

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR – UNIB.E
ESCUELA DE PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN



**CORTOMETRAJE DE FICCIÓN BASADO EN EL ENCUADRE VERTICAL COMO
RECURSO NARRATIVO**

Trabajo de titulación para la obtención del Título de Licenciado en Producción para
Medios de Comunicación

Autor:

Kevin Paúl Alcázar Arévalo

Director:

Jorge Munive Romero

Quito, Ecuador

Febrero 2022

**CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE
TITULACIÓN**

Mgst.

Fredi Zamora

Director de la ESCUELA PRODUCCIÓN PARA MEDIOS DE COMUNICACIÓN.
AUDIOVISUALES

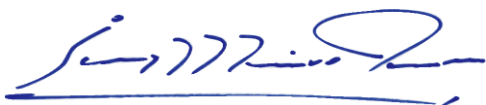
Presente.

Yo, Jorge Munive Romero, Director del Trabajo de Titulación realizado por:
ALCÁZAR ARÉVALO KEVIN PAÚL, estudiante de la carrera de Licenciatura en
Producción para Medios de Comunicación, informo haber revisado el presente
documento titulado:

**“CORTOMETRAJE BASADO EN EL FORMATO VERTICAL COMO RECURSO
NARRATIVO”**, 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 lo tanto, autorizo su
presentación final para los fines legales pertinentes.

En tal virtud autorizo a la estudiante a que proceda a realizar el anillado del trabajo
de titulación y su entrega en la secretaria de la Escuela.

Atentamente,



Director

Jorge Munive Romero.

CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO

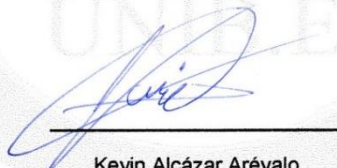
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR



Carta de autoría del trabajo

Los criterios emitidos en el presente trabajo de titulación "CORTOMETRAJE DE FICCIÓN BASADO EN EL ENCUADRE VERTICAL COMO RECURSO NARRATIVO", así como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones, y propuestas 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, citando la fuente.



Kevin Alcázar Arévalo

C.I: 1718365305

Quito, 2022



Matriz: 9 de Octubre N25-12 y Av. Colón • Telfs: 22 30 401 / 402
Edificio Administrativo: 9 de Octubre 1178 y Santa María • Telfs: 29 03 573 / 572 / 571
www.unibe.edu.ec

DEDICATORIA

Principalmente dedico este trabajo a mi madre que ha sido mi motor y única razón
para seguir adelante día a día.

También me la dedico a mí como constancia del esfuerzo y sacrificio durante mis
cuatro años de estudio universitario.

AGRADECIMIENTO

A mi madre por todo su amor y apoyo.

A mi padre que en estos años se convirtió en un gran amigo.

A mi hermana por ser un ejemplo a seguir.

A David, amigo y colega incondicional durante estos años universitarios.

ÍNDICE GENERAL

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	II
CARTA DE AUTORÍA DEL TRABAJO	III
DEDICATORIA.....	IV
AGRADECIMIENTO.....	V
ÍNDICE GENERAL	VI
ÍNDICE DE TABLAS	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS	IX
RESUMEN	X
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
NATURALEZA DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
Presentación de la situación problemática	3
Propósitos de la investigación	7
Importancia del estudio.....	8
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO.....	10
Estudios previos	10
Referentes teóricos.....	13
Cortometraje	13
Ficción.....	13
Encuadre.....	14
Dirección de fotografía	14
Encuadre vertical	15
Narrativa	15

Smartphone.....	15
Plataformas digitales.....	16
Instagram	16
Tik-Tok.....	17
Proceso de producción audiovisual.....	17
Preproducción	17
Producción	17
Posproducción	18
Distribución	18
CAPÍTULO III	19
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	19
Naturaleza de la investigación.....	19
Informantes clave	20
Técnicas e instrumentos de recolección de información	20
Análisis documental	20
Entrevista	21
Instrumento	21
Validez.....	22
Técnicas de análisis de información	22
Metodología del producto	23
Preproducción	23
Producción	24
Posproducción	24
Difusión	24
CAPÍTULO IV	25
RESULTADOS E INTERPRETACIÓN	25
Resultados de la investigación	25

Análisis documental	25
Análisis de las entrevistas	29
Categoría 1: Uso del encuadre vertical	29
Categoría 2: Proceso de producción en el encuadre vertical	31
Triangulación	36
Resultados del Producto.....	39
Preproducción	39
Producción	44
Posproducción	45
Difusión	46
CAPÍTULO V	47
HALLAZGOS Y REFLEXIONES	47
Hallazgos.....	47
Reflexiones	49
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
ANEXOS	54
GUION DE ENTREVISTA DEFINITIVO	54
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO N°1	55
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO N° 2.....	58
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO N°3.....	31
GUION LITERARIO DEL CORTOMETRAJE	29
CONTRATOS DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN	32

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.....	39
---------------------	-----------

Tabla 2.....	40
Tabla 3.....	41
Tabla 4.....	41
Tabla 5.....	42
Tabla 6.....	42
Tabla 7.....	43

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Representación gráfica de la categoría 1: Uso del encuadre Vertical.....	29
Figura 2. Representación gráfica de la categoría 2: Proceso de producción en el encuadre vertical.....	31

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo principal la creación de un cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo. Para la realización del trabajo se emplea un paradigma interpretativo con un enfoque cualitativo y un diseño fenomenológico los cuales permiten desarrollar una propicia recolección de datos mediante entrevistas a los sujetos clave y versionantes los cuales funcionan como base para determinar cómo el encuadre vertical funciona como recurso narrativo en la producción de un cortometraje, donde se obtuvieron como principales resultados dos categorías las cuales son: Uso del encuadre vertical y Proceso de producción en el encuadre vertical. En adición, se desarrolló un análisis documental del cual se obtuvieron diferentes observaciones en cuanto a producciones en formato vertical. Con estos resultados se inició el proceso de desarrollo del producto final empezando por la fase de preproducción donde se estableció el guion, la escaleta, el presupuesto y el plan de rodaje. Continuando con la fase de producción se procedió con el rodaje de las escenas descritas en el guion siguiendo el plan de rodaje previamente establecido. Con lo que respecta a la fase de posproducción se desarrolló el montaje, colorización, sonorización y exportación en ese orden para posteriormente culminar con la etapa de difusión donde se colocó el producto final en las redes sociales de Tik-tok e Instagram. Todo este proceso permitió determinar que dentro de el encuadre vertical todos los departamentos implicados en una producción audiovisual deben tener en cuenta que sus protocolos clásicos en un proyecto audiovisual horizontal no aplican en su totalidad dentro de uno que maneje un formato vertical. De igual manera se concluyó que efectivamente el encuadre vertical puede ser utilizado como recurso narrativo dentro de un cortometraje destinado a redes sociales.

Palabras Clave: cortometraje; encuadre; vertical; audiovisual; ficción.

INTRODUCCIÓN

La producción audiovisual ha tomado fuerza en el siglo XXI gracias a la digitalización y el consumo masivo de contenido multimedia a través de internet, sin embargo las bases de esta rama de la comunicación se mantienen igual desde el siglo pasado donde el medio de difusión por excelencia fue la televisión. Hoy en día se sabe que la mayor cantidad de contenido multimedia es consumido mediante smartphones lo cual implica tomar acción en cuanto al formato de producción audiovisual en el cual se realiza este contenido.

En este trabajo de investigación se selecciona como tema central al encuadre vertical y cómo este puede o debe ser utilizado como recurso narrativo en la producción audiovisual. Mediante una investigación cualitativa con un paradigma interpretativo y un diseño fenomenológico se analiza las diferentes opiniones de 3 expertos involucrados en el tema donde, a través de entrevistas, nos comentan su punto de vista, recomendaciones y aportes que puede ofrecer el encuadre vertical en las producciones audiovisuales. A continuación, se describe cada uno de los capítulos que forman parte del presente trabajo de investigación:

En el capítulo I titulado “Naturaleza del tema de investigación” se postula la situación problemática donde a grandes rasgos se refiere al extenso uso del teléfono celular como herramienta para el consumo masivo de contenido multimedia y el cómo los productores audiovisuales no se adaptan a este medio de difusión, creando contenidos pensados desde un inicio en el formato vertical. También se menciona el propósito principal del presente trabajo de investigación que es la realización de un cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo. En adición a esto se expone la importancia del estudio que radica en el beneficio que tendrán las producciones audiovisuales al determinarse cómo el formato vertical fortalece el proceso de difusión multimedia mediante plataformas digitales.

En el capítulo II titulado Marco teórico se exponen cuatro diferentes estudios previos que se han realizado y tienen concordancia con la presente investigación en cuanto al tema, la metodología o el producto. También se conceptualizan varios términos relacionados a la investigación mediante citas a grandes autores.

En el capítulo III titulado Metodología de la investigación se detallan los diferentes aspectos de investigación científica en la que se basa el presente trabajo. Se presenta al enfoque cualitativo, el paradigma interpretativo y el diseño fenomenológico como parte de la naturaleza de la presente investigación. Se menciona a los informantes clave los cuales participaron dentro de una de las dos técnicas de recolección de información la cual es la entrevista, la otra técnica utilizada fue el análisis documental. Por último, en este capítulo se desarrolla la metodología empleada en el producto final en donde se mencionan las cuatro etapas del proceso de producción; preproducción, producción, posproducción y difusión.

En el capítulo IV se presentan los resultados obtenidos tanto del análisis documental como de las entrevistas, en este último, mediante el software Atlas.ti, se desarrollaron dos categorías resultado de la transcripción, codificación y categorización de los datos obtenidos de los entrevistados, lo cual permitió presentar y analizar la información de manera clara y ordenada. Finalmente, en este capítulo, se presenta la triangulación de la información.

En el capítulo V se desarrollan los hallazgos y reflexiones resultado de todo el proceso de investigación y a su vez de todo el proceso de producción del producto final. Dentro de los hallazgos se mencionan todos aquellos que hagan alusión a los propósitos de la investigación y que fueron surgiendo del análisis de la información y el proceso de desarrollo del producto. En cuanto a las reflexiones se desarrollan postulados de índole totalmente subjetiva que guardan relación a la investigación y la carrera vista desde todas sus aristas.

CAPÍTULO I

NATURALEZA DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

Presentación de la situación problemática

El desarrollo tecnológico en el siglo XXI ha permitido al consumidor promedio tener en su bolsillo el acceso ilimitado a la información. Los celulares se han convertido en algo de la vida cotidiana, una extensión del ser humano. Así mismo las telecomunicaciones han estado en constante evolución para ser parte del avance tecnológico y social que tiene como protagonistas al internet y los teléfonos inteligentes. Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos en un estudio realizado en 2017 en Ecuador 56 de cada 100 personas disponen de un teléfono celular y de estas el 74% tiene un teléfono inteligente (Instituto Nacional de Estadística y Censo, 2015).

Como consecuencia del surgimiento y el fácil acceso a un dispositivo móvil los productores de medios de comunicación tradicionales observan como cada día el número de consumidores audiovisuales aumenta en internet teniendo al celular como principal medio de reproducción multimedia, por ello, en los últimos 10 años los medios de comunicación y productoras en general han estado mudando su contenido televisivo y cinematográfico a internet.

Con base en lo mencionado, Meso, Larrondo, Peña y Rivero (2016) sostienen que “esa necesaria adaptación a los nuevos soportes digitales puede entenderse, por un lado, desde una vertiente puramente técnica, referida a la adecuación de los contenidos editoriales de los ciber medios a los nuevos soportes informativos” (pág. 5). Por lo tanto, se entiende que esta transición a los medios digitales es constante e inevitable de modo que aquellos medios que no lo hagan quedarán obsoletos en un futuro cercano.

En medio de esta revolución mediática el cine no se ha quedado atrás, ya que las plataformas digitales de reproducción cinematográfica también tienen un lugar en los dispositivos móviles de las personas alrededor del mundo, iniciando la era del contenido en *streaming*, el cual “tiene como fin último generar placer en el individuo cuando él lo requiera (Salgado, 2016, pág. 131). Dentro de las decenas de

plataformas de *streaming Netflix* es el principal representante en cuanto a la cinematografía. Para entender esto se explica que:

A diferencia del entretenimiento audiovisual tradicional, servicios como el de Netflix no operan mediante infraestructura física propia, sino que se montan sobre la infraestructura de acceso a Internet disponible a través de compañías de cable, teléfono, satélite y otras. Por eso, a las ofertas de este tipo se las denomina Over-The-Top (OTT) (Siri, 2015, pág. 52).

Gracias a esto los consumidores logran visualizar una gran cantidad de contenido multimedia solamente desde su dispositivo móvil y al mismo tiempo mantienen vigente a la cinematografía en medio de la globalización digital que se vive en el siglo XXI.

Dentro de esta globalización y revolución digital se tiene claro que el invento de mayor importancia ha sido el internet junto a los teléfonos inteligentes, ambos lograron ser el complemento ideal para crear una nueva generación de consumidores donde, prácticamente evolucionaron simultáneamente, logrando así posicionarse como un elemento esencial en la cotidianidad de las personas, brindando la facilidad de acceder a contenido en cualquier lugar de manera remota.

En cuanto a esto Osorio (2017) determina que “Los teléfonos móviles precisamente ejemplifican este cambio en las ciencias sociales. Nunca antes las personas habían transmitido su vida cotidiana a través de dispositivos digitales que ellos mismos usan y a lo cual tenemos acceso” (pág. 31). Esto evidencia el extenso uso del celular en la vida cotidiana de un individuo, lo cual ha desembocado en un sinnúmero de nuevos medios de difusión multimedia.

La cantidad de contenido audiovisual que se puede consumir mediante un teléfono celular y conexión a internet es prácticamente infinita. El promedio de vida actual no bastaría para terminar de ver la totalidad de contenido existente en la red. Según un reporte de YouTube en 2014 solamente en su página se subían alrededor de 300 horas de contenido por minuto, estadísticas que incrementan año tras año.

Sin embargo, la mayoría del contenido audiovisual que se distribuye en internet se reproduce en un formato de 16:9 lo que viene a ser un problema en dispositivos móviles donde el formato es de 9:16 y se desperdicia una gran cantidad de espacio de pantalla que podría ser optimizado si este contenido fuese, desde un principio, producido en el formato vertical.

Por otro lado, la teoría fílmica y fotográfica en la que se basa la cinematografía entra en conflicto cuando se habla de reglas de composición en encuadre vertical, ya que estas reglas fueron establecidas para un encuadre horizontal. Se debe entender que “La necesidad de promocionarse en redes sociales, con un nuevo formato adaptado a uno de los dispositivos más usados para la conexión a internet, ha dado lugar al nacimiento del mismo” (Araujo, 2018, pág. 29). Lo que demuestra un auge en la exploración audiovisual para este nuevo formato.

No obstante, intentar transmitir dentro del formato o encuadre vertical las mismas sensaciones que en uno horizontal es complicado, por el mismo hecho de que no es posible mantener las mismas reglas de composición ya que no fueron concebidas para este encuadre y por ende se pierde la narrativa audiovisual del mismo.

Para lograr comprender de mejor manera lo expuesto debemos entender que encuadre es “la delimitación que el director, en conjunto con el fotógrafo y el equipo visual, van a brindar a cierta secuencia de la película” (Vega, 2020, pág. 8). En otras palabras, es lo que delimita aquello que está dentro de escena. En el caso del tradicional encuadre horizontal se basa en una relación de aspecto de 16:9 mientras que en el vertical tendremos el lado más largo verticalmente con una relación de aspecto de 9:16.

Alrededor del mencionado encuadre horizontal se establecen ciertos lineamientos o reglas que determinan la estética de una escena, por ejemplo; si un sujeto observa hacia su derecha existe una regla llamada “ley de la mirada” donde se basa en dejar espacio vacío hacia la dirección de la mirada y encuadrar al sujeto al lado contrario. Esto es un ejemplo en donde el encuadre se vuelve un recurso narrativo y forma parte de toda la narrativa audiovisual de la escena, sin embargo, dentro de un formato vertical el encuadre cambiaría completamente y mencionada regla dejaría de ser aplicable, dentro de un primer plano, por el hecho de no tener espacio suficiente que dejar hacia donde apunte la mirada del sujeto, en este caso dicha regla no podría funcionar dentro de la narrativa audiovisual.

La narrativa audiovisual se emplea constantemente en los cortometrajes que son el medio audiovisual más utilizado en la actualidad para creación de nuevos contenidos cinematográficos. Para un mayor contexto en cuanto a los cortometrajes Lorán (2017) explica que:

La influencia de la industria audiovisual y del entretenimiento en la sociedad actual, potenciada por la facilidad de acceso que supone internet, permite que las empresas apuesten por el cine y sus productos, y el cortometraje se erige como una de las fórmulas que, sin llegar a necesitar el alto presupuesto de una película, puede transmitir en un espacio de tiempo bastante más breve, la esencia que una marca desea trasladar (...) (pág. 160).

Esto no solamente se aplica en la parte publicitaria, también los cortometrajes son herramienta clave para creativos de bajo presupuesto que desean difundir sus ideas y plasmarlas en video. Al mismo tiempo, un cortometraje dirigido desde un inicio al formato vertical y su futura distribución a través de dispositivos móviles tendrá un alcance más amplio en los consumidores audiovisuales de estos dispositivos.

De lo antes planteado surge la siguiente inquietud: ¿Cómo debe estructurarse un cortometraje de ficción basado en encuadre vertical como recurso narrativo?

Propósitos de la investigación

- Realizar un cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo.

Para dar cumplimiento al propósito planteado en la presente investigación es necesario cumplir con los siguientes:

- Comprender el uso del encuadre vertical como recurso narrativo a través de un análisis documental y entrevistas a los principales actores sociales.
- Establecer la preproducción del cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo mediante la redacción del guion, plan de rodaje y presupuesto.
- Ejecutar la producción del cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo tomando en cuenta el plan de rodaje.
- Desarrollar la postproducción del cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo utilizando los programas Adobe Premiere Pro, After Effects y Audition.
- Diseñar el plan de difusión del cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo enfocado a redes sociales.

Importancia del estudio

Realizar un cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo sirve como referente en la presente investigación para determinar de qué manera y hasta qué punto el encuadre vertical funciona dentro del proceso de producción audiovisual y cómo esto podría traducirse en un beneficio para los productores multimedia que busquen distribuir su contenido en plataformas móviles.

Es necesario basar este estudio en el encuadre vertical por el hecho principal de que existe un vacío en el conocimiento del potencial que posee realizar producciones audiovisuales con dicho encuadre para su posterior difusión mediante plataformas digitales.

Durante el proceso de realización audiovisual poco se habla de uno de los últimos pasos que este posee, la difusión o distribución del producto final. Si bien hoy en día muchos realizadores tienen en mente difundir su producto mediante plataformas digitales, pocos de ellos tienen en cuenta que la mayoría de los consumidores de esas plataformas reproducen el contenido mediante su teléfono móvil, por lo cual sería beneficioso tanto para el consumidor como para el realizador crear contenido multimedia que sea pensado desde un inicio en el formato vertical.

El tema y el producto es relevante en el ámbito audiovisual ya que busca impulsar la creación de contenido en formato 9:16 tomando como medio de prueba al cortometraje de ficción el cual se presta para dicho propósito de mejor manera ya que es un producto que toma menos tiempo de realización y no conlleva un presupuesto excesivamente alto.

Hoy en día miles de contenidos multimedia se producen con la idea inicial de utilizar dispositivos móviles como medio de distribución principal; con esta investigación se busca colocar a las producciones cinematográficas, más específicamente a los cortometrajes, dentro de los dispositivos móviles para que se beneficien de esta efectiva distribución de contenido y logren un gran alcance.

Esto a su vez, dentro del apartado social, propone un punto de partida para que los usuarios de internet en Quito lleguen a ser potenciales consumidores audiovisuales a través de sus dispositivos móviles y de esta manera incrementar significativamente el alcance de las nuevas producciones que pretendan explotar al máximo el encuadre vertical.

La presente investigación, en el ámbito académico, funciona como referente para futuras investigaciones universitarias de pregrado o posgrado que tengan relación en cuanto al encuadre vertical, el cortometraje de ficción o la narrativa audiovisual. Al mismo tiempo funciona de guía teórica para estudiantes y docentes afines a la rama de dirección fotográfica que busquen información acerca de nuevos formatos audiovisuales para dispositivos móviles.

Su importancia en el ámbito metodológico radica en la propia metodología empleada para realizar el producto de investigación, en este caso un cortometraje, que puede servir de guía para futuras producciones audiovisuales similares en contenido o en formato y que busquen ser distribuidas mediante medios digitales que tengan como principal medio de reproducción los teléfonos inteligentes.

En el apartado científico proporciona información relevante en cuanto al proceso y uso de nuevos términos audiovisuales que son propios de la era digital que atraviesa la industria y a su vez aportará un producto referencial del cual pueden surgir nuevas hipótesis.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del marco teórico es importante su comprensión conceptual, Arias (2012) lo define 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). Tomando en cuenta esto se entiende que dentro de un marco teórico debe existir diferentes referencias bibliográficas que sustenten la base conceptual de la investigación y que permita la comprensión e interpretación de los resultados obtenidos en la misma.

Estudios previos

Los estudios previos o estado del arte son propios de la investigación cualitativa y guardan relación con el apartado “antecedentes” de la cuantitativa que según Arias (2012) “son avances que reflejan el estado actual de un tema dentro de un área específica y funcionan de referente para investigaciones futuras” (pág. 106). En base a esto, se han tomado proyectos de grado que mantengan relación con la presente investigación en cuanto al tema, metodología o producto. A continuación, se mencionan estos estudios.

Como punto de partida se seleccionó el trabajo de investigación de Araujo (2018) realizado en España que fue titulado “El videoclip y los nuevos formatos audiovisuales de promoción musical” el cual tiene como objetivo principal analizar los cambios que se han producido en el formato del videoclip en todos sus aspectos, para intentar definir el nuevo concepto de videoclip. Con lo planteado, el autor recurrió al análisis cualitativo y cuantitativo de los nuevos cambios en el mercado de la promoción musical, donde concluyó que el videoclip busca ser un formato más cercano al entretenimiento que quiere llamar la atención del público por medio de las plataformas digitales y a su vez menciona que la promoción musical no debe centrarse únicamente en el videoclip, sino que se debe explotar otros formatos dentro de las plataformas digitales.

Dicho estudio guarda relación con el presente mediante su investigación de nuevos formatos de producción y difusión de videoclips y entre ellos el formato vertical, el cual

es tema central en la presente investigación. Hace mención al formato vertical como principal formato de distribución de contenido (videoclips) en plataformas digitales presentes en dispositivos móviles lo cual es un acercamiento a una arista importante de este estudio en donde se aborda la producción y distribución de contenido audiovisual para dispositivos móviles en nuestro caso, un cortometraje.

Del mismo modo se presenta el trabajo de investigación realizado por Riofrio (2021) en Quito 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” donde plantea el objetivo general de realizar una carpeta de producción de un reportaje sobre el uso del teléfono celular inteligente como herramienta de producción audiovisual para fomentar el uso de estos dispositivos. La metodología empleada para alcanzar este propósito es cualitativa e interpretativa ya que busca analizar la percepción de productores audiovisuales con respecto al uso del teléfono inteligente como herramienta audiovisual. Esta investigación arrojó como resultados una amplia aceptación del uso del teléfono celular como herramienta de producción audiovisual, sin embargo, también se concluyó que este no puede ni pretende desplazar a una cámara profesional, aunque en muchos casos específicos lo haga.

En este caso el estudio tiene relación en cuanto al tema central que rodea a la investigación, que vienen a ser la producción audiovisual con dispositivos móviles la cual guarda estrecha relación con el encuadre vertical y su uso en la producción audiovisual. Esto es relevante ya que aporta bases de conocimiento al tema de estudio y ayuda a entenderlo y abordarlo con una mayor perspectiva.

Como siguiente referencia se toma el trabajo de investigación de Vega (2020) realizado en Quito que se titula “La narrativa de un cortometraje a través del encuadre vertical” en donde se busca comprender cómo el encuadre vertical puede apoyar la narrativa de una producción cinematográfica tomando en cuenta sus diferencias con el tradicional encuadre horizontal. Para ello se basa en una metodología cualitativa que permita obtener resultados válidos para la investigación. Estos resultados fueron analizados y se concluyó que el plano o encuadre que se emplee afecta directamente a la línea narrativa de un film, específicamente el encuadre vertical tiende a generar una sensación de encierro y por lo tanto su funcionalidad estética y semiótica queda obsoleta en algunos casos.

Gracias a estos resultados se obtiene un punto de referencia importante para la presente investigación desde de punto de vista teórico y metodológico, ya que guarda estrecho vínculo en cuanto al tema investigado. Tiene un acercamiento directo con la realización de un cortometraje y funciona de guía para el propuesto en la presente investigación. Al mismo tiempo el encuadre utilizado es el mismo, aunque el investigador lo toma como un recurso narrativo específico para su género de cortometraje.

Por último, se escogió el trabajo de investigación de Moreno (2015) realizado en Quito que se titula “Cortometraje de ficción sobre las consecuencias del uso de la marihuana” en el cual se pretende transmitir un mensaje que evidencie las consecuencias positivas y negativas del uso de la marihuana a través de la producción de un cortometraje de ficción. Para esto se basa en una metodología cualitativa la cual permite obtener los resultados más pertinentes para su producto, los cuales fueron analizados y se concluyó que efectivamente existe un impacto psicológico en la persona tras observar el cortometraje y que este puede ser utilizado como herramienta de reflexión, rehabilitación y persuasión.

Esta investigación es relevante y se la escoge como referencia debido a su producto final de investigación, que viene a ser un cortometraje de ficción, es decir, el mismo estilo de producto que se plantea conseguir con la presente investigación. La investigación nos presenta cómo se desarrolló las diferentes partes de la producción del cortometraje, desde su concepción como idea hasta su posproducción, lo cual funciona como punto referencial para el producto final a realizar.

Todas las investigaciones mencionadas anteriormente son fundamentales para tener una referencia en cuanto al tema, producto o metodología y a la vez tener un punto de partida para la presente investigación.

Referentes teóricos

Manejar los conceptos relacionados a la investigación es clave para la creación del producto final, en cuanto a esto Arias (2012) comenta que “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). Entendiendo esto a continuación, se presentan las referencias conceptuales con son la base para esta investigación.

Cortometraje

En primer lugar, debemos definir el producto final, en este caso el cortometraje, que es definido por la American Motion Picture Academy (2016) como: “una película original que tiene una duración de 40 minutos o menos, incluidos todos los créditos”. Lo cual hace referencia primordialmente al tiempo de duración que es la característica esencial que lo diferencia del largometraje.

Mientras tanto, Osvaldo Cleger y José de Amo mantienen una definición más específica:

Un cortometraje ofrece a sus espectadores una visión poética del mundo o de un instante, o bien una visión lúdica o irónica, alegórica o metafórica del mundo o de un momento particular de la experiencia, de la memoria o de la imaginación. La teoría del cortometraje es también una teoría de la secuencia cinematográfica. Una secuencia es un fragmento de largometraje que contiene una unidad aristotélica de tiempo, espacio y consistencia dramática. Un cortometraje puede ser estructurado como una secuencia, y una secuencia puede ser disfrutada como un cortometraje (Cleger & De Amo, 2014, pág. 59).

Teniendo eso en cuenta se puede decir que el cortometraje es un producto audiovisual de corta duración que posee un modelo narrativo aristotélico, lo cual lo hace ideal para transmitir una idea, mensaje o fábula en poco tiempo y con menos recursos que un largometraje, y al igual que este, el cortometraje también posee varios géneros siendo la ficción uno de los géneros raíz dentro de la cinematografía.

Ficción

Cinematográficamente hablando la ficción se considera un género principal junto a al documental que vendría a ser casi su opuesto ya que un busca retratar fielmente la realidad, mientras que el otro busca adornarla con personajes y/o sucesos ficticios.

En cuanto a ficción, Umberto Eco (1993) menciona: “Toda ficción narrativa es necesaria y fatalmente rápida, porque -mientras construye un mundo, con sus acontecimientos y sus personajes- de este mundo no puede decirlo todo” (pág. 11).

En otras palabras, la ficción tiene la capacidad de crear mundos o situaciones particulares en un periodo corto de tiempo.

Por otro lado, Vidrio, Macías y Varela (1998) también mencionan a la ficción como: “(...) género cinematográfico o audiovisual que da lugar a la creación de historias que narre sucesos salidos de lo imaginario, que puede combinar información científica y datos reales con situaciones creadas justamente para facilitar la comprensión de esos elementos (...)” (pág. 1). Por lo cual lo convierte en el género de mayor explotación en la industria audiovisual. Al mismo tiempo se entiende que es un género que fusiona lo real con lo irreal y lo hace creíble para el espectador por un breve momento.

Dentro del mundo audiovisual y cinematográfico se habla que un film sea este documental, cortometraje, largometraje, de ficción, de suspenso, etc., mantienen una unidad básica de filmación que es la toma y esta se basa en un encuadre.

Encuadre

En primer lugar, se debe entender que encuadre y plano mantienen conceptos similares y se los manejará como sinónimos.

Se puede definir al plano como “la delimitación que el director, en conjunto con el fotógrafo y el quipo visual, van a brindar a cierta secuencia de la película” (Vega, 2020, pág. 8). Es decir, es todo lo que el público observará en pantalla, por lo que se concluye que aquello que no se encuentra dentro del plano, también forma parte de la escenografía, pero está fuera del encuadre, el cual es previamente concebido en el proceso de posproducción y está a cargo del departamento de dirección de fotografía. Este departamento se encarga de elegir el encuadre de manera que sea estético y guarde relación con el guion.

Dirección de fotografía

Esta área es la encargada del manejo del encuadre de cada escena que se pretenda grabar, por lo cual es la que decidirá qué posición, dirección o movimiento tendrá la escena y qué es lo que se verá o no en pantalla.

Para mayor contexto se la puede definir como: “También denominada cinematografía se refiere al arte de la creación de imágenes en movimiento. Se elabora combinando la luz y la tecnología. Su responsable es el director de fotografía que toma las decisiones en cuanto a la cámara, gripaje, ópticas, iluminación, composición y

encuadre” (Herchi, 2014, pág. 7). Es decir, se encarga de todo el apartado fotográfico del proyecto.

Para lo que respecta al producto de la presente investigación, el área de dirección de fotografía es la principal encargada de crear una narrativa audiovisual que funcione con el encuadre y formato vertical.

Encuadre vertical

Este apartado se puede definir como:

El formato vertical, donde la altura es superior a la anchura, es más agresivo y contundente. Este tipo de encuadre sugiere fuerza, firmeza y es el más utilizado para retratos. Se obtiene girando la cámara 90°. Ofrece también una gran profundidad a la fotografía, por lo que también es muy recomendable cuando queremos captar diferentes planos (Crespo, 2021, pág. 1).

En cuanto a lo mencionado anteriormente se puede entender al encuadre vertical como un encuadre más cerrado y orientado a captar varios planos dentro del mismo.

En la presente investigación se pretende utilizar este encuadre como recurso narrativo dentro de la creación de un cortometraje por lo cual es necesaria su comprensión teórica, sin embargo, debido a que es un concepto relativamente nuevo no se encuentra una definición precisa.

Narrativa

La narrativa hace referencia a “un relato que consta de una serie de sucesos (la historia), a través de la representación humana (el narrador, los personajes) y con posibles comentarios, implícitos o explícitos, sobre la condición humana (el tema)” (Gómez, 2021). Esto en cuanto a la narrativa tomada desde un punto general, sobre todo en la literatura. Pero al mismo tiempo esto se puede aplicar para el área audiovisual donde se aumentaría un apartado visual que generaría un gran aporte a la narrativa.

Dentro del área audiovisual la narrativa puede ser potenciada en varios apartados como la iluminación, la música, la decoración y el encuadre. Todos estos apartados tienen la posibilidad de crear narrativa audiovisual en cada escena y mejorar la comprensión del producto final.

Smartphone

Teniendo en cuenta la base de la presente investigación, es pertinente conceptualizar al principal medio de difusión de contenido vertical. “Los smartphones o teléfonos

inteligentes son una nueva modalidad de teléfonos móviles que incorporan mucha más capacidad de proceso y de movilidad que los dispositivos tradicionales” (Roca, 2021, pág. 1). Con esto se puede afirmar que hoy en día un smartphone es como una pequeña computadora móvil que cabe en nuestros bolsillos y es capaz de realizar procesos pesados como reproducir contenido audiovisual.

“Los teléfonos móviles y en concreto los smartphones cuentan con tasas de penetración muy altas en la región europea, lo que implica un mercado muy apetecible para cualquier empresa de creación de contenidos digitales” (Costa, 2013, pág. 10). Por lo cual en la actualidad muchas plataformas digitales se han convertido en el principal medio de difusión para contenido musical, cinematográfico e informativo.

Plataformas digitales

Con respecto al producto final de esta investigación se ha escogido como principal medio de difusión a las plataformas digitales móviles por el hecho de manejar el mismo formato multimedia del cortometraje.

Los medios digitales según Gomes (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” (pág.1).

Al tratarse de internet se puede decir que existen mucha variedad de plataformas digitales, pero en este caso utilizaremos solamente dos que son las que más destacan en cuanto a la reproducción de contenido en formato vertical.

Instagram

Instagram es una plataforma social de compartición de fotografías que se encuentra activa desde 2010. Instagram se suma a los diversos canales y medios sociales que ofrecen grandes oportunidades de marketing gratuitas para profesionales, negocios o marcas (Ramos, 2015, pág. 1)

A demás de las fotografías Instagram posee un apartado propio para la distribución de contenido audiovisual en formato vertical llamado Reels donde el concepto primordial es la reproducción de video cortos de 15, 30 o 60 segundos en los cuales los creadores pueden colocar efectos de video, música o filtros dentro de la misma aplicación.

Tik-Tok

Al igual que Instagram Tik-Tok es una de las plataformas digitales en las cuales se difundirá el cortometraje realizado en base a esta investigación, por lo cual es pertinente conceptualizarla.

Es una red social de origen chino que consiste en crear videos cortos para compartirlos. Esta aplicación te permite hacer videos que van desde los 3 a los 15 segundos o si deseas puedes extenderlos a 60 segundos (Claro México, 2020, pág. 1).

Es una red social pensada desde un inicio para producir y reproducir contenido en dispositivos móviles por lo cual toma al formato vertical como su estándar al momento de crear contenido audiovisual.

Proceso de producción audiovisual

A continuación, se desglosa el proceso de producción audiovisual en sus 4 fases principales:

Preproducción

Esta primera fase se conceptualiza 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 otras palabras, la preproducción es la fase iniciadora del producto final, en la cual se proponen las bases para las posteriores fases. Aquí se da inicio y lo que nació como una idease desarrolla y se plasma en papel como un proyecto y sus diferentes pasos para convertirse finalmente en un producto.

Producción

En el trabajo de Moreno (2015) cita a Aguadero Fernández donde menciona que: “La producción es el rodaje del guion, entiéndase esto desde la puesta en escena, los actores, el vestuario, la utilería, la iluminación, el sonido, hasta la filmación de las escenas y secuencias que darán paso al producto audiovisual” (pág. 40). En otras palabras, es la fase donde todo lo planeado en la preproducción se pone en marcha y se ejecuta de manera sistemática siguiendo los lineamientos de cada uno de los departamentos que trabajan en el proyecto.

En esta fase todos los departamentos trabajan en conjunto para llevar el rodaje lo más apegados posibles al plan de rodaje previamente planteado y así tener cada toma, escena y secuencia lista para la siguiente fase.

Posproducción

Finalmente, la posproducción se define como: “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 decir, la fase donde se reúne todo el material grabado durante la fase anterior para su posterior tratamiento estético que da como resultado el producto final y listo para la siguiente y última fase.

Distribución

La fase final del proceso de producción audiovisual es la distribución la cual se define como: “(...) la plataforma o lugar donde será difundido el producto audiovisual” (Riofrio, 2021). Es decir, el momento donde el producto audiovisual es presentado al público para su visualización.

En esta fase no intervienen ninguno de los departamentos que estuvieron en fases anteriores a excepción del departamento de producción que es el encargado de que esta fase sea exitosa, además, en algunos casos, se le suman departamentos como marketing, diseño gráfico o management que impulsarán la difusión del producto final.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En este capítulo hace referencia a la metodología de la investigación en donde Arias (2012) nos menciona que este apartado trata sobre “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” (pág. 110). Es decir, todo lo relacionado con los pasos a seguir para la realización de la investigación y los métodos que se emplean para el desarrollo del producto audiovisual.

Naturaleza de la investigación

Para fundamentar este trabajo de investigación se ha escogido un paradigma interpretativo que, según Ricoy (2006), “busca profundizar en la investigación, planteando diseños abiertos y emergentes desde la globalidad y contextualización” (pág. 17). En otras palabras, su manera interpretativa de abordar la realidad permite analizar la percepción y experiencias de los actores sociales de una forma global para contextualizar la realidad del fenómeno, que en este caso en particular es el encuadre vertical como recurso narrativo.

Del mismo modo se selecciona un enfoque cualitativo el cual se puede entender según el postulado de Hernández y Mendoza (2018) de la siguiente manera:

Los seres humanos utilizamos narrativas para expresar nuestras emociones, sentimientos y deseos. Narrativas diversas: escritas, verbales, no verbales y hasta artísticas, usando diversos medios, desde papel y lápiz hasta páginas en las redes sociales de internet. Ellas representan nuestras identidades personales y nos ayudan a organizar las experiencias. Los diseños cualitativos pretenden capturar tales narrativas y los significados, experiencias y sentimientos que subyacen a ellas (pág. 522).

Por tal motivo este enfoque es oportuno para investigaciones relacionadas con las ciencias sociales donde prima la subjetividad de los actores y donde se busca adentrarse en las narrativas, experiencias y sentimientos de los mismos con respecto al proceso audiovisual en el formato vertical para su posterior análisis, reconstrucción e interpretación, que luego servirá de insumo para la realización del cortometraje.

Por último, se escoge el diseño de investigación fenomenológico en cual Hernández, Fernández y Baptista (2014) mencionan que: “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). El cual es idóneo para el presente estudio, debido a que se basa en las experiencias de los actores sociales y sus percepciones para comprender de manera holística el universo de conocimientos relacionados en la producción audiovisual mediante el encuadre vertical.

Informantes clave

En cuanto a los informantes clave se debe entender que son “personas con conocimientos especiales, estatus y buena capacidad de información” (Martinez, 1991, pág. 56). Por lo cual se recurre a Galo Semblantes, cineasta ecuatoriano especialista en el fenómeno de estudio que puede aportar datos relevantes que ayuden a tener una visión clara en cuanto a la creación de un cortometraje en encuadre vertical. También se escoge a Diego Recalde Martínez, productor y cineasta ecuatoriano con una larga trayectoria como productor general y ejecutivo en diferentes creaciones audiovisuales tanto para medios digitales como para medios tradicionales. Por último, se escoge a Ángel Terán productor, antropólogo y docente en el ámbito audiovisual con experiencia en la realización audiovisual dentro del campo profesional.

Técnicas e instrumentos de recolección de información

Este apartado se define como “el procedimiento o forma particular de obtener datos o información” (Arias, 2012, pág. 67). Lo cual hace referencia a el cómo o el qué técnicas se emplean para obtener los datos que se utilizan en la investigación. En este sentido se plantean las siguientes:

Análisis documental

Como primera técnica de recolección de datos se utiliza el análisis documental que, según Dulzaides y Molina (2004) es “una forma de investigación técnica, un conjunto de operaciones intelectuales, que buscan describir y representar los documentos de forma unificada sistemática para facilitar su recuperación.” (pág. 2). En base a lo mencionado se opta por esta técnica para analizar los productos audiovisuales ya existentes que sean presentados en formato vertical, para comprender los criterios audiovisuales que sirven de base para la construcción del cortometraje.

Entrevista

En el caso de la presente investigación se utiliza la entrevista como técnica para la recolección de datos la cual es definida como algo: “(...) más que un simple interrogatorio, es una técnica basada en un diálogo o conversación entre el entrevistador y el entrevistado acerca de un tema previamente determinado, de tal manera que el entrevistador pueda obtener la información requerida” (Arias, 2012, pág. 73). Esta técnica se considera la más idónea debido a que se realiza un proceso de acercamiento con los diferentes actores sociales para comprender de mejor manera sus experiencias y cómo estas atributan a la comprensión del fenómeno de estudio que en este caso en particular se refiere al encuadre vertical como recurso narrativo dentro del cortometraje.

Tomando en cuenta lo antes mencionado, se asume la entrevista de tipo semiestructurada, en donde Arias (2012) considera que: “Aun cuando existe una guía de preguntas, el entrevistador puede realizar otras no contempladas inicialmente. Esto se debe a que una respuesta puede dar origen a una pregunta adicional o extraordinaria. Esta técnica se caracteriza por su flexibilidad” (pág. 74). En otras palabras, se puede tener un listado de preguntas preestablecido que guíen la entrevista, sin embargo, este mismo será flexible y abierto a preguntas nuevas que puedan surgir en ese momento.

Instrumento

El primer instrumento que se utiliza para la recolección de información es una ficha técnica que funciona como instrumento para el análisis documental de productos audiovisual ya existentes en el medio y que se han distribuido en formato vertical. Dicha ficha contiene seis apartados que son llenados por el investigador con la finalidad de recolectar información mediante el análisis y que sirven como datos de relevancia para el presente trabajo de investigación.

El segundo instrumento que se utiliza, funciona para desarrollar la entrevista como técnica de recolección de datos es el guion de entrevista que según Valles (1999) “se trata de un esquema con puntos a tratar, pero no se considera cerrado, y cuyo orden no tiene que seguirse necesariamente” (pág. 204). Por lo tanto, se construye un guion de entrevista con nueve preguntas para profundizar en el tema de investigación junto a los actores sociales previamente seleccionados.

Validez

Para que la investigación sea aceptada a nivel académico debe regirse a ciertos criterios de validez, la cual se conceptualiza como:

La validez tiene que ver no solo con la recogida de la información sino también con su interpretación. En este sentido, la credibilidad se refiere a la cualidad y a la cantidad de observaciones efectuadas, así como a la exactitud de las relaciones que establece el investigador entre las observaciones en el momento de la interpretación (Castillo, Gómez, Taborda, & Mejía, 2021, pág. 89).

Por lo tanto, los entrevistados y la información recogida deben ser de calidad y tener la relevancia pertinente para la presente investigación.

Para el presente estudio se utiliza la validez del contenido a través del juicio de expertos el cual 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 & Cuervo, 2008, pág. 29). El cual ofrece un método de verificación en cuanto a la fiabilidad de los datos recogidos para la investigación.

El instrumento de recolección de datos fue enviada a tres expertos, dos de ellos expertos en el área de estudio y uno de ellos experto en el área de investigación. Dichos expertos revisaron el instrumento y enviaron sus recomendaciones y observaciones, posterior a ello, se generó un nuevo instrumento donde se tomó en cuenta el juicio de los expertos para su posterior validación.

Técnicas de análisis de información

Las técnicas para el análisis de la información se definen según Arias (2012) como; “las distintas operaciones a las que serán sometidos los datos que se obtengan: clasificación, registro, tabulación y codificación si fuere el caso” (p. 111). Esto permite analizar la información de manera ordenada y detallada para su posterior presentación dentro del trabajo de investigación.

Tomando en consideración que se cuenta con dos técnicas de recolección de datos empezaremos con la primera; El análisis documental consiste en analizar las producciones audiovisuales y el uso del encuadre vertical como recurso narrativo. Este será llevado a cabo mediante una cartilla donde se colocarán los datos

requeridos como: Título, Evidencia (sección del video que se analizará), Screenshot (captura de pantalla de la evidencia), Género, Subgénero y Análisis.

En el caso de la entrevista, la primera técnica es la transcripción en donde se coloca de manera escrita cada una de las respuestas que el actor social brinda en la entrevista, esto en función de tener registro escrito de la información obtenida en cada una de las entrevistas.

Posteriormente se recurre a la codificación en donde Strauss & Corbin (2002) mencionan que: “se parece a armar un rompecabezas. El analista tiene que organizarse, clasificar las piezas por color (lo que a menudo exige fijarse en pequeñas diferencias de matiz), y construir un cuadro poniendo las piezas individuales de nuevo en su lugar” (pág. 242). Esto hace referencia a que la codificación de datos se basa en ordenar la información y datos recogidos de manera precisa para su presentación.

Posterior a esto, se recurre a la categorización de la información que según Cabrera (2005) lo define como: “una expresión orgánica que orienta y direcciona la construcción de los instrumentos recopiladores de la información” (pág. 65). En este caso contribuye a facilitar la clasificación de la información recolectada.

Por último, se utiliza la triangulación que viene a ser: “la acción de reunión y cruce dialéctico de toda la información pertinente al objeto de estudio surgida en una investigación por medio de los instrumentos correspondientes, y que en esencia constituye el corpus de resultados de la investigación” (Cabrera, 2005, pág. 68). Por lo cual llega a ser una técnica de análisis oportuna dentro de la presente investigación.

Metodología del producto

En este apartado se describe las cuatro fases imprescindibles en la creación de un producto audiovisual, las cuales son preproducción, producción, posproducción y difusión, las cuales se llevan a cabo para desarrollar el producto final de la presente investigación, en este caso, un cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo.

Preproducción

La primera fase de un producto audiovisual es la preproducción la cual se resume dentro de los siguientes apartados:

-Sinopsis

-Ficha Técnica

-Plan de rodaje

-Presupuesto

A estos apartados también se le adjuntan el equipo técnico necesario, el equipo humano que estará al frente en cada área específica y un plan de rodaje previamente desarrollado.

Producción

Esta segunda fase es el resultado de la primera y es en la cual el plan de rodaje se pone en ejecución. En este punto se procede con el rodaje del producto audiovisual que previamente fue organizado por el equipo de producción. Se realiza la grabación de todas las escenas del cortometraje.

Posproducción

En esta fase se trabaja con todo el material obtenido en la fase anterior. Mediante el montaje se recurre a la utilización de software especializado para esta tarea, en este caso; Adobe Premiere Pro, Audition y After Effects.

Se puede desglosar esta fase en 4 etapas importantes:

-Montaje.

-Colorización.

-Sonorización.

-Exportación.

Difusión

La fase final en una producción audiovisual es la difusión, la cual permite al realizador dar a conocer su trabajo y que sea visible para el público.

En el caso del producto final de la presente investigación se realizará una difusión basada principalmente en plataformas digitales como Instagram y Tik-Tok debido a que el formato en el que se realiza el cortometraje está pensado para estas plataformas.

Para dicha difusión se toma en cuenta los siguientes criterios: Periodo de duración, público objetivo y medios de difusión.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS E INTERPRETACIÓN



En este capítulo se analiza la información que se obtuvo mediante el análisis documental y la aplicación de las entrevistas a los diferentes expertos en el ámbito de estudio para su posterior interpretación de los resultados, así mismo se presentan los resultados del producto.


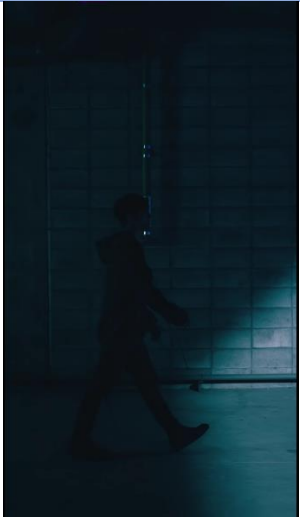
Resultados de la investigación


Dentro de los resultados en esta investigación se presenta dos diferentes análisis, uno enfocado a un análisis documental y otro enfocado al análisis de las entrevistas aplicadas a los expertos.

Análisis documental

Este primer análisis se hace en base a productos audiovisuales ya existentes donde se ha empleado el formato vertical para su distribución en medio digitales. A continuación, se muestra una tabla donde se analiza ciertos momentos clave de cada producto donde se puede observar el uso del encuadre vertical y el cómo este ha condicionado a la dirección de fotografía y de arte.

TÍTULO	EVIDENCIA	CAPTURA	TIPO	GÉNERO	ANÁLISIS
Jemma (2020) Filipino Vertical Shortfilm	01:35-01:38		Cortometraje	Drama	El encuadre en esta escena logra capturar al sujeto en un plano medio, el cual es un plano de acción y al mismo tiempo logra encuadrar parte de la mesa donde se desarrolla la acción. Para lograr esto la cámara se debe alejar lo suficiente dejando aire encima del sujeto, pero sacrificando espacio a sus costados.
Die Santa María	00:23-00:26		Cortometraje	Thriller	En este fragmento observamos un plano detalle donde podemos notar cómo el encuadre determina la escenografía, la misma que debe estructurar sus componentes en base al encuadre vertical para que no se pierda ninguna información. En este caso los libros son apilados uno encima de otro, una decisión acertada para rellenar estéticamente el encuadre en vertical de arriba hacia abajo.

TÍTULO	EVIDENCIA	CAPTURA	TIPO	GÉNERO	ANÁLISIS
JingDong “Gold Fish”	00:17-00:20		Cortometraje	Fantasia	A pesar de que el formato vertical tiene limitantes a los costados, en esta escena se aprecia cómo el director de fotografía logra obtener un plano general dentro de un encuadre vertical, esto alejando lo suficiente la cámara para que se logre ver los sujetos y el entorno.
K.A.R.D Rumor M/V	00:32-00:39		Videoclip	Urbano	En este caso evidenciamos una técnica llamada “paneo”, pero dentro del encuadre vertical. Por el hecho de que en este encuadre se tiene menos espacio a los costados, debemos manejar un paneo controlado y lento, caso contrario no se lograría ver con claridad lo que ocurre dentro del encuadre. Dentro del encuadre vertical funcionaría de mejor manera un tilt up/down debido a que se maneja mayor cantidad de información de arriba hacia abajo.

TÍTULO	EVIDENCIA	CAPTURA	TIPO	GÉNERO	ANÁLISIS
Yuko (Stooped down)	02:08-02:54		Cortometraje	Comedia- Drama	En la última escena de este documental se utiliza un plano general en una posición cenital como recurso para dar a conocer el ambiente donde se desarrolla el cortometraje. En este caso observamos como los diferentes ángulos de cámara pueden ser utilizados en el formato vertical siempre y cuando la escenografía y sujetos dentro de la misma estén ordenado de forma que el encuadre logre captarlos de manera estética y ordenada.

En todos estos productos se pudo observar al encuadre vertical siendo utilizado para diferentes tipos de producciones, en las cuales se aplican diferentes planos y movimientos de cámara adaptados a la verticalidad, con ello se analizó las virtudes del encuadre vertical y también se pudo identificar sus ventajas y desventajas frente al encuadre horizontal. De forma global se puede decir que el encuadre vertical necesita de ajustes propios en cuanto a la composición de las escenas, del mismo modo los diferentes departamentos de la producción deben tener en cuenta estos ajustes para logra el objetivo estético, semiótico y narrativo de cada escena.

Análisis de las entrevistas

En este segundo análisis se usa como base las entrevistas a los diferentes expertos entrevistados de manera que sus acotaciones son interpretadas para generar nuevos puntos de vista en cuanto al encuadre vertical.

Categoría 1: Uso del encuadre vertical

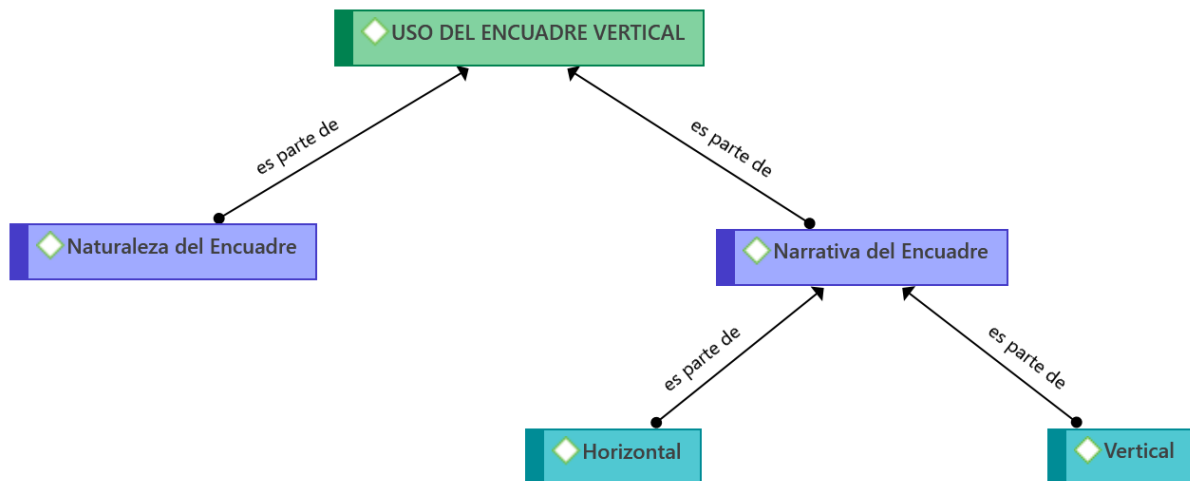


Figura 1. Representación gráfica de la categoría 1: Uso del encuadre Vertical

En este primer grafico denominado “uso del encuadre vertical” se presenta las razones y surgimiento del encuadre vertical en el mundo audiovisual contrastado con el encuadre horizontal donde se pretende justificar el uso vertical en producciones audiovisuales.

Naturaleza del encuadre

En los inicios del mundo audiovisual el formato obligaba a los cineastas a utilizar encuadres cuadrados y posteriormente horizontales como lo menciona G.S. 1:18 “ha tenido que ver con buscar una manera de ser más, a ver cuál sería la palabra, de asemejarse más a lo que nuestra mirada hace.” Por lo cual, se entiende que el encuadre busca captar la atención del espectador de manera que se halle inmerso en el producto mediante la réplica de su forma natural de ver el mundo.

En base a este mismo postulado, se menciona que G.S. 1:21 “mientras te estás dejando llevar por la historia, no, no te acuerdas de eso. Y lo mismo pasa con el formato horizontal. Es una manera más de ser algo que es orgánico, nuestra manera de ver la realidad.” En otras palabras, hablando cinematográficamente, se entiende

que el encuadre nació con el propósito de asemejarse a nuestra mirada y por ende toda historia audiovisual busca esta inmersión mediante el encuadre horizontal.

Por otro lado, tenemos al encuadre vertical que nace con la aparición de los dispositivos móviles y la creación de productos para el mismo. Las redes sociales se han convertido en el medio de difusión para este contenido vertical y en cuanto a ello se menciona: “creo que el formato vertical sí es un formato dinámico. Creo que es óptimo, óptimo, óptimo para lo que es redes” (A.T. 5:11). Esto nos indica que gracias al dinamismo del encuadre vertical para la creación de contenido es el más recomendado para redes sociales siempre y cuando se las consuma mediante un dispositivo móvil.

Narrativa del encuadre

Esta subcategoría busca comprender cómo el encuadre puede convertirse en un elemento narrativo más dentro de un producto audiovisual. Está dividido en dos tipos, la primera es el encuadre horizontal. Dentro de la narrativa el encuadre horizontal ha sido explotado de muchas formas las cuales ayudan al espectador a entender la narrativa del producto audiovisual; G.S. 1:25 “del desierto, lo que te llama la atención la inmensidad del horizonte. Entonces usaban este formato horizontal para dar esta sensación de espacio.” Este es un claro ejemplo de cómo el encuadre puede ayudar a la narrativa del producto dándole un sentido semiótico que el espectador pueda ver y descifrar.

Por otro lado, tenemos que la narrativa dentro del encuadre vertical es algo nuevo y poco explorado, sin embargo, dentro de la inmensa cantidad de contenido que se crea y consume en teléfonos inteligentes se ha podido observar y crear diferentes maneras narrativas de usar el encuadre; D.R. 3:13 “dentro de esa película hay un personaje que contesta un teléfono y se hace un FaceTime con alguien o un... una llamada de WhatsApp y se toma un selfie dentro de la narrativa, sirve el encuadre vertical para contar la subjetividad cotidiana.” Este es un claro ejemplo de cómo utilizar el encuadre vertical como elemento narrativo donde la cotidianidad documentada mediante un teléfono es demostrada en el producto audiovisual mediante el encuadre vertical lo cual se convierte en un código que llega al espectador y este le da un significado.

De lo anterior se puede afirmar que es indispensable comprender la naturaleza y la narrativa del encuadre tanto horizontal como vertical para poder crear un concepto cinematográfico firme en el cual nuestro cortometraje se pueda basar al momento de crear una historia donde el encuadre vertical sea la clave.

Categoría 2: Proceso de producción en el encuadre vertical



Figura 2. Representación gráfica de la categoría 2: Proceso de producción en el encuadre vertical

En este segundo gráfico denominado “Proceso de producción en el encuadre vertical” se exponen ciertos lineamientos, sugerencias y observaciones en las diferentes etapas para la creación de un producto audiovisual que será presentado en formato vertical.

Pre-Producción

Cuando se habla de crear un producto audiovisual, la preproducción es la base de todo el proceso creativo. Debe ser el momento donde se establezca todos lineamientos que se seguirán durante el rodaje, el montaje y la difusión. Sumado a esto se debe tener en cuenta que para el presente estudio se establece el formato vertical como base para la construcción del cortometraje.

En base a lo antes mencionado se tiene en cuenta que el tipo de contenido para una producción en formato vertical tiene que ser muy bien pensado y tener coherencia con el medio de difusión que se utilizará. Estableciendo que las redes sociales de Tiktok e Instagram serán los medios de difusión, el tipo de contenido debe adaptarse a ellos, en cuanto a esto se menciona que G.S. 1:31 “en ese formato (vertical) me

parece que funciona muy bien el reportaje, creo que funciona muy bien. El videoclip creo que también puede funcionar”. En contraste a esto se menciona M.R. 3:4 “tiene que ver más con lo documental. Y si es ficción, tiene que estar pensado como, como. Como esto, como una miniserie, una miniserie de Instagram pensaría que un unitario no funcionaría, pensaría que, por ejemplo, esto como usan los influencers como para cuestiones documentales de que su diario "Hola estoy aquí, está diciendo esto" Entonces. Yo pensaría que. Su naturaleza pediría que sea series”. En base a estos postulados se puede decir que el tipo de contenido más amigable con el encuadre vertical podrían ser los reportajes y los documentales que mantiene algo en común, plasmar una realidad.

Algo muy relacionado al tipo de contenido en una producción en formato vertical es la duración de la misma. Teniendo en cuenta los medios de difusión anteriormente mencionados se sabe que los videos en redes sociales suelen ser especialmente reducidos de tiempo a lo cual se menciona M.R. 3:16 “así es el Instagram, así son las redes. Nadie va a ver más de dos minutos”. Esto afirma que dentro del consumidor promedio de redes sociales como Instagram y Tik-tok no se suele consumir un video que dure más de 120 segundos, simplemente el usuario no lo soporta y continua con el siguiente video.

A demás del tipo de contenido y la duración del mismo también se debe tener en cuenta la composición fotográfica dentro del encuadre vertical que será el aspecto donde se tendrá más cambios con respecto al horizontal, en cuanto a esto se menciona que A.T. 5:3 “entendamos que la lectura, sobre todo nosotros, tengamos una lectura de izquierda a derecha y por ende de ahí también se han derivado algunas leyes audiovisuales en lo que tiene que ver a la composición”. Y una de estas leyes de composición sería la ley de los tercios de la cual se menciona que G.S. 1:28 “el vertical, por la manera en la que caminamos, por la manera en la que estamos, por la manera en que están nuestros ojos, no va a ser eso. Entonces, por más que uno intente componer en tercios, verticalmente, generalmente no vas a poder trabajar de la misma forma la sensación de espacio. Siempre hay ese limitante en el formato”. Con lo cual se puede concluir que dentro del encuadre vertical se encontrarán algunas dificultades de composición fotográfica que son sustentadas con leyes y reglas creadas para el encuadre horizontal, por ende, se debe tener en cuenta que la lectura

de la información en el encuadre vertical es diferente y no se debe regir a las leyes de composición clásicas al cien por ciento.

Al momento de proponer las escenas del producto audiovisual vertical también se debe tener en cuenta que el punto central de atención cambia, en cuanto a esto menciona A.T. 5:12 “El formato vertical primero da importancia al encuadre del centro y posteriormente la lectura de arriba hacia abajo”. Esto es clave para el trabajo de dirección de fotografía que es el departamento encargado de la creación de cada escena en el proyecto, en adición a esto también se menciona que A.T. “no podríamos hacer un pase de foco porque tendríamos que comernos parte de la composición de un objeto para que se vea el pase de foco al que está atrás”. Esto hablando de recursos y técnicas que pueden o no funcionar en las escenas verticales, se entiende que la técnica de pase de foco no sería muy útil dentro del encuadre vertical por lo cual sería recomendable utilizar otras técnicas que permitan explotar al máximo dicho encuadre.

Producción

En cuanto a la producción de un proyecto en formato vertical se ha hablado de que el dispositivo predilecto para grabar sería el teléfono celular sin embargo se menciona que G.S. 1:35 “Creo que uno de los problemas tal vez más graves que ahora con los estabilizadores también ya está vencido es el movimiento. No es lo mismo mover una cámara de 4 kilos que de alguna manera te da una cierta estabilidad, que la mano temblorosa de alguien con un teléfono”. Esto como un punto en contra hacia la grabación con dispositivos móviles que de una u otra forma están compitiendo con las cámaras tradicionales. También se menciona un aspecto positivo que lo establece A.T. 5:10 “como un beneficio es el beneficio costo, porque el primer dispositivo que nos ofrece a experimentar con el formato vertical es del teléfono”. En cuanto a esto se puede afirmar que un dispositivo móvil es más accesible que una cámara digital y también está más dispuesto a grabar y reproducir contenido de manera vertical lo cual lo convierte en un dispositivo de grabación a tener en cuenta al momento de producir un proyecto audiovisual en formato vertical.

Posproducción

Un aspecto a tener en cuenta dentro de la posproducción de un proyecto vertical es la colorización del mismo de lo cual se menciona que M.R. 3:6 “quizás la mayor

dificultad desde la dirección de fotografía hacia las redes sociales o la del encuadre vertical tendría que ver con la colorimetría más. Porque. Como la exhibición es de los teléfonos. ¿Qué tratamiento de color se va a dar? Cómo va a ser la colorimetría”. Esto tiene mucho que ver con el medio de exhibición del producto final donde se podrá notar o no el tratamiento del color. Si tenemos en cuenta que nuestro producto será destinado a reproducirse mediante dispositivos móviles en redes sociales se debe considerar un tratamiento de color que se ajuste a las diferentes pantallas del mercado de dispositivos móviles, un tratamiento que logre verse bien en pantallas reducidas.

Otro aspecto muy importante durante esta fase es el formato de exportación, en cuanto a esto se menciona que M.R. 3:7 “cuando uno comprime mucho en un mp4 para poder transmitir en un teléfono. Si no tienes bien expuestos los negros, sale justo como me ves a mí (...) Entonces es que la dificultad como la como el achicar la imagen sin que se dañe, como la compresión de los codex, como conocer bastante de codex (...)”. Esto nos indica que se debe conocer muy bien qué formato de exportación es el idóneo para un producto que será exhibido en dispositivos móviles mediante redes sociales, esto para lograr la máxima calidad posible que nos permita las plataformas digitales.

Difusión

En esta última fase del proceso audiovisual se toma en cuenta varios aspectos, uno de ellos es el medio de distribución que tiene que ver con cuál será la plataforma por la cual daremos a conocer nuestro producto. En cuanto a esto se menciona que M.R 3:1 “Bueno, dependiendo las circunstancias, para qué se usa, pero. Pero siento que. Que está directamente asociada a las redes sociales”. A lo cual está de acuerdo otro experto que menciona que A.T. 5:14 “El encuadre vertical es idóneo para lo que todo lo que son contenidos digitales en redes, porque es un formato liviano, es muy accesible”. Esto afirma que el medio de distribución idóneo para un proyecto audiovisual vertical son las redes sociales, de las cuales Tik-tok e Instagram sobresalen al momento de hablar de consumo masivo de contenido.

El dispositivo de difusión es otro aspecto a tener en cuenta al momento de presentar nuestro producto terminado, teniendo en cuenta que será presentado en formato vertical los expertos mencionan que G.S 1:33 “creo que es un tema de dónde lo

consumes. La ventaja principal que yo podría decírtelo en vertical es que mucho del contenido visual que ahora consumimos lo hacemos en nuestros teléfonos. Entonces, el hecho de que se adapta a este tipo de formato hace que sea de fácil consumo”. A esto se le suma la opinión de otro experto que menciona que M.R. 3:19 “Entonces yo siento que el celular, como es un artefacto ultra moderno, con sus propias codificaciones visuales y todo siento que tiene muchísimo significado y muchísimo potencial total y narrativo, pero muy vinculado a estos nuevos medios de exhibición”. Con estos dos postulados se infiere que el dispositivo de difusión idóneo para un producto vertical es el teléfono celular, y esto guarda sentido con el anterior párrafo donde se habló del medio de distribución que serán las redes sociales de Tik.tok e Instagram que tienen a la gran mayoría de usuarios consumiendo contenido desde sus celulares.

La difusión es primordial al momento de dar a conocer nuestro producto porque será el momento clave en donde se observa si nuestro producto es atractivo para nuestro consumidor. En cuanto a esto se menciona que M.R. 3:14 “siempre va a tener que ir ligado a una estrategia de marketing”. Con esto entendemos que la difusión no solamente es exponer nuestro producto, sino que es un proceso que conlleva ciertas estrategias para que el proyecto llegue a la mayor cantidad de público. Como parte de este proceso y teniendo en cuenta el medio de distribución se debe tener presente al algoritmo de las redes sociales, en cuanto a esto se menciona que M.R 3:15 “(...) analizar estos aspectos que antes no se realizaban en el cine, como el algoritmo que busca ahora antes de hacer una película, que una serie que tenga que ver directamente con el algoritmo para que el algoritmo lo empuje y tenga mayor presencia”. Este algoritmo presente en las redes sociales hace que ciertos videos sean más vistos que otros por lo cual se lo debe tener presente al momento de realizar una difusión de un proyecto audiovisual.

Todo este proceso audiovisual enfocado al encuadre vertical permitirá tener una guía que ayude durante la creación del cortometraje de ficción en formato vertical. Además, proporciona ciertos puntos de vista que no se tenían en cuenta en el tradicional encuadre horizontal pero que ahora deberán ser puesto a prueba dentro de la verticalidad.

En cuanto a la preproducción se tuvo en cuenta las observaciones de los expertos con respecto a la dirección de fotografía basada en el encuadre vertical que es el punto clave de la investigación. Se construyó la preproducción en base a la premisa del encuadre vertical como elemento narrativo.

Seguido a esto, dentro de la producción se tiene en cuenta las recomendaciones en cuanto al rodaje de escena verticales que ofrecieron cada uno de los entrevistados para así conseguir que las tomas sean tal cual se propuso en la preproducción.

Dentro de la posproducción se establece como punto crucial a tomar en cuenta el formato de exportación ya que será fundamental escoger uno acorde al medio de distribución en el cual no se pierda calidad.

Para la difusión y distribución se tiene presente que el algoritmo de las plataformas digitales en las cuales será difundido el producto es un aspecto importante al momento de lograr llegar al público deseado.

Triangulación

En este apartado se lleva a cabo la triangulación de la información obtenida en primer lugar de las técnicas de recolección de datos como el análisis documental y la entrevistas, en segundo lugar, de las citas de los diferentes autores y por último de la postura del investigador.

Para iniciar, desarrollaremos la categoría del uso del encuadre vertical donde los expertos mencionan que; G.S. 1:18 “el tema de los formatos siempre ha tenido que ver con [...] asemejarse más a lo que nuestra mirada hace”. Esto se relaciona a lo mencionado por (Vega, 2020) “la elección del encuadre apaisado está estrechamente relacionado a la manera en la cual vemos el mundo pues se capta más información en el video horizontal que en el vertical” (p. 3). En este sentido estamos de acuerdo con que la naturaleza del encuadre horizontal es la de simular la mirada humana con lo cual un formato vertical se podría sentir más incómodo de ver que un formato horizontal.

Como parte del uso del encuadre vertical también se evidenció que los expertos entrevistados están de acuerdo con que el encuadre vertical puede funcionar como un recurso narrativo más, que ayude al valor semiótico en la historia. Uno de los

entrevistados mencionó que “si dentro de esa película hay un personaje que contesta un teléfono y se hace un FaceTime con alguien o una llamada de WhatsApp y se toma un selfie dentro de la narrativa, sirve el encuadre vertical para contar la subjetividad cotidiana.” (D.R. 3:13). Este ejemplo de cómo el encuadre vertical puede demostrar cotidianidad lo vemos también en algunos de los productos tomados en cuenta durante el análisis documental. En este sentido se observa que los expertos concuerdan entre sí al mismo tiempo que tienen congruencia con el análisis documental previamente realizado. Sin embargo, desde el punto de vista teórico los autores solamente se centran en cuantificar las dimensiones de un formato vertical; “aquel formato cuya composición y encuadre utiliza una relación de aspecto en donde el eje vertical es más largo que el horizontal” (Freitas, 2019, pág. 15). Esto sin tomar en cuenta que también mantiene un sentido narrativo.

Seguimos con el desarrollo de la categoría denominada “Proceso de producción en el encuadre vertical” en el cual evidenciamos las cuatro grandes fases en las que se divide el proceso audiovisual de un producto. A continuación, se mencionan las fases de preproducción, producción, posproducción y difusión.

En lo que respecta a la fase de preproducción Moreno (2015) menciona que “La producción es el rodaje del guion, entiéndase esto desde la puesta en escena, los actores, el vestuario, la utilería, la iluminación, el sonido, hasta la filmación de las escenas y secuencias que darán paso al producto audiovisual” (pág. 40). Esto en cuanto a un concepto general. Sumado a esto, uno de entrevistados, refiriéndose a la propuesta fotográfica, menciona que: G.S. 1:28 “Por más que uno intente componer en tercios, verticalmente, generalmente no vas a poder trabajar de la misma forma la sensación de espacio. Siempre hay ese limitante en el formato”. Esto tiene congruencia con lo mencionado por otro experto A.T. 5:3 “entendamos que la lectura, sobre todo nosotros, tengamos una lectura de izquierda a derecha y por ende de ahí también se han derivado algunas leyes audiovisuales en lo que tiene que ver a la composición”. Con esto argumentan su posición ante la composición fotográfica en el encuadre vertical que también se observa en el análisis documental en donde la composición es completamente diferente a la convencional y donde se tuvo que abandonar ciertas reglas de composición para crear una nueva narrativa.

Continuando con la fase de producción o rodaje, en este apartado se evidencia que existe una cierta discrepancia entre los entrevistados en cuanto al dispositivo de grabación que debe ser utilizado en la producción de un video en formato vertical, uno de ellos menciona que: G.S. 1:35 “No es lo mismo mover una cámara de 4 kilos, que de alguna manera te da una cierta estabilidad, que la mano temblorosa de alguien con un teléfono”. Esto argumentado un punto negativo relacionado a grabar con un teléfono inteligente, mientras que, por otro lado, A.T. 5:10 menciona: “como un beneficio es el beneficio costo, porque el primer dispositivo que nos ofrece a experimentar con el formato vertical es del teléfono”. Del mismo modo encontramos a un autor que respalda esta idea, “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” (Riofrio, 2021, pág. 97). Con estos argumentos se tiene una visión más clara en cuanto a la producción audiovisual con dispositivos móviles y cómo estos ayudan significativamente a la creación de un producto en formato vertical, sin embargo, no descarto la idea de que una cámara tradicional también puede funcionar y hasta entregar un producto de mejor calidad que la de un smartphone.

En cuanto a la tercera fase denominada postproducción, es definida como “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). En adición, esto guarda relación a lo mencionado por los entrevistados en cuanto a la colorización y su importancia en esta fase. M.R 3:6 Menciona lo siguiente: “[...] quizás la mayor dificultad desde la dirección de fotografía hacia las redes sociales o la del encuadre vertical tendría que ver con la colorimetría [...]. Cuál va a ser la parte del tratamiento para que al exportarla no se degrade mucho los colores”. En cuanto a esto, también se logra apreciar un cuidado especial en la colorización de los productos analizados durante el análisis documental ya que el mismo debe ser muy bien pulido para ser presentado en plataformas digitales móviles que vayan de acuerdo al encuadre vertical. Así mismo mi postura ante este apartado va de acuerdo a los autores y expertos, ya que se vuelve necesario un buen tratamiento del color en postproducción para que el producto logre ser visualizado de manera correcta en los diferentes dispositivos móviles que maneja la audiencia.

Con respecto a la cuarta y última fase denominada difusión evidenciamos cierta congruencia entre los autores y los entrevistados, uno de ellos menciona que: M.R. 3:1 “Bueno, dependiendo las circunstancias, para qué se usa, pero. Pero siento que. Que está directamente asociada a las redes sociales”. Del mismo modo (Riofrio, 2021) menciona: “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”. De tal manera que se denota una similitud de pensamientos en cuanto a los medios de distribución del producto audiovisual.

Resultados del Producto

En este apartado se presenta los resultados del producto en base a toda la información obtenida anteriormente. En el presente estudio se establece como producto la realización de un cortometraje de ficción. A continuación, se detalla cada una de las fases de producción del producto mencionado.

Preproducción

Ficha técnica

En primer lugar, para la preproducción de este producto se redacta su ficha técnica.

Tabla 1.

Ficha Técnica

TÍTULO	“DE LEJOS”
TIPO	CORTOMETRAJE
GÉNERO	DRAMA-ROMANCE
DURACIÓN	2-3 MINUTOS
AUTOR	KEVIN ALCÁZAR

Sinopsis

Posteriormente se realiza la sinopsis de la historia de la cual tratará el producto:

Un joven distanciado de su pareja, después de un tiempo de estar incomunicado, realiza una videollamada para saber cómo se encuentra, ella le contesta mientras se encuentra sentada dentro de una cafetería y conversan de cómo ha sido sus primeras semanas como extranjero en el exterior. El joven entusiasmado nota la indiferencia de la chica cuando de repente se despide del chico con la excusa de no poder escucharlo bien. Cuando termina la llamada un joven se acerca con un café, se sienta a su lado y la abraza.

Casting

Para este apartado se describe físicamente a los personajes y se realiza un casting para encontrar al elenco adecuado.

Tabla 2.

Casting

PERSONAJE	CARACTERÍSTICAS	ACTOR/ACTRIZ
Esteban	Hombre 25 años 1.70m de altura latino contextura delgada cabello negro ojos negros vestimenta deportiva	Kevin Alcázar
Eliana	Mujer 20 años 1.65m de altura Latina Contextura delgada Cabello café Ojos negros Vestimenta casual	Nicole Bosmediano
Carlos	Hombre 28 años 1.75m de altura Caucásico Contextura media Cabello café claro Ojos cafés Vestimenta casual	Isaac Villamarín

Equipo humano y técnico

A continuación, se muestra el equipo técnico y humano encargado de llevar a cabo el proyecto.

Tabla 3.

Equipo Humano

DIRECTOR	KEVIN ALCÁZAR
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA	DAVID ARGOTI
PRODUCTOR	KEVIN ALCÁZAR
DIRECTOR DE ARTE	DAVID ARGOTI

Tabla 4.

Equipo Técnico

CÁMARA SONY A6000 CÁMARA CANON T6i OBJETIVO SONY 18-55MM OBJETIVO SONY 50MM OBJETIVO CANON 35MM IPHONE SE 2020 ESTABILIZADOR ZHIYUN SMOOTH X MICRÓFONO BOYA LAVALIER PANEL DE LUZ REBOTADOR DE LUZ

Escaleta

Se establece la escaleta.

Tabla 5.

Escaleta

ESC.	INT/EXT	DÍA/NOCHE	DESCRIPCIÓN	ELENCO	LOCACIÓN
1	INT.	NOCHE	Esteban en su habitación hace videollamada.	Esteban	Departamento
2	EXT	DÍA	Eliana sentada en la cafetería contesta la videollamada.	Eliana	Cafetería
3	INT	DÍA	Eliana habla con esteban.	Eliana	Cafetería
4	INT	DÍA	Eliana termina la videollamada	Eliana	Cafetería
5	INT	DÍA	Carlos entrega un café a Eliana.	Eliana Carlos	Cafetería

Plan de rodaje

Se detalla el plan de rodaje a seguir en la fase de producción.

Tabla 6.

Plan de rodaje

HORA	LOCACIÓN	DESCRIPCIÓN	ELENCO
10:00	Estudio 86	Arribo del equipo y seteo de luces y cámaras	Kevin Alcázar
10:30		Inicio de rodaje	
12:00		Descanso	
12:30		Tomas de relleno.	
13:00		Almuerzo	
13:20		Retiro de luces y cámaras	
13:45		Retiro del equipo hacia siguiente locación	
14:00	Cafetería Melatte	Arribo del equipo y seteo de luces y cámara.	Nicole Bosmediano / Isaac Villamarín
14:30		Prueba de equipos.	
15:00		Inicio de rodaje.	
16:30		Fin de rodaje.	
17:00		Retiro del equipo.	

Presupuesto

Se establece el presupuesto destinado a la realización del producto.

Tabla 7.

Presupuesto

Presupuesto "De lejos..."							
		Compras		Renta		Total	Notas
		Costo unitario	Cantidad	Costo por día	N° de días		
Pre-Producción							
Scouting	Transporte	\$3.75				\$3.75	
Producción							
Equipo técnico	Cámaras					\$0.00	Propio o prestado
	Objetivos					\$0.00	
	Rebotador					\$0.00	
	Iphone SE 2020					\$0.00	
	Micrófono boya			\$8.00	1	\$8.00	
	Estabilizador			\$10.00	1	\$10.00	
	Panel de luz			\$15.00	1	\$15.00	
Equipo humano	Colaboradores					\$0.00	Colaboración sin remuneración
	Actores					\$0.00	
Utilería	Ramen	\$2.50	1			\$2.50	
	Milkshake	\$3.25	1			\$3.25	
Catering	Gaseosa 1l	\$1.25	1			\$1.25	
	Capuccino	\$2.00	3			\$6.00	
	Cerveza Club	\$1.50	2			\$3.00	
	Almuerzos	\$2.50	2			\$5.00	
Transporte	Estacionamiento	\$1.60				\$1.60	
	Uber	\$3.75				\$3.75	
Pos-Producción							
Edición	Montajista	\$50				\$50	
	Sonidista	\$50				\$50	
Difusión							
						\$0.00	No hubo gastos
TOTAL						\$163.10	

Producción

En este apartado se presenta todas las consideraciones y aspectos que se tomaron en cuenta durante el rodaje del cortometraje. A continuación, se detallan estos aspectos en cada uno de los departamentos involucrados en el presente proyecto audiovisual titulado “De lejos...”.

Dirección de arte

Dentro del departamento de dirección de arte se tomó ciertas consideraciones de composición escenográfica analizadas durante el análisis documental. Una de ellas fue tomar en cuenta que la composición estética de los elementos, dentro del encuadre, deben ser colocados de tal manera que sean correctamente visualizados de forma vertical.

De acuerdo a lo antes mencionado, se hace énfasis en que la creación escenográfica fue llevada a cabo cuidadosamente teniendo en cuenta que el formato vertical mantiene mayor cantidad de información en la parte superior e inferior del encuadre, así mismo, se tuvo en cuenta la escenografía de forma horizontal solamente en las escenas que requerían un paneo, por el motivo de que el paneo consta de un movimiento de cámara horizontal por lo cual en ese caso si se observaría en el encuadre los elementos escenográficos organizados de manera horizontal.

Dirección de fotografía

Dentro del departamento de dirección fotográfica se tuvo en consideración varios aspectos mencionados por parte de los expertos previamente entrevistados en cuanto a la composición fotográfica dentro del encuadre vertical, del mismo modo se tomó en cuenta los aspectos fotográficos analizados durante el análisis documental.

Durante el rodaje la dirección fotográfica se encargó de componer cada escena de manera que el foco de atención se centre en el medio del encuadre, esto debido a que dentro del encuadre vertical no se puede componer en tercios como normalmente se lo haría en horizontal. Por lo cual se busca que dentro de los encuadres de las escenas grabadas el foco de atención se mantenga en el centro.

Del mismo modo la dirección fotográfica tomó en consideración que, para mantener el foco en el centro del encuadre, la iluminación correspondiente al ambiente resalte menos que la iluminación del sujeto u objeto en el medio del encuadre.

Dirección escénica

Dentro del apartado de dirección escénica se tomó en consideración ciertas recomendaciones aportadas por uno de los entrevistados en cuanto al movimiento espacial de los actores durante las escenas grabadas.

Al momento de dirigir a los actores dentro de su puesta en escena se les explicó que el encuadre no permitía realizar movimientos exagerados de forma lateral ya que el actor saldría de encuadre si lo hace. Por otro lado, los movimientos de forma vertical dentro de la puesta en escena si pudieron ser mejor aprovechados dentro del formato vertical.

Del mismo modo, la puesta en escena de los actores debía estar fuertemente relacionado a la propuesta de fotografía junto a sus planos y movimientos de cámara. En el momento que se plantea un paneo como movimiento de cámara se permite al actor realizar movimientos laterales que se mantengan dentro del encuadre durante el movimiento.

Posproducción

Montaje

Durante el montaje se tuvo en cuenta ciertos aspectos resultado del análisis documental donde se evidenció que el cambio entre escenas, para este tipo de proyectos, debe ser de corte limpio, es decir, sin disoluciones ni transiciones con fundidos. Por lo cual se llevó a cabo un montaje de corte limpio con el fin de acelerar el ritmo de la narrativa ya que así lo demanda el contenido pensado para plataformas digitales como Tik-tok e Instagram.

Colorización

En este apartado se tuvo en consideración los resultados de las entrevistas donde se llegó a la conclusión que un buen manejo de la colorimetría al momento de la posproducción es indispensable para mantener una buena calidad visual dentro del dispositivo de reproducción. En este caso se emplearon tres capas de colorización, una individual para corregir e igualar la luz en cada escena, otra que resalte colores propios de cada secuencia y por último una global para armonice la luz y regule los colores para que ofrezca un aspecto de videollamada en la totalidad del producto.

Sonorización

Durante el proceso de post producción la sonorización fue un aspecto esencial para la integridad del producto donde se tuvo en cuenta referencias tomadas de los productos examinados durante el análisis documental, así como referencias que el propio autor a evaluado de manera empírica. Se realizó una limpieza y masterización de los diálogos de cada personaje y posteriormente se los acopló al video. También se colocaron efectos de sonido relacionados a la narrativa para lograr una inmersión auditiva por parte del espectador y por último se añadió un tema musical instrumental que acompañe a la historia y refuerce el sentido dramático.

Difusión

Para este apartado se elaboró un plan de difusión que consta de siete días en donde el cortometraje será publicado en las redes sociales Instagram y Tik-tok y además será promovido por diferentes cuentas públicas con gran cantidad de seguidores para lograr un mayor alcance de público. En adición a esto, el plan de difusión contempla un alcance de manera orgánica obtenida a través de los hashtags que relacionan el producto con su público objetivo. Pasado los siete días el producto se mantendrá publicado en las mencionadas redes sociales de manera pública.

CAPÍTULO V

HALLAZGOS Y REFLEXIONES

En este capítulo se mencionan los hallazgos y reflexiones obtenidas a lo largo del desarrollo del presente trabajo de investigación que tiene como propósito principal realizar un cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo, en el cual se implementaron dos técnicas de recolección de datos que son: las entrevistas y el análisis documental. Así mismo se desarrolló el producto audiovisual teniendo en cuenta todos los datos recolectados. De lo antes mencionado surgen los siguientes.

Hallazgos

Luego del análisis e interpretación de los resultados obtenidos a través de las diversas técnicas de recolección de datos y en función a cada uno de los propósitos planteados se desarrollan los hallazgos emergentes.

En lo que respecta a la comprensión del uso del encuadre vertical como recurso narrativo se postula que es posible y factible su implementación siempre y cuando se tenga claro el producto final que se quiera obtener. Se encontró, de las entrevistas a los expertos, una fuerte inclinación a la factibilidad de realizar productos audiovisuales en formato vertical los cuales sean destinados a plataformas digitales donde el dispositivo de reproducción sea mayormente el teléfono celular. De igual manera dentro del análisis documental se pudo concluir satisfactoriamente que la creación de cortometrajes en formato vertical es posible con ciertas limitantes que obligan a sus creadores a buscar nuevas y creativas formas de contar sus historias. De igual manera se logró interpretar que el uso del encuadre vertical efectivamente puede funcionar como recurso narrativo dentro de un producto audiovisual destinado a difundirse digitalmente en dispositivos móviles.

En concordancia con el proceso de preproducción del cortometraje de ficción en formato vertical, se puede destacar que se debe tener en cuenta tres aspectos fundamentales. El primero de ellos es tener claro la plataforma de difusión donde se publicará el producto, en este caso fue Instagram Reels y Tik-tok, junto con esto, el segundo punto importante es comprender la duración que debería tener un producto

que se vaya a publicar en dichas plataformas y, en tercer lugar, se debe evaluar qué tipo de contenido es el que puede funcionar en las mencionadas redes sociales. Con todo este conjunto de consideraciones se puede poner en marcha la preproducción del proyecto y consigo la creación del guion, el cual debe adaptarse a las 3 recomendaciones antes mencionadas. Durante este proceso de redacción se descubrió que un cortometraje vertical destinado a redes sociales tiene cierta dificultad en cuanto a la construcción narrativa de la historia y el ritmo de la misma. Este guion se desarrolló siguiendo la estructura aristotélica de una historia teniendo en cuenta que la duración debe ser mínima propia de un cortometraje. Una vez realizado el guion se logró establecer un plan de rodaje y finalmente tener claro un presupuesto inicial para todo el proyecto. Para estos dos últimos se halló que no es necesario muchos días de rodaje ni un presupuesto elevado debido a la naturaleza del guion elaborado.

Por su parte, en la fase de producción o rodaje del cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo se encontró que la naturaleza del encuadre vertical permite que la dirección de fotografía y de arte tengan un trabajo menos demandante que una producción convencional, esto debido a la menor cantidad de información que se maneja en un encuadre vertical a comparación de uno horizontal, Por otro lado, una limitante de este encuadre se encontró al momento de la puesta en escena, donde los actores debían controlar sus movimientos para no salir de cuadro. Por todo lo antes mencionado considero que la producción de un cortometraje con dichas características llega a ser más fácil que la de uno horizontal hasta cierto punto.

En cuanto a la posproducción del producto se debe resaltar que exige tiempo y dedicación para lograr obtener un producto de calidad. Ciertos aspectos que no llegaron a ser evaluados durante la producción se deben corregir durante esta fase. Se halló que el ritmo narrativo que tenía la historia no iba a ser coherente con el ritmo de las historias que maneja las redes sociales en las que se publicará el producto, por ende, se utilizó técnicas de montaje que permitan mantener un dinamismo en la historia para que el espectador no pierda el interés en la misma. También se halló que la sonorización debe ser tratada al detalle ya que marca una diferencia enorme dentro de cualquier producto audiovisual.

En lo que respecta a la fase de difusión se encontró que el mayor porcentaje de tráfico generado durante los primeros siete días de promoción provenía de las cuentas que fueron seleccionadas para difundir el cortometraje, sin embargo, existe una cantidad considerable de tráfico generado por medio del algoritmo de las propias redes sociales que recomiendan el producto al público objetivo mediante los hashtags colocados en su descripción. En adición se menciona que en el caso de Instagram Reels el video tuvo que ser dividido en tres partes por el hecho de que esta red social solamente permite videos de hasta sesenta segundos. Cabe mencionar que se consideró la posibilidad de publicar el cortometraje en IGTV, sin embargo, su popularidad ha ido disminuyendo desde la aparición de Reels en Instagram y es la misma red social que ha dejado de recomendar a sus usuarios los videos subidos a Instagram TV (IGTV).

Reflexiones

Una vez culminado todo el este proceso de investigación y producción se logra concretar en mi pensamiento una serie de reflexiones resultado de todo lo vivido durante mi último año como estudiante universitario. Lo que a continuación se presenta son palabras que nacen de mi razonamiento crítico hacia la universidad y la sociedad.

Luego de cuatro años de estudio universitario puedo afirmar que la universidad no te ofrece todo el conocimiento que necesitas para enfrentar al mundo laboral y sus desafíos. Decenas de conocimientos que fueron aplicados durante este proceso de investigación y sobre todo en el proceso de producción fueron adquiridos por mi mediante la autoeducación y la experiencia, con esto no quiero decir que la educación universitaria no sea necesaria, al contrario, es cien por ciento necesaria, pero lo que intento plasmar es la idea de que muchos de los realizadores audiovisuales que actualmente se estén preparando en alguna universidad deben sumar a sus conocimientos teóricos, los conocimientos empíricos y sobre todo, no quedarse en lo mínimo aprendido, si no, buscar que hay más allá de cada nuevo conocimiento, seguramente en internet podrás encontrar muchas más formas de aplicar aquel aprendizaje que te dejo un docente. En otras palabras, lo importante no es el conocimiento que tengas sino, qué haces con ese conocimiento, siempre debemos llevarlo a la práctica.

En nuestra sociedad, cada día que pasa vemos como la juventud es la que gobierna la globalización y junto a ella todo medio de comunicación. El mercado más rentable para un realizador audiovisual siempre será la juventud; los niños y adolescentes, por ello, considero que toda carrera universitaria que tenga relación a los medios de comunicación debe tener en cuenta qué es lo que quieren los jóvenes, qué miran, qué escuchan, qué hacen. Una vez comprendidas estas preguntas estaremos bien encaminados a crear contenido de calidad y rentable. Para crear una industria audiovisual respetable en nuestro país Ecuador, debemos empezar a entender qué es lo que quiere nuestra audiencia y por cuáles medios lo están consumiendo.

La producción audiovisual ha ido evolucionando a pasos agigantados en las últimas décadas debido al internet y su fácil acceso a casi todo público, esto también ha promovido la rápida globalización en cada rincón de la Tierra, pero, aún al final de esta investigación, me pregunto por qué en Latinoamérica y más específicamente en Ecuador, no se ha explotado las virtudes audiovisuales del formato vertical. Por ello quiero dejar como reflexión hacia toda la comunidad audiovisual que se sigan buscando medios para impulsar la creación de contenido para dispositivos móviles en este formato, porque, ciertamente, es el presente y el futuro del mundo audiovisual.

Por último a los futuros investigadores me gustaría motivarlos a crear hipótesis nuevas, innovadoras, que vayan más allá de lo que ya existe, para de esta manera nutrir de más conocimiento y nuevos aprendizajes a nuestra rama de investigación y posteriormente desarrollar nuevos productos y/o servicios que beneficien a nuestra sociedad y nos mantenernos en el camino del progreso hasta alcanzar un desarrollo capaz de mejorar la calidad de vida de cada uno de los habitantes de nuestras ciudades y nuestro país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araujo, A. (2018). *El videoclip y los nuevos formatos*. Sevilla.
- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación* (Sexta ed.). Caracas: Episteme.
- Cabrera, F. (2005). Categorización y triangulación como procesos de validación del conocimiento en investigación cualitativa. *THEORIA*, 14(1), 61-71.
- Castillo, B. E., Gómez, R. J., Taborda, Q. L., & Mejía, M. A. (2021). *¿Cómo Investigar en la UNIB.E?* Quito: Qualitas.
- Claro México. (28 de Enero de 2020). *Tik Tok, ¿qué es y cómo funciona la aplicación de la que todos hablan?* Recuperado el 28 de Junio de 2021, de Marca: <https://www.marca.com/claro-mx/trending/2020/01/28/5e30b61dca47414a408b4620.html>
- Clauso García, A. (1993). Análisis documental: el análisis formal. *Revista General de Información y Documentación*, 3(1), 11-19.
- Cleger, O., & De Amo, J. M. (2014). *La educación literaria y la e-literatura desde la minificción. Enfoques hipertextuales para el aula*. Barcelona: Consell Editorial.
- Costa, C. (2013). Prensa en el Smartphone, modelo aplicado en los diarios españoles y necesidades de desarrollo. *Revista ICONO14 Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 11(2), 7-30.
- Crespo, T. (2021). *EL ENCUADRE EN LA COMPOSICIÓN FOTOGRÁFICA*. Obtenido de Tania Crespo Fotografía: <https://taniacrespo.com/el-encuadre-en-la-composicion-fotografica/>
- Daniel, G., Simón, P., & Iñaki, L. (2016). La transición digital de los diarios europeos: nuevos productos y nuevas audiencias. *Revista Comunicar*, 1(46), 27-36.
- Dulzaides, M., & Molina, A. M. (2004). Análisis documental y de información: dos componentes de un mismo proceso. *Scielo*, 12(2).
- Eco, U. (1993). *seis paseos por los bosques narrativos*. Lumen.

- Escobar, & Cuervo. (2008). *Validez de contenido y juicio de expertos: una aproximación a su utilización*. Colombia.
- Freitas, P. (2019). *La irrupción del video vertical*. Alicante: Universidad Oberta de Catalunya.
- Gomes, F. (17 de Mayo de 2019). *Medios digitales: descubre qué son y cómo gestionarlos para generar resultados en una estrategia de mercadotecnia*. Recuperado el 06 de Junio de 2021, de Rockcontent: <https://rockcontent.com/es/blog/medios-digitales/>
- Gómez, M. (2021). *Introducción a la narrativa*. Obtenido de Ensayistas: <https://www.ensayistas.org/curso3030/genero/narrativa/>
- Herchi, P. (2014). *El papel de la dirección de fotografía en las secuencias de efectos especiales*. Gandia.
- Hernández, S. R., & Mendoza, P. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. México: McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES.
- Instituto Nacional de Estadística y Censo. (2015). *En Ecuador se quintuplicaron los usuarios de teléfonos inteligentes*. Obtenido de Ministerio de Telecomunicaciones: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/en-ecuador-se-quintuplicaron-los-usuarios-de-telefonos-inteligentes/>
- Lasierra, I., & Bonaut, J. (2016). Estrategias narrativas y estéticas en el paso del cortometraje al argometraje: análisis del caso de Paula Ortiz. *Miguel Hernández Communication Journal*(7), 419-441.
- Lorán, M. (2017). El uso del cortometraje como estrategia de branded. *Miguel Hernández Communication Journal*(8), 153-177.
- Martinez, M. (1991). *La investigación cualitativa etnográfica en educación: Manual teórico-práctico*. Trillas.
- Moreno, F. (2015). *Cortometraje de ficción sobre las consecuencias del uso de la marihuana*. Quito: UDLA.
- Moreno, F. (2015). *Cortometraje de ficción sobre las consecuencias del uso de la marihuana*. Quito: UDLA.

- Ortiz. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Osorio, F. (2017). El uso de teléfonos móviles como herramientas de apoyo a la investigación social. *Revista Latinoamericana de Metodología de la Investigación Social*, 1(13), 23-32.
- RAE. (2014). *Real Academia de la Lengua Española*. Obtenido de <https://www.rae.es/>
- Ramos, J. (2015). *Instagram para empresas*. Xinxii.
- Ricoy, L. (2006). Contribución sobre los paradigmas de investigación. *Revista do Centro de Educação*, 31(1), 11-22.
- Riofrio, D. (2021). *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*. Quito: Universidad Iberoamericana del Ecuador.
- Roca, J. (2021). *¿Qué es un smartphone?* Recuperado el 06 de Junio de 2021, de Informe TIC Fácil: <https://www.informeticplus.com/que-es-un-smartphone>
- Salgado, C. M. (2016). *Los millenials su forma de vida y el streaming*. México .
- Siri, L. (2015). El rol de Netflix en el ecosistema de medios y telecomunicaciones: ¿El fin de la televisión y el cine? *Hipertextos*, 3(5), 43-109.
- Strauss, A., & Corbin, J. (2002). *Bases de la investigación cualitativa. Técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada*. Colombia: Editorial Universidad de Antioquia.
- Valles, M. (1999). *Técnicas cualitativas de investigación social, reflexión metodológica y práctica profesional*. España: Editorial Síntesis, S.A.
- Vega, E. (2020). *La narrativa de un cortometraje a través del encuadre vertical*. Quito.
- Vidrio, M., Macía, A., & Varela, A. (1998). *Diccionario de video*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

ANEXOS

GUIÓN DE ENTREVISTA DEFINITIVO

Objetivo del Instrumento: Conocer el uso del encuadre vertical como recurso narrativo desde la experiencia de los principales actores sociales.

Instrucciones: La presente es un conversatorio para recabar información en base a su experiencia. La finalidad de la misma es netamente académica.

Ejemplo de instrumento

#	PREGUNTAS
1	Narre y comente ¿Cuál es su percepción y experiencia con respecto al encuadre vertical en la producción audiovisual?
2	¿Cómo puede contribuir la implementación del encuadre vertical como recurso narrativo en los productos audiovisuales?
3	¿Qué tipo de productos audiovisuales considera que funcionarían de mejor manera en formato vertical -Videoclip -Reportaje -Cortometraje -Series -Documentales-Spots y por qué?
4	¿Qué beneficios considera usted que tiene la creación de contenido en encuadre vertical en cuanto al proceso audiovisual?
5	¿Qué dificultades observa en la creación de contenido en encuadre vertical?
6	¿Cree usted que el futuro de la realización audiovisual esté en los dispositivos móviles? ¿Por qué?
7	¿Qué función cumple el encuadre vertical en plataformas digitales?
8	Hablando de los cortometrajes. ¿Considera que se deba implementar en el futuro grabar en los dos encuadres (vertical y horizontal) esto en función de la gran acogida en medios digitales?
9	¿Qué expectativa le generaría ver un cortometraje filmado para dispositivos móviles en su dispositivo móvil pensado en encuadre vertical?

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO N°1

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

_____correcta_____

cualitativa:

Observaciones: _____

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			
9	X		X			X	X		X			

Apreciación

cualitativa:

_____ adecuada _____

Observaciones:

Validado por: ___ Alicia Elizundia Ramírez _____

Profesión: _____ docente _____

Cargo que desempeña: _Decana de la Facultad CyT_____

Firma: _____  _____

Fecha: _18-10-2021_____

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO N° 2

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:

Observaciones: _____

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			Redactar en plural “audiovisuales” Revisar la ubicación del cierre de las comillas
4	x		x			x		x	x			Colocar la palabra “que”
5	x		x			x	x		x			
6	x		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	
7	x		x			x	x		x			
8	x		x			x	x		x			
9	x		x			x	x		x			

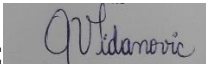
Apreciación cualitativa: _____

Observaciones:

Validado por: Andrea Vidanovic Geremich

Profesión: Mg. Investigación Educativa

Cargo que desempeña: Docente

Firma: 

Fecha: 18/10/2021

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTO N°3

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR



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:

Observaciones: La pregunta 6 establece una nueva variante al mencionar "dispositivos móviles", término que no está inscrito en el título ni en los objetivos.

Pregunta 7 las plataformas digitales son amplias y no forzosamente admiten un solo formato audiovisual.



Matriz: 9 de Octubre N25-12 y Av. Colón • Telfs: 22 30 401 / 402
Edificio Administrativo: 9 de Octubre 1178 y Santa María • Telfs: 29 03 573 / 572 / 571
www.unibe.edu.ec



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			
9	X		X			X	X		X			





Apreciación cualitativa: Tema con pertinencia social con influencia al desarrollo de nuevas propuestas audiovisuales

Observaciones:

Validado por: Mgst. Angel Terán

Profesión: Antropólogo Visual

Cargo que desempeña: Docente, carrera Producción para Medios de Comunicación.

Firma: _____

Fecha: 09 Noviembre 2021.



GUION LITERARIO DEL CORTOMETRAJE

Escena 1. INT/NOCHE/HABITACIÓN

Liam se sienta frente a su escritorio con una sopa instantánea que acabó de preparar. Con un tenedor revuelve su sopa y agarra un gran bocado de fideos. Mientras lo come agarra su celular y lo pone en una base frente suyo.

Liam empieza una videollamada mientras continúa comiendo.

Se levanta por un vaso de gaseosa y en eso contestan.

Escena 2. INT/DÍA/CAFETERÍA

Isa caminando en la cafetería contesta la videollamada de Liam.

ISA

Hola... ¿Liam?

Liam se regresa apresurado a la silla para responder.

Liam

Hola amor... Digo, Isa. Sé que quedamos en ya no decirnos así,
pero...

ISA

¿Cómo has estado? He esperado tu llamada casi 1 mes

LIAM

No ha sido tan fácil contratar internet aquí. Tuve que hacer muchos trámites desde que llegué y por fin coincidieron mis horarios para llamarte mientras es de día allá.

ISA

¿Y qué tal la vida allá? ¿Hay chicas bonitas?

LIAM

La verdad que sí, si hay chicas muy bonitas... Pero ninguna como tú.

ISA (sonríe)

Por un tiempo pensé que después de lo que hablamos antes de irte no volveríamos a hablar hasta que regresaras.

LIAM

Igual yo. Pero en cada tiempo libre que tengo siempre me acuerdo de ti.

Como te dije esa vez, no quiero que frenes tu vida esperando por mi, quiero sigas adelante y... cuando regrese podremos volver a intentarlo.

ISA (a punto de llorar)

Ok.

LIAM

Ok.

¿Y dónde estás? ¿Es la cafería RAW?

Isa asienta con la cabeza.

LIAM

Nos encantaba ir a ese lugar. Es muy... romántico...

¿Isa... estás sola?

ISA

¿Aló? No te escucho bien.

[Cambio a plano abierto]

Isa cuelga la videollamada.

Isa envía un mensaje a Liam.

Cuando Isa envía el mensaje se acerca a ella Eliot con un café.
Entrega el café a Isa.

Eliot

No sabía que sabor querías así que te traje el normal. ¿Está
bien?

Isa asienta con la cabeza y sonríe mientras agarra el café.

Eliot peina a Isa.

Escena 3. INT/NOCHE/HABITACIÓN

*Mensaje: ISA-Parece que la conexión estaba fallando. Te escribo
cuando regrese a casa. Bye.*

Liam lee el mensaje y decepcionado sigue comiendo su sopa
instantánea.

CONTRATOS DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN



UNIB.E

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

Quito, 22 de enero de 2022

Yo Grace Bosmediano con C.I. 1718340670 autorizo a Kevin Alcázar Arévalo con C.I. 1418365305 para que las imágenes grabadas de mi persona sean utilizadas para los fines y dentro de los propósitos establecidos en el proyecto "Cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo".

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para la realización del cortometraje, el cual será difundido en redes sociales.

Nicole Bosmediano
Grace Bosmediano

Kevin Alcázar
(Productor)



UNIB.E

CONTRATO DE CESIÓN DE DERECHOS DE IMAGEN

Quito, 22 de enero de 2022

Yo Isaac Villamarín con C.I. 1750809731 autorizo a Kevin Alcázar Arévalo con C.I. 1718365305 para que las imágenes grabadas de mi persona sean utilizadas para los fines y dentro de los propósitos establecidos en el proyecto "Cortometraje de ficción basado en el encuadre vertical como recurso narrativo".

La autorización que aquí se concede sobre este material, es exclusiva para la realización del cortometraje, el cual será difundido en redes sociales.

Isaac Villamarín

Kevin Alcázar

(Productor)