribadeneira como programa piloto para plataformas de *podcasts*.

Al ser la producción de *podcasts* un tema amplio y aún poco investigado o explorado en el país, se ha tomado a consideración dos aspectos fundamentales a la hora de elaborar piezas sonoras; es decir el aspecto artístico y el técnico, a los cuales se los nombrarán como categorías, de las que se derivaron diferentes tipos de subcategorías de acuerdo a características propias de cada uno de los conceptos para lograr un estudio más profundo a partir del proceso de triangulación entre las unidades de análisis, para su posterior contraste de información. Las opiniones que se exponen a continuación corresponden a las unidades de análisis; es decir, tres profesionales que tienen en común la realización de adaptaciones, Gonzalo Garófalo en el campo radiofónico, Fredi Zamora en el aspecto teatral y Alejandro Ribadeneira en relación a la literatura.

## **4.1 Resultados de las entrevistas**

### **4.1.1 Aspectos artísticos**

#### **4.1.1.1 Adaptación Literaria**

Ribadeneira (comunicación personal, miércoles 1 de mayo de 2019), explica en primer lugar que el término antileyenda, lo creó él mismo como una especie de dar la contra a la leyenda original. Lo define como “un término gracioso que busca captar la atención de los lectores y van en otra dirección que no es la moralista” (A. Ribadeneira, comunicación personal, miércoles 1 de mayo de 2019). Por lo que básicamente, el escritor escogió un puñado de las leyendas más populares como Cantuña o la Bella Aurora, para realizar sus propias adaptaciones, sin perder la esencia de estas.

Además, al hablar de esencia, el escritor la precisa como “un elemento que, si se lo quita, ya no representaría la historia de origen” (A. Ribadeneira, comunicación personal, miércoles 1 de mayo de 2019); por lo que no se debe confundir con el tema, ya que ellos son los asuntos universales que tratan acerca del amor, odio, traición, decepción, o patriotismo. Al momento de adaptar, preocuparse por la esencia de las historias es lo que hace de ella sea grande, y le otorga más valor, y pone como ejemplo la historia de Jesús, en la que “su esencia es que debió ser traicionado, torturado y crucificado para salvar a los hombres del pecado” (A. Ribadeneira, comunicación personal, miércoles 1 de mayo de 2019). De acuerdo con esto, si se omitiese alguno de estos detalles importantes para realizar una adaptación simplemente no sería la historia de Jesús.

A todo esto, Ribadeneira se define como un escritor que está consciente de que en toda adaptación se pierde algo, porque todos los lenguajes son distintos, y eso es algo inevitable en los procesos. Dice respetar las decisiones que toman los productores para enriquecer el producto y, por ende, hacer que las piezas funcionen, ya que cada uno, además tiene la definición de lo que es esencia. Hay que tener en cuenta que a veces “el papel de quien decide adaptar una obra literaria tiene la libertad de llevarla a un lenguaje más fuerte o suave, dependiendo al público al que va dirigido” (A. Ribadeneira, comunicación personal, miércoles 1 de mayo de 2019), por ende, la persona que adapta deberá tener la suficiente

madurez y profesionalismo para no desvirtuar el sentido de la obra principal del autor.

Por otro lado, al hablar de adaptaciones, Gonzalo Garófalo (comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019) hace también hincapié al término *esencia* y recomienda, que se debe ser lo más apegado posible al relato literario original, y al hilo conductor que revela los avatares humanos, propios de las desventuras, tragedias o felicidades cada uno de los personajes. El tomar escenas de otras películas es permitido, siempre y cuando sean interpretadas con otras voces.

Y finalmente, Fredi Zamora expone que “lo más importante al momento de adaptar, es la propuesta que el director tiene. El director puede respetar absolutamente todo lo que propone el autor desde los diálogos hasta cosas que parecen incluso básicas, pero también se puede experimentar en base a la interpretación que se tenga de la obra original y permitirse fantasear un poco sobre las historias ya propuestas. Si se elige este camino, la adaptación podría cobrar mayor libertad de creación artística, ya que director propondrá situaciones interesantes para los personajes” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019).

Zamora aconseja que “es indispensable tratar de tener un acercamiento con el escritor de la obra para llegar a acuerdos, ya que a veces es un tanto doloroso que la obra en manos de otra persona pierda totalmente su *esencia*. Lo importante al momento de adaptar es poseer la libertad creativa para hacerlo y no limitarse por compromisos o por resentimientos; lo fundamental es comprometerse con el proyecto y la propuesta estética y conceptual” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019). Al realizar este proceso, se debe tratar de que las situaciones no sean tan evidentes y que no se anticipe nada y además que los personajes sean tan predecibles que no enamoren al público y se caiga en ser demasiado aburrido para estar muy cerca de pronosticar el final.

Por lo que, al momento de realizar adaptaciones, vale la pena no despegarse de puntos claves del relato, los cuales se convierten en representar expresamente la historia que quiso contar el autor. Al realizar este proceso se deberían más bien, agregar elementos que los enriquezcan visual o sonoramente y que aporten a dar más personalidad a la obra. El trabajo de adaptación requiere una búsqueda más amplia y exhaustiva del porqué de cada uno de los recursos inmersos en ella, para que en el instante de elegir personajes o ambientes intervenga la creatividad del director y adorne la esencia del relato principal.

#### **4.1.1.2 Guion**

Garófalo (comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019) define al guion como un texto que se expone en un papel con todos los detalles necesarios para la realización del filme o producto sonoro. Este, debe dividirse en escenas que contengan las acciones y diálogos entre los personajes y descripciones en detalle del entorno. La clave del éxito de un buen programa es el orden del manejo de toda la información. Él recomienda la plataforma CELTX para la ayuda más ordenada de la guionización.

Una vez tomada en cuenta esta estructura técnica, Garófalo advierte “no caer en la elaboración de guiones planos; es decir, guiones que como la noticia no posean calor y color, porque por su coyuntura e inmediatez hacen que sean así” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019). Sin embargo, afirma que todo escrito que es trabajado con tiempo, empeño e investigación previa, puede obtener un mejor resultado para crear paisajes sonoros que puedan permanecer en la memoria del oyente.

En referencia al párrafo anterior, cuando Garófalo habla de color se refiere particularmente a todas las escenas que se van compaginando armoniosamente para crear una historia en particular, y lo distingue del calor al comparar con un fuego que abraza, y que quizá algunas veces pueda llegar a sofocar, es decir, es la manera de cómo se penetra en el oyente y se juega con sus emociones. Un productor radiofónico no debe pasar la delgada línea entre sofocar a quien lo escucha hasta cansarlo, y permitirse ingresar discretamente en su alma.

Por otro lado, este profesional de la radio manifiesta que “la importancia de la construcción de un buen libreto radica en que se pueda dejar acompañar” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019), es decir, que tenga el movimiento necesario para ser trasladado al lenguaje sonoro, el cual cree sensaciones al momento de escucharlo, y que trasladen a los oyentes a un momento específico de sus vidas. La ventaja que da la elaboración de radionovelas, por otro lado, es que gracias a la enorme libertad creativa que tiene el productor, puede contarse con tintes tan coloridos que logren permanecer en el subconsciente colectivo, aflorando recuerdos de determinados momentos vividos.

Prosiguiendo, el escritor Ribadeneira sugiere que “independientemente del medio en donde sean publicadas las historias, ellas deben poseer muchos giros y deben ser muy visuales en la mente de quien las escribe” (R. Ribadeneira, comunicación personal, miércoles 1 de mayo de 2019). Si bien es cierto, que a veces las historias son muy descriptivas, pueden también llegar a ser de cierta manera un poco agotadoras; los personajes deberían opinar poco y hacer mucho; es decir, meterse en un sin número de aventuras o problemas, y así darle espacio a la acción.

Agregando a esto, Zamora sostiene que existe una frase que dice “el texto es un pretexto para crear” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019), entonces al momento de guionizar hay que traspasar los límites y tratar de proponer características creativas que nutran a la obra cuando sean expuestas en el medio, que como director se decida publicar. Por otro lado, menciona una frase que dice que “el autor es dueño de lo que crea hasta el momento que este lo entrega a un público” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019); es decir, las audiencias son quienes otorgan a los creativos el visto bueno o malo de lo que han visto o han escuchado, respecto al trabajo adaptación.

Entonces, básicamente una de las características principales de la realización de un guion, es su dramaturgia, es decir se debe lograr que la composición se convierta en un espectáculo en cada una de sus fases, la del inicio, desarrollo y

fin. Cabe mencionar que, jamás será lo mismo leer un libro a modo de prosa, que realizar el trabajo creativo de agregar una descripción de ambientes más detallada acompañado de la incorporación de diálogos que nutran el relato al momento de ser montado para otro tipo de lenguaje, sea este visual o sonoro.

#### **4.1.1.3 Actores, voces y personajes**

Gonzalo Garófalo dice que los roles de locutor y actor no son lo mismo. “El locutor, es un profesional que tiene un timbre de voz en particular que lee y presenta un programa, da noticias, promociona algún producto, o hace retransmisiones deportivas y documentales; sin embargo, un actor es aquel que interpreta un papel, y tiene la capacidad de actuar o fingir, y narrar una historia” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019), que en el caso de la producción creativa sería lo que se requeriría.

Por su parte, el dramaturgo Fredi Zamora menciona que “existe una etapa que es en la cual se lleva de ventaja el director, y es la preproducción, ya que, al analizar el material, deberá conocer muy bien qué voces o actores se ajustan de la mejor manera para personificar los papeles” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019). Al leer el guion, el director es quien imagina no solamente la imagen física, sino el ritmo, tono e intensidad de los parlamentos con los que se quiere que los actores interpreten el papel. A través de las características de la voz y los gestos corporales los actores pueden expresar mucho; las diferentes modulaciones de la voz, una elevación del tono adecuada, las pausas en el momento correcto o alargar las palabras al pronunciarlas proporcionan verosimilitud a los textos y los visten de vida.

Además, como expone Zamora, al momento de dirigir se deben tomar a consideración el ritmo, tono, e intensidad de la voz. Las diferencias entre estos tres conceptos radican en que el tono es la voz con la cual nacemos, la intensidad es el volumen en el que se emite el sonido, y el ritmo es el número de palabras que se pronuncian en un determinado momento. Entonces, al momento de hacer *casting*, “no se debe pensar quien tiene la mejor voz; sino se debe encontrar la

voz del personaje que el director tiene en su imaginación, una investigación previa de los personajes permitirá tener una imagen física y psicológica del personaje, en la que finalmente la voz será la continuidad su alma” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019).

Finalmente, Zamora (comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019) cree que no hay actores chicos, los personajes secundarios o extras también deben poseer una vida, que ayude a enriquecer el proyecto. El tener un texto pequeño es un trabajo muy complejo, ya que hay que trabajarlos, como sucede cuando se ganan un papel para interpretar en las óperas. Existen cantantes que esperan todo el día para dar todo en el espectáculo o para decir una frase, hay bailarines incluso que se mantienen congelados durante muchas horas para hacer unos movimientos que generan mucha importancia en la obra.

Es decir, que una de las piezas fundamentales que darán vida al relato serán claramente los actores, ya que en base a ellos dependerá el éxito o fracaso de la obra. Un actor que proponga siempre y que sea versátil acompañará a un mejor desarrollo artístico del producto. No siempre es necesario tener una buena voz, pero sí una dedicada y buena interpretación del rol al que fue asignado. La creatividad del director se pone en juego en esta etapa, ya que para lograr ciertas tonalidades de la voz se deben emplear métodos que ayuden a lograr los efectos deseados. Por otra parte, no se debe descuidar a ninguno de los actores y subestimar los papeles a los que fueron elegidos, siempre con el apoyo del director se requiere que los vaya moldeando de acuerdo con las necesidades del proyecto.

#### **4.1.1.4 Escenarios**

Garófalo dice que “el éxito de una adaptación sonora radica en la creación de los paisajes sonoros” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019). Los mismos, se van vistiendo de silencios, efectos de sonido, música y la forma de narrar en base a un determinado tiempo y espacio. No es lo mismo leer la noticia que contar la noticia.



Se debe lograr una armonía entre los diferentes elementos que intervienen en la creación del paisaje sonoro, ya que proporcionará equilibrio y por ende gusto en la audiencia por escuchar el producto; “no es lo mismo que se bombardee a un oyente con las noticias que contar una historia que pueda permanecer en él” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019). Se debe narrar al oyente de una forma didáctica, no elitista, sino con un lenguaje cotidiano, que rememore los relatos de los antepasados, creando una realidad y para poder acercarse lo que más pueda a ella.

Por otro lado, Fredi Zamora agrega que “la riqueza de un producto consiste en crear atmósferas, pero ellas emergen de la fusión de música, sonidos o la personificación de los actores” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019). Se deben crear ambientes favorables para adornar cada una de las escenas que den la oportunidad a las audiencias de ser partícipes de lo que ven o escuchan. La construcción de una atmósfera verosímil brinda al espectador la ilusión de estar frente a los personajes, presenciando la escena, lo que los involucra en el relato y por ende pone a flor de piel sensaciones, emociones y recuerdos.

Por lo que, la construcción de escenarios debe ser muy estudiada desde un inicio; es decir, desde que se lee la obra literaria, lo óptimo sería ir imaginando y tomando apuntes de cada sonido simbólico. Además, la investigación previa lo es todo, ya que ella aportará a que el producto sea creíble ante los ojos u oídos de las audiencias. Un paisaje sonoro con efectos y silencios empleados en el momento preciso aportarán a dar un brillo a la obra y a teletransportar a las audiencias a lugares, manteniendo su concentración en todo momento, para hacerlo sentir y quizá añorar momentos.

#### **4.1.1.5 Efectos de sonido**

Garófalo (comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019) recomienda utilizar los *leitmotiv* como recurso artístico en la construcción de los paisajes sonoros. El *leitmotiv*, se traduce a un motivo, y son características propias de los personajes que se las puedes dar a través de música o efectos sonoros que distingan la

presencia de él frente a otros personajes de la historia. Crean situaciones o acciones que se repiten indefinidamente en el transcurso de la situación dramática. “Ésta es la forma clásica que usaban las radionovelas para anticipar a los oyentes la intervención de personajes importantes en el relato, y por lo general los efectos van antes que la acción para enfatizar” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019). Por ejemplo, el sonido de la famosa escena de la ducha en la película *Psicosis* de Hitchcock, suele usarse para dar una ambientación de peligro o miedo.

En esto coincide Zamora (comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019), ya que sostiene que la ambientación sonora es muy importante dentro del mundo del cine, y esta es una técnica que coordina varios recursos que se complementan a la narración para establecer una realidad que resulta creíble y coherente para el público en función del momento espaciotemporal en el que se sitúa la historia.

Por esta razón, la selección de los afectos de sonido que el director elija incorporar en el producto servirán para darle incluso un estilo propio, que lo diferencie de los demás. Se puede hacer una mezcla de sonidos reales y también de sonidos ficcionados, pero ello dependerá netamente de la estética que requiera representar el director. Los efectos sirven básicamente para situar al oyente en momentos en específico, y la variedad onomatopéyica como representación de un sonido natural que se empleen, formará parte de la gama de color de toda la obra.

#### **4.1.1.6 Lenguaje**

Garófalo (comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019) piensa que la radio tiene mucho que ver en cómo los abuelitos contaban historias, en donde ellos hacían de los personajes y esto ha logrado que varios relatos hayan pasado de generación en generación. “La radio es creíble, ya que el locutor le habla al oyente de forma natural, le cuenta las historias para que permanezcan en su imaginario, por eso la dirección artística debe ser natural, y evitar el uso de palabras rebuscadas, pensando en hacerlas cercanas a los que escuchan” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019).

También, Alejandro Ribadeneira (comunicación personal, miércoles 1 de mayo de 2019) manifiesta que procurar tener personajes que hablen como las personas hablan normalmente, y evitar palabras altisonantes enriquecen la obra, ya que son historias que intentan reflejar una cotidianidad. “Un gran escritor, es aquel que escribe según el lugar donde trabaja, vive e investiga” (A. Ribadeneira, comunicación personal, miércoles 1 de mayo de 2019); personalmente el escritor, cree que es importante fijarse en cómo habla la gente del país o lugar donde se vive, y tratar de conservar ciertas palabras que quizá no mueran nunca o van a tardar algún tiempo en desaparecer es muy valioso; como es el caso de la palabra *quiños*, la cual aún es muy propia de la ciudad de Quito, y que hasta las personas mayores la entenderían, de tal manera que logre identificarse con el escenario, y esto le de credibilidad al personaje. Escribir en primera persona, obliga a quien lo hace, a crear personajes que hablen de una manera en particular, y sea atrayente a quienes lo leen.

Zamora (comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019), coincide en que se deba hacer énfasis en el trabajo del dramaturgo. Es interesante mencionar el rol que juegan las palabras dentro de los entornos en donde se está, ya que, quizá no sea lo mismo decir algo en Quito que en Guayaquil, ya que puede que tenga un diferente significado. “El lenguaje literario es muy lindo ya que se puede hacer poesía con las palabras, pero a veces al adaptar lo interesante es cambiar ciertas palabras para que con la intencionalidad de los actores se vuelvan más realistas; por ejemplo, en literatura se puede decir bazofia de porquería; pero para hacerlo más cercano a las personas y que cobre un sentido más fuerte se puede proponer palabras como basura” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019). Lograr transmitir cosas es más complejo en el campo audiovisual o sonoro, pero ahí es donde interviene el trabajo del creativo para tomar otras realidades.

Entonces, cada una de las palabras y formas de hablar que se empleen formará una característica propia de un lugar y época determinada. Al construir una adaptación de una obra literaria que no posea diálogos, se debe ser muy elocuente con el momento espaciotemporal del relato para que sea creíble ante

los oyentes. Procurar incorporar un lenguaje cotidiano no es una tarea fácil, por el contrario, se debe elaborar una investigación previa y con la ayuda de profesionales denominados dialoguistas hay que tratar de construir parlamentos convincentes.

#### **4.1.1.7 Obras literarias llevadas a la sonoridad**

Para analizar la convergencia y el potencial que tiene adaptar las obras literarias al lenguaje sonoro, Gonzalo Garófalo pone especial énfasis en la relación que tiene la radio con el *podcast*, es decir, que él define al *podcast* como “un nuevo término, aplicado a la manera de distribuir los productos sonoros mediante plataformas de internet, que a diferencia de la radio lo hace por medio de ondas” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019). Sin embargo, considera que su raíz se encuentra en hacer radio.

Garófalo opina que algo que se debe tener claro, es que no hay productos buenos o malos, porque los gustos de cada persona son únicos y diferentes, las percepciones de profesional a profesional son muy distintas; además, es el público quien decidirá si gusta de él o no. “Toda obra puede ser adaptada sin perder su esencia, excepto la formal y técnica, no hay literatura mala porque hay diferentes gustos, como Coelho o Verne son autores espectaculares para unos, quizá para otros no lo son” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019).

Añadiendo a esto Ribadeneira, piensa que el *podcast* tiene la capacidad de rescatar a la vieja radionovela, ya que la revive y la moderniza. “Antes, las personas no tenían acceso a libros o por alguna razón no podían leer, entonces ellas escuchaban las radionovelas. Actualmente, los *podcasts* no son de Calimán o la Tremenda Corte, por el contrario, pueden ofrecen adaptaciones de comics o novelas serias, y tienen un valor de comunicación muy grande” (A. Ribadeneira, comunicación personal, miércoles 1 de mayo de 2019). Leer y escuchar una obra despierta la imaginación, ya que lo visual lo muestra todo y hace que el espectador cierre mentalmente la puerta a otras opciones. En lo auditivo se debe pensar, visualizar, y hacer un esfuerzo extra de entender lo que pasa en escena.

Por su parte, Fredi Zamora (comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019), recomienda que para que exista simbiosis entre lo literario y lo sonoro, se debe tener en cuenta siempre poseer una narración sólida que tenga una estructura dramática de la mano de un tema, una trama, subtramas, personajes y la relación entre ellos, un conflicto interesante e importante que llame la atención para ser expuesto ante cualquier formato. “Cada lenguaje tiene sus limitaciones, debilidades o posibilidades” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019); él coincide que la radio tiene la magia de crear imaginarios, entonces el público va construyendo nuevos mundos. En el lenguaje sonoro, se debe ser más dinámico y poseer recursos técnicos apropiados para no fijarse en errores, sino en la historia en sí. El hecho de tener nuevos espacios y medios tiene mucho poder, para aprovechar un sin número de posibilidades para llegar al público que actualmente está muy interesado en el tema digital; además es válido apostar por otros medios que minimicen costos para romper cuestiones tradicionales para poder mirar hacia el futuro.

De acuerdo a las razones anteriormente explicadas, llevar una obra literaria al lenguaje sonoro guarda cierto grado de complejidad, pero no es imposible. Es interesante saber que siempre existirán más maneras de llevar esos relatos a otros lenguajes para poder rescatarlas del olvido al que a veces algunas se encuentran. Pensar en sonido, implica pensar en emociones, ya que eso es exactamente lo que ellas generan. Cuando las personas acuden al cine lo que los hace partícipes de las películas más allá de las acciones, es todo el montaje sonoro que implicó la realización del *film*. Por extraño que parezca, a veces es más intenso escuchar gritos o aplausos, que mirar las acciones, y realizar el ejercicio de concentrarse en el sonido requiere de una gran concentración que sacuda las emociones de las personas.

#### **4.1.2 Aspectos Técnicos**

##### **4.1.2.1 Dirección**

Una de las recomendaciones de Garófalo (comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019), es que, al momento de dirigir, se debe elegir a los personajes que

van de acuerdo con la necesidad del relato; no es lo mismo un actor a un locutor. Depende de lo que requiera el libreto y lo que el director haya imaginado, “se deben buscar métodos para lograr la interpretación que se desea” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019); es decir inventar técnicas para que los actores puedan brindar lo que pide el guion. “Por ejemplo, amarrar al hombro y con la cabeza para abajo al actor para así obtener la voz ahogada que se necesita y que suene más realista”.

Además, Fredi Zamora (comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019) pone énfasis en la importancia de una buena dirección, al momento de explicar que en el tema sonoro incluso es importante dar características físicas al personaje, “por ejemplo, si es un personaje que tiene un problema físico, esto lo afectaría psicológicamente, por ende, transformará su manera de hablar, podría titubear para decir algo; entonces esa es una riqueza que el público no la ve, pero que la siente cuando lo escucha” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019). Con esto se logra transmitir una idea concreta de lo que el director quiso proyectar, y ahí radica el éxito de ella.

Al momento de tener el elenco, se requiere de un tiempo para acercarse a los actores, y que ellos sepan la historia detrás del personaje que se quiere contar, para de esta manera generar ciertos ensayos que le permitan desarrollar con más criterio lo que está ocurriendo. “Un director debe contar las circunstancias en las que el personaje está inmerso, para que de esta manera entiendan bien cuáles son sus propósitos y objetivos. El director, debe dejar también que el actor aporte con ideas y eso viene a través de su energía, a través de sus impulsos; entonces no sería lo ideal esquematizar resultados o esperar que suene de una manera en particular, sino que sus impulsos se dirijan en función de algo que realmente sea veraz” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019). La naturalidad en sus voces es importante, ya que son las que tienen el poder de conmover y hacer pensar a las personas.

Por lo que, además, una buena dirección se basa en conservar la coherencia entre actores y personajes, y ofrecerle una serie de descripciones completas

acerca de lo que sucede en cada una de las escenas; también recrear sensaciones de la realidad para que el actor interiorice una serie de emociones que logre plasmar en su voz y en su cuerpo. Así, la responsabilidad del director es realmente grande, ya que es el responsable de que todas las partes de la producción estén relacionadas entre sí y que cumplan el propósito de la historia. Su capacidad radica en ver en el texto todo lo que no es evidente para los lectores, y darle vida a partir de su experiencia, sensibilidad, intuición e imaginación.

#### **4.1.2.2 Montaje y Edición**

Garófalo aclara que el montaje se refiere al “orden narrativo de los elementos de un relato para la construcción de un discurso, pensando en la coherencia secuencial para ser articulado al lenguaje sonoro o audiovisual” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019). En cuanto a la estructura, depende del formato que se va a realizar y del libreto. Todas las historias deben poseer una introducción, desarrollo, *climax* y desenlace. Previamente, la obra literaria en sí proporciona una idea de dónde ubicar ciertas partes de la estructura, pero a veces cuando la adaptación del guion está adaptándose al lenguaje sonoro no siempre cuadra en el proceso y en la edición se cambia mucho para crear sensaciones en el oyente.

Un libreto radiofónico puede ser contado de una manera muy diferente a la que el autor literario la imaginó, ya que depende de la estructura, creatividad y gusto personal del productor y la conexión que tenga con el editor; Garófalo piensa que “la edición tiene un 60% de protagonismo, frente a un 20% en guion y 20% en lo actoral, ya que abarca más recursos, los cuales en la post producción juegan un papel muy importante, porque al ir escuchando el resultado final, se puede ir incorporando pequeñas cosas que el guion original no tenía, pero que pueden sumar a la creación y hacerlo espectacular” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019).

Por otro lado, Fredi Zamora define al montaje como “el orden narrativo y de ritmo del relato, el cual consiste en escoger, ordenar, y unir los elementos radiofónicos que el director concibió al inicio de su idea” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019); además, al momento de realizar el montaje, las escenas deben tener ritmo; es decir una duración adecuada de ellas, en conjunto con las intensidades dramáticas que se construyen. Los ritmos pueden ser rápidos de acuerdo con los cortes que se les dé. Los sonidos y la música apoyan el ritmo del montaje.

“De la misma forma que montar en teatro o cine, el actor es un elemento pro fílmico igual que la utilería, igual que la escenografía, igual que las luces igual que el sonido y cada uno de los elementos” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019). Entonces, no es que el uno sea mejor que el otro, o que se deban tapar mutuamente, el objetivo es que se fusione todo y en función del proyecto, que haya una armonía. En el campo sonoro sucede igual, las voces de los actores, los sonidos, los silencios y la música tienen un papel muy importante al fusionarse, ninguna está por detrás de la otra, sino que, por el contrario, el montaje adecuado de cada uno de los elementos hace que la obra crezca.

Agregando, el montaje no consiste solo en montar una serie de varios planos, sino que es una de las actividades principales para el éxito del producto. En el montaje primero que todo, se crea un ritmo el cual permite que el oyente mantenga el interés por la obra. Algunas veces, cuando una película se hace pesada y larga, es porque no posee un ritmo suficientemente interesante para seguirla mirando o escuchando. La ventaja que tiene este proceso es que se puede recortar, extender o eliminar partes que quizá aporten o no al producto. Aquí se pueden ir ajustando ciertos aspectos que enriquecerían la historia, y en esta etapa es cuando se podría decir que se ha terminado con la etapa de guion ya que es cuando finalmente toda la historia se compacta para tener un sentido.

#### **4.1.2.3 Efectos de Sonido**

La recomendación de Garófalo (comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019) consiste en que de acuerdo con la necesidad de la obra, se graben los



*foleys* para el montaje de la radio novela, radio teatro, charla ilustrada, o cuento que se quiera producir, para crear atmósferas propias y darle también una característica propia al creador. “Al momento que el productor cree sus propios sonidos, se medirá su creatividad y por ende se notará un esfuerzo extra por tratar de jugar con el subconsciente colectivo de las personas, buscando explotar una variedad de *foleys* que representen los más profundos recuerdos de los oyentes, y así lo trasladen a un determinado tiempo – época y espacio - lugar en donde se desarrolla la adaptación” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019). Además, los efectos electrónicos como la *reverb*, o el eco, modifican la dinámica el audio. Por lo que, básicamente la *reverb* sirve para representar una voz interna. Para incorporar este efecto en el producto sonoro, se debe sentarse a pensar ¿cómo se escucharía el pensamiento del personaje dentro del cerebro? El eco, por el contrario, enfatiza una acción, y brinda suspenso al relato.

Adicionalmente, los efectos sonoros son aquellos que visten las escenas y pasan a formar parte de un decorado que acompaña cada una de las acciones de los personajes. Muchos de los sonidos que se miran en las películas, no son reales, sino que, en base a un extenso trabajo creativo del diseñador sonoro, se van inventando una serie de sonidos que ayudan a sostener las escenas. Su importancia radica en enfatizar acciones que se quedan grabadas en inconsciente del espectador, ya que su cerebro aprecia más detalles de lo que sucede en el lugar.

#### **4.1.2.4 Música**

Cuando se trata de música Garófalo (comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019) expone que no debe estar muy alta, ya que podría ensombrecer la totalidad del relato. Su utilización depende de lo que se quiera lograr, puede ingresar con un golpe alto, pero se la debe bajar para no opacar los diálogos de los personajes.

Además, un dato importante es que la música clásica no paga derechos, y hay mucha música en internet sin derechos de autor que se puede utilizar. Lo más

recomendable y si existen los recursos económicos suficientes sería crearla; por el contrario, si se decide, poner una canción característica de otra película, no debe pasar los veinte segundos y también debería ser mencionada en los créditos de la obra.

Fredi Zamora se define como “partidario de que la historia tenga su propia música y banda sonora, ya que cree que es lo ideal pero económicamente comienza a ser un problema” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019). Para resolver esto, se puede investigar y acudir a música *copy left*, es decir música de libre uso y distribución para evitar temas de derechos de autor. Por otro lado, considera un poco arriesgado utilizar bandas sonoras de otras películas, ya que se rompe con el imaginario creó la audiencia; sin embargo, depende el uso que se le dé, ya que podría aportar para una parodia.

La música sin duda alguna genera todo tipo de emociones y requiere de una gran capacidad creativa y sensibilidad para saber en qué momentos del relato incorporarlas. Ella también es uno de los elementos que forman parte del ritmo de la obra, ya que la intencionalidad con la que es manejada podrá ahondar en la memoria de las audiencias. La música es uno de los elementos que contribuyen al desarrollo psicológico de los personajes, y puede estar presente en las escenas o fuera de ellas, dependiendo el manejo que desee dar el director.

#### **4.1.2.5 Silencios**

Para Garófalo “los silencios son como el punto seguido o punto aparte de una obra literaria, los cuales dan movimiento, producen sensaciones, a veces dan agilidad, bridan suspenso o ayudan a cambiar de escena” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019). Depende mucho del tipo de relato para que se incorporen; ya que existen producciones que no necesitan silencios muy largos como las infantiles. Si se habla de transiciones, ellas pueden referirse más a un golpe musical o *fades*.

En adición a esto, Zamora explica que “el silencio es fundamental en las piezas teatrales, para situar al personaje en el aquí y en el ahora” (F. Zamora, comunicación personal, lunes 6 de mayo de 2019). Para el actor suma, ya que es

una pausa que conecta con la mente, el cuerpo y sus emociones, y para las audiencias es un espacio de reflexión, en donde se digiere qué es lo que está pasando; es necesario para que ocurra la magia, y es un recurso utilizado como canal abierto para que sucedan cosas.

Entonces, los silencios son elementos poseedores de un gran valor dramático, ya que permite al espectador tener un momento de reflexión, y a veces provoca una concentración absoluta sobre la presencia de algo o alguien que pueda generar una especie de tensión. Los personajes no solo hablan con palabras, sino con los silencios y ellos forman imágenes en los subconscientes dotándoles de riquísimos toques de suspenso.

#### **4.1.2.6 Planos de voz**

Garófalo (comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019) expone que existen diferentes tipos de planos de voz y sirven para dar movimiento a la acción. Por ejemplo, cuando se habla en primer plano se escucha una voz más cercana y clara, y en el segundo, tercer y cuarto plano se van alejando un poco más, combinándose con los diferentes paisajes sonoros que se incorporaron.

Esto sirve para producir una sensación envolvente ante los oídos de los oyentes que escuchan en *serio*. Por esta razón, es también un reto para los productores lograr diferentes tipos de efectos sonoros que atraigan a las audiencias, como por ejemplo los paneos que emite un sonido, de manera que a la persona que lo escucha le parece que este se está produciendo más a su derecha que a su izquierda o viceversa; o el efecto *Doppler*, el cual es el cambio de frecuencia de una onda producido por el movimiento respecto a su observador, por ejemplo, cuando se escucha que se acerca una ambulancia y se va.

Por lo cual, los diferentes planos que se maneje en la postproducción de la voz acercarán a proyectar un ambiente más realista de las historias, uno en el que los oyentes puedan formar parte de él y lo vuelva más interesante. Las distancias de cada una de las frecuencias emitidas representarán la manera más fiel en la que

llegan los diálogos, pero también los efectos sonoros hacia los oyentes. La nitidez con la que se maneje esto dependerá del talento creativo del director, y cómo piense que aportan y acompañan a la narración. Prescindir de esto, sin duda alguna restará de profundidad y movimiento a la obra.

#### **4.1.2.7 Equipo Técnico**

Gonzalo Garófalo está convencido que, “durante toda su carrera profesional, la calidad de un producto artístico no depende en su totalidad de la amplia gama de equipo técnico que se posea, es decir tipos de micrófonos o marcas en específico; sino que, por el contrario, existen elementos más importantes que definirán el futuro prometedor de la pieza, como es la historia y construcción de un buen guion, buenos actores, editores y productores creativos y un estudio de grabación donde no existan problemas acústicos” (G. Garófalo, comunicación personal, lunes 29 de abril de 2019).

Un registro de voces con un micrófono dinámico puede lograr cosas interesantes, si lo mencionado anteriormente está compactado. Además, editar en un programa de audio, claramente será mejor que hacerlo en uno de video, por la cantidad de pistas y *plugins* que posee; pero no es un limitante para desarrollar la creatividad y astucia de los creadores.

Si bien es cierto y como lo explica Garófalo realizar un *podcast* no requiere tener un equipo tecnológico tan avanzado, sí es importante guardar un cierto nivel de calidad para que se escuche lo más profesional posible y de esta manera agrade a las audiencias. Tener una cabina de audio o espacio silencioso, sin duda alguna es uno de los requisitos para la grabación de un sonido más pulcro. Muchos de los *podcasts* han optado por realizar sus productos con la ayuda de un celular, pero preferiblemente la utilización de equipos más sofisticados sin duda alguna también aportará a que la creación de estos sea aún mejor.

## **4.2 Resultados del proceso artístico de la antileyenda El Repartidor**

El proceso de creación sonora, que se menciona a continuación es un conjunto de técnicas y métodos que se emplearon para el desarrollo de la estructura del

producto. Se planeó una serie de actividades, y se combinaron varios recursos para poder transmitir lo que el director quiso plasmar en la antileyenda a través de un *podcast*.

Para la elaboración del siguiente producto fue necesario llevar a cabo un proceso de preproducción, producción y postproducción, el cual se detallará a continuación:

#### **4.2.1 Proceso de Preproducción**

Primero que todo, se arrancó con sumergirse en la etapa de investigación previa del libro que sería escogido para ser el material usado para convertirse en una adaptación piloto de *podcast*, es así que se vio al libro *Hasta cuándo Profe Almeida Antileyendas de Quito* del escritor ecuatoriano Alejandro Ribanedeira, como un libro con gran potencial, que poseía a primera vista un título interesante y curioso para ser leído y por qué no también ser llevado al lenguaje radiofónico.

A medida que se iban leyendo cada una de las nueve antileyendas que rescata el libro, también se conoció que no todas eran adaptaciones de las leyendas originales de Quito, sino que además existían inspiraciones, que no eran más que una referencia tomada de las leyendas y su intención no era calcar la historia, sino también hacer que el personaje termine haciendo otra cosa totalmente diferente.

Esta combinación de propuestas por parte del autor del libro generó un enorme interés por proponer llevar a otros medios la adaptación de este tipo de historias, ya que vio la vinculación que existía entre la manera de relatar las antileyendas, es decir en primera persona, con un lenguaje cercano a los jóvenes, quienes son actualmente un gran público objetivo, que de a poco apuesta por escuchar y hacer *podcasts*.

Por otro lado, también se pensó en el enorme impacto que generaría en los autores de los libros difundir sus obras a través de nuevos medios, el atractivo monetario y laboral que causaría en los profesionales audiovisuales para no

centrarse solo en la producción de piezas audiovisuales a través de experiencias propias, sino de retarlos a ellos mismos para incorporar escritos nacionales a costos más bajos a sus creaciones y finalmente generar de a poco y con literatura más *light* la recepción de literatura en Ecuador para consumir lo nacional.

Poco a poco, se tuvo acercamientos con el autor para conocer el significado de lo que es una antileyenda, que como lo explicó en párrafos anteriores, no era más que un término atrayente para las nuevas generaciones para hacerlos partícipes de las leyendas originales, pero traídas a la contemporaneidad, con un toque fresco que toque las mentes de los más jóvenes.

Además, cabe mencionar que al momento de elegir una de las antileyendas, se tomó a consideración una inspiración, la cual se titula *El Repartidor*, pero pese a que cada una de ellas tenía características muy valiosas para ser llevadas al lenguaje sonoro, se optó por ella, ya que era un material más cómico por la serie de embrollos en los que estaba envuelto el personaje; así que por ser este un proyecto de piloto de *podcast*, se creyó conveniente arrancar por contar una historia que tenga muchas acciones por parte del personaje para el dinamismo de la pieza.

Cuando se comenzó por realizar el primer tratamiento de guion, se tuvo el asesoramiento de varios profesionales de la industria radiofónica, teatral y literaria. Al momento de decidir cómo se debería hacer la adaptación, en primer lugar, se consultó con el propio autor de la obra para medir cuánto se podía intervenir en el relato original, a lo que el autor brindó la libertad para incorporar lo que desease en ella como una especie de experimentación del propio director. Por otro lado, un profesional del campo actoral y que ha realizado adaptaciones por varios años para teatro, sugirió que se realizase una adaptación libre, que consistía en dejar volar la imaginación en la incorporación de diálogos y efectos sonoros, pero sin descuidar la esencia del relato.

Así que, con estas dos observaciones, se procedió a realizar el primer

tratamiento de guion de adaptación de la antileyenda *El Repartidor*; el cual, si bien no tenía tantas observaciones de fondo, es decir, lo que se exponía en la obra; se hicieron correcciones de forma, y se dio más importancia en concentrarse en la manera de cómo se debían expresar los personajes mediante cada uno de sus diálogos para sonar más naturales. Esto surgió también, en base de una descripción detallada de cómo se imaginaba a los personajes; características como su edad, nivel social, profesión, quienes eran actualmente en el relato y qué querían llegar a ser.

Con las sugerencias arrojadas anteriormente, se procedió a realizar un segundo tratamiento, en el cual se modificaron algunos diálogos. Sin duda alguna, la manera de narrar del autor hacía referencia a un tono cierto chabacano por parte de alguno de los personajes, además existían formas de hablar muy características de la sierra que en vez de omitirlas se las quiso dejar para dar un toque cómico y de remembranza para quien lo escuchase. En cuanto a la división de escenas no se tuvo mayor problema, ya que el escritor lo dejó muy claro cuando la manera de hablar de un tema en particular cambiaba; esto ayudó a situar rápidamente los lugares que deberían adoptarse para la construcción de los paisajes sonoros.

Una vez obtenido esto, se procedió a realizar un guion técnico; es decir un guion más detallado por escenas, para situar los efectos sonoros, música y silencios que debía tener la obra. Este proceso fue uno de los más largos, pero también fue acompañado del profesional de radionovelas, que en base a su experiencia puso ciertos sonidos que serían clave en el montaje de la pieza sonora; no así, fijando que serían los definitivos, ya que se estaba consciente de que en la edición podrían existir ciertos cambios y correcciones en base a lo que se iba escuchando durante el proceso.

Así, los sonidos que se incorporaron fueron relacionados a un Quito contemporáneo, en el que la intención era situar al oyente en el espacio de Quito centro norte, ya que la calle en la que suceden varias de las escenas es la Vasco de Contreras. Además, fue indispensable ir al lugar para escuchar los sonidos

reales que producía la calle para dar realismo a los efectos sonoros que se iban a incorporar en el *podcast*. Por lo que se infirió que aquella calle tenía características de una zona residencial de clase media, no tan concurrida, con ladridos de perro que adornaban el ambiente. También la cantidad de carros que se escuchó que circulaban, no era la de una en congestión, sino que por el contrario un barrio tranquilo, en donde el carro del Gas era el protagonista del entorno. Una vez escuchado esto, también se optó por grabar ciertos sonidos como ladridos de perro, ciertos autos, motos y el sonido de la llegada del gas para ser incorporados posteriormente al montaje del *podcast*.

Ya obtenido esto, el trabajo del director consistió en revisar las descripciones de personajes que se hicieron en un comienzo, para proceder a realizar la audición a las personas que se consideraban idóneas para cada uno de los papeles. Los personajes, fueron divididos en principales, secundarios y extras. Fueron un total de dieciocho personas las que colaboraron en la realización del *podcast*, entre profesionales que llevaban años en la industria del teatro y personas que, si bien no tenían formación teatral, sus timbres de voz se adaptaban a las características de los papeles. Las voces que se eligieron debieron ser reconocibles e identificables, demostrando cada una de sus personalidades de manera clara, de tal manera que al momento de escucharlos sea más fácil para el oyente imaginarlos. Las voces que se eligieron tuvieron las siguientes características:

### **Personaje Principal:**

**Pizzero Byron:** ya que era el protagonista de la obra se requirió de una voz educada, de un chico de clase media, que fuese clara y que representase una personalidad un poco tímida, con un tono suave y calmado pero que no careciera de vitalidad. Una voz que no diese la apariencia de una persona de calle o de un estrato económico bajo.



### Personajes Secundarios:

**Ingeniero Castillo:** debía poseer una voz que representase fuerza de carácter, de una persona que no se doblega y que causeara respeto cuando se lo escuchase.

**La Yoli:** debía tener un tono chillón, que diese la apariencia de una chica un tanto boba engreída y perezosa.

**El Tripas:** al ser este personaje el antagonista, debía poseer en su tono de voz características diferentes a la del personaje principal. El Tripas, debía dar una apariencia de calle, con una voz un tanto chillona y desesperada.

**Señor Gruñón:** en un personaje con voz fuerte, que debía dar la apariencia de un hombre fornido y corpulento, el cual no tiene mucha paciencia para solucionar los problemas con amabilidad, sino con golpes.

### Extras:

- **Señora 50 años:** un tono de voz con apariencia de una señora de edad, cariñosa y dulce.
- **Cliente 50 años:** una voz seria que reflejase cierto grado de madurez, un poco impaciente a veces.
- **Mamá 35 años:** una señora joven, de voz clara y dulce.
- **Papá 40 años:** un personaje joven de tono suave, pero con un poco de molestia en ella.
- **Vecina sexy 28 años:** un tono de voz un poco ronco, pero misterioso.
- **Carmelo 30 años:** una voz chillona, de una persona dramática, un tanto finjida.
- **Una niña 10 años:** tono vivaz y claro, de niña caprichosa.
- **Un niño 11 años:** tono vivaz claro y travieso.
- **Esposa 40 años:** una voz chillona y alta.
- **Vecino anciano 80 años:** una voz de un anciano con mucha energía, que le gusta el chisme, que reflejase vivacidad.
- **Vecino locutor 30 años:** un tono de comentarista deportivo.
- **Vecino a favor de Gruñón 40 años:** un joven curioso de voz clara y tranquila.

- **Paramédico 35 años:** un tono grueso y fuerte, que demuestre madurez.

Una vez definido esto, fue aproximadamente un mes en el que se estuvieron buscando las voces con esas características para la interpretación de los papeles. Cabe mencionar, que una vez elegidas las personas que colaborarían en las grabaciones, se realizó un repaso previo y se coordinó la fecha de grabación para cuidar sus voces.

#### **4.2.2 Proceso de Producción**

Posteriormente, se comenzó el proceso de producción que incluyó la dirección actuarial y grabación de las voces de cada uno de los actores. Para esto, previamente se contó con un estudio de audio, el cual poseía una cabina diseñada para satisfacer las necesidades particulares del director y de los actores.

El estudio en el que se realizó las grabaciones de las voces es conocido como un *Project Studio*, ya que es un lugar de tamaño mediano, en el que trabajan productores de audio o ingenieros de sonido independientes, que poseen equipos de buena calidad, y en los cuales, si bien no existen variedad de equipos, predomina el ingenio de resolver muchos de los inconvenientes que se pudieran presentar en la postproducción.

Los días planificados de grabación fueron tres, dividiéndolos en un primer día destinado para los extras, el segundo día para los actores secundarios y el tercer día para el actor principal, quien era el personaje que poseía más diálogos y más tiempo tomaba en dirigirlo. Las grabaciones tomaron entre 4 a 6 horas por día, ya que por el gran número de personas se debía coordinar con quién empezar primero.

Al ser el estudio de tamaño pequeño, las personas que estuvieron dentro fueron el productor sonoro, el actor y la directora; esto, ya que cualquier otra persona podía haber sido distractiva para la concentración del actor al momento de interpretar el papel, y además porque se deseaba tener el mínimo ruido dentro del

lugar. El tipo de micrófono utilizado para la grabación de sus voces fue de tipo cardioide, ya que este es un tipo de micrófono ideal para captar la sensibilidad frontal de los sonidos, y además porque ofrecía un total aislamiento contra el sonido ambiente no deseado. Esta decisión se tomó, ya que las grabaciones fueron realizadas independientemente.

Días antes de grabar, los actores recibieron una guía de la característica de cada personaje y el guion; el día de la grabación se consideró importante situar al personaje nuevamente en la escena, y el director ejerció el papel de los actores con los que se tenían que relacionar, para así obtener un diálogo más fluido, y evitar caer en la lectura de oraciones planas. Cabe resaltar, que se hicieron varios intentos de grabación, ya que poco a poco se observaba que los actores iban intensificando y dando forma a sus interpretaciones, lo cual ayudó considerablemente a lograr la calidad del producto esperada.

Al tener dieciocho personajes, el color de las voces que cada uno producía contenía características particulares de timbres que aportaron también a dar ritmo al guion. La interpretación de la obra debía apegarse a mostrar credibilidad de cada personaje para que no suene forzado o ridiculice el relato.

#### **4.2.3 Proceso de Postproducción**

Ya realizadas las dos etapas anteriores, se tuvo en cuenta que la postproducción sería una de las más largas en el proceso de construcción del *podcast*, en la que se requirieron varias semanas para realizar en el montaje de todos los diálogos en la línea de tiempo y la incorporación de los efectos de sonido que estaban detallados previamente en el guion técnico, los cuales fueron cambiando a medida que se hizo el primer armado de diálogos.

El trabajo fue arduo, ya que se vio la necesidad de recurrir a bibliotecas de audio y personas que posean carpetas de *foleys* y canciones para enriquecer la pieza. Si bien es cierto, los efectos de sonido grabados en la Vasco de Contreras fueron de gran utilidad, no fueron suficientes para construir un paisaje sonoro más cómico y un tanto ficcionado. Con la utilización de *foleys* reales y ficticios se

quería lograr mantener un equilibrio en el relato, para evitar una realidad pura que se asemeje a contar una noticia, pero también no se quiso abusar de sonidos ficticios que resten la riqueza real de la calle en la que se desenvuelve la audio ficción.

Para construir el paisaje sonoro de toda la obra fue importante partir desde el guion en establecer en qué momentos los personajes debían tener un efecto de voz dentro del espacio fílmico y fuera de él. Entonces al ser Byron quien narra las peripecias que pasó durante el relato del *podcast*, se decidió que fuera él quien debía tener un doble efecto de voz; es decir, la utilización de un efecto de voz diegético que este dentro de las escenas en interacción con los demás personajes, y otro diegético subjetivo, con la ayuda del efecto de reverberancia para dar la apariencia de una voz que existe dentro de su mente y el cual lo saca de las escenas y lo transporta a interactuar directamente con el oyente, para dar la apariencia de que él está contando directamente lo que tuvo que pasar para lograr ganar el puesto de ser el gerente de la pizzería El Cucurucho de San Agustín.

Por otro lado, los demás personajes que intervienen en la historia debían ser editados como sonidos diegéticos, ya que estaban dentro del relato de Byron. La contraposición de estos dos efectos de sonido fue interesante, ya que dotó de ritmo y color al relato.

Una vez definido esto, se procedió a analizar cada una de las escenas e imaginar cómo sonarían. La intención era que se escucharan naturalistas, y se trató de no abusar de los efectos de sonidos. Pese a que las bibliotecas proporcionaron una gran oferta de *foleys*, no se quiso saturar los espacios en donde se desenvolvían los personajes para no opacar voces y acciones. La riqueza del *podcast* de la antileyenda El Repartidor, también se dio porque manejaba dos tipos de ambientes, los cuales fueron interiores y exteriores.

Se tuvo que pensar efectos sonoros que cumplieran con las características de cada lugar. Si bien el tiempo se imaginó en la contemporaneidad, los espacios de los cuales se debían buscar los efectos sonoros fueron:

- Exterior calle Vasco de Contreras en la tarde.
- Exterior calle Vasco de Contreras en la noche.
- Interior Departamento Byron de día.
- Interior pizzería El Cucurucho de San Agustín tarde.
- Interior pizzería El Cucurucho de San Agustín tarde.
- Exterior calle Vasco de Contreras en la noche con pelea.
- Interior carro de ambulancia noche.

Dependiendo del relato de Byron, los sonidos también debían escucharse diegéticos, como la presencia de la lluvia, el viento, truenos, perros, pasos, carros y motos. Todos ellos muy realistas con la escena; muchos de los cuales eran de exteriores. Por otro lado, los foleys de interiores que se requerían eran de teléfonos timbrando, efectos sonoros de una persona preparándose el desayuno, o una emisora de radio en una oficina.

Vale la pena mencionar que uno de los efectos recursivos que se empleó de acuerdo a la recomendación de un profesional de la producción de radionovelas fue el *leitmotiv*, en la presencia de un *foley* recurrente de maullido de gato, el cual su intención era resaltar la presencia del Ingeniero Castillo, quien es un hombre muy temperamental con voz enérgica por poseer un carácter fuerte, pero con una personalidad que dispone de muchas artimañas para dejar bien en claro quién es el que manda. De esta manera el oyente podía anticipar su presencia y también la intención era generar un toque cómico.

Otro de los efectos incorporados fueron los paneos de audio, para adornar la narración. Era importante que cuando uno de los personajes se alejase en una moto, el oyente lo escuchara como en la vida real. Esto también brinda realismo a las escenas, por ejemplo, cuando El Tripas se presenta en los primeros minutos del relato gritando “¡Hey tonto, sal de mi camino!”, se escucha claramente que lo hace de izquierda a derecha y se aleja, dando la sensación al oyente de estar presente en la escena. Este recurso se lo incorporó varias veces en donde se veía la necesidad de brindar más movimiento a la narración.

Después de incorporar los *foleys*, silencios y transiciones en cada escena, se dispuso a escuchar nuevamente todo el producto sonoro para decidir en donde incorporar música, como un efecto extradiegético que brinde un ambiente emocional a cada una de las acciones, ya que, a diferencia de los demás recursos, este se lo utilizaría para reforzar el componente anímico de la obra.

Pero antes de incorporar la música se revisó la Ley de Propiedad Intelectual en Ecuador que menciona en su artículo 23 lo siguiente:

Art. 23. Por el derecho de distribución el titular de los derechos de autor tiene la facultad de poner a disposición del público el original o copias de la obra mediante venta, arrendamiento, préstamo público o cualquier otra forma. [...]Se entiende por préstamo la puesta a disposición de los originales y copias de una obra a través de establecimientos accesibles al público para su uso por tiempo limitado sin beneficio económico o comercial directo o indirecto. Las exclusiones previstas en el inciso precedente se aplicarán igualmente al préstamo público. (p.11)

Por esta razón, y ya que la finalidad de esta investigación no es comercial, se quiso pensar en primer lugar incorporar un tema musical para el intro que representase alegría e identidad nacional, y esto se logró gracias a la canción que fue escogida de género de San Juanito, llamada *Romance Nativo* del compositor ecuatoriano Luis Humberto Salgado, que en compañía del tema de leyendas se creyó podría formar parte de un símbolo de reunión social relacionado a la remembranza de los abuelos contando historias a sus nietos. Esta canción estuvo presente también en la mitad de la narración en una escena donde hacía referencia a la oficina de del Ingeniero Castillo, dotándole de un toque antiguo y que resaltase su personalidad de un hombre que, pese a que trabajaba con personas más jóvenes que él, su concepto de flor de juventud jamás traspasó su edad.

Por otro lado, otra canción que estuvo presente en la obra fue un extracto de menos de veinte segundos de la canción de la película de Rocky Balboa, titulada El ojo del tigre; esto con la finalidad de resaltar la pelea que se da minutos antes de la culminación de la historia, para enfatizar la riña que se produjo al final. Esta canción fue un ícono en las películas de los reyes de la pelea en los años

ochenta, por lo que además se pensó produciría un toque cómico a la escena y de remembranza para las personas que lo escuchasen. En aquel momento incluso existe un anciano quien brinda ánimos a Byron para que no se deje derrotar al frente del personaje de papá fortachón y de igual manera eso hace alusión a la escena de entrenamiento de Rocky.

Finalmente, cuando se incorporaron diálogos, silencios, música y efectos sonoros a la línea de tiempo, fue el momento de realizar el proceso de exportación, sin antes olvidar mencionar en los créditos a todas las personas, instituciones y música que ayudaron para la producción de la pieza. Los créditos son un elemento importante a la hora de dar el mérito al equipo que colaboró en cada etapa.

## CAPÍTULO V

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El siguiente capítulo cierra la investigación respecto al proceso de elaboración de la adaptación sonora de una de las nueve antileyendas del libro *¡Hasta cuándo profe Almeida! -Antileyendas de Quito* del escritor ecuatoriano, Alejandro Ribadeneira como programa piloto para plataformas de *podcasts*, cumpliendo con la realización de los tres objetivos específicos que se planificaron al inicio de esta, y así logrando el objetivo general que se persiguió al comenzar el estudio.

#### 5.1 Conclusiones

- Para determinar los fundamentos teóricos de la elaboración de un podcast fue importante investigar de qué manera se puede explorar el campo del *podcast* en el país, partiendo de la experiencia de tres autores hispanohablantes especializados en el tema como son: Cerezo, Gelado y Riaño quienes no solo se dedicaron a escribir lo que habían escuchado, sino que en la actualidad son productores sonoros que han aprendido de sus propias vivencias en el mundo del *podcast*, y se convirtieron en el pilar fundamental para dar forma al proyecto de adaptación sonora de la antileyenda “El Repartidor” de la obra literaria “Hasta cuándo profe Almeida – Antileyendas de Quito”.
- Cada una de las entrevistas sobre los puntos de vista de tres profesionales en el campo radiofónico, teatral y literario permitieron ampliar y mejorar aspectos de producción, que quizá no descritos en los libros, ayudaron a desarrollar un producto de calidad, enfatizando en la precisión que se debe tener en cuanto a aspectos técnicos y artísticos.
- El conocer lo anteriormente expuesto permitió mejorar el proceso de aprendizaje del productor para elaborar los procesos de pre producción,



producción y post producción para la adaptación sonora de la antileyenda “El Repartidor” tomando a consideración los aspectos más importantes:

- La tarea de realizar adaptaciones literarias y traducirlas a guion con lenguaje radiofónico es un proceso que conlleva tiempo y dedicación y debe sustentarse en preservar la esencia del relato, así como su dramaturgia en función de la historia que se quiere construir.
- Al ser la voz uno de los elementos del lenguaje radiofónico, se deben tener en cuenta elementos como la articulación, el tono o entonación, el timbre, y la intensidad en función de lo que se desea expresar y transmitir en la historia, procurando que las voces actorales sean claras para obtener el máximo rendimiento expresivo a ella.
- Pensar en los escenarios sonoros implica pensar en los efectos que intervendrán en el montaje de la obra, para la creación de ambientes y momentos del relato. Fijarse en el tipo de lenguaje o la manera en que las personas hablan para plasmar en la obra creará un vínculo con el público.
- El reto del director consiste en ir agregando elementos que no hayan sido explicados en el guion, pero que al momento del montaje serán importantes para los efectos artísticos de la obra; también el director tiene la libertad de suprimir aquellos que no aporten al producto, pudiendo además agregar en edición una serie de efectos computarizados o ficcionados que puedan enriquecerla.
- Respecto al equipo técnico lo más importante es contar con un lugar lo suficientemente silencioso para que absorba el sonido de una manera clara, y el espacio también es otro *plus*, ya que los actores y el equipo tendrán la libertad para desplazarse si lo requieren y así mejorar el trabajo actoral de la obra.

- Empezar a producir *podcasts* con un equipo de bajo presupuesto, como micrófonos dinámicos y un programa de edición especializado en audio serán suficientes, ya que se espera que la calidad del mismo sea también por el valor que se le da a los demás elementos artísticos y creativos de los profesionales que intervinieron en su creación.
- Para que el producto sonoro haya cumplido la función de *podcast* se debió subirlo a una plataforma especializada como *Soundcloud* o *Ivoox*, tomando en cuenta los siguientes pasos: 1. Registrarse con un email para acceder a la cuenta. 2. Pulsar en el botón de subir en la barra superior de la página. 3. Dar click en seleccionar archivo para elegir el archivo MP3 que se desea subir. 4. Completar los campos de información con respecto a: Título (nombre de la obra, de preferencia uno corto pero atrayente a las audiencias), categoría (deporte, música, ocio y más), etiquetas (*podcast*, audiolibro, audioficción), añadir una foto (que impacte a quien la vea), seleccionar el formato (*mp3*), e idioma y finalmente describirlo a manera de sinopsis para que sea más atractivo, una vez completado esto pulsar enviar. 5. Cuando el audio se haya procesado estará listo para ser escuchado y compartido a más oyentes.

## **5.2 Recomendaciones**

A partir de este trabajo de investigación, se recomienda animar a las futuras promociones de graduados para incursionar en trabajos de titulación que incluyan realizar adaptaciones en base a la literatura ecuatoriana, y así ayudar también a artistas de otros medios a difundir sus obras.

Además, se sugiere al profesorado y alumnado de la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) se sumerjan en la investigación de nuevas formas de contar historias a través de contenidos digitales como *podcasts*, *webdocs*, *blogs*, que hoy en día están a la vanguardia en otros países y que van de la mano del avance tecnológico, ya que ésta se convertiría en su carta de presentación ante el mundo laboral para que su aprendizaje no quede obsoleto.

## GLOSARIO DE TÉRMINOS TÉCNICOS

- 1. Audioficción:** Una audioficción no es más que una grabación de audio que cuenta una historia de ficción. (Lasso, 2010, p.11)
- 2. Contemporáneo:** es todo aquello que sucede en el tiempo presente y que pertenece al período histórico de tiempo más cercano a la actualidad. Como adjetivo calificativo, el término contemporáneo sirve para señalar todos los hechos, circunstancias o fenómenos que toman lugar entonces en el tiempo presente y que son parte de una realidad particular actual, contrapuesta a las realidades de otros períodos históricos del ser humano. (Definición abc, 2010)
- 3. Cultura:** Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico. Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc. (RAE, 2018)
- 4. Dramaturgia:** este término hace referencia al teatro. La palabra drama en griego significa “yo hago”; por lo que la dramaturgia es el arte de representar una historia en un escenario, en el que se recrea teatralmente una tragedia, comedia, o una diversidad de géneros y subgéneros teatrales. (Definición abc, 2016)
- 5. Era Digital:** se refiere a cómo la convivencia de diferentes tecnologías no sólo determina nuevos avances técnicos, sino que éstos evolucionan hacia nuevas formas y modos. Con la implementación de los sistemas digitales y las nuevas tecnologías de la información ha tenido lugar una redefinición de los medios de comunicación tradicionales. (Jódar, p. 5)
- 6. iVoox:** Servicio online gratuito en el que se puede encontrar multitud de archivos de audio, desde programas de radio a *podcasts*, pasando por

audiolibros, monólogos y cualquier tipo de contenido en formato audio. Los usuarios también tienen la opción de publicar sus audios y ofrecerlos así a la comunidad (que puede comentarlos, compartirlos y votarlos) y a otras personas que no usan el servicio a través de un enlace. (Gelado, 2010, p. 285)

**7. NTICs:** son los diferentes instrumentos técnicos como el ordenador, las redes, la realidad virtual... que giran en torno de las telecomunicaciones, la informática y los audiovisuales de forma interactiva, potenciando nuevos entornos de comunicación, nuevas formas de acceder, generar y transmitir la información. (Cabero, 2007, s.p.)

**8. Podcast:** La palabra podcast está formada de dos palabras: iPod y broadcasting. iPod fue uno de los primeros reproductores de mp3 portátiles, creado por Apple, y que popularizó la música digital portátil. Broadcasting, palabra inglesa que significa radiodifusión. De la fusión de ambas palabras nace el nombre para describir la tecnología de transmisión de contenidos de audio en formato digital a través de internet. (Mills, 2006, p.2)

**9. Podcaster:** es la persona que realiza los podcasts. (Mills, 2006, p.2)

**10. Podcasting:** es la tecnología relacionada con la producción y realización de "programas de radio", utilizando los computadores y la internet. Esta tecnología está siendo desarrollada y utilizada en el mundo por aficionados a las comunicaciones, que desean transmitir sus propios contenidos a través de internet, ya que para su realización no se necesitan grandes instalaciones como las que requieren las emisoras de radio tradicionales (mezcladoras de sonido, estudios de grabación y locución, transmisores radiales, etc). (Mills, 2006, p.2)

**11. Programa Piloto:** es aquella experimentación que se realiza por primera vez con el objetivo de comprobar ciertas cuestiones. Se trata de un ensayo experimental, cuyas conclusiones pueden resultar interesantes para avanzar con su desarrollo. (Definición.de, 2016)

- 12. Prosumidor:** en inglés “prosumer” es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: “producer” (productor) y “consumer” (consumidor). El concepto “prosumidor” fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972), afirmaron que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos. (Islas, 2008, p. 35)
- 13. Streaming:** Del inglés stream (aquí con el sentido de fluir), es una forma de distribución de contenido multimedia por internet sin interrupciones que permite ser consumido en el momento en que se está emitiendo, de tal modo que no es necesario descargar ningún archivo. Si esa emisión se graba y se distribuye deja de ser streaming. (Gelado, 2010, p. 286)

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### IMPRESA:

Balsebre, A. (1994) *El lenguaje radiofónico*. Cátedra, Madrid, 1994.

Cabero, J. (2007) *Nuevas Tecnologías aplicadas a la Educación*. Madrid. Mcgraw-Hillinteramericana de España. 71 p.

Cerezo, J. (2006) *La Blogosfera Hispana: pioneros de la Cultura Digital*. España. Omán Impresores. 224 p.

Cerezo, P. (2018) *Los Customer Media. Medios Líquidos para usuarios Hiperconectados*. España. Evoca Comunicación e Imagen. 65 p.

Chamorro, D. (2015) *Elaboración de un programa radial en formato de radio revista cultural para la difusión de música andina, cultura, mitos, tradiciones y leyendas*. Quito. Universidad Central del Ecuador. 107 p.

Fernández, I. (2010) *Escuchar para leer. El fomento de la lectura a través del podcasting. Libro podcasting*. Madrid. Ministerio de Cultura. 44 p.

Gelado, J. (2010). *Podcasting, tú tienes la palabra*. Madrid. Bubok. 312 p.

Ibarra, D. (2017). *Transformaciones y persistencias en la comunicación radiofónica: "Incidencia del uso de internet y la digitalización en la radio"*. Universidad Nacional de la Plata. 101 p.

Kaplún, M. (1985) *El Comunicador Popular*. Quito -Ecuador. Colección Intiyán. 266 p.

Kaplún, M. (1999) *Producción de Programas de Radio. (El Guion – La Realización)*. Quito – Ecuador. Quipus.

- Kuhn, T. (1970) *The Structure of Scientific Revolutions*. Chicago – United States. The University of Chicago Press. 210 p.
- Morote, P. (1990) *Cultura tradicional de Jumilla. Los cuentos populares*. Murcia. Real Academia Alfonso X El Sabio. 402 p.
- Nuez, C. (2010). *El Podcast: Un recurso didáctico para el aula de música*. El Guiniguada. 110 p.
- Parramón, J./ Blasco J. (1980) *Cómo dibujar historietas*. Badalona – Barcelona. Parramón Ediciones S.A. 69 p.
- Pazmiño P./ Pinta F. (2006) *Producto comunicacional en radio arte – participación y ciudadanía de los y las jóvenes en Quito*. Quito. Universidad Politécnica Salesiana. 112 p.
- Pallasco C. (2009) *El libreto en los radio dramas de contenido social con enfoque del edu entretenimiento dirigido a la radio comunitaria*. Quito. Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E)190 p.
- Prado, E. (1985) *Estructura de la Información Radiofónica*. Editorial Mitre.
- Riaño, F. (2016) *Todo sobre Podcast 2018*. Libro electrónico – Amazon Media. 400p.
- Ribadeneira, A. (2014) *¡Hasta cuándo, Profe Almeida! - Antileyendas de Quito*. Quito Ecuador. Eskeletra.151 p.
- Rodríguez, G. (1996) *Metodología de la Investigación Cualitativa*. Málaga. Ediciones Aljibe. 363 p.

- Hernández, R, C. Fernández y P. Baptista (2014) *Metodología de la Investigación*. México. McGraw – Hill / Interamericana Editores S.A. de C.V. 634 p.
- Sánchez, J. (2000) *De la literatura al cine: Teorías y análisis de la adaptación*. España. Grupo Planeta. 238 p.
- Serrano, L. (2016) *Los podcasts como tendencia radiofónica y herramienta periodística: Difusión y consumo en Ecuador*. Quito. Universidad San Francisco de Quito. 125 p.
- Tubella, I. (2012). *Comprender los Medios en la sociedad de la información*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Vanegas, S. (2005) *Diccionario de Autores Ecuatorianos Contemporáneos, Provincias de Azuay y Cañar*. Universidad del Azuay. Cuenca – Ecuador. 82p.



## VIRTUAL:

Como Pana Te Digo. (2012) Ecuador. <http://www.comopanatedigo.com/> Fecha de consulta: 15 de octubre de 2018.

Definición ABC. (2010) Ecuador. <https://www.definicionabc.com/historia/contemporaneo.php> Fecha de consulta: 18 de diciembre de 2018.

Definición ABC. (2016) Ecuador. <https://www.definicionabc.com/comunicacion/dramaturgia.php> Fecha de consulta: 15 de abril de 2019.

Definición.de (2016) Ecuador. <https://definicion.de/prueba-piloto/> Fecha de consulta: 17 de septiembre de 2019.

Islas, J. (2008). *El prosumidor, el actor comunicativo de la sociedad de la obicuidad*. Revista Electrónica Scielo: Vol. 11 (29-39).

Jódar, J. *La Era Digital: Nuevos Medios, Nuevos Usuarios y Nuevos Profesionales*. Revista Electrónica Razón y Palabra: Vol 71 (1-11) México.

Mills, J. (2006) *El Libro del Podcasting*. <https://www.analfatecnicos.net/archivos/91.ElLibroDelPodcast-Podcastellano.pdf> Fecha de consulta: 20 de octubre de 2018.

Pérez, G. (1994) *Investigación Cualitativa. Retos e Interrogantes*. <https://www.slideshare.net/KarlaSaavedra/modelos-o-paradigmas-pdf-perez-serrano> Fecha de consulta: 21 de abril de 2019.

Radio Ambulante. (2015) <http://radioambulante.org/en/> Fecha de consulta: 17 de octubre de 2018.

Radio Cocoa. (2016) <http://radiococoa.com/RC/category/podcasts/postlatino/>.  
Fecha de consulta: 15 de octubre de 2018.

Radio Nacional. *Podcasts*. Argentina <http://www.radionacional.com.ar/podcasts/>  
Fecha de consulta: 18 de octubre de 2018.

RAE. (2018) <https://dle.rae.es/srv/search?m=30&w=cultura> Fecha de consulta: 14  
de enero de 2018.

Soundcloud. *Multiversos Paralelos*. <https://soundcloud.com/multiversosparalelos>  
Fecha de consulta: 15 de octubre de 2018.

Verne. (2016) *Convoy, el Netflix de los podcasts mexicanos*. Diario El País.  
España. [https://verne.elpais.com/verne/2016/03/25/mexico/1458929494\\_856025.html](https://verne.elpais.com/verne/2016/03/25/mexico/1458929494_856025.html) Fecha de consulta: 17 de octubre de 2018.

## **ENTREVISTAS:**

Garófalo, Gonzalo. Productor Radial. Entrevista por: Samantha Sampedro. Medio de respaldo iPhone. Quito, lunes, 29 de abril de 2019.

Ribadeneira, Alejandro. Escritor de libro *Hasta cuándo profe Almeida - Antileyndas de Quito*. Entrevista por: Samantha Sampedro. Medio de respaldo iPhone. Quito, miércoles, 1 de mayo de 2019.

Zamora, Fredi. Dramaturgo. Entrevista por: Samantha Sampedro. Medio de respaldo iPhone. Quito, lunes 6 de mayo de 2019.

## ANEXOS

### ANEXO 1 / GUÍA DE ENTREVISTA

GUIA DE ENTREVISTA				
<b>TEMA:</b>	Adaptación sonora de una de las nueve antilegendas del libro “¡Hasta cuándo profe Almeida! -Antilegendas de Quito” del escritor ecuatoriano, Alejandro Ribadeneira como programa piloto para plataformas de <i>podcast</i> .			
<b>INTRODUCCIÓN:</b>	La presente entrevista busca dar respuesta y solución al objetivo específico 2, el cual se refiere a: Identificar los recursos técnicos y artísticos que requiere la adaptación sonora para la producción del podcast piloto.			
<b>CATEGORÍAS</b>	<b>SUBCATEGORÍAS</b>	<b>ENTREVISTADOS</b>		
		<b>PRODUCTOR RADIAL</b>	<b>ESCRITOR</b>	<b>DRAMATURGO</b>
		GONZALO GARÓFALO	ALEJANDRO RIBADENEIRA	FREDI ZAMORA
<b>ARTÍSTICAS (CA)</b>	ADAPTACIÓN LITERARIA	¿En qué consiste realizar una adaptación literaria al lenguaje sonoro?	¿Cuál es la diferencia entre una anti-leyenda adaptada y una inspirada?	¿Qué es la adaptación libre?

	GUION	¿Qué son los guiones planos?	¿Qué partes de la estructura dramática de una obra literaria deberían permanecer para que al adaptarla no pierda su sentido original?	¿Qué partes de la estructura dramática de una obra literaria deberían permanecer para que al adaptarla no pierda su sentido original?
	ACTORES Y VOCES	¿Qué se recomienda al momento de elegir los personajes que interpretarán la historia?		¿Qué se recomienda al momento de elegir los personajes que interpretarán la historia y cómo construirlos?
	ESCENARIOS	¿Qué son los paisajes sonoros?		¿Cómo construir atmósferas?
	EFFECTOS DE SONIDO	¿Cuáles son los principales efectos que se usan?		¿Cómo no abusar de los efectos sonoros?
	COINCIDENCIA ENTRE OBRA LITERARIA Y PRODUCTO SONORO	¿Toda obra literaria puede ser adaptada al lenguaje sonoro?	¿Cuál es el valor que usted ve en adaptar su libro al <i>podcast</i> ?	¿Cuál es la importancia de fusionar el lenguaje literario y el sonoro?

	LENGUAJE	¿Cómo deben ser los diálogos de los personajes?	¿Cómo es la manera de hablar de sus personajes?	¿De qué manera lograr que los diálogos no suenen forzados?
<b>TÉCNICAS (CT)</b>	DIRECCION	¿Cómo dirigir a los actores frente a un micrófono?		¿Cuál es el proceso de dirección de una obra dramática?
	MONTAJE Y EDICIÓN	¿Cuál es el proceso y en qué radica la diferencia?		
	EFFECTOS DE SONIDO	¿Qué características deben tener los foleys?		
	MÚSICA	¿Qué se recomienda a la hora de poner música en las creaciones sonoras?		¿Cuál es la riqueza de crear música propia?

	SILENCIO	¿En qué momento son importantes los silencios?		
	EQUIPO TÉCNICO (MICRÓFONOS, CONSOLAS, COMPUTADOR, ESTUDIO DE GRABACIÓN)	¿Qué tipo de equipo recomienda utilizar a la hora de producir una pieza sonora?		
	PLANOS DE LA VOZ	¿Cuáles son los distintos planos de voz y para qué se utilizan?		¿Cómo debería ser el timbre de voz actoral?

## ANEXO 2 / GUION LITERARIO

LIBRO:

¡HASTA CUÁNDO, PROFE ALMEIDA! - Anti leyendas de Quito

Por:

Alejandro Ribadeneira

ANTILEYENDA: EL REPARTIDOR

-Inspirado en El Cucurucho de San Agustín-

(Segundo Tratamiento)

ADAPTACIÓN POR:

Samantha Sampedro C.



## **ESCENA 1**

### **EXT. CALLE - TARDE**

BYRON llega en moto a la calle Vasco de Contreras, frena y va avanzando en ella, busca la dirección exacta.

#### **BYRON**

(Soliloquio buscando concentradamente)

Vasco de Contreras 12-14... Vasco de Contreras 12-18... sólo me falta una entrega para ganar el concurso y no encuentro la casa. Ya me veo como nuevo gerente de local Iñaquito, usando terno y corbata en lugar de este uniforme estúpido de sotana púrpura y un cono pegado al casco para dar la apariencia de un cucurucho.

El TRIPAS pasa a toda velocidad por alado de BYRON, pita muy fuerte.

#### **EL TRIPAS**

(Grita fuerte de forma burlona)

¡Hey tonto, sal de mi camino!

#### **BYRON**

(Soliloquio cansado y enojado)

Llevo una pizza de piña con jamón, cola de 2 litros, alitas BBQ y palitos de canela. Durante el día he repartido 19 pedidos, todos entregados a tiempo porque la oferta "treinta o gratis" es más importante que todos los cupones de descuento juntos. Bueno, para los que llaman por teléfono es "treinta minutos o gratis.

Para nosotros los repartidores es..

**INGENIERO CASTILLO**

(Vos malhumorada)

¡Treinta minutos o la pagas vos, huevón!

**BYRON**

(Soliloquio preocupado)

Yo nunca he fallado, aunque ahora me estoy poniendo nervioso porque no encuentro la casa.

BYRON frena casi completamente la moto y busca muy despacio. BYRON reduce la velocidad de la motocicleta para leer con más calma los números de las viviendas.

**BYRON**

(Lee con detenimiento cada casa)

Vasco de Contreras 12-22...

Vasco de Contreras 12-26...

**BYRON**

(Soliloquio cuestionándose)

A veces, los clientes dan una numeración antigua. Hay que estar pilas para darse cuenta. O no dicen en qué piso viven y toca apretar todos los timbres del edificio. Creen que somos adivinos. Hoy fue terrible. En el quinto pedido, la señora había indicado que la fachada de su casa era café, pero en realidad era habana.

**SEÑORA**

(Dando la información muy segura y con pausas)

¡Joven, ca-fe-cita le dije que era!

**BYRON**

(Soliloquio cansado)

¡Casi me atraso! En la novena entrega, el guardia del condominio no me dejó pasar porque no le habían indicado nada. En el decimotercero, la Yoly copió mal el apellido del cliente.

**YOLY**

(Preguntando presumida)

Listo, ¿A quién el pedido?

Existe interferencia en la línea telefónica.

**CLIENTE**

(Serio)

Salvatierra, señorita.

**YOLY**

(Confundida por la mala señal)

Okay, Ri-ba-de-nei-ra

**CLIENTE**

(De poca paciencia)

¡Le dije Sal-va-tie-rra, señorita!

**YOLY**

(Despistada y con risa coqueta)

Listo señor Ribadeneira

**CLIENTE**

(Desesperado)

¡Ushhh, no, Salvatierra!

**YOLY**

(Confiada y entre risas)

En 30 minutos recibirá su pedido señor Ribadeneira, o si no será gratis, un placer atenderle.

**BYRON**

(Molesto, pero enamorado)

Era Salvatierra y puso Rivadeneira,  
¡Ushhh, qué gil!, ¡pero aun así qué linda!

**ESCENA 2**

**EXT. CALLE - NOCHE**

BYRON sigue dando vueltas al vecindario en su moto.

**BYRON**

(Soliloquio molesto)

El penúltimo viaje resultó ser una broma de mal gusto:  
cuando llegué a la dirección, el cliente tenía 7 años de  
edad.

BYRON timbra la casa, pero nadie responde, hay una nota  
enfrente de la puerta.

**BYRON**

(Lee la nota)

¡Por la puerta de atrás!

BYRON se dirige hacia la puerta trasera de la casa y golpea.

**VOZ PELICULA MI POBRE ANGELITO**

¿Quién es?

**BYRON**

(Feliz y tranquilo)

¡Soy BYRON señor, le traigo su pizza!

**VOZ PELICULA MI POBRE ANGELITO**

Déjala en la entrada y lárgate de aquí.

**BYRON**

(Un poco molesto)

Está bien, pero ¿Dónde está mi plata?

**VOZ PELICULA MI POBRE ANGELITO**

¿Cuál plata?

**BYRON**

(Cansado y molesto)

Tiene que pagar por su pizza señor.

**VOZ PELICULA MI POBRE ANGELITO**

¿De verdad?, ¿Cuánto te debo?

**BYRON**

(Cansado y molesto)

¡Son \$11.80 señor!

El niño pasa las monedas por debajo de la puerta.

**VOZ PELICULA MI POBRE ANGELITO**

¡Guarda el cambio inmundo animal!

**BYRON**

(Despechado)

¡Miserable!

**VOZ PELICULA MI POBRE ANGELITO**

¡Oye, voy a darte hasta la cuenta de diez, para que saques tu feo, cobarde, e inútil rostro de mi propiedad antes de que te llene los intestinos de plomo... 1, 2!

BYRON, se aleja corriendo con la pizza y bota un tacho de basura de metal; el automóvil de los padres del niño frena a raya.

**MAMÁ**

(Molesto y confundido)

¿Qué hace el pizzero vestido de Cucurucho acá?

BYRON comprende que todo fue una broma de muy mal gusto y se acerca al automóvil.

**BYRON**

(Furioso)

¡Faltan \$3 dólares señores!

**PAPÁ**

(Molesto y confundido)

¿Eh?, ¡Jamás pedí una pizza!

Los padres se bajan del carro y llegan hasta la casa, mientras se escucha al papá molesto decir a su esposa:

**PAPÁ**

(Gritando molesto)

“Ya estoy cansado Beatriz, de que tu hijo siga haciendo esas bromas estúpidas”

Se cierra la puerta fuertemente.

**BYRON**

(Soliloquio voz triste y cansada)

Estaba resignado a irme de regreso con la pizza y registrar mi primer punto negativo del concurso, pero...

**VECINA**

(Voz sexy)

"Disculpa, ¿esa pizza es de salami?".

**BYRON**

(Con desgano e interesado en la vecina sexy)

¡Así es, se-ño-ri-ta!

**VECINA**

(Entusiasmado)

"No te vayas, yo la quiero".

**BYRON**

(En voz baja y coqueta)

¡Ufff y yo te quiero a ti...

**BYRON**

(Seguro)

¡Pero no tanto como a la Yoly!

La VECINA paga la pizza a BYRON, BYRON enciende la moto, acelera y se marcha.

**BYRON**

(Soliloquio entusiasmado)

¡Ufff! Me salvé. Con esa entrega, me coloqué a la cabeza de la tabla de posiciones.

**ESCENA 3**

**INT. DEPARTAMENTO BYRON - DÍA**

BYRON está en su apartamento. Mientras realiza todas sus actividades desde levantarse de la cama hasta prepararse el desayuno, cuenta:

**BYRON**

(Soliloquio inconforme)

Los dueños de la franquicia "El Cucurucho de San Agustín" habían despedido al gerente del local porque no cumplió las metas de ventas.

**INGENIERO CASTILLO**

(Con voz firme)

¡Despedido Carmelo, Des-pe-di-do!

**CARMELO**

(Sollozando)

¡No señor, por favor no me eche!

**BYRON**

(Soliloquio inconforme)

Al pobre del Carmelo le falló un 15%, un porcentaje inaceptable.

El ingeniero Castillo, el dueño, dijo que contrataría a un sobrino suyo para el puesto.

**INGENIERO CASTILLO**

(Con voz firme)

¡Contrataré a mi sobrino para el cargo de Jefe Mayor!



**BYRON**

(Armado de valor)

¿Podría darme el puesto jefe?

**BYRON**

(Soliloquio sarcástico)

El ingeniero Castillo me miró con asombro y luego me pidió amablemente que me fuera a la...

**INGENIERO CASTILLO**

(Con voz enérgica)

¡A la punta del Cerro Villegas, así es, váyase a la punta del cerro! Usted, solamente es un repartidor, que no sabe de administración! Es más, este honorable puesto se me pega la regalada gana de darle a mi sobrino y punto.

**BYRON**

(Soliloquio entusiasmado)

Yo ansiaba el puesto por el sueldo y también porque así podría lograr que la Yoly, que contestaba los pedidos telefónicos y que organizaba los despachos a domicilio, me parara bola.

**YOLY**

(Coqueta y masticando chicle)

Alooo, pizzería el Cucurucho de San Agustín, "en donde si no repartimos pronto nuestro trabajo llega a su fin"

**BYRON**

(Contento y esperanzado)

¡Alo Yoly, soy Byron ¿quieres ir al cine?!

**YOLY**

(Vos engreída y risita)

"Nones Villegas, yo no salgo con repartidores"

YOLY cuelga el teléfono enseguida.

**ESCENA 4**

**INT. PIZZERÍA - TARDE**

BYRON golpea el escritorio del jefe.

**BYRON**

(Con voz firme y retadora)

"¡Póngame a prueba Ingeniero Castillo!"

Después de un segundo de silencio.

**INGENIERO CASTILLO**

(Mal humorado)

¡Está bien Villegas, te pondré a prueba!

**BYRON**

(Soliloquio con tono cansón)

Pero el Tripas, el otro repartidor, se interpuso, furioso.

**EL TRIPAS**

(En tono envidioso y presumido/de calle)

¡Pero jefe, soy más antiguo aquí que el Byron!;

así que yo también tengo derecho a ese puesto,

a diferencia de él, ¡yo tengo cursados tres semestres en la Escuela de Administración del Instituto Serranía!

**BYRON**

(En tono defensivo)

¡Momento, yo también tengo tres semestres de Economía en la  
Universidad Central!

**EL TRIPAS**

(En tono desafiante)

¡Pero yo soy bachiller contador!

**BYRON**

(Presumido pero tranquilo)

¡Yo sé de mecánica de autos!

**EL TRIPAS**

(Con tono sarcástico)

¡Y yo soy el mejor puñete del barrio,  
capaz de derrotar al mismísimo boxeador  
"El Gallo Ramírez"!

**BYRON**

(Desafiante)

A ver, prueba conmigo y ¡veamos si duras un minuto!

**INGENIERO CASTILLO**

(Con voz enérgica)

¡A callar señores!

El INGENIERO CASTILLO golpea en su escritorio y anuncia qué  
se hará.

**INGENIERO CASTILLO**

(Con voz de autoridad y sarcástica)

¡El repartidor que más pizzas entregue en una jornada

será el gerente.

**INGENIERO CASTILLO**

(Con voz de autoridad y casi deletreando)

¡Y-pun-to!

El INGENIERO CASTILLO, sale tumbando la puerta.

**BYRON**

(Soliloquio desafiante)

Obvio, acepté gustoso la competencia porque yo era el mejor repartidor, pero el Tripas, habitualmente torpe y lento, estaba dándome una inesperada pelea.

**ESCENA 5**

**EXT. PIZZERÍA - NOCHE (TRUENOS Y LLUVIA)**

BYRON recoge la pizza de las manos de Yoly.

**YOLY**

(Masticando chicle y con risa traviesa)

"Van empatados..."

YOLY le entrega la pizza con fuerza.

**YOLY**

(Picaresco y emocionada por la competencia)

Vasco de Contreras 12-24

**BYRON**

(Preguntando)

¿En dónde está el Tripas?

**EL TRIPAS**

(Desafiante)

¡Aquí sanguijuela, el que se pica pierde!

**BYRON**

(Soliloquio sospechoso)

La Yoly no necesitó decírmelo, pues él cruzó velozmente por la puerta del despacho con un pedido enorme, para luego montar en su moto.

**BYRON**

(Preguntando)

¿A dónde va?

**YOLY**

(Desafiante)

"Es un pedido a cinco cuadras, junto a la cooperativa de camiones".

**BYRON**

(Soliloquio tono pensativo y pesimista)

Eso estaba mal, pues quería decir que podría estar de vuelta en diez minutos y entregar otra orden.

En otras palabras, me superaría. Y solamente faltaban treinta minutos para cerrar la competencia, así que tomé el pedido rápidamente.

BYRON corre hacia la moto, la monta, enciende y acelera.

**BYRON**

(Concentrado lee el número de las viviendas)

Vasco de Contreras 12-24.

Vasco de Contreras 12-46.

¡Diablos!, ¿En dónde está la Vasco de Contreras 12-24?

BYRON da la vuelta en la moto para revisar los números nuevamente y lee las referencias, abre un papel.

Empieza a llover.

**BYRON**

(Lee alto y claro)

“Casa Blanca con verde, rejas negras y un... un...”. Creo que dice “samoyedo en el garash”. ¡Qué manera de escribir! Pero en toda esta calle no hay una sola casa con esa descripción ni con esa marca de auto estacionado. ¿Cómo rayos era un “samoyedo”? como es de noche, a veces los colores se confunden.

**INGENIERO CASTILLO**

(Voz fantasmagórica)

Faltan cinco minutos para que expire el tiempo de la promoción.

**BYRON**

(Voz alta y confundido)

¡Rayos, hasta creo estar escuchando la voz del viejo cascarrabias ese!

**BYRON**

(Imitando al Ingeniero Castillo)

¡Treinta minutos o la pagas voz, huevón!

Se escucha alguien que pita fuerte. Es el Ingeniero Castillo.

**INGENIERO CASTILLO**

(Enfadado)

¡Treinta minutos o la pagas voz, huevón!

BYRON da la vuelta y descubre que el INGENIERO CASTILLO estaba en la misma calle que él se encontraba.

**BYRON**

(Sorprendido y con miedo)

¡Buenas noches Señor Castillo!

El carro del Ingeniero Castillo acelera y Sin ver una cocha, salpica a BYRON.

**BYRON**

(Frustrado)

¡Ushhh!, si no fuera por ese maldito puesto y por obtener una salida con la Yoly...

**BYRON**

(Soliloquio concentrado)

Vuelvo a revisar la calle, paso por la misma caseta de guardia abandonada, veo los mismos grafitis que dicen "Las feas también tienen derecho a vivir, pero no todas en este barrio", "No orinarse aquí, Cristo te mira", "Dani, vas a ser papá, te amo"  
y, de repente, caigo en cuenta...

BYRON frena y acelera la moto.

**BYRON**

(Frustrado se dice a sí mismo en voz alta)

¡Qué bruto!

**BYRON**

(Soliloquio frustrado)

Doy vuelta y entro al callejón.

No tiene nombre. Pero, cincuenta metros al fondo,  
diviso la bendita casa blanca con verde,  
las rejas negras y el número que estaba buscando.

La lluvia calma.

**ESCENA 6**

**EXT. CASA - NOCHE**

BYRON timbra y un perro ladra, casi lo muerde.

**BYRON**

(Soliloquio en duda)

Rayos, ¿Por qué la Yoly no me advirtió que había un perro?

**SEÑOR GRUÑON**

(Enojado)

!Flip, fuera!

El perro sale corriendo y los niños detrás de él.

**NIÑOS**

(Felices)

¡Ya llegó la pizza!

**BYRON**

(Soliloquio con duda)

Ufff, ese langarote creo que es el papá, porque los guaguas  
hasta reglas parecen.



**BYRON**

(Voz fuerte y jadeando de alegría)

¡Pizza el Cucurucho de San Agustín, siempre a tiempo!,

BYRON les extiende el pedido.

**BYRON**

(Soliloquio feliz y confiado)

Jijiji, de seguro me veré muy bien de terno,  
sólo me hace falta una corbata para hacer  
todo un gerente.

**SEÑOR GRUÑÓN**

(Enojado)

¡Esto no lo pedí, a ningún momento ordené una pizza  
de piña con jamón, sino de champiñones con jamón!

**NIÑOS**

(Voz de asco)

¡Ewww, piña, que asco!

**BYRON**

(Soliloquio enfadado)

No era posible que hubiera un error.  
La Yoly no era tan estúpida. Bueno, sí lo es.  
Tengo que arreglarlo o estaré perdido.  
El Tripas no puede ser mi jefe. Lo único que  
hace bien es cambiar el jabón líquido del baño.

El estómago del SEÑOR GRUÑÓN suena, mientras se la devuelve  
bruscamente a BYRON y lo golpea en la barriga.

**SEÑOR GRUÑON**

(Voz enojada)

"No pagaré por esto"

**NIÑA**

(Voz de asco y lloriqueo)

¡Papá no queremos esta pizza!

**NIÑO**

(Voz de asco y lloriqueo)

¡Piña, que asco!

**BYRON**

(Dice en voz baja con iras)

Pequeños mocosos del demonio, son unos consentidos...

**SEÑOR GRUNÓN**

(Sorprendido y enojado)

¿Cómo dijo?

**BYRON**

(Intimidado)

Nada señor

**SEÑOR GRUNÓN**

(Sorprendido y enojado)

Encima más que es un bueno para nada tiene las agallas de insultar a mis hijos.

**BYRON**

(Intimidado)

Para nada señor, solo digo la verdad... esos dos niños son unos caprichosos.

**SEÑOR GRUNÓN**

(Sorprendido y enojado)

¿Y a usted qué le importa?, hora me viene a dar clases de cómo cuida a mis hijos.

**NIÑO**

(Consentidos y lloriqueando)

¡Papá nos llamaron consentidos!

Los niños empiezan a llorar porque presienten que no habrá pizza.

**BYRON**

(Calmado, queriendo convencer)

"Señor, la orden que tengo escrita es de..."

**SEÑOR GRUÑON**

(Voz enojada)

¡Yo no voy a pagar esta asquerosidad, imbécil!

**BYRON**

(Voz fuerte y clara)

Le pido que no me insulte.

**NIÑA**

(Grita sorprendida)

¡Ahhh, alergia, alergia!

**SEÑOR GRUÑON**

(Voz enojada)

¡Yo hago lo que se me viene en gana!

Los niños y el perro empiezan a lloran, y el perro a aullar.

SEÑOR GRUÑON responde con un empujón y pierde el control, arroja los cartones de pizza al patio empieza la pelea. Los pedazos se riegan por el jardín. Flip se lanza a morder uno. Los niños lloran con fuerza. La ESPOSA intenta oponerse entre su marido y BYRON.

**ESPOSA**

(Desesperada)

¡Basta, basta!

**VECINO ANCIANO 1**

(Entusiasmado)

¡No te dejes cucurucho, y sáquele la madre a ese Pérez!

**ESPOSA**

(Desesperada)

¡Basta, basta, dejen los golpes!

**VECINO CURIOSO 2**

(Voz de locutor)

Y arranca el primer round, el puño de DON GRUÑON se incrusta en el ojo derecho del pizzero. Él intenta defenderse,  
pero otra vez recibe un golpe, esta vez en el mentón.  
Esta en el piso señores.

**VECINO ANCIANO 1**

(Entusiasmado)

¡Esquiva el golpe! ¡Así es, mira eso! ¡Bonito, muy bonito!

**VECINO 3**

(Entusiasmado)

¡Pérez, sácale el disfraz a ese bueno para nada!

**VECINO ANCIANO 1**

(Entusiasmado)

¡De pie hijo de perra porque Micky te ama!

Se escuchan gritos de los vecinos y barras por ambos bandos.

**BYRON**

(Soliloquio adolorido)

Algo estremece mis costillas. Ni siquiera cuando me asaltaron en mi primer día, y me robaron el monto de un pedido y mi celular, me dolió tanto. Ayyy...

Se escuchan muchas voces. El barrio entero ha salido a ver la pelea. La ambulancia llega, suenan las sirenas.

**VECINO**

(Grita)

¡Recojan el casco y la moto!

**VECINOS**

(Gritando)

¡Abran paso a la ambulancia!

Varias manos lo suben a una camilla y lo ingresan al vehículo.

**ESCENA 7**

**INT. AMBULANCIA - NOCHE**

**PARAMÉDICO**

(Con voz de asombro)

¡Chuta, esta ha sido la noche de los pizzeros, primero este  
man  
fue atropellado por un camión por pasarse el semáforo  
en rojo y ahora a este pendenciero le sacan la madre!

**BYRON**

(Adolorido, pero feliz)

Vaya, vaya, pero ¿a quién tenemos aquí? Es mi viejo y gran  
amigo el Tripas en la camilla  
de alado, repleto de sangre y conectado a un suero.

El Tripas se queja del dolor.

**BYRON**

(Soliloquio Feliz)

Me fijo en el bolsillo de su chaqueta: tiene la factura  
que se debe entregar al cliente.

BYRON, sonríe al saber que es el ganador.

**BYRON**

(Feliz)

¡Soy el gerente!, ¡Soy el gerente!

**PARAMÉDICO**

(Con voz preocupada)

Trate de guardar la calma señor, no se agite.

**BYRON**

(Feliz)

¿Con quién se cree que está hablando?

**PARAMÉDICO**

(Con voz sarcástica)

Con un pobre mal herido que no puede ni ponerse en pie.

**BYRON**

(Soliloquio feliz y adolorido)

Quiero reír, pero el dolor me lo impide. ¡Bah!, no importa.

Espero que no me tengan mucho tiempo en el hospital.

**BYRON**

(Pega un gran grito)

¡Quiero comprarme una corbata mañana mismo!

Se escuchan las sirenas alejarse del lugar del incidente.

**ANEXO 3 / GUIÓN TÉCNICO**

<b>GUIÓN TÉCNICO "HASTA CUÁNDO PROFE ALMEIDA" (ANTILEYENDA - EL REPARTIDOR)</b>						
<b>ESCENA</b>	<b>LOCACIÓN</b>	<b>ACTOR</b>	<b>INTENCIONALIDAD</b>	<b>PARLAMENTO</b>	<b>FOLEYS</b>	<b>PISTA MUSICAL</b>
1	Exterior. Calle. Tarde	Byron	(Soliloquio buscando concentradamente)	Vasco de Contreras 12-14... Vasco de Contreras 12-18... sólo me falta una entrega para ganar el concurso y no encuentro la casa. Ya me veo como nuevo gerente de local Ñaquito, usando terno y corbata en lugar de este uniforme estúpido de sotana púrpura y un cono pegado al casco para dar la apariencia de un	Moto va frenando y avanza lentamente	Musicalización: Por definir.



				cucurucho.		
1	Exterior. Calle. Tarde	Tripas	(Grita fuerte de forma burlona)	¡Hey tonto, sal de mi camino!	Moto a toda velocidad y pita fuertemente	
1	Exterior. Calle. Tarde	Byron	(Soliloquio cansado y enojado)	Llevo una pizza de piña con jamón, cola de 2 litros, alitas BBQ y palitos de canela. Durante el día he repartido 19 pedidos, todos entregados a tiempo porque la oferta "treinta o gratis" es más importante que todos los cupones de descuento juntos.	Teléfonos sonando/murmullo de gente haciendo pedidos	

				Bueno, para los que llama por teléfono es “treinta minutos o gratis”. Para nosotros los repartidores es...		
1	Interior. Oficina. Tarde	Ingeniero Castillo	(Voz malhumorada)	¡Treinta minutos o la pagas vos, huevón!	Golpe de la mano con el escritorio	

1	Exterior. Calle. Tarde	Byron	(Soliloquio preocupado)	Yo nunca he fallado, aunque ahora me estoy poniendo nervioso porque no encuentro la casa.	Moto avanzando lentamente	
1	Exterior. Calle. Tarde	Byron	(Lee con detenimiento cada casa)	Vasco de Contreras 12-22... Vasco de Contreras 12-26...	Moto frena casi completamente y avanza despacio	
1	Exterior. Calle. Tarde	Byron	(Soliloquio cuestionándose)	A veces, los clientes dan una numeración antigua. Hay que estar pilas para darse cuenta. O no dicen en qué piso viven y toca apretar todos los timbres del edificio. Creen que	Moto frena completamente	

				somos adivinos. Hoy fue terrible. En el quinto pedido, la señora había indicado que la fachada de su casa era café, pero en realidad era habana.		
1	Exterior. Calle. Tarde	Señora	(Dando la información muy segura y con pausas)	¡Joven, ca-fe-cita le dije que era!	Ruido vecindario, pájaros, carros pasando, portazo	
1	Exterior. Calle. Tarde	Byron	(Soliloquio cansado)	¡Casi me atraso! En la novena entrega, el guardia del condominio no me dejó pasar porque no le habían indicado nada. En el	Sonido de lápiz en papel (cuando copia mal el apellido)	

				decimotercero, la Yoly copió mal el apellido del cliente.		
1	Interior. Pizzería. Tarde	Yoly	(Preguntando presumida)	Listo, ¿A quién el pedido?	Voz en llamada telefónica	
1	Interior. Departamento. Tarde	Cliente	(Serio)	Salvatierra, señorita.	Voz en llamada telefónica con interferencia	
1	Interior. Pizzería. Tarde	Yoly	(Confundida por la mala señal)	Okay, Ri-ba-de-nei-ra	Escuchando con dificultad por la interferencia	
1	Interior. Departamento. Tarde	Cliente	(De poca paciencia)	¡Le dije Sal-va-tie-rra, señorita!	Voz en llamada telefónica con interferencia	
1	Interior. Pizzería. Tarde	Yoly	(Despistada y con risa coqueta)	Listo señor Ribadeneira	Sonido interferencia en la línea	
1	Interior. Departamento. Tarde	Cliente	(Desesperado)	¡Ushhh, no, Salvatierra!	Voz en llamada telefónica con interferencia	

1	Interior. Pizzería. Tarde	Yoly	(Confiada y entre risas)	En 30 minutos recibirá su pedido señor Ribadeneira, o sino será gratis, un placer atenderle.	Sonido interferencia en la línea	
1	Exterior. Calle. Tarde	Byron	(Molesto pero enamorado)	Era Salvatierra y puso Rivadeneira, ¡Ushhh, qué gil!, ¡pero aún así qué linda!	Golpeandose la cabeza con la mano	
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Soliloquio molesto)	El penúltimo viaje resultó ser una broma de mal gusto: cuando llegué a la dirección, el cliente tenía 7 años de edad.	Moto avanzando lentamente	
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Lee la nota)	¡Por la puerta de atrás!	Timbra la casa, camina y vuelve a timbrar	

2	Interior. Casa. Noche	Voz película Mi Pobre Angelito	--	¿Quién es?		
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Feliz y tranquilo)	¡Soy BYRON señor, le traigo su pizza!		
2	Interior. Casa. Noche	Voz película Mi Pobre Angelito	--	Déjala en la entrada y lárgate de aquí.		
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Un poco molesto)	Está bien, pero ¿Dónde está mi plata?		
2	Interior. Casa. Noche	Voz película Mi Pobre Angelito	--	¿Cuál plata?		
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Cansado y molesto)	Tiene que pagar por su pizza señor.		

2	Interior. Casa. Noche	Voz película Mi Pobre Angelito	--	¿De verdad?, ¿Cuánto te debo?		
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Cansado y molesto)	¡Son \$11.80 señor!	Sonido de monedas lanzadas al piso	
2	Interior. Casa. Noche	Voz película Mi Pobre Angelito	--	¡Guarda el cambio inmundo animal!		
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Despechado)	¡Miserable!		
2	Interior. Casa. Noche	Voz película Mi Pobre Angelito	--	¡Oye, voy a darte hasta la cuenta de diez, para que saques tu feo, cobarde, e inútil rostro de mi propiedad antes de que te llene los intestinos de	Sonido corriendo, Derribando un tacho de basura metálico y un auto frena a raya	



				plomo... 1, 2!		
2	Exterior. Calle. Noche	Mamá	(Molesta y confundida)	¿Qué hace el pizzero vestido de Cucurucho acá?		
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Furioso)	¡Faltan \$3 dólares señores!		
2	Exterior. Calle. Noche	Papá	(Molesto y confundido)	¿Eh?, ¡Jamás pedí una pizza!	Sonido cerrando la puerta del carro	
2	Exterior. Calle. Noche	Papá	(Gritando molesto)	“Ya estoy cansado de que tu hijo siga haciendo esas bromas estúpidas”.	Cierra la puerta fuertemente	
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Soliloquio voz triste y cansada)	Estaba resignado a irme de regreso con la pizza y registrar mi primer punto negativo del concurso, perooooo...	Intentando encender la moto	

2	Exterior. Calle. Noche	Vecina	(Voz sexy)	“Disculpa, ¿esa pizza es de salami?”.		
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Con desgano e interesado en la vecina sexy)	¡Así es, se-ño-ri-ta!		
2	Exterior. Calle. Noche	Vecina	(Entusiasmada)	“No te vayas, yo la quiero”.		
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Voz baja y coqueta)	¡Ufff! Y yo te quiero a ti..		
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Seguro)	¡Pero no tanto como a la Yoly!	Cerrando cajón de la pizza en la moto Encendiendo la moto Arrancando la moto a velocidad	
2	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Soliloquio entusiasmado)	¡Ufff! Me salvé. Con esa entrega, me coloqué a la cabeza de la tabla de posiciones.		

3	Interior. Departamento Byron. Día	Byron	(Soliloquio inconforme)	Los dueños de la franquicia “El Cucurucho de San Agustín” habían despedido al gerente del local porque no cumplió las metas de ventas.	Levantandose de la cama Caminando por el departamento Sonido preparando el desayuno	
3	Interior. Departamento Byron. Día	Ingeniero Castillo	(Con voz firme)	¡Despedido Carmelo, Des-pe-di-do!	Sonido pizzeria y llamadas telefónicas	
3	Interior. Departamento Byron. Día	Carmelo	(Sollozando)	¡No señor, por favor no me eche!		
3	Interior. Departamento Byron. Día	Byron	(Soliloquio inconforme)	Al pobre del Carmelo le falló un 15%, un porcentaje inaceptable.		

3	Interior. Departamento Byron. Día	Ingeniero Castillo	(Con voz firme)	¡Contrataré a mi sobrino para el cargo de Jefe Mayor!		
3	Interior. Departamento Byron. Día	Byron	(Armado de valor)	¿Podría darme el puesto jefe?	Sonido preparando el desayuno, cuchara choca en taza, mecer el café y el azucar en la taza,etc	
3	Interior. Departamento Byron. Día	Byron	(Soliloquio sarcástico)	El ingeniero Castillo me miró con asombro y luego me pidió amablemente que me fuera la...	Sonido preparando el desayuno, cuchara choca en taza, mecer el café y el azucar en la taza,etc	
3	Interior. Departamento Byron. Día	Ingeniero Castillo	(Con voz enérgica)	¡A la punta del Cerro Villegas, así es, váyase a la punta del cerro! Usted, solamente es un repartidor, que no	Sonido preparando el desayuno, cuchara choca en taza, mecer el café y el azucar en la taza,etc	

				sabe de administración! Es más, este honorable puesto se me pega la regalada gana de darle a mi sobrino y punto.		
3	Interior. Departamento Byron. Día	Byron	(Soliloquio entusiasmado)	Yo ansiaba el puesto por el sueldo y también porque así podría lograr que la Yoly, que contestaba los pedidos telefónicos y que organizaba los despachos a domicilio, me parara bola.	Sonido preparando el desayuno, cuchara choca en taza, mecer el café y el azucar en la taza,etc	

3	Interior. Pizzería. Día	Yoly	(Coqueta y masticando chicle)	Alooo, pizzería el Cucurucho de San Agustín, “en donde si no repartimos pronto nuestro trabajo llega a su fin”	Sonido telefónica llamada	
3	Interior. Departamento Byron. Día	Byron	(Contento y esperanzado)	¡Alo Yoly, ¿quieres ir al cine?!	Sonido tono de llamada, cupido corazonces volando	
3	Interior. Departamento Byron. Día	Yoly	(Voz engreída y risita)	“Nones Villegas, yo no salgo con repartidores”,	Corazonces rompiendose/explotando, cierra llamada	
4	Interior. Pizzería. Tarde	Byron	(Con voz firme y retadora)	“¡Póngame a prueba Ingeniero Castillo!”	Golpe escritorio con la mano	Musicalización valentía
4	Interior. Pizzería. Tarde	Ingeniero Castillo	(Mal humorado)	¡Está bien Villegas, te pondré a prueba!		Musicalización aprobando
4	Interior. Pizzería.	Byron	(Soliloquio con tono cansón)	Pero el Tripas, el otro repartidor, se		Musicalización interrupción

	Tarde			interpuso, furioso.		
4	Interior. Pizzería. Tarde	El Tripas	(En tono envidioso y presumido/de calle)	¡Pero jefe, soy más antiguo aquí que el Byron!; así que yo también tengo derecho a ese puesto, a diferencia de él, ¡yo tengo cursados tres semestres en la Escuela de Administración del Instituto Serranía!		Gingle del Insituto Serranía
4	Interior. Pizzería. Tarde	Byron	(en tono defensivo)	¡Momento, yo también tengo tres semestres de Economía en la Universidad Central!		Himno Universidad Central
4	Interior.	El Tripas	(En tono desafiante)	¡Pero yo soy		

	Pizzería. Tarde			bachiller contador!		
4	Interior. Pizzería. Tarde	Byron	(Presumido pero tranquilo)	¡Yo sé de mecánica de autos!		
4	Interior. Pizzería. Tarde	El Tripas	(Con tono sarcástico)	¡Y yo soy el mejor puñete del barrio, capaz de derrotar al mismísimo boxeador “El Gallo” Ramírez!		
4	Interior. Pizzería. Tarde	Byron	(Desafiante)	A ver, prueba conmigo y ¡veamos si duras un minuto!		
4	Interior. Pizzería. Tarde	Ingeniero Castillo	(Con voz energética)	¡A callar señores!	Golpe escritorio con la mano	
4	Interior. Pizzería. Tarde	Ingeniero Castillo	(Con voz de autoridad y sarcástica)	¡El repartidor que más pizzas entregue en una		



				jornada será el gerente.		
4	Interior. Pizzería. Tarde	Ingeniero Castillo	(Con voz de autoridad y casi deletreando)	¡Y-pun-to!	Cerrando la puerta fuertemente	
4	Interior. Pizzería. Tarde	Byron	(Soliloquio desafiante)	Acepté gustoso la competencia porque yo era el mejor repartidor, pero el Tripas, habitualmente torpe y lento, estaba dándome una inesperada pelea.		
5	Exterior. Pizzería. Noche	Yoly	(Masticando chicle y con risa traviesa)	“Van empatados...”	Sereno, grillos	
5	Exterior. Pizzería. Noche	Yoly	(Picaresco y emocionada por la competencia)	Vasco de Contreras 12-24	Yoly le entrega la caja de pizza que le pega en el estómago a Byron	

5	Exterior. Pizzería. Noche	Byron	(Preguntando)	¿En dónde está el Tripas?		
5	Exterior. Pizzería. Noche	Byron	(Desafiante)	¡Aquí sanguijuela, el que se pica pierde!		
5	Exterior. Pizzería. Noche	Byron	(Soliloquio sospechoso)	La Yoly no necesitó decírmelo, pues él cruzó velozmente por la puerta del despacho con un pedido enorme, para luego montar en su moto.	Enciende la moto y arrancando la moto	
5	Exterior. Pizzería. Noche	Byron	(Preguntando)	¿A dónde va?	sonido de ciudad (carros, pitos, ambulancias)	
5	Exterior. Pizzería. Noche	Yoly	(Desafiante)	“Es un pedido a cinco cuadras, junto a la		

				cooperativa de camiones”.		
5	Exterior. Pizzería. Noche	Byron	(Soliloquio tono pensativo y pesimista)	Eso estaba mal, pues quería decir que podría estar de vuelta en diez minutos y entregar otra orden. En otras palabras, me superaría. Y solamente faltaban treinta minutos para cerrar la competencia, así que tomé el pedido rápidamente.	Corriendo Encendiendo la moto Acelerando rápidamente la moto	
5	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Soliloquio concentrado lee el número de las viviendas)	Vasco de Contreras 12-24. Vasco de Contreras 12-46.	Moto avanza lentamente	

				¡Diablos!, ¿En dónde está la Vasco de Contreras 12-24?		
5	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Soliloquio lee alto y claro)	<p>“Casa Blanca con verde, rejas negras y un... un...”. Creo que dice “zamolledo en el garash”.</p> <p>¡Qué manera de escribir! Pero en toda esta calle no hay una sola casa con esa descripción ni con esa marca de auto estacionado.</p> <p>¿Cómo rayos era un “zamolledo”? como es de noche,</p>	Moto avanza lentamente y empieza a llover	

				a veces los colores se confunden. Falta cinco minutos para que expire el tiempo de la promoción.		
5	Exterior. Calle. Noche	Ingeniero Castillo	(Voz fantasmagógica)	Faltan cinco minutos para que expire el tiempo de la promoción.		
5	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Voz alta y confundido)	¡Rayos, hasta creo estar escuchando la voz del viejo cascarrabias ese!		
5	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Imitando al Ingeniero Castillo)	¡Treinta minutos o la pagas voz, huevón!		
5	Exterior. Calle. Noche	Ingeniero Castillo	(Enfadado)	¡Treinta minutos o la pagas voz, huevón!	Pitando un carro fuertemente y Frenan la moto	

5	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Soprendido y con miedo)	¡Buenas noches Señor Castillo!	Carro acelerando y pasa sobre una cocha mojando a Byron	
5	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Frustrado)	¡Ushhh!, si no fuera por ese maldito puesto y por obtener una salida con la Yoly...		
5	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Soliloquio concentrado)	Vuelvo a revisar la calle, paso por la misma caseta de guardia abandonada, veo los mismos grafitis que dicen “Las feas también tienen derecho a vivir, pero no todas en este barrio”, “No orinarse aquí,	Moto avanza lentamente	

				Cristo te mira”, “Dani, vas a ser papá, te amo” y, de repente, caigo en cuenta.		
5	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Frustrado se dice a sí mismo en voz alta)	¡Qué bruto!	Moto frenando Moto acelerando	
5	Exterior. Calle. Noche	Byron	(Soliloquio frustrado)	Doy vuelta y entro al callejón. No tiene nombre. Pero, cincuenta metros al fondo, diviso la bendita casa blanca con verde, las rejas negras y el número que estaba buscando.	La Lluvia calma	
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Soliloquio en duda)	¿Por qué la Yoly no me advirtió que había un perro?	Sonido de timbre de casa Perro ladrando enojado	

6	Exterior. Casa. Noche	Señor Gruñon	(Enojado)	!Flip, fuera!		
6	Exterior. Casa. Noche	Niños	(Felices)	¡Ya llegó la pizza!	Perro corriendo, jadeando, ladrando 2 niños corriendo	
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Soliloquio con duda)	Ufff, ese langarote creo que es el papá, porque los guaguas hasta reglas parecen.		
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Voz fuerte y jadeando de alegría)	!Pizza el Cucurucho de San Agustín, siempre a tiempo!,		
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Soliloquio feliz y confiado)	Jijiji, de seguro me veré muy bien de terno, sólo me hace falta una corbata para hacer todo un gerente.	Destellos de iluminación e idealización	



6	Exterior. Casa. Noche	Señor Gruñon	(Enojado)	¡Esto no lo pedí, a ningún momento ordené una pizza de piña con jamón, sino de champiñones con jamón!		
6	Exterior. Casa. Noche	Niños	(Voz de asco)	¡Piña, que asco!		
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Soliloquio enfadado)	No era posible que hubiera un error. La Yoly no era tan estúpida. Bueno, sí lo es. Tengo que arreglarlo o estaré perdido. El Tripas no puede ser mi jefe. Lo único que hace bien es		

				cambiar el jabón líquido del baño.		
6	Exterior. Casa. Noche	Señor Gruñon	(Voz enojada)	“No pagaré por esto”	Sonido estómago con hambre Golpe de caja de pizza al estómago de Byron	
6	Exterior. Casa. Noche	Niña	(Voz de asco y lloriqueo)	¡Papá no queremos esta pizza!		
6	Exterior. Casa. Noche	Niño	(Voz de asco y lloriqueo)	¡Piña, que asco!		
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Dice en voz baja con iras)	Pequeños mocosos del demonio, son unos consentidos...		
6	Exterior. Casa. Noche	Señor Gruñon	(Sorprendido y enojado)	¿Cómo dijo?		
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Intimidado)	Nada señor		

6	Exterior. Casa. Noche	Señor Gruñon	(Sorprendido y enojado)	Encima más que es un bueno para nada tiene las agallas de insultar a mis hijos.		
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Intimidado)	Para nada señor, solo digo la verdad... esos dos niños son unos caprichosos.		
6	Exterior. Casa. Noche	Señor Gruñon	(Sorprendido y enojado)	¿Y a usted qué le importa?, hora me viene a dar clases de cómo cuidar a mis hijos.		
6	Exterior. Casa. Noche	Niño	(Consentidos y lloriqueando)	Papá nos llamaron consentidos!	Niños haciendo berrinche	
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Calmado, queriendo convencer)	“Señor, la orden que tengo escrita es de...”		

6	Exterior. Casa. Noche	Señor Gruñon	(Voz enojada)	¡Yo no voy a pagar esta asquerosidad, imbécil!		
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Voz fuerte y clara)	Le pido que no me insulte.		
6	Exterior. Casa. Noche	Niña	(Grita sorprendida)	¡Ahhh, alergia, alergia!		
6	Exterior. Casa. Noche	Señor Gruñon	(Voz enojada)	¡Yo hago lo que me da la gana!	Niños haciendo berrinche y lloriqueos; perros del vecindario aullando	
6	Exterior. Casa. Noche	Esposa	(Desesperada)	¡Basta, basta!	Empujones Botando cartones de pizza al suelo Perro comiendo desafortadamente Niños llorando	
6	Exterior. Casa. Noche	Vecino Anciano 1	(Entusiasmado)	¡No te dejes cucurucho, y sáquele la madre a ese Pérez!		

6	Exterior. Casa. Noche	Esposa	(Desesperada)	¡Basta, basta, dejen los golpes!	Sonido golpes	
6	Exterior. Casa. Noche	Vecino Curioso 2	(Voz de locutor)	Y arranca el primer round, el puño de DON GRUÑON se incrusta en el ojo derecho del pizzero. Él intenta defenderse, pero otra vez recibe un golpe, esta vez en el mentón. Esta en el piso señores.	Sonido campana de ring boxeo Público silvando, aplaudiendo	
6	Exterior. Casa. Noche	Vecino Anciano 1	(Entusiasmado)	¡Esquiva el golpe! ¡Así es, mira eso! ¡Bonito, muy bonito!		
6	Exterior. Casa. Noche	Vecino 3	(Entusiasmado)	¡Pérez, sácale el disfraz a ese		

				bueno para nada!		
6	Exterior. Casa. Noche	Vecino Anciano 1	(Entusiasmado)	¡De pie hijo de perra porque Micky te ama!		
6	Exterior. Casa. Noche	Byron	(Soliloquio adolorido)	Algo estremece mis costillas. Ni siquiera cuando me asaltaron en mi primer día, y me robaron el monto de un pedido y mi celular, me dolió tanto. Ayyy...	Golpes al cuerpo Murmullos de gente Gritos de mujeres	
6	Exterior. Casa. Noche	Vecino	(Grita)	¡Recojan el casco y la moto!	Sirena Ambulancia acercándose	
6	Exterior. Casa. Noche	Vecinos	(Gritando)	¡Abran paso a la ambulancia!	Sirena Ambulancia llegando a la escena	
7	Interior Ambulancia.	Paramédico	(Con voz de asombro)	¡Chuta, es la noche de los	Cerrando puerta ambulancia, paramédicos	

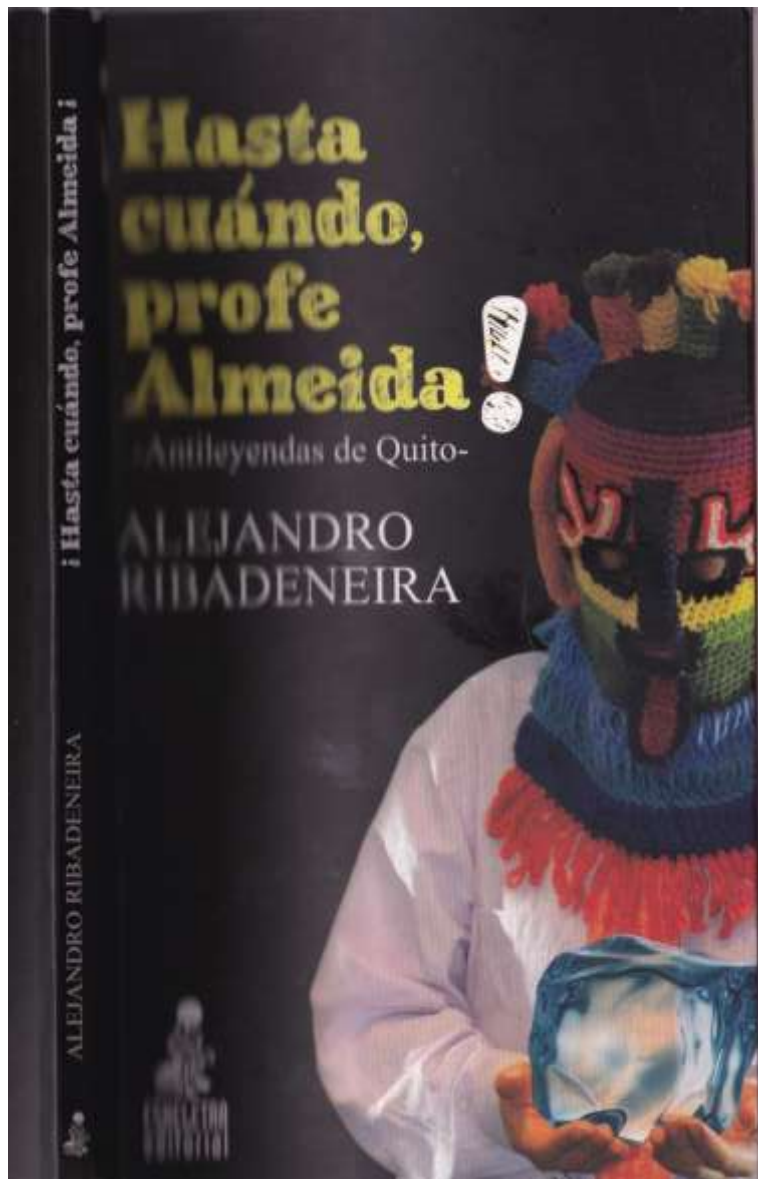
	Noche			pizzeros, primero este man fue atropellado por un camión por pasarse el semáforo en rojo y ahora a este pendenciero le sacan la madre!	comunicándose en el interior de la ambulancia en woki toki	
7	Interior Ambulancia. Noche	Byron	(Adolorido, pero feliz)	Vaya, vaya, pero ¿a quién tenemos aquí? Es mi viejo y gran amigo el Tripas en la camilla de alado, repleto de sangre y conectado a un suero.	Sonido adolorido de fondo	
7	Interior Ambulancia.	Byron	(Soliloquio feliz)	Me fijo en el bolsillo de su		

	Noche			chaqueta: tiene la factura que se debe entregar al cliente.		
7	Interior Ambulancia. Noche	Byron	(Feliz)	¡Soy el gerente!, ¡Soy el gerente!	Sonido ambulancia	sirena
7	Interior Ambulancia. Noche	Paramédico	(Con voz preocupada)	Trate de guardar la calma señor, no se agite.		
7	Interior Ambulancia. Noche	Byron	(Feliz)	¿Con quién se cree que está hablando?		
7	Interior Ambulancia. Noche	Paramédico	(Con voz sarcástica)	Con un pobre mal herido que no puede ni ponerse en pie.		
7	Interior Ambulancia. Noche	Byron	(Soliloquio adolorido)	Quiero reír, pero el dolor me lo impide. ¡Bah!, no importa. Espero que no me	Sonido ambulancia	sirena



				tengan mucho tiempo en el hospital.		
7	Interior Ambulancia. Noche	Byron	(Pega un gran grito)	¡Quiero comprarme una corbata mañana mismo!	Sirenas alejandose	

## ANEXO 4 / ANTILEYENDA “EL REPARTIDOR”



### El repartidor

—Inspirado en El Cucurucho de San Agustín—

Vasco de Contreras 12-14... Vasco de Contreras 12-18... Solo me falta una entrega para ganar el concurso y no encuentro la casa. Ya me veo como nuevo gerente del local Iñaquito, usando terno y corbata en lugar de este uniforme estúpido de sotana púrpura y un cono pegado al casco para dar la apariencia de un cucurucho. Llevo una pizza de piña con jamón, cola de dos litros, alitas BBQ y palitos de canela. Durante el día he repartido diecinueve pedidos, todos entregados a tiempo porque la oferta “treinta o gratis” es más importante que todos los cupones de descuento juntos. Bueno, para los que llaman por teléfono es “treinta minutos o gratis”. Para nosotros los repartidores es “treinta minutos o la pagas vos, huevón”.

Yo nunca he fallado, aunque ahora me estoy poniendo nervioso porque no encuentro la casa.

Reduzco la velocidad de la motocicleta para leer con más calma los números de las viviendas. Vasco de Contreras 12-22... Vasco de Contreras 12-26... A veces, los clientes dan una numeración antigua. Hay que estar pilas para darse cuenta. O no dicen en qué piso viven y toca apretar todos los timbres del edificio. Creen que somos adivinos. Hoy fue terrible. En el quinto pedido, la señora había indicado que la fachada de su casa era café, pero en realidad era habana. "Cafecita le dije que era" dijo la señora. Casi me atraso. En la novena entrega, el guardia del condominio no me dejó pasar porque no le habían indicado nada. En el decimotercero, la Yoly copió mal el apellido del cliente (era Salvatierra y puso Rivadeneira, ¡qué gil!). El penúltimo viaje resultó ser una broma de mal gusto: cuando llegué a la dirección, el cliente tenía 7 años de edad. Sus padres me juraron que jamás habían pedido una pizza, pidieron que me largara y azotaron la puerta. Pude escuchar que el señor gritaba: "Ya estoy cansado de que tu hijo siga haciendo esas bromas estúpidas". Estaba resignado a irme de regreso con la pizza y registrar mi primer punto negativo del concurso, pero una voz que salió del departamento vecino preguntó: "Disculpe, ¿esa pizza es de salami?". Asentí. "No se vaya, yo la quiero". Me salvé. Con esa entrega, me coloqué a la cabeza de la tabla de posiciones.

Los dueños de la franquicia 'El Cucurucho de San Agustín' habían despedido al gerente del local porque no cumplió las metas de ventas. El pobre del Carmelo falló en un 15%, un porcentaje inaceptable. El ingeniero Castillo, el dueño, dijo que contrataría a un sobrino suyo para el puesto. Pero me armé de valor y pedí el puesto para mí. El ingeniero Castillo me miró con asombro y luego me pidió amablemente que me fuera a la punta del cerro, que yo solamente era un repartidor, que no sabía de administración y que a él le daba la gana de darle la gerencia a su sobrino. Yo ansiaba el puesto por el sueldo y también porque así podría lograr que la Yoly, que contestaba los pedidos telefónicos y organizaba los despachos a domicilio, me parara bola. "Nones, yo no salgo con repartidores", me dijo cuando la invité al cine.

"¡Póngame a prueba!", insistí al ingeniero Castillo. El dueño resopló y dijo que estaba bien, que me probaría. Pero el Tripas, el otro repartidor, se interpuso, furioso. Salió con que él era un empleado más antiguo que yo, que también tenía derecho al puesto y que, a diferencia mía, él había cursado tres semestres en la Escuela de Administración del Instituto Serranía. Yo repliqué diciendo que yo también tenía tres semestres, pero de Economía en la Universidad Central. El Tripas me contestó que era bachiller



contador. Yo le respondí que sabía mecánica de autos. El Tripas me sacó en cara que era el mejor puñete del barrio, capaz de derrotar al mismísimo 'Gallo' Ramírez, el boxeador. Yo le dije que probara conmigo a ver si me duraba un minuto. El ingeniero Castillo nos mandó a callar y anunció su decisión: el repartidor que más pizzas entregara en una jornada sería el gerente. Y punto.

Acepté gustoso la competencia porque yo era el mejor repartidor, pero el Tripas, habitualmente torpe y lento, estaba dándome una inesperada pelea. "Van empatados", me sopló la Yoly cuando recibí el pedido de la Vasco de Contreras 12-24. Pregunté dónde estaba el Tripas, pero la Yoly no necesitó decírmelo, pues él cruzó velozmente por la puerta de despacho con un pedido enorme, para luego montar en su moto. "¿A dónde va?", averigüé. "Es un pedido a cinco cuadras, junto a la cooperativa de camiones". Eso estaba mal, pues quería decir que podría estar de vuelta en diez minutos y entregar otra orden. En otras palabras, me superaría. Y solamente faltaban treinta minutos para cerrar la competencia.

Tomé mi pedido y me fui en busca de la Vasco de Contreras 12-24. Pero ahora estoy en la 12-46. Doy media vuelta y reviso de nuevo los números. Leo las referencias: "casa blanca con

verde, rejas negras y un... un...". Creo que dice "zamolledo en el garash". ¡Qué manera de escribir! Pero en toda esta calle no hay una sola casa con esa descripción ni con esa marca de auto estacionado. ¿Cómo rayos era un 'zamolledo'? Como es de noche, a veces los colores se confunden. Faltan cinco minutos para que expire el tiempo de la promoción. Vuelvo a revisar la calle, paso por la misma caseta de guardia abandonada, el mismo grafiti que dice "Señor dueño de casa, isu pared tiene un no sé qué!", el callejón, el centro escolar 'El genio en potencia', la panadería... Y, de repente, caigo en cuenta. ¡Qué bruto! Doy vuelta y entro al callejón. No tiene nombre. Pero, cincuenta metros al fondo, diviso la bendita casa blanca con verde las rejas negras y el número que estaba buscando. Intento timbrar pero un perro blanco casi me muerde. ¿Por qué la Yoly no me advirtió que había un perro? "¡Flip, fuera!", grita un tipo que sale de la casa. El animal se esconde al fondo del estacionamiento. Salen tres guaguas que exclaman: "¡Ya llegó la pizza!". El papá (creo que es el papá porque los guaguas son igualitos) y la mamá salen a recibirme. "¡Pizza El Cucurucho de San Agustín, siempre a tiempo!", digo jadeando, loco de alegría. Mientras les extiendo su pedido, pienso en que me veré muy bien de terno pero que me hace falta una corbata para ser todo un gerente.

“Esto no lo pedí”, me responde el tipo, que añade que no ordenó pizza de piña con jamón sino de champiñones con jamón. “¡Piña, qué asco!”, chillaron los niños. Me enfado. No era posible que hubiera un error. La Yoly no era tan estúpida. Bueno, sí lo es. Tengo que arreglarlo o estaré perdido. El Tripas no puede ser mi jefe. Lo único que hace bien es cambiar el jabón líquido del baño. El tipo me devuelve el cartón con la pizza y me golpea el estómago. “No pagaré por esto”, me gruñe. “¡Piña, qué asco!” repiten los monstruos, que empiezan a llorar porque presienten que no habrá pizza. “Señor, la orden que tengo escrita es de...” intento explicarme con calma, pero el tipo me dice: “¡Yo no voy a pagar esa mierda, imbécil!”. Le pido que no me insulte. “Yo hago lo que me da la gana”, me responde con un pequeño empujón. Pierdo el control: arrojo la caja de pizza al patio. Los pedazos se riegan por el jardín. Flip se lanza a morder uno. Los niños lloran con fuerza. La esposa intenta ponerse entre su marido y yo, pero no evita que un puño se incruste en mi ojo derecho. Intento defenderme, pero otra vez recibo un golpe, esta vez en el mentón. Estoy en el piso. Algo estremece mis costillas. Ni siquiera cuando me asaltaron en mi primer día, me robaron el monto de un pedido y mi celular, me dolió tanto. Pero ya no me pegan. Lo malo es

que no puedo levantarme. Oigo muchas voces. El barrio entero ha salido a ver la pelea. Alguien pide una ambulancia. Más allá, alguien sugiere que recojan mi casco y mi moto. Suenan las sirenas. “Abren paso a la ambulancia”, piden a gritos los vecinos. Varias manos me suben a una camilla y me ingresan al vehículo.

“Chuta, es la noche de los pizzeros, primero este man fue atropellado por un camión por pasarse el semáforo en rojo y ahora a este penden-ciero le sacan la madre”, dice un enfermero. Volteo y con mi ojo sano veo al Tripas en la camilla de al lado, repleto de sangre y conectado a un suero. Me fijo en el bolsillo de su chaqueta: tiene la factura que se debe entregar al cliente. Sonríe al saber que soy el ganador. ¡Soy el gerente! Quiero reír pero el dolor me lo impide. No me importa. Espero que no me tengan mucho tiempo en el hospital. Quiero comprarme una corbata mañana mismo.



ANEXO 5 / DOCUMENTO DE PROPIEDAD INTELECTUAL

DOCUMENTO DE AUTORIZACIÓN DE USO DE DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Yo, Santiago Alejandro Ribodenseira Tobar (Mencionar aquí el nombre del autor y/o titular de la obra), mayor de edad, domiciliado y residenciado en Quito, Ecuador, identificado con la cédula de ciudadanía No. 171067057-9, y en mi calidad de titular y autor de la obra denominada 'Hasta cuándo, prote Almeida, Antileyes de Quito', quien para todos los fines del presente documento se denominará **EL AUTOR Y/O TITULAR**, suscribo el presente documento de autorización de uso de derechos de autor y publicación a favor de la Señorita Samantha Salomé Sampedro Cabrera, con cédula de ciudadanía 1715450993, y residenciada en la ciudad de Quito Ecuador.

**EL AUTOR Y/O TITULAR**, mediante el presente documento, autoriza la utilización de los derechos de autor únicamente, (Adaptación de la Obra Original del libro, y publicación en plataformas digitales) para el trabajo de investigación, elaboración y difusión de *podcasts* de la obra, como Proyecto de Grado de la señorita Samantha Salomé Sampedro Cabrera; requisito para graduarse y la para la obtención de su título de Ingeniera en Comunicación y Producción Audiovisual en la Universidad Iberoamericana del Ecuador. (UNIB.E)

Los derechos aquí autorizados se dan sin limitación geográfica o territorial alguna.

Dada en Quito D.M., a los 31 días del mes de Octubre de 2018.

Ribodenseira

**EL AUTOR Y/O TITULAR**

171067057-9  
C.C. N°