

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR

ESCUELA DE PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Trabajo de Titulación para la obtención del Título de licenciatura en producción
para medios de comunicación

**Carpeta de producción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono
celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la
construcción de contenidos para medios digitales. Caso: Productora Waifay
Films**

Autor:

Alex Daniel Riofrio Maldonado

Director

Mg. Ángel Terán

Quito, Ecuador.

Enero 2021

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Magister

Ángel Terán

Docente de la Escuela Producción para Medios de Comunicación

Presente. -

Yo Ángel Terán, Director del Trabajo de Titulación realizado por Alex Daniel Riofrio Maldonado estudiante de la carrera de Producción para Medios de Comunicación, informo haber revisado el presente documento titulado “Reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales. Caso: Productora Waifay Films”, 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.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad.

Atentamente,



Ángel Terán

Director del Trabajo de Titulación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Los criterios emitidos en el presente Trabajo de Titulación “Propuesta de reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales. Caso: Productora Waifay Films”, así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta(s) son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor del presente documento.

Autorizo a la Universidad Iberoamericana del Ecuador (UNIB.E) para que haga de éste un documento disponible para su lectura o lo publique total o parcialmente, de considerarlo pertinente, según las normas y regulaciones de la Institución, citado la fuente.



Daniel Riofrio

C.I: 1724740343

Quito, 09 de enero del 2021

AGRADECIMIENTO

A Dios por ser el artífice de la existencia y de las creencias en general del ser humano.

A mi padre y madre por ser pieza fundamental en mi desarrollo, debido a que sin ellos no existiría

A los docentes que me han acompañado a lo largo de mi travesía académica, y a la construcción del presente trabajo de titulación.

A todo el equipo de trabajo que conforma la productora Waifay Films, por su disposición y apertura para la realización del presente trabajo de investigación.

DEDICATORIA

A mi padre por ser el humano amoroso, responsable para con sus hijos, especialmente conmigo, ya que gracias a su incondicional apoyo no hubiera podido culminar mis estudios superiores y convertirme en el ser humano que soy en la actualidad.

A mi madre por ser la mujer fuerte, responsable que con su ayuda y apoyo me enseñó que en la vida vale más un ser humano fuerte y honesto que uno débil y corrupto y mencionando su frase icónica que me acompañara el resto de mi existencia “aunque sea un guineo con sal no te ha faltado” la cual engloba toda su dedicación para con sus hijos y especialmente conmigo.

Puedo decir con toda seguridad que en mejores manos no pude haber nacido.

ÍNDICE

CARTA DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	II
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	III
AGRADECIMIENTO.....	IV
DEDICATORIA.....	V
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	VIII
RESUMEN	X
CAPÍTULO 1	11
INTRODUCCIÓN	11
1.1 Presentación del Problema	13
1.2 Justificación	17
1.3 Objetivos	19
1.3.1 Objetivo General	19
1.3.2 Objetivos Específicos.....	19
CAPITULO 2	21
MARCO TEÓRICO.....	21
2.1 Antecedentes de la investigación.....	21
2.2 Bases Teóricas.	24
2.2.1 Reportaje.	24
2.2.1.1 Objetivo del reportaje.	24
2.2.1.2 Característica del reportaje.	25
2.2.1.3 Tipos de reportaje	25
2.2.1.4 Reportaje informativo.	26
2.2.1.5 Objetivo del reportaje informativo.....	26
2.2.1.6 Característica del reportaje informativo.....	26
2.2.2 Proceso de producción audiovisual.....	26
2.2.2.1 Fases de la producción audiovisual.	27
2.2.2.2 Herramientas de producción audiovisual	28
2.2.3 Breve historia del Teléfono celular inteligente.....	30
2.2.3.1 Innovación en la tecnología celular	31
2.2.3.2 Teléfono celular inteligente como herramienta en diferentes contextos	33
2.2.4 Medios digitales	34

2.2.4.1 Plataformas Digitales	35
2.2.4.2 Nuevas Plataformas digitales.....	35
2.2.5 Descripción del caso de estudio.....	36
2.3 Bases legales.....	37
CAPÍTULO 3	39
METODOLÓGICO EMPLEADA	39
3.1 Metodología de la Investigación.....	39
3.1.1 Naturaleza de la investigación	39
3.1.2 Actores sociales, Informantes claves	40
3.1.3 Técnicas de recolección de la información	41
3.1.4 Técnicas de análisis de la información.....	42
3.2 Metodología del producto.....	43
3.2.1 Carpeta de Producción	43
3.2.2 Preproducción.....	44
3.2.3 Producción	46
3.2.4 Post producción	46
3.2.5 Difusión	47
CAPITULO 4	48
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN	48
4.1 Resultado de la investigación.....	48
4.1.1 Uso del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual	48
4.1.2 Construcción de contenidos para medios digitales	57
4.1.3 Aparición en la producción audiovisual	63
4.1.4 Conocimiento Audiovisual	69
4.2 Triangulación.....	75
4.3 Resultados del producto	78
4.3.1 Carpeta de producción	78
4.3.1.1 Ficha Técnica.....	79
4.3.1.2 Información general de contenidos	79
4.3.1.3 Preproducción.....	80
4.3.1.4 Sinopsis	81
4.3.1.5 Guion	83
4.3.1.6 Escaleta	84
4.3.1.7 Presupuesto	92

4.3.2 Producción	93
4.3.2.1 Propuesta de plan de rodaje	93
4.3.2.2 Propuesta Estética	93
4.3.3 Postproducción	95
4.3.4 Difusión	95
CAPÍTULO 5	97
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	97
5.1 Conclusiones.....	97
5.2 Recomendaciones	99
GLOSARIO.....	101
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	103
ANEXOS	109
ANEXO A	109
ANEXO B	110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Ficha técnica del reportaje. Fuente: Elaboración propia (2020)	79
Tabla 2: Equipo humano de trabajo. Fuente: Elaboración propia (2020)	81
Tabla 3: Equipo técnico. Fuente: Elaboración propia (2020).....	81
Tabla 4: Escaleta del reportaje. Fuente: Elaboración propia (2020).....	85
Tabla 5: Desglose de presupuesto. Fuente: Elaboración propia (2020).....	92
Tabla 6: Plan de rodaje. Fuente: Elaboración propia (2020)	93

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Uso del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual Fuente: Base de datos Atlas ti. Elaborado por: Riofrio (2020).....	48
Gráfico 2 Uso del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual Fuente: Base de datos Atlas ti. Elaborado por: Riofrio (2020).....	54
Gráfico 3 Construcción de contenidos para medios digitales Fuente: Base de datos Atlas ti. Elaborado por: Riofrio (2020)	57
Gráfico 4 Aparición en la producción audiovisual Fuente: Base de datos Atlas ti. Elaborado por: Riofrio (2020)	63

Gráfico 5 Conocimiento Audiovisual Fuente: Base de datos Atlas ti. Elaborado por:
Riofrio (2020)..... 69

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Portada del reportaje Fuente: Elaboración propia (2020) 78

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo general proponer una carpeta de producción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales. Caso: Productora Waifay Films. Para realizar el trabajo se empleó el paradigma interpretativo con una perspectiva cualitativa, diseño fenomenológico lo cual propicio impulsar la técnica de recolección de datos por medio de entrevistas a distintos informantes claves, que propiciaron información de suma importancia para intentar comprender si el teléfono celular inteligente puede ser tomado como una herramienta audiovisual. En consecuencia se obtuvo como resultado cuatro categorías las cuales son: uso del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual, construcción de contenidos para medios digitales, aparición en la producción audiovisual, conocimiento audiovisual. Con los resultados alcanzados se creó una propuesta para la carpeta de producción, iniciando por la etapa de preproducción donde se formuló un guion, una escaleta y el presupuesto que componen el reportaje. En relación con la etapa de producción, se elaboró un plan de rodaje y diferentes propuestas estético técnicas en los apartados de fotografía, iluminación y sonido, que dan acceso a la fase de postproducción, en el cual se expuso el montaje, la sonorización, colorización, animación y acondicionamiento de textos, Para más adelante trazar un plan de difusión del reportaje informativo con la ayuda de las plataformas digitales. Para finalizar se concluye que el teléfono celular inteligente podría ser tomado como una herramienta practica y económica que junto a las plataformas digitales y al conocimiento audiovisual pueden ser un excelente agregado a la hora de crear y difundir contenido, demostrando que las fronteras económicas, técnicas no son una limitante a la hora de producir y desarrollar la creatividad en pro de la educación y la creación audiovisual.

Palabras clave: carpeta de producción, reportaje informativo, teléfono celular inteligente, plataformas digitales.

CAPÍTULO 1

INTRODUCCIÓN

Todo proceso de producción audiovisual requiere de elementos técnicos mínimos para su ejecución al respecto se observa como en la actualidad el acceso a estos equipos técnicos es dificultoso, debido a su alto costo y a su oferta en el mercado sobre todo en el contexto Ecuatoriano.

En este sentido se observa como han surgido nuevas estrategias para solventar esta situación, se contempla como una opción para la creación de productos, en ese mismo contexto:

La telefonía móvil y el cómputo ubicuo, ha propiciado el desarrollo de un dispositivo portátil que cabe en la palma de la mano, y cuya aceptación se debe a su gran capacidad de comunicación, procesamiento y almacenamiento, al manejo de contenidos multimedia y a la facilidad para integrarse a redes inalámbricas (Cruz y López, 2007)

En gran medida, esto se debe a la disminución del costo de los equipos de teléfonos celulares inteligentes y al incremento de sus capacidades tecnológicas. De esta manera se contempla en productos audiovisuales al teléfono celular inteligente debido al vertiginoso avance de la tecnología en el siglo XXI.

Con base a lo expuesto el presente trabajo de titulación tiene como objetivo realizar un reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales, en el que se desarrolla un tema de forma más completa y extensa que en una noticia por lo tanto el reportaje es:

El término reportaje es una voz francesa con raíces inglesas, que realmente proviene del latín y que llevado al español es "Reportare": que significa traer o llevar una noticia. Y según la voz francesa *Compte réude*, se describe como la información recabada de algún hecho, situación o viaje escrito por un reportero. (Vivaldi, 1993, pág. 394)

La finalidad del reportaje informativo es manifestar nuevas herramientas no tradicionales como el teléfono celular inteligente con las que se puede trabajar dentro de la producción audiovisual.

Para realizar cualquier tipo de trabajo en producción audiovisual se necesitan ciertos equipos, en el mercado tienen valores elevados debido a que la tecnología

es importada porque desde luego en nuestro país no se elaboran estos componentes, conformadas por:

Cámaras filmadoras para captar imágenes, soporte de la cámara trípode que sirve para mantenerla estable, iluminación debido a que las cámaras trabajan en base a la luz, micrófonos para captar el sonido, computadoras para la edición del contenido entre otros, como podemos notar se requiere de múltiples equipos para ejecutar una producción audiovisual. (Zabala, 2011)

Sin embargo, existen dispositivos que posiblemente ha revolucionado la capacidad de contar historias por parte del ser humano. El teléfono celular inteligente incorpora cámaras de alta resolución, excelente calidad y programas versátiles de postproducción y edición, esto permite que se pueda crear contenido para aplicaciones, el contenido audiovisual realizado por Waifay Films, que utiliza el teléfono celular inteligente como herramienta de audiovisual una aplicación móvil para editar y compartir su contenido.

La presente investigación se estructura de la siguiente manera, en el primer capítulo se parte desde la introducción el cual se realiza la presentación del problema describiendo la situación actual con respecto al proceso de utilización del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual, seguida de la justificación donde se argumenta el aporte social científico académico y metodológico del trabajo de investigación, por último los objetivos generales y específicos.

El segundo capítulo contiene el marco teórico donde se desglosa el tema de investigación por secciones puntuales, donde se aborda los temas referentes al reportaje y sus características y tipos, seguido de la historia del teléfono celular inteligente y su evolución para finalizar con las plataformas digitales y su influencia hasta la actualidad.

El tercer capítulo es donde se encuentra el marco metodológico que corresponde a una serie de criterios teóricos y metodológicos que abarcan la naturaleza y el enfoque del estudio, esto quiere decir que en este apartado se desarrolla la manera en cómo se realizara el producto, el enfoque es cualitativo y se aplicara un guion de entrevistas a personas expertas en el caso de estudio y el desarrollo de la carpeta de producción.

En el cuarto capítulo se plasma los resultados de la investigación, a través del software ATLAS. Ti el cual permite interpretar la información obtenida por parte de los informantes clave, estas sirven para formar redes semánticas divididas en categorías y subcategorías las cuales permiten interpretar la información de manera ordenada y eficaz, además se presentan los resultados del producto por medio de la carpeta de producción la cual presenta las propuestas que se aplicaran en el producto audiovisual.

El quinto capítulo es la parte final del proceso donde se encuentran las conclusiones y recomendaciones de la presente investigación, es el apartado donde se finiquita todos los procesos de capitulación por los que atravesó el tema de investigación, conjuntamente se encuentran las conclusiones en donde se evidencia que se han seguido los procesos del capítulo anterior, y las recomendaciones donde se hace sugerencias a las instituciones pertinentes que se relacionan con la investigación.

1.1 Presentación del Problema

Frente a la actual tendencia de muchos artistas a escoger tecnologías obsoletas como el celuloide como respuesta crítica y lógica a la digitalización masiva de la sociedad, y que en ocasiones alcanza el tono nostálgico de una técnica en desaparición. Simplemente podemos recordar que hace tan solo diez años, para grabar cualquier evento, una rueda de prensa, un reportaje o incluso el vídeo industrial de una empresa hacía falta numerosos medios técnicos y humanos. Cámaras de 2/3 de pulgadas con ópticas de gran distancia focal, trípodes, equipo de audio e iluminación, Dolly, operador de cámara, ayudante, técnico de sonido etc., hoy en día esto se ha reducido de manera significativa.

El teléfono celular inteligente ha incorporado en los últimos años cámaras de alta resolución y este es el resultado del vertiginoso avance de la tecnología desde el prehistórico Motorola Dyna TAC 8000X hasta el Huawei P30 Pro haciendo sobre saliente su evolución como herramienta narrativa, que junto a la comunicación digital, nos permiten compartir, descargar, subir y realizar retransmisiones en vivo desde cualquier lugar del planeta y a cualquier hora, evitando las antiguas barreras técnicas que nos impedía que estos formatos sean de fácil envío y de sencilla recepción.

Lo que en un principio se pensaba que estaba dirigido a un público aficionado y familiar, hoy por hoy ha provocado el interés de las marcas para dar un servicio añadido, como complemento a un teléfono, diversos softwares de comunicación, etc., ha alcanzado un interés abrumador por parte de fotógrafos y profesionales de los medios audiovisuales (Galeana, Sánchez, 2015, pág. 88)

Como podemos observar el teléfono celular inteligente ha tenido una evolución significativa y en la actualidad puede ser utilizado de diferentes maneras una de ellas es como herramienta audio visual.

Un estudio publicado por V Estudio sobre Mobile Marketing de IAB Spain y The Cocktail Analysis, reveló que “el 81 % de los usuarios de teléfonos inteligentes navegan por internet, de los cuales el 77% realizan búsquedas de información, el 68% ingresan para usar sus aplicaciones y el 48% para visualizar vídeos en su móvil”. (Marquina, 2017)

Estos datos revelan que los compradores utilizan sus dispositivos móviles para realizar multitareas y consumir otros medios de comunicación y el interés de los consumidores se basa en las características del equipo para registrar material fotográfico como audiovisual en este apartado tenemos las apps como Filmic Pro, Cinema FV-5, Pro Camera 8 entre otros.

De esta forma, la comunicación móvil y la construcción de productos audiovisuales hechos en base a un dispositivo móvil se convirtieron en una importante alternativa de distribución de contenidos de diversas categorías, convirtiendo al mercado audiovisual en un mundo sumamente diverso.

Según Martí (2010) “se han transformado en poco tiempo en una nueva pantalla (uniéndose a pantallas como la cinematográfica, la televisión y las consolas de videojuegos) que facilita el acceso a todo tipo de contenidos audiovisuales” (p.101). En efecto el teléfono celular inteligente ha migrado a varias plataformas desde su avance técnico y tecnológico en la actualidad.

La exploración de nuevos formatos en el medio móvil implica primero conocer ese ecosistema y como lo indica Murolo. (2012) “no solamente un teléfono móvil es una nueva pantalla porque permita la circulación audiovisual, sino porque permite la reflexión acerca de qué tipo de narraciones es propicio crear para ser consumidas mediante un teléfono móvil “(p.4), narraciones que tienen unas especificidades y un lenguaje acordes con los contextos digital y cultural.

Desde el principio de los tiempos los individuos han ido contándose historias, cuentos, leyendas, etc. sobre actos de valentía, amoríos y cualquier otra temática. Estas historias podían ser reales o no, pero queda claro que desde siempre existe una necesidad por parte del individuo de comunicarse con sus semejantes de la mejor forma posible. De hecho, “no existe ni ha existido jamás en ninguna parte un pueblo sin relatos” [...] “el relato está allí, como la vida” (Barthes & Dorriots, 1970, pág. 9)

Partiendo desde el argumento anterior, se aborda el nacimiento de nuevas narrativas audiovisuales, que parten del dispositivo móvil, como el storytelling trabajado específicamente para este tipo de dispositivos, tiene una dinámica muy particular y distinta a las formas tradicionales de contar historias y de producirlas.

Sin embargo, el lograr técnicamente un producto audiovisual no solo se concentra en el formato o en las cualidades que nos brinde o no un equipo de registro, sino que también está la necesidad de contar nuestras propias narrativas teniendo conocimiento audiovisual como el lenguaje visual, storytelling entre otros.

Se pueden encontrar películas realizadas con teléfonos celulares inteligentes por mencionar algunos destacan, *Tangerine* (Sean Baker, 2015), película proyectada en el festival cinematográfico de Sundance, pionera alaba por la crítica realizada con un iPhone 5S o cortometrajes como *Détour* dirigido por Michael Gondry que fue filmado completamente con un iPhone 7 Plus Y que formo parte de la campaña de publicidad para el Smartphone (Phan Valdés, Gerardo Herrera, Víctor Hugo, 2020)

Al mencionar estos ejemplos podemos decir que el teléfono celular puede funcionar como herramienta narrativa. Si bien es cierto que gracias a estos dispositivos digitales y globalización de la tecnología se ha podido llegar a más personas, es indudable que el manejo se ha extendido y se ha vuelto sencillo e intuitivo, pero se debe tener en cuenta que la herramienta no solo se trata de tecnología si no de técnica y de creatividad, también surgen dudas de la naturaleza del proceso para complementar las carencias de los dispositivos móviles en cuestión de calidad de la imagen versus cámaras DSLR o MIRROLES y si se trata o no de un proceso creativo o por el contrario es un simple recurso de estilo.

Las producciones audiovisuales requieren de elevados presupuestos y el Ecuador no es una excepción, dentro de las películas más conocidas en el país destacan, González (2019) “*Ratas Ratones y Rateros* de Sebastián Cordero que contó con un presupuesto de 200 mil dólares” Castro (2012) “*Sin otoño sin primavera* de Iván Mora Manzano con un presupuesto que rondó los 620.000 dólares” Como se aprecia el costo de producciones audiovisuales en el país cuenta con una cantidad exorbitante de dinero.

Para los estudiantes o principiantes en el ramo audiovisual es imposible considerar eso sin incluir el coste de los equipos es por eso que se toma como alternativa al teléfono celular inteligente como una herramienta que si bien es cierto no tiene gran calidad de imagen, puede influir en el desarrollo y aprendizaje en el tema audio visual.

De esta manera, la productora Waifay Films se construye como un espacio formal y alternativo en donde los productos audiovisuales se exponen bajo ciertas características tanto en fondo y forma, pueden ser expuestos en plataformas digitales que tienen mucho mayor rango de visualización; además dando un lugar a la discusión y reflexión de estas nuevas formas de construir discursos audiovisuales.

En este sentido “Los dispositivos móviles en poco tiempo se han convertido en la plataforma en la que se consumen mayores cantidades de contenido audiovisual en el mundo y también son conocidos como la cuarta pantalla” (Martin, 2008, pág. 1.) Para los productores de contenido del entorno móvil es indispensable conocer las posibilidades expresivas que ofrece la plataforma, condicionadas por el hardware y software del teléfono celular inteligente que repercuten en la experiencia del usuario y específicamente en la usabilidad del dispositivo.

Una de las productoras ecuatorianas que actualmente emplea el celular como herramienta en la producción audiovisual es Waifay Films que utiliza el teléfono celular inteligente para grabar su contenido y lo complementa con los conocimientos adquiridos por su creador Erick Joel Pachacama Suntaxi que estudio licenciatura en cine en la universidad de las artes en Guayaquil.

De modo que, en el análisis de usabilidad sobre contenidos audiovisuales en el teléfono celular inteligente realizado por Galindo, (2012) “debe ser aprovechada por los creadores de contenidos para desarrollar productos de corta duración, auto conclusivos, fasciculados en episodios, de estructuras narrativas simples y con un lenguaje audiovisual adaptado a las peculiaridades tecnológicas.” (p.79), sumado a la conexión constante a la red que permite compartir, interactuar y participar de los contenidos.

Esta productora muestra una alternativa debido a las implicaciones que refiere la realización de contenido audiovisual las cuales son la falta de presupuesto, equipo técnico, de este modo se busca alternativas como el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de grabación, debido a que permite producir su contenido audiovisual, editarlo y compartirlo a través del teléfono celular inteligente, gracias a esto podemos apreciar el uso y las ventajas que puede tener teléfono celular inteligente, ya que hoy en día en todo el mundo es utilizado para diferentes funciones. Se plantean dos preguntas las cuales son:

¿Cómo puede ser usado el teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual?

¿Cómo se debe estructurar un reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual?

1.2 Justificación

El siguiente trabajo de titulación se centra en la realización de una propuesta del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales, teniendo en cuenta lo mencionado “el reportaje es una información con carácter profundo divulga un acontecimiento de actualidad pero amplia e investiga mucho más que la noticia. Narra lo que sucede” (Ulibarri, 1994). El reportaje es un género que puede incluir otros géneros en su estructura narrativa, especialmente la entrevista.

Es un género en el que se combina la narración con la descripción, permite intensificar mejor los recursos expresivos que cada medio puede ofrecer. Al tener una forma expositiva, es considerado el género más libre, favorece el uso de nuevas técnicas narrativas es por eso que se toma como una opción para la realización de contenido visual en la actualidad. Para la propuesta se tomaría como caso de estudio a la productora Waifay Films.

Como lo establece Lazo y Gabelas, (2008) expresan que “las tendencias de los últimos años indican una migración del entretenimiento a las nuevas pantallas” (p.12), dado que en el presente la plataforma móvil tiene las capacidades

comunicativas para producir y consumir contenidos, por esta razón hay una oportunidad en el mercado para revitalizar la industria de contenidos.

La creciente difusión de los diversos dispositivos móviles en la experiencia de usuario ha hecho que las empresas de telefonía concentren sus esfuerzos en mejorar al aparato tecnológico cada vez más, aumentando su capacidad de almacenamiento, mayor duración de la batería, incluso mejorar su óptica en las cámaras que están incorporadas con mayor definición y por su puesto la capacidad de procesamiento.

La diversificación de los canales de distribución y de publicación no formales han hecho que también la producción de videos hecho con un dispositivo móvil se haya masificado e incrementado. En donde el teléfono celular inteligente aparece como una herramienta para la realización de contenido audio visual.

Mencionando el proceso técnico que tiene que atravesar una producción visual medianamente interesante las cuales son la preproducción donde se desarrolla la idea, la producción donde se procede a grabar la idea ya antes mencionada , y la post producción donde se toma el material grabado y se procede a con la edición y el montaje.

En efecto la productora Waifay Flims pasa por estos procesos antes de ser mostrado su contenido audiovisual con la única diferencia que el proceso de producción en vez de tomar una cámara tradicional de grabación se usa un teléfono celular inteligente para grabar, y se procede a editar en el mismo teléfono celular inteligente para poder subir su contenido a través de las plataformas digitales, lo cual hace evidente que los procesos están ahí la diferencia está en la herramienta de grabación y la manera en cómo se distribuye el contenido.

La presente propuesta de reportaje en el apartado social va dirigido a todas las personas de Ecuador – Quito que pretenden realizar contenido audiovisual y no cuentan con los recursos para empezar sus proyectos, y puedan tomar en cuenta al teléfono celular como una herramienta para iniciar sus contenidos audiovisuales.

La propuesta del reportaje favorece al apartado académico, ya que sirve como un referente teórico para estudiantes de la Universidad Iberoamericana del Ecuador u

otras universidades, para evidenciar que puede haber otras herramientas, aparte de las tradicionales para la realización de contenido audiovisual.

En el apartado científico sirve para brindar información y como guía de los procesos de realización de un reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales.

En lo metodológico sirve para que los futuros investigadores se guíen en la realización de un reportaje informativo y de cómo la tecnología ha avanzado con el transcurso del tiempo y permite el uso de nuevas herramientas de producción visual basado en el uso de teléfonos inteligentes.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

- Realizar la carpeta de producción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales, para fomentar el uso de estos dispositivos.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Analizar el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales a través de entrevistas especialistas en el área.
- Establecer el protocolo de preproducción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales, por medio de un guion técnico.
- Plantear los procesos de producción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales., a través de la aplicación de la propuesta estética.

- Estructurar el proceso de post producción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales., con el montaje, colorización y sonorización en el software Adobe Premiere y Adobe After Effects.
- Proponer el plan de difusión del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales., a través de la red social Facebook de la UNIBE

CAPITULO 2

MARCO TEÓRICO

Según Arias (2012) define el marco teórico como “producto de la revisión documental bibliográfica, y consiste en una recopilación de ideas, posturas de autores, conceptos y definiciones, que sirven de base a la investigación por realizar.” (p.106). Lo expuesto evidencia que el marco teórico coloca asigna define y selecciona todas aquellas teorías o autores que sustenten el trabajo de investigación, es la recopilación de antecedentes, investigaciones previas y consideraciones teóricas en las que se sustenta, permitiendo la interpretación de los resultados y la formulación de conclusiones.

2.1 Antecedentes de la investigación.

Según Arias (2012) “Los antecedentes reflejan los avances y el estado actual del conocimiento en un área determinada y sirven de modelo o ejemplo para futuras investigaciones.” (p.106). Teniendo en cuenta lo mencionado se, deben buscar estudios previos que sustenten nuestra investigación estos pueden ser, trabajos de grado, tesis doctorales, artículos científicos etc. que ayudan a direccionar la investigación del reportaje. Por lo que a continuación se presentan los estudios relacionados con la investigación a nivel nacional e internacional.

En primer lugar tenemos, el ensayo científico de Mascarell (2016) realizado en Castellón España que fue titulado: “La producción audiovisual móvil” en donde plantea como el teléfono celular inteligente puede ser tomado como una herramienta audiovisual pero bajo ciertos lineamientos en términos de emoción composición y sentimientos para los espectadores. Para lograr el objetivo mencionado adopto una metodología reflexiva debido a que el autor presenta una técnica de observación basada en su experiencia como creador audiovisual, en la cual aborda al teléfono celular inteligente como una nueva herramienta para construir narrativas audiovisuales en base a lo que se desea transmitir.

Quien concluye que los dispositivos móviles y sus numerosas aplicaciones, junto a las redes sociales, son una opción más, han democratizado el mundo de la producción audiovisual aún más de lo que lo venían haciendo el vídeo o las

cámaras digitales, y volvemos a sumarnos a la convicción de que lo importante es el conocimiento del lenguaje, la capacidad artística de los realizadores y operadores de estos dispositivos para narrar una historia que emocione.

En este sentido el estudio expuesto brinda un aporte esencial con respecto al objeto de estudio para el desarrollo de la presente investigación debido a que se muestra que el teléfono celular inteligente puede ser considerado para crear narrativas visuales pero bajo criterios y conocimientos de lo audiovisual.

Así mismo se presenta el trabajo de investigación ejecutado por Balarezo (2019). Realizado en Quito el cual se titula: "Dispositivo móvil como herramienta de producción en la construcción de nuevas narrativas audiovisuales y surgimiento de un nuevo discurso semiótico: Caso de las producciones audiovisuales realizadas con celular dentro del Festival Internacional de Celumetrages", el objetivo es reconocer la evolución de las nuevas formas de comunicación con un discurso semiótico propio a partir de los dispositivos digitales y tecnologías de la información.

La metodología usada en el proyecto fue cualitativa e inductiva, en donde el trabajo de investigación desarrolla conceptos a partir de la recolección de datos además se enfoca en un grupo específico en este caso en los productos audiovisuales enviados al Festival Internacional de Celumetrages en donde realizo el estudio, el autor concluye que el dispositivo móvil es una herramienta que cada vez gana más espacio en el mundo de la producción audiovisual, pero que aún no ha llegado a su cumbre y que tiene un camino sumamente marcado para hacerlo.

En este sentido el proyecto mencionado brinda un aporte importante a la investigación porque plantea que el teléfono celular inteligente tiene aún capacidades ilimitadas y desconocidas en el ámbito audiovisual abriéndose paso en las plataformas digitales y en la construcción de proyectos visuales de bajo presupuesto, siendo este el objeto de estudio enfocándolo en el proceso de producción audio visual.

Por otro lado, la investigación planteada por Martínez (2015) en Medellín la cual fue titulada: "La producción audiovisual para dispositivos móviles, sus contenidos convergentes y la interacción con los usuarios. Caso UNE telecomunicaciones" el objetivo que planteaba fue analizar las características del contenido audiovisual que

empresas distribuyen al espectador a través de dispositivos móviles y sus contenidos convergentes aplicando una metodología cualitativa, debido a que es un estudio de caso de tipo descriptivo, como principal método de recolección de datos utilizó la entrevista semiestructurada que permitió clasificar y analizar el contenido audiovisual para dispositivos móviles que ofrece UNE Telecomunicaciones a sus usuarios.

El autor concluye que un mercado cada vez más segmentado, el aumento del número de usuarios, la variedad de dispositivos, las posibilidades de conexión y la interactividad de los usuarios son impulsores para seguir explorando nuevos formatos y contenidos para dispositivos móviles.

El aporte que brinda esta investigación es como a través del teléfono celular inteligente se puede transmitir contenido visual por medio de diversas plataformas evidenciando su capacidad de interactividad con los usuarios y la distribución mundial de contenido audiovisual en cortos plazos de tiempo. Lo que implica un elemento de significancia para la construcción del reportaje que se desea desarrollar.

Finalmente tenemos a Osorio (2017) en Argentina presenta un artículo titulado como: "El uso de teléfonos móviles como herramientas de apoyo a la investigación social" el objetivo de este artículo es describir diferentes experiencias del uso de teléfonos celulares inteligentes como una herramienta que los científicos sociales usan (o que podrían usar), no solo como dispositivos que guardan información, sino que como herramientas que recolectan datos (audio, video, imagen, texto), que los transmiten y que permiten hacer análisis usando software especializado, todo en la misma máquina. La metodología utilizada es cualitativa debido a que no tiene un estudio o análisis estadístico, concluye que los teléfonos móviles precisamente ejemplifican varias tareas y nunca antes las personas habían transmitido su vida cotidiana a través de dispositivos digitales que ellos mismos usan y al cual tenemos acceso.

El aporte que brinda este artículo para la investigación es que el teléfono celular inteligente es adaptable a varios campos y demuestra su capacidad de recolectar y compartir información en tiempo real facilitando la propagación de contenidos.

Esto es de absoluta relevancia para el desarrollo del reportaje que se desea construir.

2.2 Bases Teóricas.

Las bases teóricas según Arias (2012) “implican un desarrollo amplio de los conceptos y proposiciones que conforman el punto de vista o enfoque adoptado, para sustentar o explicar el problema planteado” (p.107). Es decir que comprenden un conjunto de conceptos y proposiciones que constituyen un punto de vista o enfoque determinado, dirigido a explicar el fenómeno o problema planteado

2.2.1 Reportaje.

El reportaje es la narración de sucesos o noticias de cualquier tipo de información, en términos generales un reportaje es un trabajo documental planificado, y su propósito es informar es por eso que se considera al reportaje como el indicado para realizar el producto audiovisual como lo definen los siguientes autores.

El reportaje se define como:

Relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano, concebido según la personalidad del escritor-periodista (Martín Vivaldi, 1973, pág. 63).

En el reportaje el periodista goza de una gran libertad expositiva, el reportaje es un relato informativo en donde la visión personal del periodista, su modo de enfocar el asunto, influye en la concepción del trabajo, además el reportaje condensa la técnica informativa y narrativa.

2.2.1.1 Objetivo del reportaje.

Un reportaje sea emitido en muchas ocasiones con la finalidad de crear una posición en el espectador respecto a un determinado tema en particular de acuerdo con Brincourt y Leblanch (1973) “El reportaje es una ampliación de la noticia en que se basa. Consiste en un relato informativo extenso en el que se trata de profundizar en un hecho ya conocido del que se aportan nuevos datos y perspectivas” (p.1). Entonces podemos decir que el objetivo del reportaje es el de informar un hecho de interés para la sociedad, cumpliendo así la función básica del periodismo. Describe

el suceso aportando el mayor número de datos precisos. Narra el acontecimiento en estrecha relación con la descripción que investiga, pues sin investigación no hay reportaje.

2.2.1.2 Característica del reportaje.

En cuanto a las características de un reportaje podemos destacar la descripción del suceso, en este género periodístico la descripción es elemental, también está el interés y la importancia de dicho reportaje como lo hace notar Patterson (2003) "El género reportaje como elemento periodístico debe responder a funciones y características para completar el ciclo del buen trabajo periodístico; en otras palabras, que el reportaje sea captado por quien lo recibe" (p.1). De esta manera podemos destacar la descripción del suceso, en este género periodístico la descripción es elemental, también está el interés y la importancia de dicho reportaje.

La veracidad y credibilidad que tenga el reportaje, en el trabajo investigativo no debe haber duda, la información presentada debe ser cierta y con fundamento. El periodista puede hacer observaciones u opinar, pero desde un ámbito profesional. Empleando las características ya mencionadas se denota un aporte substancial para la realización del reportaje en la investigación.

2.2.1.3 Tipos de reportaje

Existen diferentes tipos de reportaje como lo manifiesta Bilbao (1994). "Los reportajes se pueden clasificar atendiendo a diversos criterios, como el contenido, el formato, el tratamiento de la información, sus características estéticas y formales, el soporte y canal de difusión." (p.26). En este sentido se menciona que el reportaje se desglosa en varios tipos pero su objetivo sigue siendo el de informar.

Existen varios tipos de reportajes según Rivas (2007) "reportaje de investigación, reportaje narrativo, reportaje descriptivo, reportaje interpretativo, reportaje demostrativo, reportaje informativo, reportaje explicativo, reportaje de entrevista, reportaje de acontecimientos, reportaje de acción" (p.1). Teniendo en cuenta lo mencionado se toma el reportaje de tipo informativo que cumple con las

características para la realización del producto audiovisual que persigue el presente Trabajo de Titulación.

2.2.1.4 Reportaje informativo.

En la presente investigación se utiliza el reportaje informativo, debido a que posee una estructura ideal para realizar el contenido audiovisual como lo define Rivas (2007) “el reportaje informativo tiene la función principal de informar. La información es siempre un conjunto más o menos ordenado de datos” (p.1). Mediante el reportaje informativo se mostrara diferentes puntos de vista, opiniones de expertos afines al tema, sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales.

2.2.1.5 Objetivo del reportaje informativo

De acuerdo con MEFP (2009) “El reportaje informativo u objetivo desarrolla un hecho noticioso, incluyendo declaraciones de personas, descripción de ambientes, etc. desde una perspectiva descriptiva y objetiva” (p.29). En su desarrollo, la información se presenta a través de la narración, la descripción y el diálogo, pero sin renunciar a la objetividad, la claridad y la precisión. En este sentido, no incluye o no debe incluir opiniones personales o valoraciones.

2.2.1.6 Característica del reportaje informativo.

Tiene la función principal de informar cómo se expresa a continuación:

La información es siempre un conjunto más o menos ordenado de datos. Responde a la técnica de escritura de la pirámide invertida, estructura que se emplea sobre todo en la elaboración de noticias, pero con la salvedad de que el reportero sí puede hacer gala de su estilo, de su libertad expositiva y su creatividad. (Zambrano, 2017, pág. 13)

Cuando se habla de un texto informativo se está haciendo referencia a un texto que ha sido creado específicamente para transmitir información.

2.2.2 Proceso de producción audiovisual.

En el ámbito audiovisual muchas veces carecemos de un mínimo acuerdo sobre el significado de los términos más utilizados por lo tanto la producción es:

Un término polisémico que se aplica a distintos aspectos de la obtención de la obra audiovisual. Por un lado, se refiere al proceso general de creación de una obra audiovisual,

es decir, a toda la actividad que empieza con la idea y termina con la obtención de la copia estándar. (Ortiz, 2018, pág. 5).

En definitiva la producción audiovisual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine o la televisión. Abarca desde aspectos financieros (el capital), recursos técnicos y logísticos (los medios) hasta qué tareas se hacen cada día (el trabajo).

2.2.2.1 Fases de la producción audiovisual.

La producción audiovisual requiere de planificación y de ciertos pasos para lograr un producto visual los cuales son minuciosos y ordenados para asegurar un resultado favorable. Las fases de producción se definen como:

La producción de una obra audiovisual es un trabajo complejo que requiere una planificación cuidadosa para que en cada una de las etapas se alcance el mejor rendimiento. Producir una película, una serie, un concurso o un anuncio es un proceso que pasa por diversas etapas y en el que intervienen elementos de distinto carácter (Ortiz, 2018, pág. 6)

Es así que se dividen en mínimo cuatro fases las cuales otorgan de una noción de orden al momento de realizar cualquier producción de índole audiovisual.

Preproducción.

Se define a la preproducción como:

Es la primera etapa en la realización de un proyecto audiovisual porque se toman decisiones, se selecciona al personal que conformará el equipo, se trabaja una historia y se organiza todo a partir de la elaboración de desgloses, presupuestos, planes de rodaje y planes de trabajo. (Guizada, 2017, pág. 30).

En este orden de ideas la preproducción es el conjunto de actividades preparativas que se llevan a cabo desde la idea inicial hasta la disposición de los recursos que intervendrán en la siguiente fase. Eso incluye definir la idea inicial, establecer acuerdos sobre calidad y coste, y desarrollar el guion técnico, los desgloses, las localizaciones, el plan de trabajo, el presupuesto y la asignación de recursos.

Producción

Por otra parte la producción se define como “la parte más importante en la realización audiovisual porque todos los esfuerzos intelectuales, humanos y físicos empleados en la elaboración, darán como resultado un producto audiovisual.” (Guizada, 2017, pág. 32). Es evidente entonces que la producción es la fase de rodaje y se considera que es la más importante por el volumen de trabajo y el coste.

Postproducción

Seguidamente la posproducción la cual es “la última etapa de la realización audiovisual. En ella se comprueba y revisa que se haya conseguido todo el material que se planificó en la preproducción” (Guizada, 2017, pág. 34). Es la fase que comprende todos los procesos de finalización del proyecto, como el montaje, la sonorización y los retoques. Se considera terminada cuando el producto está listo para entrar en el mercado.

Difusión

Se explica que la distribución según Lara y Piñeiro (2008) “si buscamos la máxima difusión de nuestros trabajos en internet para que más gente pueda acceder a ellos, una buena estrategia puede ser duplicar los vídeos en el máximo número de plataformas posibles.” (p.17). Es decir que la distribución del producto audiovisual por medio de plataformas digitales es factible debido a que existe una cierta facilidad al momento de distribuir el contenido en este caso por medio de plataformas digitales.

2.2.2.2 Herramientas de producción audiovisual

Las herramientas de producción audiovisual son los materiales necesarios para tener un producto atractivo para el consumidor final, es decir las personas a quienes estará dirigido. Como lo menciona Guizada (2017) “son todos los materiales tecnológicos que se emplean para tener un buen registro de imagen, sonido y poder trabajarlos posteriormente en las islas de edición.” (p.33). Para la realización de productos audiovisuales se requiere de ciertos equipos que faciliten la ejecución de los proyectos esto quiere decir que estos son imprescindibles para el trabajo audiovisual.

Como parte de las herramientas tenemos la cámara definida como “La cámara filmadora es elemental, sin ella no obtendrías las imágenes de tu producción. Se debe de contar con cámaras profesionales. Lo ideal es elegir la cámara según el trabajo que se quiera realizar.” (GeoTv, 2014, pág. 1). La cámara es indispensable para producir contenidos visuales sin ella no podríamos registrar imágenes.

Luego tenemos al soporte de la cámara definido como:

Gracias a este equipo la cámara se mantiene estable de esa manera se evita escenas tambaleantes o en movimiento cuando esta no es la intención. De la misma forma le da seguridad evitando que se caiga o dañe, etc. Los trípodes son útiles tanto para cámaras como para micros. Gracias a ellos se pueden obtener diferentes planos de una misma escena. (GeoTv, 2014, pág. 2).

Es decir que el soporte de la cámara o trípode ayuda a mantener estable la cámara, para que no exista ningún movimiento en el registro de imágenes.

Por otra parte están los elementos de iluminación que son: “depende del tipo de imágenes que se quiera capturar. Para estudio por ejemplo la luz LED no es la mejor a menos que se usen otros elementos que ayuden a reducir los puntos de luz que ocasiona esta iluminación.” (GeoTv, 2014, pág. 3). En otras palabras los elementos de iluminación ayudan a iluminar el espacio fílmico para que la cámara pueda captar con claridad la imagen.

Seguidamente tenemos los micrófonos profesionales que:

“permiten captar lo que los personajes dicen en una escena. Son necesarios para las grabaciones del audio de la voz en off. El micrófono también es esencial en filmación de entrevistas y para la captura de ruidos de fondo. No se puede descuidar la calidad de los micrófonos ya que la producción audiovisual consta tanto de lo que se ve como de lo que escucha en cada video.” (GeoTv, 2014, pág. 4).

En efecto el sonido es parte importante de la producción audiovisual y complementa lo que capta la cámara y es indispensable el uso de micrófonos para una correcta captura de audio.

Posterior mente el uso de Grúas que son: “ideales para cambiar el ángulo de las tomas. Se usan para tomas en picado o contrapicado. El recurso es indispensable si dentro del guion se incluyen escenas aéreas” (GeoTv, 2014, pág. 5). De hecho estas en la actualidad se usan en grandes producciones visuales permiten una manera más creativa del manejo de la cámara y ejecución de los planos otorgando estilo y estabilidad.

Finalmente tenemos las computadoras que son:

Para hacer un trabajo digno del cine, televisión o plataformas de video online es necesario editarlo. Las computadoras son las herramientas que se usan para este proceso. Las computadoras deben tener una excelente tarjeta de video y la capacidad para albergar programas de edición y post-producción. (GeoTv, 2014, pág. 6).

Por lo tanto una computadora con excelentes prestaciones para la edición y montaje es indispensable para post producción, es ahí donde se monta el contenido visual y se procede a su armado para darle un sentido que dependerá del o los realizadores.

En la actualidad la manera de producir contenido audio visual ha cambiado, de modo que ya no es necesario contar con grandes equipos para la captura de audio y video, como se solía hacer en la década pasada, esto ha cambiado debido al auge de nuevas tecnologías.

Hoy en día se necesita de un teléfono celular inteligente un estabilizador de imagen, un micrófono Corbatero para la captura de sonido, y un sin número de herramientas adaptadas para el teléfono celular inteligente todo esto acompañado de creatividad y criterio al momento de crear contenido audio visual.

2.2.3 Breve historia del Teléfono celular inteligente.

La historia del teléfono móvil, aunque de manera puntual se ubica en 1973, tiene raíces en la década de 1940, después de la Segunda Guerra Mundial. Los teléfonos móviles primitivos, se trataba de radios de dos vías especialmente adaptados y utilizados por la industria, con llamadas parcheadas manualmente en la red de teléfono fijo.

El 28 de julio de 1945, un sistema de radio celular (de espacio pequeño) se describió por primera vez en forma impresa. El jefe de la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos (FCC) describió un servicio de radio bidireccional en la banda de 460 MHz para el Saturday Evening Post, quienes habían especulado sobre las comunicaciones inalámbricas estadounidenses después de la Segunda Guerra Mundial, se describió la reutilización de frecuencias dentro de un área pequeña, el elemento principal de la radio celular.

El concepto de la radio celular se publicó en 1947, pero solo desde 1995 los móviles se vuelven baratos, con múltiples características y se usan en todo el mundo. A fines de la década de 1960 y principios de la década de 1970, el grupo Nordic Mobile Telephone estaba planificando una amplia red de telefonía móvil en Escandinavia. Su informe de 1970 concluyó que la microelectrónica necesaria para

construir una red celular analógica no estaría disponible hasta 1980. El grupo decidió, por lo tanto, que, en lugar de usar nueva tecnología, diseñarían un sistema de teléfono móvil convencional y manual.

El 17 de octubre de 1973, Motorola archivó una patente para su propio sistema de radio celular. Martin Cooper, considerado el pionero del teléfono celular, introdujo el primer radioteléfono cuando trabajaba para Motorola. Aunque Motorola había suministrado el Bell System con radioteléfonos durante décadas, la Compañía AT&T (American Telephone and Telegraph) ahora se convertía en un fuerte competidor y se consideraba una amenaza.

El negocio principal de Motorola era el envío de sistemas de radio para empresas de taxis, flotas de servicios públicos, departamentos de policía, etc. Motorola necesitaba una oferta de celular para competir con AT&T; se desarrolló una rivalidad entre las dos compañías.

En 1976, solo 545 clientes en la ciudad de Nueva York tenían móviles Bell System, con 3.700 clientes en la lista de espera. Sin embargo, no fue hasta marzo de 1977 que la Comisión Federal de Comunicaciones aprobó la solicitud de AT & T para operar su sistema celular.

Los primeros sistemas comerciales de celular se desarrollaron en Tokio, los japoneses también contribuyeron con importantes estudios a la investigación, pero su mayor contribución fue el control de calidad.

A mediados o finales de la década de 1970, el objetivo de Japón de producir servicios electrónicos sin defectos obligó a los fabricantes de todo el mundo a replantearse el proceso de competitividad y a erradicar los defectos de su producto.

2.2.3.1 Innovación en la tecnología celular

En el transcurso evolutivo del teléfono móvil, también se produce la migración de los sistemas analógicos al sistema digital con el fin de permitir mayor volumen de usuarios y ofrecer los niveles de seguridad que se demandaban. En éstas circunstancias, el avance de la tecnología móvil se traduce en generaciones progresivas que van desde la G0 hasta la actual G4

La Generación 0 se define como: “(0G) Estos dispositivos móviles eran comúnmente instalados en autos o camiones, cerca del asiento del conductor. Esta tecnología fue lanzada en 1971 en Finlandia. El tipo de transmisión era analógica, propensa a frecuentes interferencias y limitadas frecuencias disponibles.” (Inzaurrealde, Isi, Garderes, 2014, pág. 10). Se aprecia los pequeños inicios del teléfono celular inteligente como una herramienta de comunicación de corto alcance reservado para personas que pudieran costearse esta herramienta.

A continuación se encuentra la primera generación (1G) que según Martínez (2001) “La 1G de la telefonía móvil hizo su aparición en 1979, se caracterizó por ser analógica y estrictamente para voz. La calidad de los enlaces de voz era muy baja.” (p.2). Es así que el teléfono celular inteligente empieza abrirse paso en la comunicación, ya en esta época demostrando su capacidad de poder sostener llamadas de voz a pesar de las limitaciones de la época.

Luego aparece la segunda generación (2G) que según Martínez (2001) “arribó hasta 1990 y a diferencia de la primera se caracterizó por ser digital. El sistema 2G utiliza protocolos de codificación más sofisticados y son los sistemas de telefonía celular usados en la actualidad. (p.2). Como se puede apreciar el teléfono celular inteligente en esta época empieza a presentar las características que lo definirán en el futuro.

Seguidamente la tercera generación (3G) que en palabras de Martínez (2001) es:

Tipificada por la convergencia de la voz y datos con acceso inalámbrico a Internet, aplicaciones multimedia y altas transmisiones de datos. Los protocolos empleados en los sistemas 3G soportan más altas velocidades de información enfocados para aplicaciones más allá de la voz tales como audio (MP3), video en movimiento, video conferencia y acceso rápido a Internet, sólo por nombrar algunos. (p.3).

Es en esta generación donde el teléfono empieza adquirir otras características que van más allá de la comunicación, como el grabar video en baja calidad y reproducir música en formato mp3 y también inicia sus primeros pasos en el internet.

Finalmente hace su aparición la cuarta Generación (4G) que según Cerdeño (2013) “Comienza entonces la verdadera revolución. Aparecen los dispositivos de cuarta generación (4G) con transmisión de voz y datos a una mayor velocidad y se convierten en una pieza vital para el bienestar social y el mundo del ocio” (p.20).

Sin embargo es en esta generación donde se establece al teléfono celular inteligente como la herramienta que es hoy en día.

Es un hecho innegable que la sociedad occidental actual vive un fenómeno de exposición y uso creciente de tecnología celular en prácticamente todas las áreas del quehacer humano. En gran medida, esto se debe a la disminución del costo de los equipos de telefonía celular y al incremento de sus capacidades tecnológicas. De manera especial, la confluencia de dos tecnologías:

La telefonía móvil y el cómputo ubicuo, ha propiciado el desarrollo de un dispositivo portátil que cabe en la palma de la mano, y cuya aceptación se debe a su gran capacidad de comunicación, procesamiento y almacenamiento, al manejo de contenidos multimedia y a la facilidad para integrarse a redes inalámbricas (Cruz y López, 2007, pág. 1)

Nos referimos a los teléfonos inteligentes (o “smartphones”) que están desplazando a los teléfonos móviles convencionales, y a las tabletas (o “tablets”) que compiten en prestaciones con los ordenadores portátiles.

2.2.3.2 Teléfono celular inteligente como herramienta en diferentes contextos

Tal dispositivo portátil conocido como smartphone o teléfono celular inteligente posee capacidades técnicas interesantes que han propiciado su aceptación, entre las que se pueden mencionar lo reducido de su tamaño, su carácter personal y, en especial, una gran conectividad que le permite acceder en todo momento y lugar a sitios de información y a redes sociales.

Cabe destacar el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de aprendizaje como se señala a continuación:

Las ventajas mayormente mencionadas fueron la bondad de contar con comunicación y acceso a la información en todo momento y lugar. Sin duda, el smartphone tiene gran potencial pedagógico; sin embargo, es necesario ampliar las investigaciones para su adecuada incorporación al proceso educativo universitario. (Javier Organista-Sandoval, Lewis McAnally-Salas, Gilles Lavigne, 2013)

Como lo hace notar el teléfono celular inteligente en el ámbito educativo ha tenido un avance, notorio dando ventajas de aprendizaje al acceder a la información de manera rápida y eficaz.

El teléfono celular inteligente como herramienta pedagógica con base en Pérez (2014). “Se concluye que los docentes dicen usar tecnologías en el aula de clase, situación que se contradice al manifestar no poseer celular y mostrar notorio interés

y disposición para ser formados en el uso de la tecnología móvil” (p.145). El objeto principal del uso del teléfono celular inteligente en este ámbito de estudio es la educación como un fenómeno socio cultural, por lo que existen conocimientos de otras ciencias que ayudan a comprender el concepto de educación.

Como se aprecia el teléfono celular inteligente ha incursionado en varios campos como herramienta de aprendizaje, de entretenimiento desde su origen como un aparato extremadamente limitado a llamadas y mensajes de texto hasta llegar a convertirse en una herramienta indispensable que puede ser utilizada en varias áreas a través de aplicaciones y a su mejoramiento en hardware y software.

2.2.4 Medios digitales

Los medios digitales según Silva (2019) “son espacios en los que se genera la comunicación y el intercambio de información entre usuarios y productores de contenidos digitales, ya sean empresas, bloggers o sitios de noticias” (p.1). Notablemente estos medios permiten la circulación de información de manera rápida y fácil acorde al consumidor y al productor de contenidos.

Así mismo Nicholas Gane, y David Beer (2008) “Los medios digitales hacen posible la manipulación de datos a un nivel sin precedentes” (p.1). En efecto los medios digitales permiten una mayor búsqueda y manipulación de la información, versus los medios tradicionales.

Existe una característica fundamental de los medios digitales como lo menciona Nicholas Gane, y David Beer (2008) “utilizando un protocolo adecuado, establecido previamente, pueden interactuar entre sí, y estar conectados a través de redes que abarcan grandes espacios geográficos con relativa facilidad” (p.3). Entonces los medios digitales también permiten la interacción entre los usuarios y creadores de contenidos, y la distribución de los mismos donde no importa la distancia ni la ubicación.

El resto de las características de los medios digitales son más técnicas como lo menciona Gane y Beer (2008) “Los medios digitales trabajan a través de procesos de compresión, que permiten mover grandes archivos digitales a través de las redes y almacenarlos con facilidad” (p.4). Podemos comprimir una gran cantidad de

información en forma digital en un espacio físico, esto depende, por supuesto, de la tecnología de almacenamiento utilizada reduciendo el espacio donde se guarda la información.

2.2.4.1 Plataformas Digitales

Según Giraldo (2020). “Las plataformas digitales o plataformas virtuales, son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades.” (p.1). De este modo las plataformas digitales son aplicaciones que contienen varias funciones acorde a lo que necesite el usuario. Cada una cuenta con funciones diferentes que ayudan a los usuarios a resolver distintos tipos de problemas de manera automatizada, usando menos recursos.

El objetivo de las plataformas digitales como lo menciona Giraldo, (2020) “Es facilitar la ejecución de tareas a través de programas o aplicación en un mismo lugar en la web.” (p.1). Por consiguiente como existen varios tipos de plataformas digitales, los objetivos varían acorde a las necesidades del usuario.

2.2.4.2 Nuevas Plataformas digitales.

Existe una infinidad de tipos de plataformas digitales. Con cada problemática se puede generar un tipo de plataforma digital diferente como lo dice Giraldo, (2020) “Plataformas educativas, sociales, especializadas, de comercio electrónico etc. Plataformas sociales Son aquellas plataformas digitales donde se guardan diversa información relacionada con las interacciones sociales son muy utilizadas actualmente por gran parte de nuestra sociedad.” (p.1). De esta manera se evidencia que las plataformas digitales se crean acorde al usuario y sus necesidades.

Como lo menciona Massiah (2019) “En las plataformas sociales aproximadamente hacen vida más de 3.500 millones de usuarios de todo el mundo, en otras palabras, cerca de la mitad de la población mundial” (p.1). Así pues estas plataformas se han abierto espacio en el internet para darles a los usuarios una mejor experiencia de comunicación.

Es aquí donde el teléfono celular inteligente tiene una mayor importancia debido a que es en este dispositivo donde se visualiza la mayor cantidad de contenido que se desprende de estas plataformas a nivel mundial. Por mencionar algunas como:

Tiktok la cual ha tenido una acogida favorable “Tiktok fue creada hace apenas tres años y ya cuenta con 500 millones de usuarios La red social permite compartir videos cortos y sus filtros se han vuelto sumamente populares entre los más jóvenes”. (Massiah, 2019, pág. 1). Esta plataforma es relativa mente nueva y es indispensable mencionarla debido a que en el caso de estudio de la presente investigación se usa para subir contenido que es grabado y editado con el teléfono celular inteligente, demostrando su competencia al subir y difundir contenido audiovisual.

Podemos incluir también a Instagram que “actualmente cuenta con más de 1.000 millones de usuarios. La plataforma, que en un principio destacaba por su formato para compartir imágenes, ahora se está posicionando como un espacio para los contenidos efímeros y para potenciar las ventas online.” (Massiah, 2019, pág. 1). De hecho se evidencia como ha tenido una acogida demostrando la evolución y adaptación de las plataformas, que en un principio son creadas para un objetivo pero los usuarios la utilizan de manera más conveniente para compartir contenido relevante.

Por otra parte también tenemos a “Facebook fue utilizada por el 55,4% de los ecuatorianos que se conecta a través de esta red. Más atrás están otras redes sociales como Instagram con 18,2% y Youtube con 15,4%”. (Rodríguez, 2020, pág. 1). Como se observa el auge de las redes y la aceptación entre los usuarios, muestra que las plataformas digitales son un buen recurso para la difusión de contenido audiovisual a nivel mundial debido a su fácil acceso tanto para el productor de contenido como para el consumidor.

2.2.5 Descripción del caso de estudio

La productora Waifay Films fue fundada el 14 de octubre del 2018 su misión en palabras de su fundador Erick Joel Pachacama Suintaxi “Crecer con su apoyo y siempre salir adelante ante todas las adversidades pero sobre todo entretenerlos y sacarles una sonrisa y motivar a las personas para que hagan lo que les gusta.”.

Es este caso de estudio relevante para mostrar el uso teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales.

Debido a que se utiliza un teléfono celular inteligente para grabar su contenido y subirlo a la plataforma digital Tik Tok que según Criollo, (2020) “Con 800 millones de usuarios activos al mes, TikTok es la ‘app’ para dispositivos móviles de moda en la mayoría de los 140 países” (p.1).Es así que utilizan esta plataforma para difundir su contenido que se trata de recreaciones de escenas de películas que son grabadas con un teléfono celular inteligente y editadas en la misma app para ser subidas a la plataforma y así poder tener un mayor alcance visual de manera sencilla y rápida.

Las grabaciones de los contenidos son complementados con los conocimientos adquiridos por su fundador Erick Joel Pachacama Suntaxi que posee un título licenciatura en cine obtenido en la universidad de las artes en Guayaquil. Por lo tanto sustenta con conocimientos audiovisuales la creación del contenido. Demostrando así el uso que se le puede dar al teléfono celular inteligente como herramienta audiovisual.

2.3 Bases legales.

Para empezar las bases legales “son leyes, reglamentos y normas necesarias en algunas investigaciones cuyo tema así lo amerite” (Villafranca., 2002, pág. 32). En efecto estas representan un sustento legal que se encuentra dentro de las normativas de una nación. Para la presente investigación se tomara en consideración las bases legales que enmarcan el marco regulatorio de la constitución y la ley orgánica de comunicación vigentes hasta la fecha

En primer lugar se menciona la Constitución Del Ecuador (2008). Se harán referencia a los artículos que tengan relación con la presente investigación

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a: 1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior. (Ecuador, Constitución de la república del Ecuador , 2008, pág. 26)

Como se observa el artículo dieciocho sección uno es ideal debido a que ampara a la creación de contenidos audiovisuales lo cual es excelente para la realización del reportaje.

Con respecto a la Ley Orgánica De Comunicación (2013) se harán referencia al artículo que tengan relación con la presente investigación como: “El artículo 384 de la Constitución de la República, establece que el sistema de comunicación social debe asegurar el ejercicio de los derechos a la comunicación, la información y la libertad de expresión y fortalecer la participación ciudadana.” (Ecuador, Ley orgánica de comunicación , 2013, pág. 2). Es decir que establece para los ciudadanos la libre expresión y participación lo cual es ideal para la presente investigación.

CAPÍTULO 3

METODOLÓGICO EMPLEADA

El marco metodológico según Arias: (2012) “tipo o tipos de investigación, las técnicas y los instrumentos que serán utilizados para llevar a cabo la indagación. Es el “cómo” se realizará el estudio para responder al problema planteado” (p.110). En otras palabras, es la explicación de los mecanismos utilizados para el análisis de la problemática de investigación se aplicara una metodología cualitativa.

3.1 Metodología de la Investigación

Tomando en cuenta lo mencionado, la metodología de la investigación es “la disciplina que se encarga del estudio crítico de los procedimientos, y medios aplicados por los seres humanos, que permiten alcanzar y crear el conocimiento en el campo de la investigación científica” (Bastar, 2012, pág. 11). En este sentido es el orden, procesos que se deben llevar a cabo para construir el presente estudio, como se desarrolla a continuación.

3.1.1 Naturaleza de la investigación

El presente trabajo de titulación fundamenta sus estudios en el paradigma interpretativo que según Ricoy (2005) “busca profundizar en la investigación, planteando diseños abiertos y emergentes desde la globalidad y contextualización”. (p.17). Por lo consiguiente el estudio aborda la realidad de manera interpretativa, ya que aspira analizar la percepción de los productores audiovisuales con respecto al teléfono celular como herramienta audiovisual.

Por otra parte, se asume el enfoque cualitativo es definido por Hernández, Fernández y Baptista (2014) como: “puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos” (p.42). Por tal motivo, se pretende investigar los usos del teléfono celular inteligente en otros campos, como en el audiovisual y si es posible su uso en este apartado desde una perspectiva subjetiva, comprender como lo usan desde su experiencia.

Por último, se seleccionó el diseño fenomenológico que según Hernández , Fernández y Baptista (2014) lo define como: “Su propósito principal es explorar, describir y comprender las experiencias de las personas con respecto a un fenómeno y descubrir los elementos en común de tales vivencias.” (p.493). Esto quiere decir que la presente investigación se aborda desde el punto de vista subjetivo, para identificar y construir el conocimiento desde la perspectiva y experiencias de diferentes productores audiovisuales.

Por consiguiente “la fenomenología se interesa en las características generales de la evidencia vivida; esta es la razón por la cual debemos dirigirnos a las estructuras de una experiencia, más que a la experiencia por sí misma” (Reeder, 2011, pág. 24). Se pretende analizar y explorar el uso del teléfono celular inteligente y los diferentes usos que le dan en el apartado audiovisual.

3.1.2 Actores sociales, Informantes claves

Con respecto a los actores sociales se definen como:

Todos aquellos grupos, sectores, clases, organizaciones o movimientos que intervienen en la vida social en aras de conseguir determinados objetivos particulares, sectoriales, propios sin que ello suponga necesariamente una continuidad de su actividad como actor social, ya sea respecto a sus propios intereses como a apoyar las intervenciones de otros actores sociales (Rauber, 2006, pág. 3).

Se busca entender cuáles son los usos que le dan los productores audiovisuales al teléfono celular inteligente, a través del acercamiento e interacción con el grupo de trabajo que conforma la productora independiente Waifay films, y como usan el teléfono celular inteligente en el apartado audiovisual.

En lo que respecta, a los informantes claves según Martínez, (1991) son: “personas con conocimientos especiales, status y buena capacidad de información” (p.56). Es decir, que para el estudio se tendrán en cuenta a personas entendidas sobre el tema audiovisual para definir si el teléfono celular inteligente puede ser tomado como una herramienta audiovisual y llegar a una posible interpretación.

Se establece un contraste para formar diferentes visiones sobre el tema, se seleccionó a un docente universitario que tiene una visión sobre el teléfono celular inteligente y sus capacidades como herramienta audiovisual, y para contrastar un

productor audiovisual que trabaja con equipos profesionales esto se hace para saber cuál es el punto de vista de los actores sociales sobre el tema.

3.1.3 Técnicas de recolección de la información

Se define a las fuentes y técnicas para recolección de la información como “el procedimiento o forma particular de obtener datos o información.” (Arias, 2012) Es decir que para el presente trabajo se requiere adquirir información de personas especializadas en el tema por medio de entrevistas para poder esclarecer el tema.

Para lograr recolectar la información necesaria se recurrirá a la entrevista, la cual está definida como: “una de las herramientas para la recolección de datos más utilizadas en la investigación cualitativa, permite la obtención de datos o información del sujeto de estudio mediante la interacción oral con el investigador” (Vargas, 2012, pág. 3). Es así como se pretende acogerse a la entrevista debido a que permite un contacto más directo con los actores sociales e informantes claves con respecto al tema de investigación para obtener información y diferentes puntos de vista sobre el tema.

Se considera que las entrevistas semiestructuradas son las que ofrecen un grado de flexibilidad aceptable, a la vez que mantienen la suficiente uniformidad para alcanzar interpretaciones acordes con los propósitos del estudio. Este tipo de entrevista es la que ha despertado mayor interés ya que “[...] se asocia con la expectativa de que es más probable que los sujetos entrevistados expresen sus puntos de vista [...] de manera relativamente abierta, que en una entrevista estandarizada o un cuestionario” (Flick, 2007, pág. 89). De esta manera se puede obtener la mayor cantidad de información de parte de los entrevistados y tomar todo lo que se ha de absoluta importancia para la investigación.

También se opta por un guion de entrevistas que se define como: “se trata de un esquema con los puntos a tratar, pero no se considera cerrado y cuyo orden no tiene que seguirse necesariamente” (Vallés, 1999, pág. 204). Para tal fin se construyó un guion de entrevistas, el cual consta de trece preguntas las cuales serán respondidas por los expertos en el tema.

Por lo tanto la validez sirve “para la obtención de datos e informaciones de interés directamente de la realidad, a objeto de estadísticamente demostrar la validez y confiabilidad interna del instrumento propuesto” (Tamayo, 2005, págs. 109-110). Es importante tener en cuenta que el instrumento construido fue validado a través de juicio de expertos.

El juicio de expertos es un método de validación útil para verificar la fiabilidad de una investigación que se define como “una opinión informada de personas con trayectoria en el tema, que son reconocidas por otros como expertos cualificados en éste, y que pueden dar información, evidencia, juicios y valoraciones” (Escobar y Cuervo , 2008, pág. 29). Por esta razón contiene los temas y subtemas que deben cubrirse, de acuerdo con el objetivo de la investigación, pero no sugiere las formulaciones textuales de preguntas ni sugiere las opciones de respuestas.

3.1.4 Técnicas de análisis de la información

Estas son definidas como “está orientada a facilitar la mirada reflexiva del investigador, a través de presentaciones concentradas” (Lévano, 2007, pág. 1) esto permite codificar e interpretar la información de manera clara y simple para poder plasmarla en el presente trabajo de titulación.

La definición de transcribir es “copiar en otra parte algo ya escrito”. Aunque al hablar de la transcripción de documentos hablamos de la representación sistemática de una forma oral mediante signos escritos. Dicho en un lenguaje más coloquial, la transcripción es poner un audio por escrito

Para lo cual se pretende utilizar en primer lugar la codificación la cual está definida como: “El código es el enunciado corto que el teórico fundamentado construye para representar un fragmento de los datos. Clasifican, sintetizan y más significativamente, analizan los datos. Conectan los datos empíricos con la conceptualización que de ellos hace el teórico fundamentado.” (Charmaz, 2011, págs. 341-342). Esto hace referencia a que los resultados deben ser interpretados de manera clara y precisa en favor a la investigación que se realiza en este caso al presente trabajo de titulación.

En segundo lugar la categorización la cual se explica como “mecanismo de organización de la información obtenida a partir de la aprehensión de la realidad. La Categorización nos permite simplificar la infinitud de lo real a partir de dos procedimientos elementales y complementarios.” (Hilferty y Cuenca, 2007, pág. 33) Por lo tanto esto permite clasificar puntos fuertes de la información obtenida y plasmarla en el trabajo de investigación.

En tercer lugar tenemos la triangulación que se define como: “procedimiento de control implementado para garantizar la confiabilidad entre los resultados de cualquier investigación. Los resultados que han sido objeto de estrategias de triangulación pueden mostrar más fuerza en su interpretación y construcción” (Donolo, 2009, págs. 8-10) Esta técnica permite una mayor confiabilidad he interpretación de los datos obtenidos para que tengan una cierta credibilidad dentro del presente trabajo de titulación.

Para lo cual se utiliza el software llamado ATLAS.ti, que sirve principalmente para el análisis cualitativo de grandes cuerpos de datos textuales, gráficos y de vídeo, ayuda a organizar, reagrupar y gestionar el material de manera creativa y, al mismo tiempo, sistemática.

3.2 Metodología del producto

La metodología del producto audiovisual se la divide en tres fases las cuales son Preproducción, Producción, Post producción, estas ayudan a construir el reportaje visualmente como se plantea a continuación.

3.2.1 Carpeta de Producción

Con respecto a la carpeta de producción se defino como: “el documento de pre-producción donde se describe el proyecto audiovisual a realizar en sus diferentes fases y de acuerdo a una estructura coherente con el medio y la industria a la que va dirigido” (Crespo, 2015, pág. 1). En este apartado se desarrolla las propuestas estético técnicas del reportaje informativo, por consiguiente se efectuara el siguiente paso.

Ficha Técnica

Es parte de la carpeta de producción y está definida como: “un elemento fundamental que debe contener el dossier que presentaremos a todas esas personas o que utilizaremos para dar a conocer nuestro proyecto” (García, 2019, pág. 1). Esta contiene información relevante y puntual del producto como nombre, género, tipo de producto audiovisual, entre otros.

3.2.2 Preproducción.

Esta fase se define como:

Conjunto de actividades preparativas que se llevan a cabo desde la idea inicial hasta la disposición de los recursos que intervendrán en la siguiente fase. Eso incluye definir la idea inicial, establecer acuerdos sobre calidad y coste, y desarrollar el guion técnico, los desgloses, las localizaciones, el plan de trabajo, el presupuesto y la asignación de recursos (Ortiz, 2018, pág. 7)

En síntesis la preproducción es el inicio del producto audiovisual del reportaje informativo donde se desarrolla la idea, el guion técnico, las locaciones donde se llevaran a cabo las entrevistas etc.

Personal Técnico

Podríamos resumir a continuación que: “es uno de los momentos cruciales para una producción, por eso creo fundamental conocer los diferentes departamentos que pueden existir en una producción con sus responsabilidades. De esa manera se pueden definir los perfiles ideales para cada posición” (Yepez, 2008, pág. 18). Son las personas encargadas de la realización técnica del producto visual.

Equipo Técnico

Está definido como: “son todos los materiales tecnológicos que se emplean para tener un buen registro de imagen, sonido y poder trabajarlos posteriormente en las salas de edición.” (Guizada, 2017, pág. 33). Son todas las herramientas necesarias para llevar a cabo el proyecto audiovisual.

Tagline

Con respecto al Tagline es la “(frase promocional o eslogan) que acompaña las campañas de promoción, muy breve y directa, que buscan impactar en la atención

del espectador” (Serrano, 2019, pág. 51) rápidamente es una frase que condensa la idea principal del producto audiovisual y sirve para enganchar al espectador.

Logline

Fundamentalmente se utiliza “para comunicar la idea básica del proyecto, y, por tanto, se elabora como un resumen esencial de aquello más singular que lo define, y que, generalmente, se utiliza como sinopsis en la introducción del mismo o como frase crucial” (Serrano, 2019, pág. 48) brevemente es un pequeña frase del producto que contiene el concepto que es la columna vertebral del producto audiovisual.

Sinopsis

Se entiende como: “descripción un poco más detallada del tema de nuestra producción audiovisual, es básica una buena documentación para hacer un trabajo creíble y riguroso: obtener la máxima información sobre lo que va a tratar nuestro vídeo y procesarla adecuadamente” (Lara & Piñeiro, 2008, pág. 4). De este modo la sinopsis es un resumen general de una obra en particular.

Guion

Se puede señalar que “un buen trabajo se asienta siempre sobre un buen guion. El guion es una orientación en la que aparece descrito todo lo que después saldrá en la pantalla” (Lara & Piñeiro, 2008, pág. 4). De todos modos el guion es un texto que manifiesta, con los detalles necesarios para la realización de algún contenido audiovisual.

Escaleta

Se denomina como: “un escrito que da más detalle al desarrollo de secuencias o bloques de nuestro audiovisual. No contiene parlamentos y la descripción de la acción, si bien es un tanto más detallada que en la sinopsis, no llega a ser minuciosa” (Peña, 2016, pág. 52). Por consiguiente en la escaleta se realiza el desglose de los planos y se detalla el comportamiento de la cámara.

Plan de Rodaje

De modo que este se “establece, entre otras cosas, los días en los que este tendrá

lugar, el orden de las secuencias de producción y, a su vez, el orden en el que se graban los planos dentro de estas” (Ramírez, 2019, pág. 35). En lo esencial es el objetivo a cumplir por parte de todo un equipo. Indica en cuantos días y cómo se va a organizar el rodaje para llevarlo a cabo.

Propuesta estética

Se denomina como un “proceso creativo donde se detallan las cualidades estético formales que le dan singularidad a la obra audiovisual, se da cuenta de los aspectos generales, recursos estéticos, y también las herramientas técnicas que se utilizarán” (Loyola, 2018, pág. 26). Es en este apartado donde se desarrolla la propuesta estético técnica que le dará un toque original y único al producto audiovisual.

Presupuesto

Por su parte este “tiene como objetivo evaluar el coste total de la producción audiovisual que vamos a realizar” (Lara & Piñeiro, 2008, pág. 5). Brevemente el presupuesto es la cantidad de capital que se invierte en el proyecto audiovisual, este es especificado de manera clara y puntual valores numéricos que representan el valor total.

3.2.3 Producción

En segundo lugar está la producción definida como: “Es la fase de rodaje y se considera que es la más importante por el volumen de trabajo y el coste.” (Ortiz, 2018, pág. 7). Efectivamente en esta fase se procede a la grabación del contenido visual en este caso el reportaje con los entrevistados, utilizando conceptos como la composición de planos, movimientos de cámara, encuadres entre otros.

3.2.4 Post producción

Por último esta fase es conceptualizada como: “es la fase que comprende todos los procesos de finalización del proyecto, como el montaje, la sonorización y los retoques. Se considera terminada cuando el producto está listo para entrar en el mercado” (Ortiz, 2018, pág. 7). Es en esta fase donde se escoge el material digital grabado junto al material de archivo, donde se pulen detalles como la colorización,

el sonido, ultimando detalles en el proceso del montaje, para ser editados en el software adobe Premiere, y adobe After Effects.

3.2.5 Difusión

Se entiende como “el ámbito de creación de contenidos, por una tendencia emergente en el mundo de la comunicación que es la de transmitir nuestros mensajes apoyándonos en un recurso cada día más cercano y democratizado: el vídeo” (Ordás, 2013, pág. 1). Esto quiere decir que la difusión es la plataforma o lugar donde será difundido el producto audiovisual que en este caso será a través de plataformas digitales. Para el proceso de difusión se tendrá varios elementos en cuenta el análisis del target, el medio por el cual se hará la difusión.

CAPITULO 4

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN

La realización del cuarto capítulo consiste en el análisis de la información obtenida del proceso de las entrevistas de los informantes claves en este caso entendidos en el tema audiovisual. Se seleccionó al Mgst. Jorge Munive (J.M) docente y conecedor del tema audiovisual el cual proporciono un punto de vista amplio sobre lo planteado en la investigación.

De igual manera se seleccionó al Productor Alex Herrera (A.H) que también posee un amplio conocimiento y experiencia en el tema audiovisual. Por otra parte el realizador y productor Erick Pachacama (E.P) quien hace uso del teléfono celular inteligente su conocimiento e interacción con esta herramienta ha sido de gran aporte para la presente investigación.

En el presente estudio para el desarrollo de los resultados es necesario tener en cuenta una estructura compuesta por tres elementos, el primer elemento responde a los resultados de la investigación, el segundo elemento corresponde a la triangulación y el tercer elemento corresponde con los resultados del producto.

4.1 Resultado de la investigación

4.1.1 Uso del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual

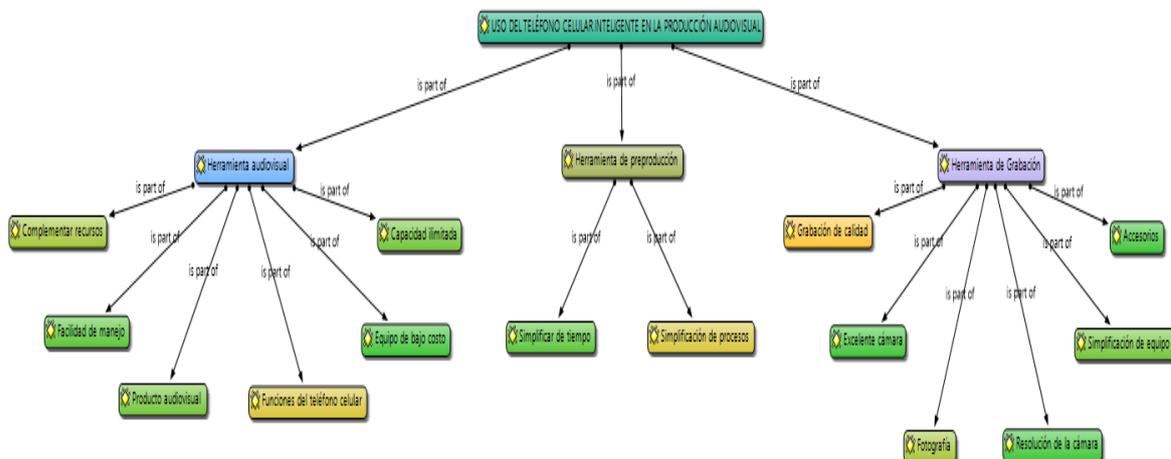


Gráfico 1. Uso del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual

Fuente: Base de datos Atlas ti. **Elaborado por:** Riofrio (2020)

Como se observa en la gráfica, la categoría uso del teléfono celular inteligente en la producción audio visual, el cual se divide en dos partes (gráfico 1 y 2) donde se desprende códigos que permiten mostrar los diferentes usos que puede tener en la producción audiovisual, para entender esto es indispensable identificar las subcategorías que lo componen:

Herramienta audiovisual

De esta manera la idea es que se complementen recursos dentro de la producción audiovisual para que sirva de apoyo, sin quitar ningún mérito a las cámaras profesionales como lo menciona J.M 1:53 “la idea no es que el teléfono haga a un lado la cámara o que la cámara demuestre que sigue siendo superior al teléfono el objeto es que nosotros podemos complementarnos y optimizar recursos pudiendo hacer lo que hace un teléfono y no necesito una cámara” se refiere a que el teléfono celular inteligente se convierta en un complemento dentro de la producción audiovisual para la realización de contenido sin desplazar a otras herramientas ya establecidas.

También demuestra ser una herramienta de fácil manejo J.M 1:48 “Si si lo he hecho es increíble, porque el teléfono celular te facilita la vida en un montón de cosas no por ejemplo el teléfono celular paralelamente o a diferencia de lo que hacíamos con cámara grabar en el teléfono requiere de mucho menos experticia” es decir que no requiere de mucha experiencia en su manejo debido a sus dimensiones y tamaño.

Además con el teléfono celular inteligente se ha realizado productos audiovisuales A.H 2:32 “tengo registros de películas hechas desde el 2011 de hecho hay un festival en Canadá el festival Smartphone hay otro festival en España solo de películas específicamente solo hechas con teléfono pero en esa época fue en el 2011” esto quiere decir que desde hace algún tiempo se han venido realizando productos audiovisuales que han sido funcionales y que han generado público en el medio audiovisual.

Igualmente el teléfono celular inteligente ofrece también funciones de cámara interesantes E.P 3:12 “hay veces que los celulares vienen con esto de lo que es la cámara profesional entonces tu puedes ahí jugar con el iso con la exposición con

la temperatura de color” de este modo el teléfono celular inteligente ofrece opciones para controlar la captura de imágenes al igual que una cámara convencional.

Comparativamente con una cámara convencional el teléfono celular inteligente ofrece un bajo costo E.P 3:29 “nosotros lo queremos hacer de la mejor manera plasmar nuestras ideas y hacerlo con equipos de bajo costo en este sentido con el celular no necesitamos cámaras de 1000 dólares o 2000 dólares” es así que el bajo costo del equipo comparado con cámaras convencionales es reducido de alguna manera da un impulso al teléfono celular para que se ha una herramienta practica dentro de lo audiovisual.

Demuestra que también posee una capacidad ilimitada aun no explorada A.H 2:53 “tener un teléfono y hacer cosas muy muy interesantes saltos en paracaídas seguimientos en automóviles en patineta en bicicleta hay cosas que las cámaras grandes no te pueden beneficiar ósea que puedes hacer diez mil cosas hacer una secuencia en un carro que ahora lo puedes hacer con el teléfono y un estabilizador” infiere en que con esta herramienta más ligera y transportable se pueden lograr tomas excepcionales que con una cámara convencional no se podría lograr debido a su tamaño.

Herramienta de preproducción

Dentro de este apartado el teléfono celular inteligente también ha realizado su pequeño aporte como lo representan los siguientes códigos A.H 2.6 “Si normalmente en los scouting es nuestro mayor uso en los scouting” por lo general en la búsqueda de las locaciones óptimas para cualquier rodaje en donde el teléfono sirve para registrar los espacio de manera eficiente y rápida.

Por otra parte A.H 2.8 “el que más utiliza es el gaffer el director de foto y el locacionista como para registro de encuadres y todo ese tipo de ambientes pre producción.” De esta manera con el teléfono de registra imágenes que pueden ayudar dentro de la producción.

Además puede servir para el registro de locaciones y compartirlo en tiempo real A.H 2.20 “me olvidaba del departamento de locaciones, las locaciones anteriormente tomabas fotos en tu cámara ibas las procesabas en la computadora las pre seleccionabas y después mediante un wetransfer podías repartir a todos los

directores o si tenías una cuenta en común, ahora lo puedes hacer en tiempo real incluso con video llamada, y todo eso se logra a través de la herramienta del teléfono” de este modo puede reducir el tiempo de transmisión de la información a todo el crew si este fuera el caso.

De esta manera el teléfono celular se presenta como una opción a la hora de realizar castings y simplificar tiempo A.H 2:22 “por ejemplo los castings por el tema pandemia ya no son presenciales son por medio de video zooms o videos, ósea uno hace un llamado de casting y el interesado envía su casting ósea el mismo se graba y lo envía al departamento de casting y este lo procesa” en un inicio los casting se hacían de manera presencial, hoy en la actualidad por motivos de seguridad y de eficiencia se realiza a través del teléfono celular inteligente, el actor interesado en obtener un papel en la producción se graba con el teléfono celular he envía su casting, reduciendo procesos y aumentando la eficiencia para la selección de los actores.

Por tal motivo también el teléfono celular inteligente simplifica procesos en este apartado, A.H 2:15 “el teléfono celular en la actualidad ha simplificado procesos sobre todo el preproducción, ahora todos los departamentos todas las cabezas se han estos arte, maquillaje, producción vestuario, efectos especiales todos” de este modo se demuestra su eficiencia en cada uno de los departamentos mencionados acorde a las necesidades de los miembros del crew.

Es así que A.H 2:19 “si se ha reducido mucho mucho si se ha simplificado los procesos, por eso es importante que la producción audiovisual exista en la actualidad” menciona que el teléfono celular inteligente ya se encuentra en la actualidad en este ámbito, como una herramienta de apoyo, A.H 2:41 “realmente uno ya en producción uno ya se organiza como para saber que si yo noto que tengo que hacer un trabajo necesito saber un timing o un cronograma donde ya tengo la cantidad de horas de grabación la cantidad de horas de edición de colorización de render todo eso, resulta que viene un aparato que ya viene pre programado internamente puede resolver todo en el instante” tal cual como se menciona el teléfono celular inteligente, funciona como una herramienta de apoyo dentro de la producción audiovisual reduciendo procesos y simplificando tiempo.

Herramienta de grabación.

Así mismo sirve para el registro de imágenes E.P 3:13 “nosotros con el celular con el celular lo que tú quieras puedes crear lo que se te venga a la mente creas tu propia idea después lo filmas lo estas plasmando en lo que es esto del video.” Demuestra sus capacidades para registrar imágenes que dependerían de la visión del realizador.

Al mismo tiempo la calidad de grabación de estos dispositivos es aceptable sin rayar a lo exagerado como lo menciona J.M 1:2 “permiten filmar aunque parezca mentira tienen cámaras que permiten hacer cosas que las cámaras profesionales no hacen” se refiere que el teléfono celular tiene capacidades que una cámara profesional no posee porque tiene elementos como aplicaciones que le dan un plus de este modo se conecta con J.M 1.81 “hay buenos productos audiovisuales hechos con teléfono soberbios he visto cortos hechos con teléfono. “De igual forma la propuesta del nuevo cine de Quito asume o reconoce al teléfono celular inteligente como una herramienta válida para el proceso audiovisual, A.H 2.5 “ya acabamos de dar el paso para que la grabación hecha con teléfono ya sirva como material para edición como material raw como material crudo para poderlo editar colorear etc.” esto infiere que el material grabado puede ser utilizado para su edición aún que provenga de este dispositivo.

Cabe mencionar que el teléfono celular inteligente también ha sido funcional para otros formatos visuales como el video clip o presentaciones en vivo E.P 3.32 “por ejemplo habido algunos cantantes profesionales que han utilizado iPhones en sus producciones audiovisuales y la calidad es brutal tremenda grabaron con el celular” como se aprecia no importa el tipo de contenido el celular puede ser funcional para grabar en cualquier ámbito donde se lo ponga.

El teléfono cuenta con una excelente cámara como lo menciona J.M 1.50 “la calidad está realmente en el tipo de cámara entonces si vamos a eso el Huawei es el teléfono que tiene la mejor cámara del planeta no tiene una cámara leica los Samsung los últimos tienen una excelente cámara tienen tres cuatro cámaras no tienen hasta cámara macro” la tecnología de estos dispositivos ha ido avanzando

hoy en día es posible encontrar dispositivos con cámaras con una resolución de imagen excelente.

En este sentido dependerá de la gama del teléfono celular definirá la resolución de la cámara como lo menciona E.P 3.51 “puedes hacer con una resolución que te mande unos 720 lo cuelgas a internet y si el video es full entretenido va a pegar yo creo que con una resolución de 720 para arriba la calidad va atraer a las personas más que todo y también va hacer agradable a la vista entonces eso un celular te ayuda full más que todo si es que tiene una mayor calidad pero si es que tú tienes un celular que ya te lanza unos 1080 720 los que ahora ya tienen todo mundo tu puedes crear con eso no hay problema” como se aprecia la resolución de la mayoría de teléfonos puede ser ideal para crear contenido audiovisual lo importante sería el contenido audiovisual sobre la calidad.

A la par el celular también ha permitido realizar fotografía a sus usuarios como lo dice J.M 1.21 “a raíz de los teléfonos inteligentes empecé a tomar fotos bastante interesantes macro con el teléfono y abrí un perfil de fotografía con celular” así se parecía que el teléfono celular también hace su aparición en la fotografía para retratar y subir contenido a plataformas digitales.

Este aparato también simplifica el equipo en pasos sencillos y menos requerimiento de equipo como lo menciona A.H 2.9 “si se utiliza en la actualidad es simplificar equipo por un tema de seguridad por un tema de accesibilidad acortar tiempos” se refiere a que con pocos recursos se puede realizar un producto visual.

Como lo demuestra a continuación A.H 2.10 “la cosa utilizas dos teléfonos uno para grabar y el otro para que sirva como micrófono entonces le tapas ambos lados y le ocupas la parte del micrófono como un micrófono unidireccional después juntas el material en una editora y juntas la imagen con el sonido y ya tienes un reportaje” se muestra que un teléfono puede ser usado para registrar video y un segundo dispositivo para registrar audio para luego ser editados para generar un producto, esto da a entender que A.H 2.29 “donde se ha usado dos teléfonos uno para grabar video y el otro para grabar audio y ha resultado” así se demuestra el punto anterior donde el teléfono juega un papel como aparato de registro.

El teléfono también cuenta con algunos accesorios que pueden mejorar el registro de imágenes como lo dice A.H 2.47 “en otras circunstancias si se esfuerzan un poquito y tienen elementos que puedan adaptarse al teléfono tipo lentes un poco pequeños que ya la marca mismo les da la facilidad para adaptarle lentes filtros un estabilizador cosas por el estilo para hacer diferentes contenidos entonces es bastante bueno aceptable” infiere a que si se consigue accesorios que puedan acoplarse al teléfono, como lentes, o un estabilizador podrían mejorar significativamente su registro de imágenes.

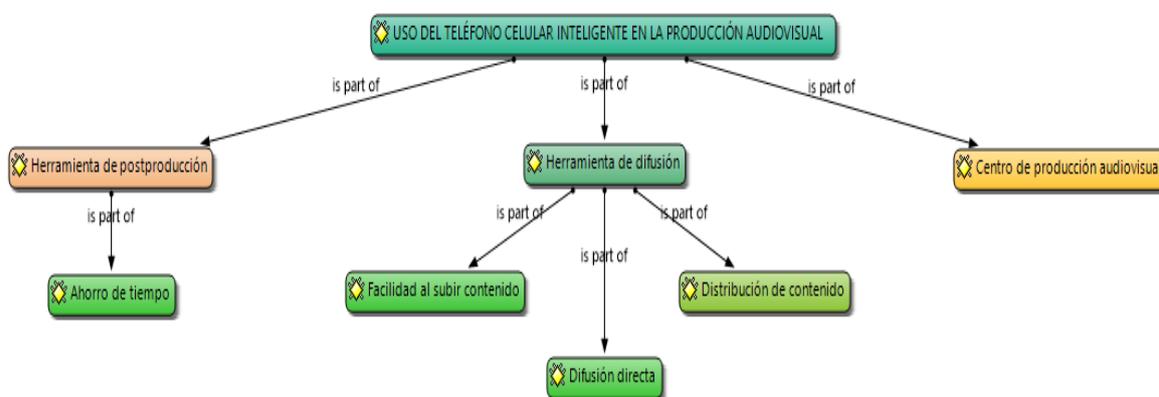


Gráfico 2 Uso del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual
Fuente: Base de datos Atlas ti. **Elaborado por:** Riofrio (2020)

Herramienta de postproducción

La postproducción que en síntesis es la manipulación del material audiovisual para editarlo, y en este apartado el teléfono celular también ha generado su aparición debido a que ofrece la capacidad de poder editar el contenido en el mismo dispositivo con la ayuda de aplicaciones diseñadas para este fin como lo menciona E.P 3.87 “con tu celular ahí mismo te bajas la aplicación que es el lightroom o una de photoshop para hacer para el celular y la editas” en estas palabras se demuestra el punto que existen aplicaciones para celular que cumplen funciones para edición.

Del mismo modo por su tamaño y capacidad el teléfono permite el ahorro de tiempo y procesos como lo menciona J.M 1.47 “en el carro yo ya estoy editando en producto de tal forma que a veces cuando yo llego el producto está listo ósea el ahorro de tiempo es increíble lo que no pasaba antes” es decir que es funcional para editar y ahorra tiempo en el proceso de post producción.

Herramienta de difusión

Brevemente el teléfono celular también ofrece la facilidad de subir contenido que se realiza en el propio dispositivo, ya que resulta fácil E.P 3:80 “Lo describiría como facilidad realizado con un celular que es lo que tienes en la mano es un celular lo que todo el mundo tiene la facilidad de poder hacerlo lo que todo mundo hace es grabarse y subir su contenido a dicha plataforma es facilidad nada más de lo que tengas tú en tu mano a tu alcance prácticamente es facilidad netamente facilidad de lo que puedes hacer con tu teléfono muy fácil.” Se menciona que resulta sencillo subir contenido a cualquier plataforma digital de manera accesible y rápida.

Hace referencia a que de manera directa rápida y ágil se puede subir contenido, A.H 2:46 “porque hay cosas que las hacen muy directo grabas con el teléfono lo que grabaste se subió hoy lo que está de moda” infiere a que es una herramienta muy directa para subir contenido sin necesidad de recurrir a otras herramientas.

De igual forma al momento de distribuir contenido el teléfono celular termina siendo una buena opción E.P 3:39 “yo creo que el teléfono celular es indispensable en todo sentido ya que con un poquito digamos de tiempo y con creatividad puedes llegar a miles de personas a millones de personas” lo que quería decir es que el teléfono funciona como una gran herramienta de distribución de contenido debido a su fácil acceso y rápido alcance, hablando en términos cuantificables E.P 3:43 “en lo que han llegado a los cuatro millones de reproducciones hemos llegado a los cuatrocientos mil likes y todo eso entonces ahí está la creatividad un teléfono te sirve para todo tu puedes ser un influencer con un teléfono puedes subir tus estados” de este modo si el contenido es interesante y se utiliza de manera correcta y creativa puede llegar hacer una herramienta de largo alcance.

Centro de Producción Audiovisual

Para interpretar la subcategoría es primordial identificar los códigos que lo componen que hace referencia a los diferentes usos del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual que según esto coincide con lo mencionado por J.M 1:12 “dejo de ser un aparato de comunicación hace mucho tiempo se convirtió en un centro de comunicaciones más que un aparato de comunicación, y hoy actualmente se ha convertido en un centro de producción audiovisual”, esto

demuestra la capacidad que tiene el teléfono celular referido por el entrevistado como un “centro de producción audiovisual”, esto quiere decir que estos dispositivos pueden hacer varias funciones como la captura de sonido e imágenes, para luego ser editados y compartidos desde el propio dispositivo.

Del mismo modo E.P 3:35 “nosotros no tenemos cámaras profesionales nosotros solo tenemos celulares entonces nosotros creamos producción con celular y para esto lo que es los medios audiovisuales el celular si es súper importante para todo” Como se aprecia la iniciativa de utilizar un teléfono celular inteligente como herramienta audiovisual alternativa, para registrar audio y sonido, puede ser una opción para poder producir contenido, para desarrollar habilidades y estimular la creatividad en el ámbito audiovisual.

Al finalizar la categoría uso del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual, suministra el cimiento de donde partirá el reportaje informativo, ya que proporciona información de cómo el teléfono celular inteligente puede ser utilizado en algunos apartados que refieren a la categoría ya expuesta, los cuales se han dividido en tres, la preproducción, la post producción y la producción en cada uno de estos apartados se ha demostrado que el teléfono celular ha influido de manera indirecta en el apartado de la preproducción donde le permite a los miembros de la producción mantenerse comunicados, compartir información en tiempo real como fotografías de locaciones, planes de rodaje, documentos, realizar reuniones entre otros, de igual forma en el apartado de la producción ha demostrado poder capturar imágenes como fotografía y video al igual que audio, en una calidad aceptable, por ultimo pero no menos importante en el apartado de post producción donde se pone de manifiesto el teléfono celular al contar con aplicaciones para la edición tanto para fotografía y video, aunque cabe recalcar que de manera elemental y simple pero práctica.

4.1.2 Construcción de contenidos para medios digitales

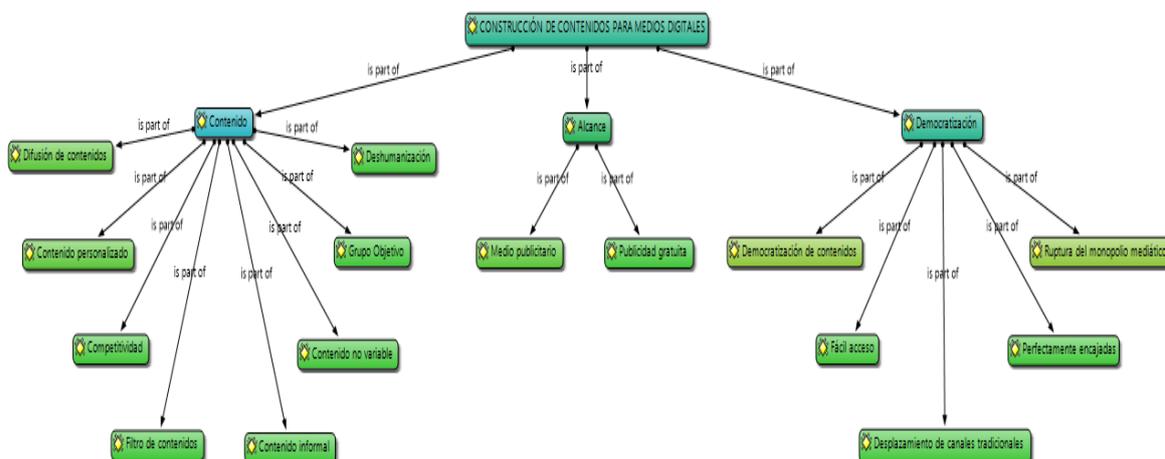


Gráfico 3 Construcción de contenidos para medios digitales **Fuente:** Base de datos Atlas ti. **Elaborado por:** Riofrio (2020)

El segundo grafico contempla la categoría Construcción de contenidos para medios digitales, se menciona esta categoría en la investigación debido a que va de la mano con el desarrollo principal del tema que es el teléfono celular inteligente como herramienta audiovisual, el uno para capturar contenido visual y el otro para distribuirlo es por eso que es necesario mencionarlo en la investigación, debido a que si tienes el mensaje y no hay un medio para transmitirlo no serviría de nada realizarlo.

Contenido

Los canales convencionales donde se visualiza contenido ya no son lo mismo que solían ser en su mejor momento, la difusión de contenidos A.H 2:52 “si hablas de canales de televisión van hacer por televisión pagada si esta misma producción la haces para cine esta película tiene que ser si o si estrenada en una sala de cine ósea ese camino ya está marcado ya está trazado de repente vienen las plataformas digitales y te dan la opción para hacer algo mucho más sencillo” en otras palabras las plataformas digitales han abierto una brecha comunicacional y cambiaron las reglas del juego para siempre.

Las plataformas digitales han beneficiado a la comunicación J.M 1:63 “ha habido casos en los que productos buenos que no tuvieron acceso a los medios a través de plataformas digitales han logrado ser difundidos” han permitido que los

contenidos puedan ser publicados de manera más sencilla sin la necesidad de recurrir a los canales tradicionales.

Es importante mencionar, que también las plataformas digitales han desplazado a los canales tradicionales debido a su innovación en contenido personalizado y al fácil acceso de la programación encaminada al gusto del usuario A.H 2:55 “tú mismo puedes tener un canal entonces ya obviamente el espectador dejó de ver lo tradicional por ver algo mucho más personalizado donde se puede identificar porque en ese caso tu canal con tu dispositivo y tu trabajo es tuyo” de esta manera tanto el teléfono celular inteligente como el realizador y las plataformas digitales tienen una especie de simbiosis, donde cada uno es importante para producir y difundir contenido, sin dejar a un lado las necesidades del espectador, E.P 3:67 “si quieres ver noticias está el celular si quieres tomarte una foto y exhibirla está el instagram si tú quieres hacer tus bailes hacer tu comedia está el tik tok si tú quieres ser un poquito más creativo entre comillas esta youtube entonces esta para que tú lo grabes, lo edites y después lo subas” es así que el teléfono celular inteligente y las plataformas digitales hacen una mancuerna para la creación y propagación de contenidos beneficiando al creador y al espectador.

Pero también representa una especie de competitividad en la creación de contenidos como lo menciona E.P 3:72 “Yo le digo carrera a esto de la creación audiovisual también entre personas” a lo que infiere es que hay más competitividad dentro de lo audiovisual al crear contenidos y difundirlos es lo primordial para los “creadores de contenido” y las personas entendidas en el tema audiovisual.

Sin embargo los medios digitales también tienen un lado malo, que no posee un filtro de contenidos, visto por los conocedores del tema audiovisual J.M 1:62 “lo malo de las plataformas digitales es que no tienes un filtro de contenidos y a veces productos malos tienen un montón de seguidores” infiere a que cualquier persona que tiene acceso a una herramienta y a una plataforma digital puede subir cualquier tipo de contenido, si el más mínimo conocimiento.

También se aprecia una especie de contenido informal J.M 1.65 “si hablamos de youtubers que hablan zanganadas o filman cuando van a comprar una salchipapa y tiene ocho millones de suscriptores” este tipo de contenidos existen en las

plataformas, y una visión como conocedor infiere que el contenido que se presenta no es variable E.P 3:68 “Como profesional y todo el contenido que se sube a esas plataformas no varía” de otro modo el tipo de contenido si es apreciado por un conocedor audiovisual creará que no varía debido a que los tópicos son repetitivos.

Pero todo estos temas mencionados anteriormente serán determinados por J.M 1:67 “Hay que ser muy específico depende el grupo objetivo” son las personas que consumen esta clase de contenidos de esto dependerá que tiene más acogida por parte del público.

Existe dentro del mismo tópico un comportamiento por parte del ser humano la deshumanización del mismo al captar imágenes E.P 3:71 “las personas primeramente sacan el celular lo filman pero en eso también las personas no caen en cuenta que por ejemplo pueden estar haciendo daño a otra persona digamos por ejemplo si vez tu un choque y todo eso grabas con tu celular para tener evidencia y si no estás ayudando a la persona que se está muriendo” de alguna manera el teléfono celular combinado con la captura de contenido, y el morbo y amarillismo de las imágenes.

Alcance

Si bien es cierto los medios digitales además de ofrecer contenido visual también ofrecen la capacidad de tener mayor alcance y funcionar como un medio de publicitario E.R 3:84 “atraer inversionistas o atraer a la gente que quiera meter su producto para nosotros hacer publicidad” es así que los medios digitales también sirven como un medio publicitario accesible y gratuito,

Cabe destacar que E.P 3:85 “prácticamente nosotros que es lo que le damos mencionamos en historias y les decimos chicos sigan a esta página hacen una buena ropa y todo eso más que todo nos ayuda a nosotros mismos como productores audiovisuales les ayuda a la empresa y así nos quedamos contentos entre todos es el alcance que tenemos es una facilidad tremenda lo que haces en el celular historias, fotografías incluso con la marca de ropa que se vea el logo” utilizando la herramienta que en este caso es el teléfono celular inteligente y una buena estrategia de venta se pueden beneficiar ambas partes, tanto el creador de contenido como la persona que lo auspicia.

Al mismo tiempo le permite al realizador tener publicidad gratuita del contenido y tener un mayor alcance E.P 3:90 “una página que se llamaba de Looney Tunes colgó nuestro contenido al internet tubo millones de reproducciones en internet en Facebook y eso fue algo bueno no gastamos nada para nosotros hacernos conocer en internet.” se visualiza que resulta sencillo brindar alcance a algún producto de manera directa o indirecta.

Democratización

Las plataformas digitales sin duda alguna han permitido la democratización de contenidos debido a que le quitaron el poder que tenían los medios tradicionales J.M 1:83 “las plataformas digitales liberaron la capacidad de que cada uno publique lo que quiera y si es bueno pues la gente te va a premiar y te va a seguir y vas a aumentar en likes y tu producto se va a difundir que hicieron por nosotros nos dieron libertad” menciona que hoy en día se puede acceder a los medios digitales de manera sencilla, autónoma y acorde al contenido que se realice definirá el número de espectadores.

Así mismo J.M 1:64 “son la dos caras de la moneda no entonces tienes cualquier cosa en plataformas pero también tienes la democracia de que todo mundo vea lo que haces” sin duda alguna las plataformas digitales ofrecen un mundo donde se puede crear y difundir contenido, A.H 2:57 “hoy lo puedes ver desde otro punto de vista y la gente va a decir es verdad lo que va por ahí, entonces ahí entra la palabra democratización porque puedes democratizar la comunicación” se demuestra que existe un lugar donde prolifera la creación de contenidos, E.P 3:69 “lo que es la creatividad eso ya depende de cada persona mi percepción de todo esto por ejemplo es que cada persona puede subir lo que le guste cada persona puede filmarse hacer un video y subirlo” una vez más se evidencia que es un lugar donde las personas pueden difundir contenido de cualquier tipo.

De nuevo queda en evidencia que es sencillo introducirse a los medios digitales debido a que ofrecen fácil acceso J.M 1:59 “Todo el mundo tiene acceso ahora tu puedes gratis abrir un canal de you tube” quiere decir que el fácil acceder a los medios digitales para crear y extender contenido audiovisual gratuitamente.

De igual forma las plataformas digitales han fomentado el desplazamiento de los canales tradicionales A.H 2:54 “entonces yo creo que las plataformas digitales ya desplazaron en un buen porcentaje a los canales tradicionales” es así que los medios digitales ya han movilizadado en su mayoría a los medios tradicionales en la actualidad.

De modo idéntico se menciona que A.H 2:40 “están perfectamente bien encajadas las plataformas más que te exigen te obligan a trabajar con el teléfono hay muchas cosas que en la actualidad se ven hasta programas de televisión que son para canales de you tube para videos cortos de instagram, Facebook lo que se ha ya son hechos con teléfono tienen una muy buena resolución que están encajados perfectamente unidos tanto las plataformas como los teléfonos están completamente encajados” volviendo al punto inicial menciona que los medios digitales en ocasiones, su contenido tiene que ser creado con teléfono celular debido a que la mayoría de plataformas digitales están diseñadas para este dispositivo.

No puedo dejar de mencionar la ruptura del monopolio mediático que ocurrió con la emergente ascensión de otros medios alternos a los contemporáneos como lo menciona J.M 1:82 “que se rompió el monopolio antes de haber las plataformas digitales o de que se han tan populares había un monopolio es decir había un filtro en el cual tu tenías que tener la aceptación de alguien para que tu producto se ha publicado obviamente había medios éticos que lo hacían y publicaban los mejores otros que solo publicaban los de su grupo de gente pero en síntesis ético o no ingresar o tener acceso a que publiquen un producto tuyo en un medio tradicional es monumental difilísimo” los canales tradicionales responden a sus respectivos dueños si es privado al dueño del medio y si es público al estado, no existía una forma de romper esa estructura hasta que llegaron las plataformas digitales y brindaron un aire de respiro y libertar a los creadores de contenido.

De la misma forma A.H 2:56 “los canales de televisión dependen mucho del dueño del director de noticieros o de un sin número y de a poco se va a ir desplazando es más ya se desplazó pero no lo queremos aceptar no hablemos lejos los medios de comunicación nacionales son demasiado hegemónicos han dominado completamente la verdad en todo sentido no hablo solo de los noticieros hablo de

la poca producción nacional que han hecho lo que ellos nos pusieron era lo que teníamos a las manos y eso es lo que veíamos uno consideraba que eso era lo que había no podías hacer otra cosa” sin duda alguna los canales tradicionales responden a sus respectivos dueños e intereses, a la par de la poca producción nacional que se realiza en ellos, todo lo contrario de las plataformas digitales que responden a las expresiones de cada creador de contenido y que han brindado un espacio donde otras producciones que no son aceptadas en canales tradicionales se han bienvenidas en las plataformas digitales.

Se puede concluir que la categoría construcción de contenidos para medios digitales muestra una visión y diferentes usos, que tienen en la actualidad las plataformas digitales y como convergen en el mismo entorno junto al teléfono celular inteligente proporcionando una herramienta de grabación y un medio difusión, de esta manera ambos convergen en el mismo entorno, los medios digitales en la actualidad han desplazado a los canales tradicionales los cuales eran liderados por grupos de poder como es el caso de un medio privado por el dueño, o de un medio público por el estado, de esta manera las plataformas digitales juegan un gran papel debido a que permite que los seres humanos puedan expresar tanto ideas y opiniones de manera libre, democrática y tengan acogida por otras personas, aunque mucha veces el contenido que se realiza para estas plataformas no se ha innovador o interesante, pero la gracia que existan este tipo de plataformas es para la difusión de contenidos audiovisuales y que tengamos la oportunidad de hacer notar el contenido sin la necesidad de acudir a un medio tradicional masivo por que las plataformas digitales ya son ese medio masivo de acogida que junto a herramientas como el teléfono celular se pueda crear y compartir contenido.

4.1.3 Aparición en la producción audiovisual

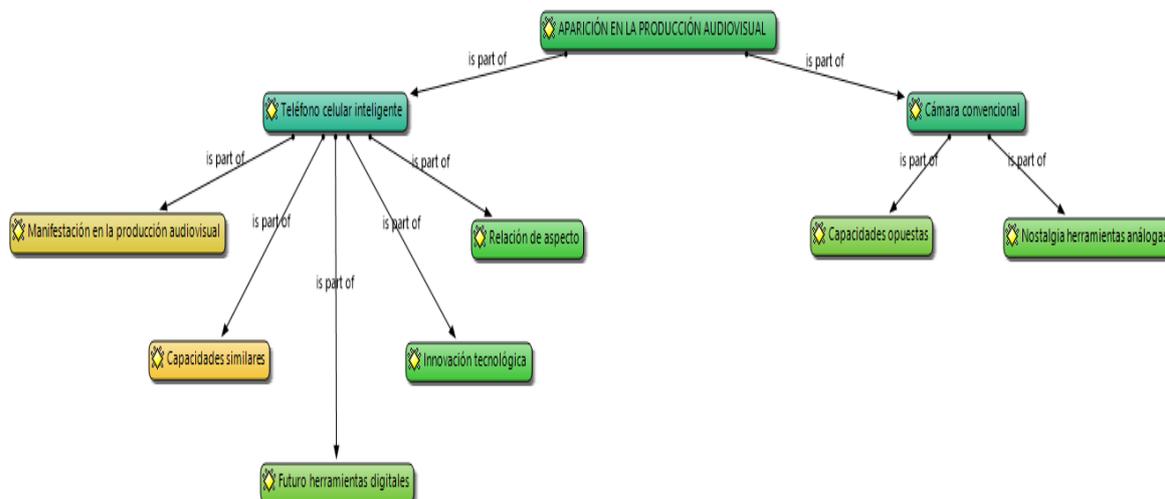


Gráfico 4 Aparición en la producción audiovisual **Fuente:** Base de datos Atlas ti. **Elaborado por:** Riofrio (2020)

En el cuarto grafico llamado aparición en la producción audiovisual se aborda como el teléfono celular inteligente se hace presente este ámbito, comprende códigos que pretenden separar las diferencias y complementos que tiene el teléfono celular inteligente y la cámara convencional sin ánimos de enfrentar los aparatos, si no comprender al teléfono celular inteligente como una herramienta complementaria.

Teléfono celular inteligente

Habitualmente se cree que el teléfono celular inteligente no puede ser tomado como una herramienta audiovisual, pero últimamente ha tenido una manifestación en la producción audiovisual, si se escarba un poco más puede ser funcional para este fin A.H 2:2 “como antecedente te digo que mi tiempo en el medio ya tiene algunos años alrededor de unos dieciocho años entonces yo arranque con las cintas celuloides las betacam todo el proceso del celuloide hasta llegar al digital entonces uno piensa que llegar al digital a las cámaras digitales ya fue el tope lo máximo pero de repente llegan los teléfonos celulares y te destronan completamente” de esta manera se anuncia que la tecnología en el medio audiovisual ha ido avanzando desde las cámaras más antiguas hasta las actuales y la llegada del teléfono celular inteligente.

Al mismo tiempo E.P 3:1 “el celular para una producción audiovisual se ha venido metiendo recientemente entonces creo que viene hacer una competencia de las cámaras, el celular es como algo más práctico personalmente el celular ayuda bastante para esto que es la producción audiovisual” si bien es cierto el teléfono celular ha tenido una aparición en el ámbito audio visual, este podría ser una competencia de las cámaras profesionales debido a E.P 3:27 “el teléfono celular inteligente ha venido superando a lo que son las cámaras precisamente ya que por ejemplo un iPhone que te cueste unos 700 dólares hay veces que te viene con más resolución que una cámara digamos de 600 dólares entonces eso también puede influir” al parecer existe un factor de tipo económico, porque en ocasiones el teléfono celular inteligente llega a tener un bajo costo y tiene varias funciones, versus una cámara convencional.

Del mismo modo E.P 3:2 “tu puedes hacer producción audiovisual con un pequeño celular” se entiende que la intención de la realización de contenido es la misma que con una cámara profesional la idea es crear contenido, esto infiere a A.H 2:4 “entonces algo que quieras o no vas a ir conviviendo a la par, a parte la tecnología y todo su entorno es con el aparato” por ello en la actualidad existen aplicaciones y plataformas digitales que complementan al aparato y su entorno.

Para finalizar se dice que A.H 2:48 “un poco de freno o de no querer aceptar por los directores de fotos actuales que ya el teléfono llegó y toca estar a la par con ellos” el teléfono ha evolucionado de ser un aparato de comunicación a otros ámbitos como el audiovisual gracias al avance de la tecnología y debido a esto puede convertirse en un herramienta de apoyo, A.H 2:44 “la historia de este comercial que vamos hacer es porque necesitamos grabar unos chicos millennials haciendo su Tik Tok y no lo pueden hacer de otra manera si no es con el teléfono así nos paremos de cabeza y que queramos convencer al dueño que resulta mejor la cámara no hay por donde” se demuestra su capacidad y su uso necesario debido a que existen plataformas digitales que fueron diseñadas para grabar y distribuir contenido por medio de este dispositivo.

Podemos agregar que el teléfono celular inteligente posee capacidades similares al de una cámara convencional J.M 1:23 “si comparas los dos perfiles no te das cuenta de que esta tomado con cámara réflex y que está tomado con celular no hay

diferencia” hace alusión que el teléfono celular inteligente puede realizar tareas como lo hace una cámara convencional en este caso hace referencia a la captura de fotografías.

De igual forma el teléfono celular inteligente dependiendo su gama tendrá otros apartados que ofrecer en el campo audiovisual J.M 1:51 “mi teléfono actual tiene una cámara de enfoque dinámico tiene una cámara pro el teléfono pro te deja mover isos temperaturas de luz te deja mover velocidades diafragmas es decir es una réflex en el bolsillo de la camisa” como se puede apreciar ofrece varias opciones para configurar los parámetros de captura del dispositivo igualables a una cámara convencional.

De la misma forma incluso se puede utilizar el lenguaje audiovisual para la creación de contenido J.M 1:56 “tengo que hacer planos cortos o una entrevista con alguien que está caminando por la calle yo lo puedo realmente hacer con un teléfono si están calibrados con los mismo parámetros no va haber una gran diferencia” se puede manifestar que es un complemento para una cámara convencional si el dispositivo está correctamente configurado, A.H 2:30 “si esta con buena resolución despista mucho a las cámaras actuales”

Se puede mencionar que el teléfono también registra imágenes bajo condiciones de luz favorable E.P 3:53 “entonces de ley tienes que meter luz hasta con una cámara de 800 dólares 1000 dólares tienes que meter luz” significa que ambos aparatos están condicionados a condiciones de luz óptimas para su correcta función, E.P 3:33 “eso si metieron luces maquillaje producción pero la calidad era la misma calidad de una cámara de 2000 dólares 3000 dólares es lo mismo” se aprecia que en las mejores condiciones el teléfono puede registrar imágenes de calidad al igual que una cámara convencional.

Hablando en términos técnicos los teléfonos también han adquirido la capacidad de A.H 2:35 “es más incluso creo que la cámara del S9 no me acuerdo bien la diferencia pasa por los cuadros por segundo por los frames que puedas grabar entonces una cámara te puede grabar hasta 1600 cuadros por segundo de gana voy a nombrar la marca del teléfono que registra 900 cuadros entonces no hay una diferencia muy grande” se refiere a términos técnicos donde los frames que son la

cantidad de imágenes consecutivas que se muestran en pantalla por cada segundo en la actualidad y gracias al avance de la tecnología el teléfono celular ha podido alcanzar una tasa de frames considerable.

No se puede dejar de mencionar una diferencia bastante notable, que es el sentido calidad precio tanto en cámaras como en teléfonos celulares E.P 3:55 “es diferencia de precios entre celulares y diferencia de precios entre cámaras no puedes comparar una cámara de 500 dólares o de 600 dólares una T6 con un iphone xr o algo así entonces no puedes comparar eso en realidad ya las cámaras están mejoradas en los celulares lo que si puedes comparar es un iphone de unos 1000 dólares con una sony alpha la nueva que va a salir la S3” así queda evidenciado que también en este apartado existen similitudes debido al costo del equipo que puede definir sus funciones a la hora de producir contenido.

Cabe considerar que el teléfono celular inteligente es la futura herramienta digital debido a que cada vez más personas se familiarizan con el dispositivo A.H 2:37 “y en la actualidad ya un nuevo gremio de jóvenes que están manejando bastante bien la tecnología” infiere a que cada día la nueva generación va adoptando la tecnología como parte de su desarrollo, A.H 2:39 “realmente el profesionalismo no va por la herramienta que tengas si no por lo que puedas hacer se nos ha complicado pero ya nos vemos forzados hacerlo ya nos toca ir de la mano con la tecnología y si los teléfonos brindan una herramienta bastante sólida para poder hacer una buena producción” brevemente si no se adopta nuevas tecnologías se corre el riesgo de perecer en el ámbito audiovisual adaptarse y acoplarse a ellas mejorar sin duda las capacidades tanto técnicas como creativas, E.P 3:75 “tienes que meterte a este nuevo mundo antes se filmaba en una cámara de 35 milímetros y ahora se utilizan cámaras digitales que te mandan tu producto en una memoria” la tecnología avanza con el pasar del tiempo para mejorar la forma en que se realiza contenido, renegar y resistirse al cambio condena a la extinción.

De igual forma la innovación tecnológica juega un papel importante en el desarrollo de la tecnología celular E.P 3:37 “innovación por que la competencia de los celulares entre empresas es para tener la mejor cámara y resolución en general” debido al vertiginoso avance de la tecnología el teléfono ha ido evolucionando,

desde bloques brutos que solo servían para comunicarse, hasta aparatos delgados y ligeros llenos de tecnología.

Por último y pero no menos importante, el teléfono ha redefinido la manera de contar historias, y de la puesta en cámara denominado como relación de aspecto que es la proporción que existe entre el ancho y la altura de una imagen E.P 3:64 “el tik tok se hizo más que todo para poderlo filmar verticalmente la relación de aspecto” de esta manera una aplicación móvil y el teléfono celular inteligente cambian la forma de encuadrar la cámara de manera vertical.

Cámara convencional

Sin embargo la cámara convencional tiene capacidades opuestas a la del teléfono celular inteligente interpretándolas de otro modo hay situaciones donde el teléfono no podría compararse a un cámara E.P 3:79 “subes contenido con tu teléfono digamos lo editas ahí mismo pero tú no puedes hacer efectos no puedes hacer colorización tú no puedes a veces editarlo muy bien hasta donde quieras o por ejemplo el audio pero filmas con una cámara un equipo de sonido lo pasas a post producción y ahí lo tienes tu producto final que puede ser mejor que echo por un celular” demuestra un punto fuerte de las cámaras que es llevar el producto visual aun punto de perfección debido a que permitirá más opciones de edición.

Así mismo para la realización de efectos visuales complejos que requiere de experticia y procesos más elaborados E.P 3:78 “si tú quieres meter un efecto y todo eso necesitas la computadora más que todo porque con un celular puedes hacer chroma y después editarlo en la computadora para que dicha persona salva volando digamos o hacer un efecto de bala eso es lo complejo siempre va haber peros y siempre va haber complejidades con lo que haces con tu cámara y lo que haces con tu teléfono” el material obligatoriamente para estos procesos requiere pasar por pasos adicionales y otro tipo de herramientas.

También el lenguaje audiovisual y cierto tipo de accesorios y capacidades juegan un papel importante al contar una historia, E.P 3:56 “con una cámara puedes intercambiar de objetivos eso es lo importante porque con un celular no puedes hacer eso además el foco también es full importante en la narrativa con una cámara puedes coger foco puedes enfocar al personaje en el que quieres que haya la

tensión y con un celular no puedes hacer eso pero lo que si puedes hacer con un celular es tener calidad” todo lo ya mencionado tendrá que ver con la intención del realizador al final es un punto subjetivo y de que se quiere lograr con cada herramienta.

No obstante existe una nostalgia hacia las herramientas análogas A.H 2:36 “es una herramienta que a la larga ósea va a la par con todo lo que ha venido saliendo de apoco la tecnología para el fin de la producción audiovisual si tú hablas con un cineasta viejo que trabajo toda la vida con celuloide enemigo de la digitalización del material porque un punto aparte no hay mejor cosa que el celuloide como tal grabar todo esto en fotogramas es algo especial” se hace alusión a la tecnología pasada por un sentido de calidad en la imagen y un momento nostálgico de la historia de lo audiovisual, A.H “ahora chocan con el teléfono porque ellos ya se enfrascaron en lo que es la cámara en los lentes más todas las luces entonces hay una generación que se estanca pero que es reacia avanzar a una nueva tecnología”

Al finalizar la categoría aparición en la producción audiovisual, donde se abordó como el teléfono celular en la actualidad comparte el mismo entorno con las cámaras convencionales, se visualiza que puede ser una herramienta complementaria que puede apoyar en el ámbito audiovisual en funciones específicas de esta manera aporta al desarrollo del producto en este caso la carpeta de producción, en esta categoría se abordó como el teléfono celular inteligente ha ido apareciendo en el ámbito audiovisual se proporciona información, donde el avance de la tecnología ha dado paso a la evolución de un aparato que en sus inicios era netamente destinado a la comunicación hoy por hoy se ha adaptado a otros ecosistema como el audiovisual y del entretenimiento, denominándolo como una nueva pantalla, y una herramienta tanto de comunicación como de registro y captura y reproducción de imágenes y sonidos, portable y de fácil manejo, demostrando que el avance de la tecnología es vertiginoso y acelerado.

4.1.4 Conocimiento Audiovisual

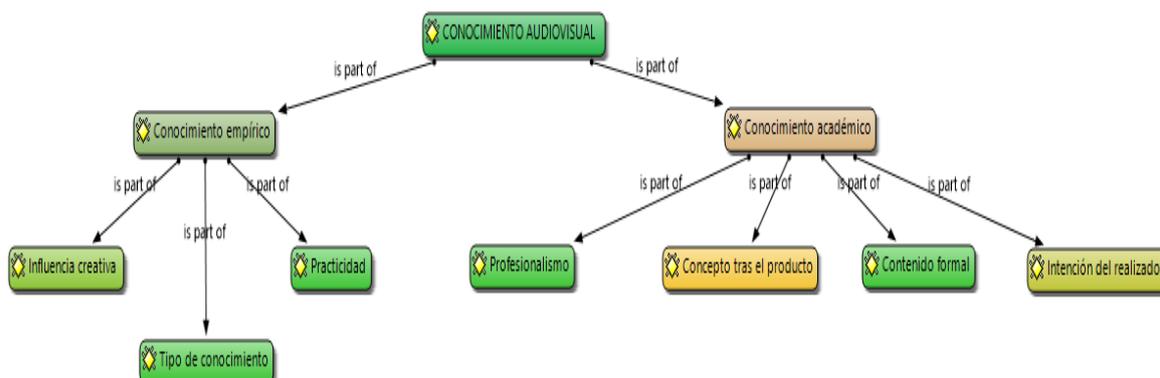


Gráfico 5 Conocimiento Audiovisual **Fuente:** Base de datos Atlas ti. **Elaborado por:** Riofrio (2020)

En la categoría Conocimiento Audiovisual se pretende analizar la manera en como el teléfono celular inteligente ha abierto una brecha, entre muchos realizadores empíricos y realizadores con formación académica, lo que se profundiza a continuación:

Conocimiento empírico

El conocimiento empírico no proviene de un proceso formativo o educativo, ni de la acción de una reflexión consciente y analítica, sino que se trata de la experiencia procesada y convertida directamente en saber, de esta manera trasladando a lo audiovisual según J.M 1:32 “porque ahora todo el mundo es productor audiovisual ósea tienes un teléfono tienes un app que edita y ya eres productor” es así que el teléfono celular inteligente ha permitido a los seres humanos realizar contenido, sin embargo, J.M 1:34 “entonces el teléfono lo que nos va a generar es un montón de gente haciendo productos que a veces por intuición inclusive van hacer buenos” se muestra como el teléfono celular inteligente puede brindar la capacidad de realizar contenido de manera intuitiva y que puede ser bueno con algo de suerte.

De esta manera existe también otro punto de vista sobre la adquisición de conocimiento E.P “una persona que ha visto tutoriales de youtube ya puede exponer una cámara y todo eso o ya puede exponer un celular todo eso puede dejarlo bien seteado” la forma de adquisición de conocimiento audiovisual puede venir de cualquier parte inclusive de las plataformas digitales si se saben utilizar

correctamente, así mismo E.P 3:73 “puedes utilizar el celular para grabar puedes ir mejorando mientras tú vas grabando y puedes ir investigando que planos vas hacer en la computadora sin ni siquiera irte a una universidad que es lo que hizo este man que hizo Pool fiction Quentin Tarantino nunca fue a la universidad fue cinéfilo que es lo que hizo el únicamente fue al cine aprender cine y es lo que hacen los chicos los entre comillas creadores de contenido es mejorar mientras van filmando” menciona que la práctica hace al maestro, y pone como ejemplo al cinéfilo luego convertido en cineasta ya que su formación es muy peculiar de manera empírica aunado con la práctica y el teléfono celular como una herramienta que acompaña estas ideas.

Adicional a esto se menciona la influencia creativa como elemento para la creación audiovisual, E.P 3:28 “lo que influye ahí es la creatividad es lo primero lo que está en juego para hacer la producción entonces por ejemplo cuando tu estas filmando con un celular más que todo tu lo quieres es plasmar tu producción audiovisual” es decir que la creatividad forma parte de la creación audiovisual y que el teléfono celular inteligente es la herramienta idónea para desarrollar contenido, E.P 3:31 “entonces tu puedes hacerlo con tu celular lo que interesa siempre es tener la creatividad” de todo modos se persiste en que la herramienta indicada es el teléfono celular y la creatividad es el hilo conductor para el desarrollo audiovisual.

El teléfono celular inteligente ha permitido que cualquier persona pueda desarrollar contenido sin tener ningún tipo de conocimiento por el tema audiovisual E.P 3:38 “considero que esto que es mayor mente la producción audiovisual que es en lo que se está metiendo todo el mundo ahora todos filman ahora todos se toman fotos ahora todos son tik tokers ahora la mayoría de personas son you tubers y eso está bien porque se ve la calidad de las personas la creatividad la humanidad” menciona que a través del contenido audiovisual más la creatividad, más las plataformas digitales y el teléfono celular inteligente reflejan la clase de seres humanos que son los que realizan y comparten contenido.

Sin embargo el tipo de conocimiento que se posea jugara un papel primordial en la creación de contenidos E.P 3:61 “hay personas que no han estudiado lo que es esto o casi nadie y les ha venido la fama hablamos de personas empíricas no académicas si hay una diferencia entre empíricas y académicas” menciona que el

tipo de conocimiento se ha este empírico o académico definirá el tipo de contenido en el ámbito audiovisual.

La practicidad como parte de la mejora en cualquier disciplina se hace presente E.P 3:74 “es lo que también tiene que hacer un cineasta un productor audiovisual porque si tú no filmas no mejoras puedes decir yo tengo título digamos yo soy cineasta después me saco una maestría pero si no he filmado nada y viene un chico que es empírico y el man ha estado desde pequeño con un celular cogiendo planos y todo eso está en la práctica más que todo está en la práctica” se refiere a la práctica como una forma de aprendizaje para dominar una disciplina sin importar que tipo de conocimiento se posea, al final la perseverancia podría superar al talento, de nuevo poniendo como herramienta practica al teléfono celular inteligente.

Conocimiento académico

El conocimiento académico se puede decir que es la transformación del conocimiento científico con el fin de poder comunicarlo en un proceso de formación particular como lo son las escuelas, dentro de este ámbito el teléfono celular inteligente y sus usos abren un nuevo tema de discusión J.M 1:24 “lo primero que hay que diferenciar es que nosotros guardando obviamente el respeto a todos pero nosotros no somos empíricos, entonces a diferencia de lo que hace un usuario común de empezar a grabar lo que si obviamente nos enseña la carrera nuestra” se menciona que se debe tener un conocimiento previo antes de manipular una cámara y proceder a grabar, que no solo está en la simpleza del procedimiento si no que hay algo más detrás de todo eso.

Dentro de la audiovisual no solo importa la intuición si no el cómo se ejecuta algún proceso J.M 1:27 “yo puedo editar sonido en el teléfono pero hay patrones como edito el sonido por ejemplo cuando uso música diegetica cuando uso la extra diegetica ese tipo de cosas no vienen implícitas en las apps no eso tienes que aprenderlo en la universidad entonces mi proceso es recurrir a la base de lo que hacemos a lo técnico” en este caso se pone como ejemplo el sonido dentro de la edición que existe un proceso para saber cuál es el momento preciso para hacer

uso de este recurso el recurrir a una base técnica que se aprende en una institución académica para el correcto uso del sonido.

De este modo como en cualquier disciplina aprendida en una institución educativa amerita el respeto y la consideración del termino profesional, J.M 1:37 “porque siempre tendremos la ventaja de un emperico con el respeto que se merece el termino empírico porque sabemos lo que estamos haciendo” en otras palabras una persona académicamente preparada tendrá a su favor el conocimiento de otros preceptos en este caso el tema audiovisual.

Dentro del tema audiovisual se menciona el concepto como principal elemento J.M 1:79 “que es lo que nos diferencia real mente esa es la fortaleza que tenemos, el concepto de producción audiovisual en términos simples” es el saber a través de lo aprendido en una institución académica, que lo audiovisual no es un término simple, si no que engloba mucha más.

En este sentido se presenta un ejemplo del uso del conocimiento y de la herramienta J.M 1:80 “si yo le doy una cámara a mi vecino que más o menos sabe cómo funciona la cámara yo me pongo hacer lo mismo que él hace con mi teléfono celular pero yo con mi experticia en producción audiovisual mi vecino es contador básicamente mi producto va hacer superior no porque yo se ha superior si no porque yo tengo conocimiento que él no tiene” se ejemplifica el uso de la herramienta que junto al conocimiento adquirido en el ámbito audiovisual influye en la realización de productos.

Esto complementa con lo planteado a continuación E.P 3:20 “si la mano queda alzada volvemos a eso antes de decir acción nosotros alzamos la mano otra vez eso es básicamente lo que nosotros hacemos con el celular jugamos con los planos con el movimiento pero siempre y cuando cuidamos esto que es la continuidad” se menciona términos y conocimientos audiovisuales, que junto al uso del teléfono celular inteligente ayuda a realizar un producto visual.

La razón de resaltar el conocimiento académico adquirido, en el que hacer audiovisual es imprescindible debido a que E.P 3:58 “un director de foto no puedes hacer la comparación a estudiado años a parte de tener ya su trabajo y todo eso entonces él ya sabe cómo plasmar como encuadrar como hacer movimientos de

cámara para que sirven que es lo que genera al espectador” menciona que el saber cómo funciona una herramienta de grabación y el uso del lenguaje audiovisual es importante para transmitir ideas al espectador.

El profesionalismo como una característica legítima de lo audiovisual A.H 2:27 “por ahí no pasa el profesionalismo son herramientas ósea voz puedes tener tu cámara la mejor un juego de lentes y el teléfono el más caro pero el profesionalismo no va por las cámaras va por quien las ejecuta” no coloca a la herramienta como elemento primordial de la realización, si no al conocimiento previamente adquirido por el profesional en el sentido audiovisual.

Cabe destacar el concepto tras el producto que el realizador plantea J.M 1:18 “lo único que le faltaría es el concepto por que la infraestructura tecnológica esta” se hace referencia a que en la actualidad es más sencillo producir contenido debido al avance de la tecnología, pero que el concepto tras el producto tiene que estar presente para que el contenido tenga sentido, así como lo anuncia a continuación, J.M 1:25 “que nunca podrá ser remplazado por el teléfono ni por un tutorial de you tube es el concepto tras el producto” se refiere al concepto como la base de la realización audiovisual y que no será aprendida por medio de videos en plataformas digitales, debido a que este tendrá que ver con el objetivo del realizador basados en su conocimiento.

Es así que no solo la herramienta es parte de la realización J.M 1:75 “pero el concepto no viene con el teléfono en la caja” de nuevo se menciona que existe una propuesta un concepto la cual no está incluida al comprar un teléfono celular como herramienta audiovisual, si no que se adquiere a base del conocimiento para la manipulación de la herramienta, J.M 1:78 “gente que se dedica hacer you tubers entonces esa gente te va cambiando el teléfono cada tres meses para estar actualizado pero no tiene el concepto ojo entonces no necesariamente es solo el teléfono es el concepto en lo que hay detrás” .

Pienso que una buena narración en una historia sentencia la acogida de un producto A.H 2:13 “mientras tengas una buena historia eso te va a reflejar con que lo hagas es lo de menos mientras tengas una buena historia es el teléfono o con que lo hagas no tiene influencia al final” en otras palabras el término “buena historia”

es otra manera de decir que hay un concepto una visión del realizador y donde de nuevo el teléfono celular inteligente puede entrar como una herramienta practica acompañada por un concepto por el conocimiento audiovisual una buena historia, el objetivo del realizador.

Incluso dentro de otro formatos como el televisivo se menciona que A.H 2:49 “la mayoría los mismos canales de televisión graban con teléfonos celulares al fin y al cabo lo que importa es el contenido de la historia que nos muestren” el teléfono celular como herramienta narrativa ya no solo de grabación si no como parte de un contexto, E.P 3:7 “toda historia que vas a contar nace de una idea”

El contenido formal ejemplificado como J.M 1:66 “versus otro que tiene un producto serio y tiene un millón de suscriptores y esto va sonar feo lo que voy a decir pero lo digo netamente académicamente yo prefiero a veces el millón de suscriptores serios que los otros ocho millones de gente que está ahí por ver morbo.” esto demuestra que dependerá del consumidor que clase de contenido visualiza evidenciando otra problemática la falta de cultura en lo audiovisual somos lo que consumimos.

El concepto tras el producto también se mimetiza con la intención del realizador J.M 1:68 “depende lo que quieras lograr obviamente” es así que la intención del realizador influye en la creación de un producto audiovisual J.M 1:69 “si estoy haciendo un programa secuencial de entrevistas en redes sociales lo puedo hacer con teléfono tranquilamente entonces aquí no se podría estandarizar eso todo depende lo que vayamos hacer” una vez más el teléfono celular como herramienta de grabación demuestra ser una opción aunado a lo que quiera construir el realizador.

De la misma forma el teléfono celular inteligente puede ser un gran aliado a la hora de captar imágenes A.H 2:43 “si se quiere cruzar los departamentos es decir quiero tener una grabación echa por un teléfono para un cliente mucho va a depender de que es lo que quiero lograr” de nuevo el teléfono se presenta como una opción determinado por lo que quiera plasmar el creador, para finalizar la intención del realizador dicha como J.M 1:77 “dependerá de lo que quieras lograr”, E.P 3:60 “depende de lo quieras”, a la par el teléfono celular inteligente como E.P 3:66 “es

depende a lo que tú quieras utilizarlo” como se aprecia la intención del realizador definida en palabras sencillas y la herramienta audiovisual como parte de esto.

Con la finalización de la categoría conocimiento audiovisual, se concluye que el conocimiento adquirido de manera académica influye en la creación de cualquier producto audiovisual, debido a que se maneja parámetros y términos audiovisuales que van más allá de la creación intuitiva o empírica que a la par con teléfono celular inteligente puede ser una grata opción a la hora de querer desarrollar y crear contenido.

4.2 Triangulación

Dentro de los hallazgos encontrados es importante evidenciar que existen diferentes puntos de vista entre los informantes claves, en puntos específicos como es el caso de la categoría conocimiento audiovisual en este caso se hace referencia a la información que han proporcionado y se busca un contraste entre ambos entrevistados con respecto al uso masificado que se le da al teléfono celular sin ningún conocimiento audiovisual previo, cabe aclarar que ambos son entendidos en el tema audiovisual pero pertenecen a generaciones diferentes, J.M 1:25 “que nunca podrá ser remplazado por el teléfono ni por un tutorial de you tube es el concepto tras el producto”, en contraste, E.P 3:73 “puedes utilizar el celular para grabar puedes ir mejorando mientras tú vas grabando y puedes ir investigando que planos vas hacer en la computadora sin ni siquiera irte a una universidad” en este punto se aprecia que el teléfono celular inteligente genera a miles de personas que de forma intuitiva crean contenido que la mayoría de veces es visualmente desagradable y de un pobre concepto que se replica en cantidades industriales en plataformas digitales son muy pocos los realizadores que han usado el teléfono celular y las plataformas de manera estética y conceptual.

En la actualidad existen un sin número de “creadores de contenido” E.P 3:38 “ahora todos filman ahora todos se toman fotos ahora todos son tik tokers ahora la mayoría de personas son you tubers y eso está bien porque se ve la calidad de las personas la creatividad la humanidad”, a diferencia de J.M 1:32 “porque ahora todo el mundo es productor audiovisual ósea tienes un teléfono tienes un app que edita y ya eres productor”, el ser humano es capaz de expresarse de manera libre, pero se debe

tener en cuenta el concepto al crear contenido debido a que cualquier ser humano puede expresarse, pero dentro del ámbito audiovisual existen parámetros a seguir, que no solo infieren a lo que se desea expresar si no que existe un lenguaje, conceptos establecidos dentro de lo audiovisual que no deben ser subestimados a la hora de realizar contenido.

Al finalizar el análisis de datos basados en la metodología cualitativa, mediante la construcción de categorías y subcategorías, para continuar con la construcción de hallazgos es importante intentar contrastar y encontrar similitudes en la información obtenida en el discurso de los entrevistados y citar autores ya establecidos para encontrar semejanzas, de esta manera dando una cierta credibilidad al reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta audiovisual.

Para el proceso de entendimiento de comprensión y de construcción de los hallazgos es necesario tomar en cuenta, que la primera categoría hace referencia al teléfono celular como herramienta audiovisual la cual según el informante clave menciona que J.M 1.21 “a raíz de los teléfonos inteligentes empecé a tomar fotos bastante interesantes macro con el teléfono y abrí un perfil de fotografía con celular”. Esto sustenta el resultado obtenido dentro de la investigación a lo mencionado por el autor “ha alcanzado un interés abrumador por parte de fotógrafos y profesionales de los medios audiovisuales” (Galeana, Sánchez, 2015, pág. 88). Se evidencia que los hallazgos encontrados se asemejan entre el autor y el informante clave al referir la importancia que tiene para el proceso audiovisual la incorporación de nuevas tecnologías, como lo es el teléfono celular, ya que puede ser una excelente opción a la hora de adquirir una herramienta práctica, económica de fácil acceso y multifuncional.

También podemos agregar que el avance de la tecnología ha permitido que el teléfono celular se convierte en un aparato ligero de fácil manejo E.P 3.80 “Lo describiría como facilidad realizado con un celular que es lo que tienes en la mano es un celular.”, esto a los luz de los resultados encontrados en la investigación se ratifica a lo descrito por los autores Cruz y López (2007) “La telefonía móvil y el cómputo ubicuo, ha propiciado el desarrollo de un dispositivo portátil que cabe en la palma de la mano” (p.1). Lo que permite interpretar que el teléfono celular

inteligente es un aparato de fácil manejo debido a sus dimensiones, y por ende puede tener usos por su portabilidad y funcionalidad en el proceso audiovisual

El teléfono celular ha demostrado tener la capacidad de adaptarse a diferentes plataformas según el caso, como lo menciona J.M 1:12 “dejo de ser un aparato de comunicación hace mucho tiempo se convirtió en un centro de comunicaciones más que un aparato de comunicación”, esto corrobora a lo mencionado por los autores Cruz y López (2007) “manejo de contenidos multimedia y la facilidad para integrarse a redes inalámbricas” (p.1). El teléfono celular inteligente dejo de ser un aparato netamente destinado a la comunicación, que en sus inicios era limitado por mensajes de texto y llamadas, para pasar a formar parte de redes inalámbricas como es el internet, proporcionando mejores posibilidades tanto de entretenimiento como el desarrollar contenido audiovisual debido a que ya no se limita a ser un aparato de comunicación, ha pasado hacer un centro de entretenimiento para el ser humano donde crea, reproduce y comparte contenido en tiempo real a nivel mundial.

Es importante también señalar la inclusión del teléfono celular en varios tipos de formatos audiovisuales A.H 2:32 “tengo registros de películas hechas desde el 2011 de hecho hay un festival en Canadá el festival Smartphone hay otro festival en España solo de películas específicamente solo hechas con teléfono” Se reafirma la información antes mencionada por el autor Martí (2010) “se han transformado en poco tiempo en una nueva pantalla uniéndose a pantallas como la cinematográfica (p.101), de este modo se demuestra que el teléfono celular inteligente puede ser parte de otros formatos audiovisuales como es el del séptimo arte fomentando la inclusión de este dispositivo y que en la actualidad es una herramienta para el desarrollo de la creatividad y del lenguaje audiovisual.

4.3 Resultados del producto

En esta parte se desarrolla la carpeta de producción, donde se lleva a cabo las propuestas, ideas y conceptos que serán plasmados en papel, las cuales ayudarán a la realización del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta audiovisual.

4.3.1 Carpeta de producción

En este apartado se construye la carpeta de producción, en donde se muestra la información de todo el contenido del reportaje informativo y sus diversas propuestas estéticas técnicas que componen el contenido audiovisual. Se comienza por el diseño de la portada, la ficha técnica y datos generales es aquí donde se describe el proyecto audiovisual a realizar y sus diferentes etapas y de acuerdo a una estructura congruente con el medio al que va dirigido.

Portada



Ilustración 1: Portada del reportaje **Fuente:** Elaboración propia (2020)

4.3.1.1 Ficha Técnica

En este apartado se recopila información básica del producto audiovisual como el nombre del producto, el género al que pertenece, la duración, el formato de video en el cual será grabado, el grupo objetivo al cual va dirigido el contenido.

Tabla 1: Ficha técnica del reportaje. **Fuente:** Elaboración propia (2020)

Título	Teléfono celular ¿herramienta audiovisual?
Género	Reportaje
Duración	8 min
Formato	1920x1080 (Full HD)
Target	18 a 45 años
Año	2021

4.3.1.2 Información general de contenidos

Tema

El reportaje trata sobre el uso que podría tener el teléfono celular inteligente en el ámbito audiovisual, donde puede fungir como una herramienta para el registro de imágenes, se lo aprecia como una opción barata a la hora de conseguir un equipo multiprático que aunado a las plataformas digitales, puede ser una gran opción, para realizar contenido he introducirse en el mundo audiovisual.

Objetivo

El reportaje pretende indagar sobre la evolución del teléfono celular inteligente a lo largo de la historia, hasta convertirse en la herramienta que es en la actualidad en el ámbito audiovisual, en donde se ha plasmado como un referente para el registro y difusión de contenido a través de las plataformas digitales.

Público

El target al que va dirigido el contenido audiovisual oscila entre las edades de 18 a 45 años debido a que son seres humanos que cuentan con un cierto grado de entendimiento, tanto profesionales en el ámbito audiovisual como aficiones en el

tema , debido a que el teléfono celular inteligente tiene su mayor auge en el siglo XXI.

Tagline

Una visión diferente del teléfono celular.

Logline

Las tecnologías del nuevo siglo nos permiten ser seres más integradores y con más oportunidades de participar con las herramientas móviles y digitales, porque la habilidad y la creatividad deben ser desarrolladas y las herramientas que se necesitan para crear contenido audiovisual no deben ser una limitante para expresar pensamientos e ideas, porque dentro de la creatividad las fronteras no existen.

4.3.1.3 Preproducción

En esta etapa se desarrolló una previa investigación del caso de estudio, es así que se acudió a informantes claves que brindaron información para el desarrollo tanto del proyecto de investigación como para el reportaje informativo, el sentido de todo esto es entender si el teléfono celular inteligente puede ser tomado como una herramienta de producción audiovisual. Es en este espacio que se determina el equipo humano y las herramientas técnicas que se usarán en la realización del contenido.

Equipo Humano

Debido a que es una producción netamente independiente los cargos de todos los departamentos serán abarcados por un autor total en este caso el realizador, buscando el auto sustento de la realización y control creativo sobre el producto.

Tabla 2: Equipo humano de trabajo. **Fuente:** Elaboración propia (2020)

CARGO	NOMBRE
Dirección y Producción	Alex Daniel Riofrio Maldonado
Cámara	
Iluminación	
Sonido	
Montaje	

Equipo técnico

Para la fase de producción del reportaje se usará equipo técnico que serán fundamentales para la grabación del contenido los cuales son:

Tabla 3: Equipo técnico. **Fuente:** Elaboración propia (2020)

EQUIPO TÉCNICO	
Cámara Digital Reflex	Nikon D5300
Lente Nikon	Af 18-55mm F/3.5-5.6g
Tarjeta sd	kingston 32 gb
Trípode WF-3308A	Cabeza fluida.
Ulanzi R003	Pistol Grip
Estabilizador	Tipo Escorpión
Micrófono	Corbatero
Teléfono celular inteligente	Samsung J2 Core
Laptop	Dell 15" Core i3

4.3.1.4 Sinopsis

El reportaje informativo, uso del teléfono celular inteligente como herramienta audiovisual, presenta al aparato desde sus inicios y su vertiginoso avance tecnológico y social hasta la actualidad, y su influencia en el ámbito audiovisual, intentando mostrar al teléfono celular como una opción económica a la hora de adquirir un equipo multifuncional para crear contenido y desarrollar la creatividad

bajo parámetros de conocimiento audiovisual, y la inclusión de plataformas digitales, que ayudan a la distribución de contenidos creados incluso con teléfono celular.

En el reportaje se cuenta con informantes claves que entienden el tema audiovisual como profesionales, Mgst Jorge Munive docente y usuario del teléfono celular inteligente para la crear contenido visual en este caso fotografías, además de contar con el productor audiovisual Alex Herrera que desde su punto de vista como profesional y sus años de experiencia brinda una perspectiva nostalgia sobre herramientas de captura de imágenes que le precedieron al teléfono celular y una visión actual sobre este aparato, adicional el emprendedor y profesional audiovisual Erick Pachacama y su iniciativa para usar el teléfono celular como herramienta de captura, aunado a esto el uso de plataformas digitales para la distribución de su contenido, todo esto basado en su conocimiento como profesional en el ambito audiovisual.

Después de entrevistar a los informantes claves e intentando discernir la información que proporcionan sobre el tema, la perspectiva que se tiene sobre el teléfono celular inteligente podría tomar un rumbo diferente y desconocido y cambiar para siempre el ámbito audiovisual, desligando al aparato de un entorno comunicacional y como menciona un entrevistado se podría convertir en un “centro de producción audiovisual” en las manos de personas creativas y profesionales, o convertirse en una herramienta de apoyo para otras aparatos de registro ya establecidos.

4.3.1.5 Guion

REPORTAJE INFORMATIVO TELÉFONO CELULAR ¿HERRAMIENTA AUDIOVISUAL?

ESC 1

EXT/DÍA/CASA

REALIZADOR EJECUTA TOMAS EXTERIORES DE LA CASA DEL DOCENTE Y ESPECIALISTA AUDIOVISUAL MGST JORGE MUNIVE.

INT/DÍA/CASA

MGST JORGE MUNIVE ABRE LA PUERTA DE SU CASA Y NOS INVITA A PASAR.

INT/DÍA/CASA

REALIZADOR ENTREVISTA A MGST JORGE MUNIVE EN BASE A SUS EXPERIENCIAS CON EL USO DEL TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE.

INT/DÍA/CASA

MGST JORGE MUNIVE MUESTRA SUS HERRAMIENTAS AUDIOVISUALES Y MANIPULA SU CÁMARA CONVENCIONAL.

INT/DÍA/CASA

MGST JORGE MUNIVE MUESTRA SU TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE.

INT/DÍA/CASA

MGST JORGE MUNIVE MANIPULA SU TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE.

INT/DÍA/CASA

REALIZADOR ENTREVISTA A MGST JORGE MUNIVE EN BASE A SUS EXPERIENCIAS CON EL USO DEL TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE.

ESC 2

EXT/DÍA/PRODUCTORA

REALIZADOR EJECUTA TOMAS EXTERIORES DE LA PRODUCTORA DONDE TRABAJA EL PRODUCTOR Y ESPECIALISTA AUDIOVISUAL ALEX HERRERA.

INT/DÍA/PRODUCTORA

ALEX HERRERA MUESTRA LOS ESPACIOS DE LA PRODUCTORA.

INT/DÍA/PRODUCTORA

REALIZADOR EJECUTA TOMAS DE CADA ESPACIO DE LA PRODUCTORA.

INT/DÍA/PRODUCTORA

REALIZADOR ENTREVISTA A ALEX HERRERA EN BASE A SUS EXPERIENCIAS CON EL USO DEL TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE.

ESC 3

EXT/DÍA/PRODUCTORA WAIFAY FILMS

REALIZADOR EJECUTA TOMAS EXTERIORES DE LA PRODUCTORA DONDE TRABAJA EL PRODUCTOR Y EMPRENDEDOR ERICK PACHACAMA.

INT/DÍA/PRODUCTORA WAIFAY FILMS

ERICK PACHACAMA ABRE LA PUERTA Y NOS INVITA A PASAR.

INT/DÍA/PRODUCTORA WAIFAY FILMS

ERICK PACHACAMA MUESTRA LOS ESPACIOS DE LA PRODUCTORA.

INT/DÍA/PRODUCTORA WAIFAY FILMS

REALIZADOR EJECUTA TOMAS DE LOS MIEMBROS DE LA PRODUCTORA EN SUS ESPACIOS DE TRABAJO.

INT/DÍA/PRODUCTORA WAIFAY FILMS

REALIZADOR ENTREVISTA A ERICK PACHACAMA EN BASE A SUS EXPERIENCIAS CON EL USO DEL TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE.

INT/DÍA/PRODUCTORA WAIFAY FILMS

ERICK PACAHACA MUESTRA SU EQUIPO CON EL CUAL TRABAJA.

INT/DÍA/PRODUCTORA WAIFAY FILMS

REALIZADOR EJECUTA TOMAS DE LOS MIEMBROS DE LA PRODUCTORA TRABAJANDO.

INT/DÍA/PRODUCTORA WAIFAY FILMS

ERICK PACAHACA MUESTRA SU TELEFONO CELULAR Y LO MANIPULA

4.3.1.6 Escaleta

Se propone la realización de una escaleta para el reportaje informativo que servirá como una guía, que consta de planos, movimientos y posición que tendrá la cámara al momento de grabar, esto se usa para brindar de un cierto orden narrativo y visual al reportaje, así mismo la escaleta posee un contenido resumido con el fin de dar una idea de cómo sería cada grabación.

Tabla 4: Escaleta del reportaje. **Fuente:** Elaboración propia (2020)

ESCALETA REPORTAJE TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE ¿HERRAMIENTA AUDIOVISUAL?									
	SEC	1	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									CASA
ACCIÓN									
TOMA DESDE AFUERA DE LA CASA									
PLANO			MOVIMIENTO				POSICIÓN		
GRAN GENERAL			S/N				FRONTAL		
REF.	SEC	1	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									CASA
ACCIÓN									
JORGE MUNIVE ABRE LA PUERTA DE SU CASA Y NOS INVITA A PASAR									
PLANO			MOVIMIENTO				POSICIÓN		
MEDIO CORTO			TRAVELLING DE SEGUIMIENTO				DORSAL		
REF.	SEC	1	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									CASA
ACCIÓN									
JORGE MUNIVE NOS MUESTRA SUS EQUIPOS DE GRABACIÓN									

	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN	
	DETALLE				TRAVELLING DERECHA			FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									CASA
ACCIÓN									
ENTREVISTA JORGE MUNIVE									
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN	
	MEDIO CORTO				S/N			FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	1	D/N	DÍA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									CASA
ACCIÓN									
JORGE MUNIVE MANIPULA SU CÁMARA									
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN	
	DETALLE				S/N			FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	1	D/N	DÍA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									CASA
ACCIÓN									
JORGE MUNIVE MUESTRA SU TELEFONO CELULAR									

	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN	
	DETALLE				S/N			FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	1	D/N	DÍA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									CASA
ACCIÓN									
MANIPULA SU TELÉFONO CELULAR INTELIGENTE									
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN	
	DETALLE				S/N			FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	1	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN
									CASA
ACCIÓN									
ENTREVISTA JORGE MUNIVE									
	PLANO				MOVIMIENTO			POSICIÓN	
	MEDIO CORTO				S/N			FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	2	D/N	DÍA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									PRODUCTORA
ACCIÓN									
TOMA DE LAS AFUERAS DE LA PRODUCTORA									

	PLANO				MOVIMIENTO				POSICIÓN	
	GRAN GENERAL				S/N				FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	2	D/N	DIA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN	
	PRODUCTORA									
	ACCIÓN									
	ALEX HERRERA MUESTRA LOS ESPACIOS DE LA PRODUCTORA									
	PLANO				MOVIMIENTO				POSICIÓN	
	MEDIO CORTO				TRAVELLING DE SEGUIMIENTO				FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	2	D/N	DÍA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN	
	PRODUCTORA									
	ACCIÓN									
	TOMAS DE CADA ESPACIO DE LA PRODUCTORA									
	PLANO				MOVIMIENTO				POSICIÓN	
	GRAN GENERAL				PANEÓ				FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	2	D/N	DÍA	INT / EXT	INT	LOCACIÓN	
	PRODUCTORA									
	ACCIÓN									
	ENTREVISTA ALEX HERRERA									

PLANO				MOVIMIENTO				POSICIÓN	
MEDIO CORTO				S/N				FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	3	D/N	DÍA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									WAIFAY FILMS
ACCIÓN									
TOMA DE LAS AFUERAS DE LA PRODUCTORA									
PLANO				MOVIMIENTO				POSICIÓN	
GRAN GENERAL				S/N				FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	3	D/N	DÍA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									WAIFAY FILMS
ACCIÓN									
ERICK PACHACAMA ABRE LA PUERTA Y NOS INVITA A PASAR									
PLANO				MOVIMIENTO				POSICIÓN	
MEDIO CORTO				TRAVELLING DE SEGUIMIENTO				DORSAL	
REF.	SEC	1	ESC	3	D/N	DÍA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									WAIFAY FILMS
ACCIÓN									
ERICK PACHACAMA MUESTRA LOS ESPACIOS DE LA PRODUCTORA									

PLANO				MOVIMIENTO				POSICIÓN	
GRAN GENERAL				PANEEO				FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	3	D/N	DÍA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									WAIFAY FILMS
ACCIÓN									
TOMA DE LOS MIEMBROS DE LA PRODUCTORA EN SUS ESPACIOS DE TRABAJO									
PLANO				MOVIMIENTO				POSICIÓN	
MEDIO CORTO				S/N				DORSAL	
REF.	SEC	1	ESC	3	D/N	DÍA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									WAIFAY FILMS
ACCIÓN									
ENTREVISTA ERICK PACAHACA									
PLANO				MOVIMIENTO				POSICIÓN	
MEDIO CORTO				S/N				FRONTAL	
REF.	SEC	1	ESC	3	D/N	DÍA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
									WAIFAY FILMS
ACCIÓN									
ERICK PACAHACA MUESTRA SU EQUIPO CON EL CUAL TRABAJA									

	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	MEDIO			TILT UP			FRONTAL		
REF.	SEC	1	ESC	3	D/N	DÍA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
	WAIFAY FILMS								
	ACCIÓN								
	MIEMBROS DEL CREW TRABAJANDO								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	GRAN GENERAL			S/N			FRONTAL		
REF.	SEC	1	ESC	3	D/N	DÍA	INT / EXT	EXT	LOCACIÓN
	WAIFAY FILMS								
	ACCIÓN								
	ERICK PACAHACA MUESTRA SU TELEFONO CELULAR Y LO MANIPULA								
	PLANO			MOVIMIENTO			POSICIÓN		
	DETALLE			S/N			FRONTAL		

4.3.1.7 Presupuesto

Tabla 5: Desglose de presupuesto. **Fuente:** Elaboración propia (2020)

Concepto	Cantidad	Coste Unitario	Total
Equipo de Grabación			
Cámara Digital Nikon D5300	1	\$500	\$500
Lente Nikon Af 18-55mm F/3.5-5.6g	1	\$100	\$100
Tarjeta sd kingston 32 gb	1	\$10	\$10
Trípode WF-3308A con cabeza fluida	1	\$90	\$90
Ulanzi R003 Pistol Grip	1	\$15	\$15
Estabilizador tipo Escorpión	1	\$25	\$25
Micrófono corbatero	1	\$10	\$10
Samsung J2 Core	1	\$100	\$100
Laptop Dell 15" Core i3	1	\$400	\$400
Transporte			
Gasolina	5	\$1.85	\$9.25
Gasto de producción			
Comida	3	\$2.50	\$7.50
Libreta	1	\$1.00	\$1.00
Esfero	1	\$0.50	\$0.50
Otros			
Reserva			\$30
			\$1298.25

4.3.2 Producción

En este apartado se propone y se desarrollan los elementos correspondientes desde el punto de vista del realizador para la realización el contenido audiovisual tomando en cuenta la propuesta del plan de rodaje y la propuesta estética.

4.3.2.1 Propuesta de plan de rodaje

Este indica en cuantos días y como se va a organizar la grabación del reportaje, la razón es intentar de alguna manera tener todo preparado.

Tabla 6: Plan de rodaje. **Fuente:** Elaboración propia (2020)

Día	ESC	INT/EXT	Descripción de ESC	Entrevistado	Locación
1	1	Ext	Toma de exteriores		Casa
		Int	Tomas de relleno		Casa/Estudio
		Int	Entrevista	Jorge Munive	Casa/Estudio
2	2	Ext	Toma de exteriores		Productora
		Int	Tomas de relleno		Productora
		Int	Entrevista	Alex Herrera	Productora
3	3	Ext	Toma de exteriores		Waifay Films
		Int	Tomas de relleno		Waifay Films
		Int	Entrevista	Erick Pachacama	Waifay Films

4.3.2.2 Propuesta Estética

Es el apartado donde se desarrollada una personalidad audiovisual, que le dará un tono original y de cómo se abordan y relacionan orgánica y conceptualmente los significantes del reportaje informativo.

Propuesta Fotográfica

Para la posición y encuadre de la cámara se usara la regla de los tercios la cual ubica al entrevistado en un extremo del plano en este caso el derecho, la razón por la cual se usa este valor de plano es para representar la postura de cada uno de los entrevistados con respecto al tema que se aborda en la investigación, y al ir

avanzando el reportaje la posición del entrevistado en la regla de los tercios cambiara demostrando así, su cambio de perspectiva sobre el tema de investigación planteado, que también le da un estilo estético al reportaje ya que en este formato no se plantea reglas de este tipo.

Además se usara el plano medio corto para las entrevistas y se cambiara a primer plano al momento que el entrevistado comente algo interesante sobre el tema de investigación, con la intención de sumergir al espectador en su relato, de alguna manera se intenta mostrar veracidad en su discurso durante la entrevista con la decisión de cambio de plano. Al igual que el uso del travelling de movimiento en un plano secuencia este se usa para representar como los entrevistados nos muestran sus espacios de trabajo y lugares creativos, el sentido de toda la propuesta fotografía es dotar al reportaje con un sentido de inmersivo de parte de los entrevistados hacia el espectador.

Propuesta de iluminación

Para este apartado se opta por una iluminación natural sin el uso de luces artificiales, debido a que se intenta dotar al reportaje de una veracidad y la luz natural proporciona ese tipo de sensación aunado a las habilidades del operador para setear correctamente la cámara para no tener saltos cromáticos a la hora del montaje.

Propuesta de sonido

Para esta sección se adopta la decisión de colocar sonidos representativos del teléfono celular inteligente como por ejemplo el icónico tono "hello moto" de la marca Motorola o los ringtones de los primeros teléfonos Nokia que son una representación de lo que fueron en su época, se apela a la memoria del espectador por reconocer estos icónicos sonidos de teléfonos celulares ya que se apega a lo planteado por el reportaje.

Aunado a esto la voz en off se presenta como un recurso que funciona como un hilo conductor de la narrativa para ubicar al espectador tanto en tiempo como en espacio y para agregar datos informativos y no dejar cabos sueltos.

4.3.3 Postproducción

En esta sección se procederá a montar todo el material en bruto ya grabado anteriormente en las demás etapas, para dotarlo de sentido y narrativa audiovisual.

Montaje: para esta parte se hará uso del software de edición Adobe Premiere Pro, ya que por su infraestructura y diseño es ideal, para realizar el montaje audiovisual en la línea de tiempo, para darle un sentido narrativo y orden a los diferentes cortes, clips, audios según lo requiera el realizador.

Sonorización: seguidamente el apartado de sonido será apoyado por el software Adobe Audition, que es ideal al momento de limpiar, ecualizar, comprimir, y limitar los diferentes sonidos tanto de la voz de los entrevistados como de los diferentes audios usados en el reportaje como soundtrack etc. Para que estos suenen armónicos he equitativos en las diferentes tomas y secuencias previamente ya establecidos en el montaje visual.

Colorización: a continuación se procederá al uso del software Adobe Premiere Pro con la diferencia que se usa la herramienta Color Lumetri que proporcionada el propio programa, este será útil para equilibrar el color de los diferentes clips, adicional el uso de una capa de ajuste que sirve para la aplicación de Luts que proporciona una estética interesante según lo requiera el realizador en este proceso.

Animación: a continuación se presenta el software Adobe After Effects que es considerado como un programa de animación, pero en este caso se usara para animar texto para separar cada lugar donde sucede la narrativa, que dotara al reportaje de personalidad y singularidad y orden.

4.3.4 Difusión

Periodicidad: para este apartado se limitara el periodo en el cual será difundido que será a principios del mes de julio del presente año debido a que requiere tiempo para su ejecución.

Tiempo: la duración de difusión del reportaje se plantea inicialmente al finalizar todas las etapas de producción, específicamente a mediados del mes de julio, lo cual concuerda con la periodicidad planteada anteriormente.

Plataformas: la forma en la cual se planea dar difusión al contenido audiovisual es a través de las plataformas digitales, ya que durante la investigación en el apartado de la interpretación se menciona que son una herramienta de difusión poderosa y accesible y la estrategia de alcance será por medio de Facebook y Youtube ya que son plataformas de mayor alcance,

Plan de distribución: aunado a esto se espera contar con la participación de la UNIBE y el caso de estudio Waifay flims y las respectivas cuentas del realizador para la distribución del reportaje informativo.

Target: al que va dirigido el contenido audiovisual oscila entre las edades de 18 a 45 años, tanto profesionales en el ámbito audiovisual como aficiones en el tema, debido a que el teléfono celular inteligente tiene su mayor auge en el siglo XXI.

CAPÍTULO 5

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El actual trabajo de investigación se realizó con el propósito de ejecutar la carpeta de producción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales. Caso: Productora Waifay Films. Al aplicar la técnica de recolección de datos cualitativa, por medio de entrevistas a informantes clave, se indaga sobre los posibles usos que puede tener el teléfono celular inteligente dentro de la producción audiovisual, extrayendo las siguientes conclusiones:

- Iniciando con el objetivo número uno, el cual se refiere al análisis y el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales se concluye que el teléfono celular inteligente puede ser tomado como una herramienta de aprendizaje de bajo costo que junto a las aplicaciones correctas pueden ser un apoyo para prospectos a productores audiovisuales, proporciona una herramienta práctica y poli funcional la cual, puede inmiscuirlos en prácticas y conceptos técnicos de lo audiovisual antes de pasar a una cámara “profesional” dominando ciertos conocimientos, ayudando al desarrollo de la creatividad sin limitaciones técnicas o económicas.
- Al mismo tiempo funciona como una herramienta de apoyo a la hora de realizar contenido visual ideal para la iniciación de estudiantes que no poseen recursos para adquirir equipo de grabación, herramienta práctica de fácil acceso y ligera debido a sus dimensiones, la cual puede ser tomada como apoyo dentro del ámbito audiovisual, todo esto dependerá de la visión del realizador y los resultados que quiera conseguir, así mismo los medios digitales se presentan como un gran agregado para el teléfono celular inteligente fungiendo como un medio para la difusión y visualización de contenido por medio del mismo aparato como una forma accesible y económica.
- Por otra parte, el protocolo de preproducción del reportaje informativo en este apartado se desarrolló la personalidad y consistencia del contenido

audiovisual, al crear un guion y una escaleta las cuales están compuestas por tres escenas, donde se describe en acciones detalladas y en lenguaje audiovisual los cuales son planos medios y primeros planos en las entrevistas, movimientos de cámara como travelings, encuadres compuestos por reglas de composición en este caso la regla de los tercios con los cuales se ejecutara el reportaje informativo, donde los entrevistados toman el rol de informantes claves para contar su visión sobre el teléfono celular inteligente, además del presupuesto base de \$1298.25 para realizar el contenido audiovisual el cual incluye el costo del equipo técnico conformado por cámara réflex, micrófono corbatero, celular Samsung J2 Core por mencionar lo más importante que implica la realización del proyecto.

- Además, se establece el proceso de producción más apto en el cual se cimenta la propuesta de plan de rodaje, que traza la distribución de las locaciones elegidas las cuales son los espacios de trabajo de cada uno de los entrevistados mostrando los lugares donde se desenvuelven en el ámbito profesional y personal, también se desarrolla las propuestas estético técnicas como el uso de sonidos que apelan a la memoria del espectador los cuales son ringtones y tonos propios del teléfono celular que le dan un toque propio y único al contenido audiovisual, dependiendo de la intención del realizador.
- De igual manera la concreción del objetivo número cuatro que se asocia a la fase de postproducción que comienza con la selección del material previamente grabado y la edición que compone un montaje lineal, la colorización que constituye un contraste en los colores en el software Adobe Premiere Pro, para la subsiguiente ecualización, compresión y limpieza que conforman sonidos diegéticos y extradiegeticos y la voz en off, que funciona como un recurso narrativo, en el software Adobe Audition, por último la animación y acondicionamiento de textos con el software Adobe After Effects.
- Para dar cumplimiento al último objetivo que hace referencia a la difusión del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta audiovisual, se yergue a través de plataformas digitales como Facebook y Youtube del respectivo caso de estudio Waifay Films, y del autor del tema y de la UNIBE, debido a que estas plataformas cuentan con una relación de aspecto vertical ideal para su visualización, el cual se exhibirá a

principios del mes de Julio del presente año en las plataformas anteriormente mencionadas, y tendrá libre acceso.

5.2 Recomendaciones

Tras plantear las conclusiones sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta audiovisual y las técnicas para llevar a cabo las etapas de producción del reportaje informativo se expresa las siguientes recomendaciones:

- Se recomienda a la productora Waifay Films, así como a todo el equipo humano que lo conforma, continuar socializando las ventajas de crear contenido audiovisual con teléfono celular inteligente demostrando que las fronteras técnicas y económicas pueden ser superadas con ingenio, creatividad y conocimiento, a los productores audiovisuales y a la comunidad en general incentivar el uso del teléfono celular inteligente como herramienta audiovisual por medio de la elaboración de la carpeta de producción, lo que permitirá tener fuentes de información sobre el tema propuesto.
- A los estudiantes y profesionales en el ámbito audiovisual en general, tanto a nivel local como nacional ser partícipes y artífices de las nuevas herramientas tecnológicas y digitales, que se aprecie al teléfono celular inteligente y a las plataformas digitales como opciones económicas, practicas, académicas, poli funcionales y accesibles a la hora de crear, compartir y distribuir contenido audiovisual.
- De igual manera se sugiere a la Universidad Iberoamericana del Ecuador gestione charlas, cursos, talleres con estudiantes y maestros para conocer los usos, opciones, posibilidades, herramientas que puede ofrecer el teléfono celular inteligente aunado al conocimiento audiovisual, al desarrollo de la creatividad, a incentivar la invención de contenido audiovisual, la proyección de los mismos en festivales como los que se han realizado en otros lugares del mundo, de esta manera demostrando que para el desarrollo de la creatividad y el ingenio las fronteras tecnológicas y económicas no existen, adicional también se sugiere la ejecución de la carpeta de producción, debido a que el tema puede ser de ayuda para futuros estudiante de la carrera de producción.
- Así mismo, se recomienda que tomen este trabajo de titulación como un referente para futuras investigaciones encadenadas con el tema en virtud de

que aún hay mucha información en la cual profundizar con respecto al apartado técnico, como el uso de aplicaciones que apoyen al tema audiovisual dentro del teléfono celular inteligente, al igual que temas interesantes como la relación de aspecto vertical, que proporciona el aparato en el campo narrativo, debido a que en el presente trabajo de titulación se expone el tema de manera superficial en virtud del tiempo, puesto que aún existen subtemas que pueden abordar otros estudiantes e investigadores en futuros trabajos de investigación, para que se aventuren a descubrir nuevos conocimientos sobre el tema ya expuesto.

GLOSARIO

Preproducción: “primera etapa en la realización de un proyecto audiovisual se toman decisiones, se selecciona al personal que conformará el equipo, se trabaja una historia y se organiza a partir de la elaboración de desgloses, presupuestos, planes de rodaje y trabajo” (Guizada, 2017, pág. 30)

Producción: Es la fase de rodaje y se considera que es la más importante por el volumen de trabajo y el coste.” (Ortiz, 2018, pág. 7).

Postproducción: “es la fase que comprende todos los procesos de finalización del proyecto, como el montaje, la sonorización y los retoques. Se considera terminada cuando el producto está listo para entrar en el mercado” (Ortiz, 2018, pág. 7).

Reportaje: “relato periodístico esencialmente informativo, libre en cuanto al tema, objetivo en cuanto al modo y redactado en estilo directo, en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual o humano” (Martín Vivaldi, 1973, pág. 63)

Reportaje informativo: “tiene la función principal de informar. La información es siempre un conjunto más o menos ordenado de datos” (Rivas, 2007, pág. 1)

Teléfono celular inteligente: “es un smartphone con pantalla táctil y un robusto sistema operativo con el que los usuarios pueden conectarse a internet, instalar aplicaciones y llevar a cabo muchas de las actividades que podrían realizar en una computadora” (Lozano, 2020, pág. 1)

Medios digitales: “son espacios en los que se genera la comunicación y el intercambio de información entre usuarios y productores de contenidos digitales, ya sean empresas, bloggers o sitios de noticias” (Silva, 2019, pág. 1)

Plataformas digitales: “son espacios en Internet que permiten la ejecución de diversas aplicaciones o programas en un mismo lugar para satisfacer distintas necesidades” (Giraldo, 2020, pág. 1)

Carpeta de producción: “el documento de pre-producción donde se describe el proyecto audiovisual a realizar en sus diferentes fases y de acuerdo a una estructura coherente con el medio y la industria a la que va dirigido” (Crespo, 2015, pág. 1).

Ficha Técnica: “un elemento fundamental que debe contener el dossier que presentaremos a todas esas personas o que utilizaremos para dar a conocer nuestro proyecto” (García, 2019, pág. 1).

Tagline: “(frase promocional o eslogan) que acompaña las campañas de promoción, muy breve y directa, que buscan impactar en la atención del espectador” (Serrano, 2019, pág. 51)

Logline: “para comunicar la idea básica del proyecto, y, por tanto, se elabora como un resumen esencial de aquello más singular que lo define, y que, generalmente, se utiliza como sinopsis en la introducción del mismo o como frase crucial” (Serrano, 2019, pág. 48)

Sinopsis: “descripción un poco más detallada del tema de nuestra producción audiovisual, es básica una buena documentación para hacer un trabajo creíble y riguroso: obtener la máxima información sobre lo que va a tratar nuestro vídeo y procesarla adecuadamente” (Lara & Piñeiro, 2008, pág. 4)

Guion: “es una orientación en la que aparece descrito todo lo que después saldrá en la pantalla” (Lara & Piñeiro, 2008, pág. 4).

Escaleta: “un escrito que da más detalle al desarrollo de secuencias o bloques de nuestro audiovisual. No contiene parlamentos y la descripción de la acción, si bien es un tanto más detallada que en la sinopsis, no llega a ser minuciosa” (Peña, 2016, pág. 52).

Plan de Rodaje: “establece, entre otras cosas, los días en los que este tendrá lugar, el orden de las secuencias de producción y, a su vez, el orden en el que se graban los planos dentro de estas” (Ramírez, 2019, pág. 35).

Propuesta estética: “proceso creativo donde se detallan las cualidades estético formales que le dan singularidad a la obra audiovisual, se da cuenta de los aspectos generales, recursos estéticos, y también las herramientas técnicas que se utilizarán” (Loyola, 2018, pág. 26).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

IMPRESAS

- Inzaurrealde, Isi, Garderes. (2014). *Telefonía Celular*. Montevideo: Universidad de la República. Obtenido de <https://docplayer.es/3633584-Telefonia-celular-autores-martin-inzaurrealde-martininza-gmail-com-jorge-isi-jorgeisi-hotmail-com-javier-garderes-jgarderes-adinet-com.html>
- Arias, F. G. (2012). *El Proyecto de Investigación Introducción a la metodología científica 6ª Edición*. Caracas: Episteme.
- Balarezo, A. A. (2019). *Dispositivo móvil como herramienta de producción en la construcción de nuevas narrativas audiovisuales y surgimiento de un nuevo discurso semiótico: Caso de las producciones audiovisuales realizadas con celular dentro del Festival Internacional*. Universidad de los Hemisferios, Quito.
- Barthes, R., & Dorriots, B. (1970). *Introducción al análisis estructural de los relatos*. Castellano: Tiempo Contemporáneo.
- Bastar, S. G. (2012). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN*. Tlalnepantla: RED TERCER MILENIO S.C. Obtenido de http://www.aliat.org.mx/BibliotecasDigitales/Axiologicas/Metodologia_de_la_investigacion.pdf
- Bilbao, E. U. (1994). *Idea y vida del reportaje*. México: Trillas.
- Cerdeño, E. (2013). Evolución y revolución en la telefonía. *MAPFRE RE*, 17-29. Obtenido de <https://app.mapfre.com/mapfrere/docs/html/revistas/trebol/n65/pdf/Articulo2.pdf>
- Charmaz, K. (2011). *Grounded theory methods in social justice research*. En N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of Qualitative Research (4a ed.)*. California : Thousand Oaks, CA: SAGE.
- Christian Brincourt y Michel Leblanch. (Barcelona, Noguera de 1973). Los reporteros, trad. *Edmon Vallés y Maurice Wiesenthal, 2.ª ed*, 1. Obtenido de http://www.iespugaramon.com/ies-pugaramon/resources/la_noticia_y_el_reportaje_talleres_6y71315013020801.pdf
- COMUNICACIÓN, L. O. (25 de Junio de 2013). *LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN*. Obtenido de *LEY ORGÁNICA DE COMUNICACIÓN*: https://www.arcotel.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/07/ley_organica_comunicacion.pdf
- Crusellas, L. (2 de Marzo de 2017). *Formación Audiovisual Noticias y tendencias sobre el sector audiovisual*. Recuperado el 16 de Julio de 2020, de Formación Audiovisual Noticias y tendencias sobre el sector audiovisual: <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/produccion-audiovisual/que-es-un-equipo-de-produccion-audiovisual/>

- Cruz y López. (2007). *Una visión general del m-learning y su proceso de adopción en el esquema*. Toluca.
- Cruz y López. (2007). *Una visión general del m-learning y su proceso de adopción en el esquema educativo*. México.
- Donolo, D. (2009). Triangulación: procedimiento incorporado a nuevas metodologías de investigación. *Revista Digital Universitària*, 8-10.
- ECUADOR, C. D. (2008). *CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR*. Obtenido de *CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR* : <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec030es.pdf>
- Ecuador, R. d. (2008). *Constitución de la república del Ecuador*. Quito: REPÚBLICA DEL ECUADOR. Obtenido de <https://educacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Constitucion.pdf>
- Ecuador, R. d. (2013). *Ley orgánica de comunicación*. Quito: Republica del Ecuador.
- Escobar y Cuervo . (2008). *Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización*. Colombia.
- Flick, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Morata.
- Galeana, Sánchez. (2015).
- Galindo, F. (2012). Contenidos audiovisuales para smartphones. Análisis de usabilidad y adecuación. *Revista Venezolana de Información, tecnología y conocimiento*, p.63-82. .
- Guizada, C. M. (2017). *Las Características De Los Procesos De Producción Audiovisual En La Ciudad De Cochabamba*. Cochabamba: Universidad Católica Boliviana. Obtenido de http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v22n35/v22n35_a03.pdf
- Hernández , Fernández y Baptista. (2014). *Metodología de la Investigación*. D.F, México: McGraw Hill México. Obtenido de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Hilferty y Cuenca. (2007). *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona: Ariel, S.A. Obtenido de <https://www.escrituradigital.net/wiki/images/Introduccion-Linguistica-Cognitiva-pdf.pdf>
- Javier Organista-Sandoval, Lewis McAnally-Salas, Gilles Lavigne. (2013). *El teléfono inteligente (smartphone) como herramienta pedagógica*. Guadalajara, México.
- Lara, T., & Piñeiro, A. (2008). *APUNTES PARA LA FORMACIÓN Producción audiovisual*. España: aire comunicación. Obtenido de https://www.ciberresponsales.org/system/custom_upload/filename/36/Modulo_12.pdf

- Lazo, C. & Gabelas, J. . (2008). La televisión epicentro de convergencia entre pantallas. *Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 11-23.
- Lévano, A. C. (2007). *Investigación cualitativa, evaluación del rigor metodológico y retos*. Lima: Liberabit. Obtenido de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68601309>
- Loyola, M. R. (2018). *TRANSPOSICIÓN DE LENGUAJES LITERARIOS A LENGUAJES TELEVISIVOS*. San Luis, Argentina: UNIVERSIDAD NACIONAL DE SAN LUIS.
- Marquina, J. (2017). *El 86% de las personas accede a Internet a través del Smartphone*. Recuperado el 7 de Julio de 2020, de El 86% de las personas accede a Internet a través del Smartphone.: <https://www.julianmarquina.es/el-86-de-las-personas-accede-a-internet-a-traves-del-smartphone/>
- Marti. (2010). *Funny Marketing: consumidores, entretenimiento y comunicaciones*. Madrid: WoltersKluwer.
- Martín Vivaldi, G. (1973). *Géneros periodísticos*. Madrid : Thomson Paraninfo,S.A.,.
- Martín, A. (1976). *Ciencia del lenguaje y arte del estilo*. Madrid: Ed. Aguilar.
- Martin, M. (2008). *Acerca de las identidades juveniles y la cuarta pantalla*. Question .
- Martínez, E. (2001). La evolución de la telefonía móvil La guerra de los celulares. *Revista RED* , 2-6.
- Martínez, J. D. (2015). *La producción audiovisual para dispositivos móviles, sus contenidos convergentes y la interacción con los usuarios. Caso UNE telecomunicaciones*. Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín.
- Martínez, M. (1991). *La investigación cualitativa etnográfica en educación: Manual teórico – práctico*. . TRILLAS .
- Mascarell, J. C. (2016). La producción audiovisual móvil. *adComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, 231-234.
- MINISTERIO DE EDUCACIÓN SECRETARÍA GENERAL DE EDUCACIÓN Y FORMACIÓN PROFESIONAL. (07 de Julio de 2009). *Proyecto Mediascopio Prensa*. Obtenido de Proyecto Mediascopio Prensa: http://www.iespugaramon.com/ies-pugaramon/resources/la_noticia_y_el_reportaje_talleres_6y71315013020801.pdf
- Murolo, N. (2012). *Nuevas pantallas: un desarrollo*.
- Nicholas Gane, y David Beer . (2008). *Nuevos Medios conceptos claves* . Nueva York : UPV.
- Ortiz, M. J. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. Universidad de Alicante., Alicante.

- Osorio, F. (2017). El uso de teléfonos móviles como herramientas de apoyo a la investigación social. *Revista Latino americana de Metodología de la Investigación Social*, 23-32.
- Peña, D. (2016). *Diseño de guiones para audiovisual: ficción y documental*. Ciudad de México: Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Cuajimalpa. Obtenido de http://www.cua.uam.mx/pdfs/revistas_electronicas/libros-electronicos/2016/1guion-web/guion_web.pdf
- Pérez, C. A. (2014). *EL SMARTPHONE COMO HERRAMIENTA PEDAGÓGICA EN LA PRODUCCIÓN IMPRESO, RADIAL Y AUDIOVISUAL DE LA COORDINACIÓN DE RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE*. . San Cristóbal, Estado Táchira.
- Polverino, L. (2007). *Manuak del Director de Cine*. Buenos Aires: Libertador.
- Ramírez, S. Z. (2019). "El productor de ficción y sus tareas aplicadas al cortometraje 'Mudas'". Gandia: UNIVERSITAT POLITÈCNICA DE VALÈNCIA.
- Rauber, I. (2006). *LUCHAS Y ORGANIZACIONES SOCIALES Y POLÍTICAS: DESARTICULACIONES Y ARTICULACIONES*. UNAM. Obtenido de http://conceptos.sociales.unam.mx/conceptos_final/461trabajo.pdf
- Reeder, H. (2011). *La praxis fenomenológica de Husserl*. Bogotá: San Pablo.
- RICOY, M. (2005). La prensa como recurso educativo. *Revista Mexicana de Investigación Educativa* a, v. 10, n. 24, 125-163. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1171/117117257002.pdf>
- Rivas, R. (2007). *Manual para elaborar un reportaje periodístico*. Obtenido de Manual para elaborar un reportaje periodístico: file:///C:/Users/PC/Downloads/MANUAL_PARA_ELABORAR_UN_REPORTAJE_PERIOD.pdf
- Rodríguez, A. (21 de Agosto de 2020). *EL COMERCIO*. Obtenido de EL COMERCIO: <https://www.elcomercio.com/tendencias/redes-sociales-preferidas-ecuador-tecnologia.html>
- Serrano, F. G. (2019). *Técnicas del guion Métodos, fundamentos, estructuras y conceptos*. España : SÍNTESIS, S. A.
- Tamayo, M. (2005). *El Proceso de la Investigación Científica. Cuarta Edición*. México: Limusa.
- Ulibarri, E. (1994). *Idea y vida del reportaje*. Trillas.
- Vallés, M. S. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social. Reflexión metodológica y práctica profesional*. Madrid : Síntesis Sociología .
- Vargas. (2012). La entrevista en la investigación cualitativa: nuevas tendencias y retos. *Revista CAES*, 119-39.

Villafranca., D. (2002). *Metodología de la Investigación*. San Antonio de los Altos: Fundaca.

Vivaldi, M. G. (1993). *Géneros Periodísticos*. Mexico: Prisma.

Yepez, A. (2008). *MANUAL DE PRODUCCIÓN DE CINE* . Quito: UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO .

Zambrano, R. R. (2017). *Manual para elaborar un reportaje periodístico*. Obtenido de Manual para elaborar un reportaje periodístico: https://www.academia.edu/34081999/MANUAL_PARA_ELABORAR_UN_REPORTAJE_PERIOD%C3%8DSTICO

DIGITALES

Castro, M. B. (12 de Agosto de 2012). *www.eluniverso.com*. Recuperado el 6 de Julio de 2020, de [www.eluniverso.com: https://www.eluniverso.com/2012/08/12/1/1421/sin-otono-sin-primavera-guayaquil-ritmo-balada-punk.html](https://www.eluniverso.com/2012/08/12/1/1421/sin-otono-sin-primavera-guayaquil-ritmo-balada-punk.html)

Crespo, M. A. (22 de Octubre de 2015). *AMR Producciones*. Obtenido de AMR Producciones: <https://amrproducciones.blogspot.com/2015/10/carpeta-de-produccion.html>

Criollo, F. (21 de Julio de 2020). La plataforma digital TikTok cambia a la industria musical. *La plataforma digital TikTok cambia a la industria musical*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/tiktok-cambia-industria-musical-internet.html>.

García, V. (9 de Julio de 2019). *RosssCamm films y Marketing*. Obtenido de RosssCamm films y Marketing: <https://www.rossscamm.com/es/como-hacer-la-ficha-tecnica-de-tu-pelicula/>

GeoTv. (9 de Octubre de 2014). Obtenido de GeoTv : <https://geotv.pe/blog/247-equipos-de-produccion-audiovisual>

Giraldo, V. (22 de Julio de 2020). *Blog de Rock ContentMarketing Digital de América Latina*. Obtenido de Blog de Rock Content Marketing Digital de América Latina: <https://rockcontent.com/es/blog/plataformas-digitales/>

González, M. S. (7 de Septiembre de 2019). *www.eluniverso.com*. Obtenido de [www.eluniverso.com: https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2019/09/07/nota/7507468/2o-datos-curiosos-ratas-ratones-rateros](https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2019/09/07/nota/7507468/2o-datos-curiosos-ratas-ratones-rateros)

Massiah, M. (9 de Septiembre de 2019). *Las 20 plataformas sociales más usadas en el mundo*. Obtenido de Las 20 plataformas sociales más usadas en el mundo: <https://www.trecebits.com/2019/09/29/las-20-plataformas-sociales-mas-usadas-en-el-mundo/>

- Ordás, D. (8 de Marzo de 2013). *Visual it*. Obtenido de Visual it: <https://www.visualit.es/blog/la-difusion-del-contenido-audiovisual-por-internet/>
- Phan Valdés, Gerardo Herrera, Víctor Hugo. (21 de Mayo de 2020). *Zoom f7*. Obtenido de Zoom f7: <https://www.youtube.com/watch?v=MKyXzWX8dSs>
- Silva, F. G. (17 de Mayo de 2019). Obtenido de Blog de Rock Content: <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>
- Zabala, L. (9 de Enero de 2011). *leonardorezabala12.wordpress.com*. Recuperado el 7 de Julio de 2020, de *leonardorezabala12.wordpress.com*: <https://leonardorezabala12.wordpress.com/2011/01/09/14/>



ANEXO A

GUION DE ENTREVISTA (Semiestructurada)

Objetivo del Instrumento: Analizar el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales.

Dirigido a: conocedores en la producción audiovisual (Medios digitales).

Instrucciones: Responda lo más sincero posible en función a su experiencia como profesional en el área de producción audiovisual, la información tiene fines netamente académicos.

#	PREGUNTAS
1	¿Cuál es su opinión con respecto al uso del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual?
2	¿Cómo utiliza el teléfono celular inteligente en productos audiovisuales?
3	¿Cuál es el proceso que realiza al elaborar contenido audiovisual con el teléfono celular inteligente?
4	¿De qué manera el teléfono celular inteligente ofrece una narrativa audiovisual en comparación con una cámara profesional?
5	¿Cómo cree que influye el teléfono celular inteligente en la producción audiovisual?
6	¿Por qué considera usted que el teléfono celular inteligente ofrece innovación profesional en la producción audiovisual en la actualidad?
7	¿Cómo ha sido la experiencia de grabar con un teléfono celular inteligente?
8	¿Cómo el teléfono celular inteligente ofrece calidad de imagen en la producción audiovisual en la actualidad?
9	¿Cómo complementar las carencias del registro de imágenes al grabar con un teléfono celular inteligente?
10	¿Qué piensa sobre los nuevos medios digitales en la producción audiovisual?
11	¿Cuál es su percepción sobre el contenido que se crea para las plataformas digitales?
12	¿Cuál cree que son las diferencias de subir contenido a las distintas plataformas digitales desde de un teléfono celular inteligente y una cámara de video profesional?
13	¿Cómo describiría las producciones audiovisuales en los medios digitales?
14	¿En que benefician las plataformas digitales a la producción audiovisual?

ANEXO B

FORMATO DE VALIDACIÓN

Quito, 28 de octubre de 2020

Nombre del docente
Presente.-

Me dirijo a usted, en la oportunidad de solicitar su colaboración, dada su experiencia en el área temática, en la revisión, evaluación y validación del presente instrumento que será aplicado para realizar un trabajo de investigación titulado: Carpeta de producción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales. Caso: Productora Waifay Films, el cual será presentado como Trabajo de Titulación para optar al grado de Productor para Medios de Comunicación en la Universidad Iberoamericana del Ecuador, UNIB.E.

Los objetivos del estudio son:

Objetivo General:

- Realizar la carpeta de producción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales, para fomentar el uso de estos dispositivos.

Objetivos Específicos:

- Analizar el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales a través de entrevistas especialistas en el área.
- Establecer el protocolo de preproducción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales., por medio de un guion técnico.

- Plantear los procesos de producción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales., a través de la aplicación del plan de rodaje
- Estructurar el proceso de post producción del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales., con el montaje, colorización y sonorización en el software Adobe Premiere y Adobe After Effects.
- Proponer el plan de difusión del reportaje informativo sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales., en redes sociales.

A continuación se presenta un cuadro de pre categorización que sirvió como guía para la elaboración del instrumento, debido a que se trata de una entrevista semiestructurada.

Objetivo de la entrevista	Pre categoría	Preguntas
. • Analizar el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual en la construcción de contenidos para medios digitales a través de entrevistas especialistas en el área.	Uso del teléfono celular inteligente en la producción audiovisual.	1
		2
		3
		4
		5
		6
		7
		8
		9
	Construcción de contenidos para medios digitales	10
		11
		12
		13
		14

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una “X” en la casilla correspondiente a su apreciación según los criterios que se detallan a continuación.

CRITERIOS	APRECIACIÓN CUALITATIVA			
	EXCELENTE	BUENA	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento.	x			
Pertinencia del instrumento según el propósito de la investigación	x			
Relevancia del contenido.	x			
Factibilidad de aplicación	x			

Apreciación cualitativa: Mide lo que pretende

Observaciones: _ se requiere mejorar la redacción en aspectos muy puntuales a continuación descritos.

JUICIO DE EXPERTO

INSTRUCCIONES:

Coloque una “X” en la casilla correspondiente según su apreciación de cada pregunta, según los criterios que se detallan a continuación:

Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
1	x		x			x	x		x			
2	x		x			x	x		x			
3	x		x			x	x		x			
4	x		x			x	x		x			
5	x		x			x	x		x			
6	x		x			x	x		x			
7	x		x			x	x		x			
8		x	x			x		x		x		Existe un conflicto en estas dos preguntas, en la 8 se dice que el teléfono si posee la capacidad de obtener imágenes en buena
9		x				x		x		x		



Preguntas	Claridad en la redacción		Coherencia con el fenómeno de estudio		Inducción a la respuesta (Sesgo)		Lenguaje adecuado a las características del informante		Valoración			Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	Si	No	Dejar	Modificar	Quitar	
												calidad y en la 9 se pide describir que herramientas se debe usar para obtener imágenes en buena calidad
10	x		x			x	x		x			
11	x		x			x	x		x			
12	x		x			x	x		x			
13								x		x		Esta mal redactado, no es en las producciones audiovisuales (es una sola) son productos audiovisuales
14	x		x			x	x	x	x	x		

Apreciación cualitativa: Muy buena

Observaciones: modificar lo señalado

Validado por: Jorge Munive Romero





Profesión: Diseñador y productor audiovisual
Cargo que desempeña: docente tiempo parcial

Firma: 

Fecha: 30 de octubre de 2020

