



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

ELABORACIÓN DE UN MANUAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL
INDICANDO EL CORRECTO MANEJO TÉCNICO EN AUDIO Y VÍDEO
PARA TV ORO MACHALA

VALDIVIEZO AGUILAR PAULO CESAR
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2018



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Elaboración de un manual de producción audiovisual indicando el correcto manejo técnico en audio y vídeo para TV ORO MACHALA

**VALDIVIEZO AGUILAR PAULO CESAR
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**MACHALA
2018**



UTMACH

UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O
INTERVENCIÓN

Elaboración de un manual de producción audiovisual indicando el correcto manejo
técnico en audio y vídeo para TV ORO MACHALA

VALDIVIEZO AGUILAR PAULO CESAR
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

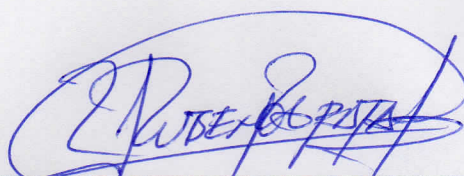
ZAPATA CHACON RUBEN PATRICIO

MACHALA, 27 DE FEBRERO DE 2018

MACHALA
2018

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado Elaboración de un manual de producción audiovisual indicando el correcto manejo técnico en audio y vídeo para TV ORO MACHALA, hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



ZAPATA CHACON RUBEN PATRICIO
1711377067
TUTOR - ESPECIALISTA 1



PACHECO ZERDA PATRICIA ALEXANDRA
0105413298
ESPECIALISTA 2



TENEMAYA PEREIRA LUIS ENRIQUE
0702717182
ESPECIALISTA 3

Machala, 27 de febrero de 2018

Urkund Analysis Result

Analysed Document: VALDIVIEZO AGUILAR PAULO CESAR_PT-011017 (2).docx
(D35682518)
Submitted: 2/16/2018 4:35:00 PM
Submitted By: pvaldiviezo_est@utmachala.edu.ec
Significance: 7 %

Sources included in the report:

<http://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Ecuador/ecuador08.html>
<http://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec084es.pdf>

Instances where selected sources appear:

8

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

El que suscribe, VALDIVIEZO AGUILAR PAULO CESAR, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado Elaboración de un manual de producción audiovisual indicando el correcto manejo técnico en audio y vídeo para TV ORO MACHALA, otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.


El autor declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

El autor como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 27 de febrero de 2018


VALDIVIEZO AGUILAR PAULO CESAR
0704619055

DEDICATORIA & AGRADECIMIENTO

El presente trabajo de titulación está inspirado por todas aquellas personas fundamentales en mi vida personal, académica y profesional. Ellos que de una u otra manera han estado siempre apoyándome en lo que hoy se materializa como una meta más.

A mi familia que con su apoyo e instrucción me han brindado la pauta para mejorar en este largo camino llamado vida, mis amigos y compañeros de esta segunda casa en la que me he instruido, los que iniciaron conmigo, los que se sumaron en cada etapa, los que en algún momento prometimos concluir y concretar grandes metas. A mi prometida, quien es socia, compañera y futura colega en esta noble profesión, con quien antes de ejecutar la defensa de este grado, hemos fundado una “marca” con la cual conseguiremos muchos más éxitos, a los cuales les sumamos este trabajo, pues aunque lleve mi nombre, está respaldado por su confianza y entrega a nuestras metas.

Resumen

Las producciones audiovisuales son sin duda alguna parte primordial de todo el mundo digital, en el contexto periodístico de TV, es la manera más fiable de demostrar que los hechos si se han suscitado. Qué ocurre, cuando los mismos hechos son fuertes, y atentan contra la integridad de otras personas, o inclusive a aumentar los índices de violencia de género. En el presente proyecto se estudia el caso puntual de TV ORO Machala, su competencia directa, su manejo de productos audiovisuales para las notas periodísticas, la inclusión de las mujeres dentro de su staff, evidenciando un verdadero ejemplo para toda la ciudad y provincia.

Abstract

The A/V productions are without excuse main part of all digital world, in the TV journal context, it's the most trustworthy way of show that the facts had happened, but what happen, when the same facts are so strongest, and attack the integrity of the another people, or even grown up the the genre violence table, On this work, it study the punctual case of TV ORO Machala, his directly competence, his handing A/V products for the journalist notes, the inclusion of the women on his staff, it show us a true example for all city and state.

ÍNDICE

Introducción	5
CAPÍTULO I	8
Fundamentación Teórica	8
1.1.1 Comunicación	8
1.1.2 Estereotipo	8
1.1.3 Medios de Comunicación:	9
1.1.4 Patrones o Tendencias Culturales	10
1.1.5 Violencia de Género	11
1.1.6 Periodismo Digital y CiberMedios	12
1.1.7 Lenguaje Audiovisual	14
1.2 Fundamentación Legal:	15
1.2.1 Constitución de la República del Ecuador y Ley Orgánica de Educación Superior	15
1.2.2 Código Orgánico Integral Penal.	16
1.2.3 Ley Orgánica de Comunicación	17
1.2.4 Plan Nacional Toda Una Vida 2017 - 2021	18
CAPÍTULO II	20
2. Diagnóstico	20
2.1. Estrategia de Aplicación.	20
2.2 Descripción del ciclo diagnóstico:	20
2.3 Metodología	20
2.5 Entrevistas	22
CAPÍTULO III	24
3. Plan de Acción	24
3.1 ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA INICIAL.	24
3.2. SITUACIÓN ACTUAL	24
3.3 OBJETIVOS DEL MANUAL DE PRODUCCIÓN	24
3.4 CARACTERÍSTICAS DEL MANUAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	25
3.5 MANUAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL TÉCNICO Y PERIODÍSTICO.	25
3.5.1 Introducción	26
3.5.2 El Lenguaje Audiovisual	26
3.5.3 Estructura: Secuencia, Escena y Toma	27
3.5.4 Planos y Manejo de Cámara	28
3.5.6 ESCALA DE PLANOS	28
3.5.7 Manejo de los planos en noticias para salvaguardar la integridad a grupos vulnerables.	29
3.5.8 POST PRODUCCIÓN	31
3.5.9 CONTRIBUCIONES FINALES	32

CAPÍTULO IV	33
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	33
4.1 CONCLUSIONES	34
4.2 RECOMENDACIONES	34
REFERENCIAS	35
ANEXOS	39
ANEXO 2. FOTOGRAFÍAS DE ENTREVISTAS APLICADAS.	39
ANEXO 3. OFICIO ENTREGADO AL CANAL TV ORO - ORO BLAS DEL MANUAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL ENTREGADO.	40

Tema: Propuesta de Manual de Producción Audiovisual para el correcto manejo en audio y video para TV ORO Machala.

Introducción

La comunicación es sin duda un pilar fundamental para el desarrollo de la sociedad, nacida con la adaptación de la imprenta que fue mejorada por Gutemberg, hoy conocida como la prensa, posteriormente el desarrollo tecnológico produjo algunos inventos y el telégrafo junto a la radio, cambiaron los procesos sociales de comunicación y mucho más con el internet.

En ese sentido se podría decir que ***(...) la presencia mediática en la vida actual, a través no sólo de los medios tradicionales sino de los más novedosos apoyados por las tecnologías de la información y la comunicación, hacen de la presencia mediática una parte más que cotidiana de nuestras vidas. (Zurbano, Liberia, Campos, P.838, 2014).***

Con estos antecedentes, la comunicación se ha convertido en parte indispensable del cotidiano vivir, conforme evolucionan las maneras de transmitir los contenidos, más complicado se convierte el trabajo de sistematizar, verificar, contrastar y replicar nuevos contenidos.

Al verificar algunos productos comunicacionales, se puede puntualizar que los productos audiovisuales, son los más visualizados y compartidos, entendida esta lógica, sería pertinente tener parámetros para un mejor desarrollo de estos productos y más beneficioso si se trata de temas sociales.

Los mensajes transmitidos por los medios de comunicación constituyen un elemento fundamental, junto con las vivencias personales y la comunicación interpersonal, en la organización de la imagen de cada persona, influyendo incluso en la construcción de la propia personalidad y en la asunción del rol a desempeñar en diferentes órdenes de la vida. (García, Aguaded, Rodríguez, p. 579, 2015)

Tal es la incidencia de los medios de comunicación, que se vuelve fundamental desarrollar un manual para el desarrollo de los mismos para contar esas vivencias, historias y demás situaciones que suceden en nuestra sociedad.

Un 29% de los profesionales del área de planificación de medios considera que se debería eliminar el artículo 98, relacionado con la producción nacional; un 21%, el artículo 68, que trata sobre la duración y la frecuencia de los espacios publicitarios; y un 21%, el artículo 6, referido a la categorización de medios nacionales.(Calderón, 2016, p.268).

En otras palabras, si los medios transmiten todas estas historias, quiere decir que se transmiten cotidianidades, que reflejan realidad y que se transforman en patrones culturales, que definitivamente reflejan realidades que deben ser contadas.

Las series de televisión, las revistas, las películas, incluso los contenidos de las noticias, reproducen aquello que la sociedad espera de mujeres y varones, determinadas formas de comportamiento asignadas en función del sexo. (María Blanco, p. 127, Comunicación y Medios n. 30 – 2014).

La autora menciona cómo los medios de comunicación inciden en el comportamiento de las personas, en base a su género, cuestión implantada en un modelo tradicional de educación, que determina el comportamiento de hombres y mujeres.

Actualmente uno de los ejercicios televisivos que se producen en el Ecuador son determinados realitys shows como Calle 13, BLN y Combate, que son importados como franquicias dichos patrones transmitidos en estos programas reafirman conductas en el público televidente.

“aproximadamente de 13 a 23 años, imitando frases, comportamiento o hasta supuestos modos de vida de famosos”.(Blanco, 2014, p.30)

Los estereotipos tradicionales siguen existiendo en las relaciones sociales. Advertimos un resurgimiento de valores sexistas en la sociedad, disfrazados por discursos como la elección o el amor. (Blanco, 2014, p. 127).

En este sentido, la autora menciona, el tan llamado “estereotipo de relaciones sociales”, explicando que la mayoría de contenidos presentados son dominados por el sexismo del sentido machista, donde el género mayormente vulnerado es el femenino.

Sea como técnica publicitaria, o enganche de un público ampliamente asociado a los beneficios de dichos medios, el papel y rol de las mujeres para el contexto social de la comunicación, ha sido y sigue siendo una manera cuasi infalible para el desarrollo mediático.

Cierto es que los índices en la actualidad acerca del acoso al sexo femenino se han reducido notoriamente en los últimos años, pero no quita que no se esté dando ¿es propio de una cultura? ¿Formamos a la juventud así? ¿Tiene que ver el contexto latino en este comportamiento?

Ante la situación ya planteada, se propone la creación de un manual de producción audiovisual que incida directamente en la construcción de los productos comunicacionales, que favorezcan a un tratamiento adecuado sobre la imagen de la mujer en estereotipos.

CAPÍTULO I

1. Fundamentación Teórica

1.1.1 Comunicación

Comunicar bien nos ayuda a conocernos mejor entre nosotros a estar más unidos. Los muros que nos dividen solamente se pueden superar si estamos dispuestos a escuchar y a aprender los unos de los otros. Necesitamos resolver las diferencias mediante formas de diálogo que nos permitan crecer en la comprensión y el respeto. (Pedreira, 2014, p.1)

Si la comunicación ayuda a mejorar las relaciones entre los integrantes de la sociedad, esta debe ser ejecutada de una manera profesional, de tal forma que los contenidos ayuden a desarrollar escenarios para una mejor convivencia.

“La noción de comunicación, centrada primero en la cuestión de las redes físicas, y proyectada en el corazón mismo, de la ideología del progreso, ha abarcado a final de siglo la gestión de multitudes humanas.” (Mattlelart, 2013, p-12)

La comunicación es sin duda el pilar fundamental que maneja y gestiona a la humanidad, antes de hablar de redes sociales, primero se manejaba como expresa el autor, “ las redes físicas” pues la conexión final es esa, la transmisión de esa idea de una a otra persona.

1.1.2 Estereotipo

Históricamente los estereotipos han sido conceptualizados de acuerdo con tres dimensiones: emotiva, cognitiva y social. Las diferencias en dicha conceptualización, desde enfoques que conciben los estereotipos de forma patológica hasta corrientes que los consideran como esquemas propios del proceso normal de percepción, han desembocado en varias controversias que afectan al mismo concepto de estereotipo. (Cano & Ros, 2014, p44).

Se define al estereotipo como la percepción exagerada que se tiene de una persona o grupo de personas, en relación a una determinada forma de actuar y pensar de los mismos, o en muchos de los casos se transforman en detonantes de actitudes negativas.

“La imagen de los individuos con limitaciones físicas es una construcción social muy estereotipada: son vistos como personas débiles, muy dependientes e incluso dignas de lástima.” (Damas, 2015, p.274).

El estereotipo nace cuando existen diferencias, principalmente físicas, esto conlleva a que las personas determinen de manera conclusiva opiniones y características, que diferencian a unos y otros, clasificando a cada individuo, permitiendo lograr desde la empatía hasta el rechazo.

1.1.3 Medios de Comunicación:

Los medios de comunicación representan en la actualidad una característica propia de la sociedad moderna. No es sorpresa que dentro del proceso que la globalización trae consigo lo cultural no salga bien librado, al contrario, se vuelve un campo estratégico que permite de una manera sui géneris insertar elementos ajenos en los sujetos con el fin de formar parte de aquel campo que le es común a éste y a los otros, es decir el campo de la cultura y sus respectivas prácticas. (Olmedo, 2016, p.1032)

Si bien es cierto los medios de comunicación son una característica representativa y muy propia de la sociedad de hoy, estando presentes hasta en la más humilde de las poblaciones, ya que como menciona el autor, estos conforman un campo estratégico de ampliación y proliferación de ideas, mensajes, publicidad y propaganda.

La aparición de los medios audiovisuales trastocó las bases tipologizadoras clásicas. De repente, el soporte se convirtió en el factor diferenciador supremo, más importante incluso que el de la periodicidad. (Salaverría, 2017, p.21)

En la actualidad la interacción con los medios de comunicación masivos o digitales, forma parte del quehacer cotidiano, utilizando los sentidos, siempre observamos, oímos, leemos e interpretamos, además de que estamos en contacto con múltiples plataformas de información, es imperativo tener en cuenta que no hay una concepción que encierre todo el actuar de los mismos. Conforme al lugar de discusión, e independientemente de dónde actúen, los medios de comunicación adquieren nuevos objetivos y tareas por cumplir, privilegios y usos diferentes, dependiendo de su público.

“Sería injusto atribuir a los medios de comunicación toda la responsabilidad sobre las actitudes y comportamientos de la ciudadanía...” (Suárez, 2013, p.79)

Es verdad que los medios de comunicación son los gestores de contenidos, que en muchos casos pueden o no inculcar diversos comportamientos a las personas como tal, imitar una acción, provocar una reacción entre otro; ellos transmiten el contenido, la otra parte de la responsabilidad la asume la audiencia o público meta, quien debe analizar los mismos, separando la ficción de la realidad.

1.1.4 Patrones o Tendencias Culturales

La diversidad multicultural se erige desde hace unas tres décadas como un valor primordial para el país, valor que de hecho es nombrado oficialmente como riqueza de la nación. (Sarrazín, 2015, p. 168).

Los patrones culturales no son otra cosa que los comportamientos de la gente dentro de un contexto social, es decir que un una tendencia cultural puede llegar a ser una normativa, como por ejemplo, a qué hora es la entrada a determinado lugar, la tolerancia a determinados actos, etc...,

Puede que todos esos datos logren cambiar conforme la contextualización y localidad que lo indique y dónde se encuentre. En múltiples lugares, se crean regularmente patrones culturales que miden el comportamiento y estabilidad de dicha sociedad.

Se ha observado que algunas de las características utilizadas comúnmente para describir a las mujeres que no suelen aparecer en la literatura, se asignan diferencialmente a este grupo (ej., habladoras, calculadoras, nerviosas, trabajadoras, ingenuas o solidarias), lo que aporta un mayor conocimiento sobre los estereotipos de género actuales. (Castillo, Montes-Berges, 2014).

Analizando la naturaleza existente entre los valores y la conducta social, se cae en cuenta que son características de relevancia, ya que cambian de ideas entre sí, a manera de interacción. Los elementos en que las personas van relacionadas por el actuar que tenga determinado grupo social, así como las tradiciones o conductas, se rigen conforme al tipo de sociedad que desarrolle este comportamiento.

1.1.5 Violencia de Género

La compleja posición de las mujeres en las sociedades liberal-patriarcales contemporáneas confirma, en sus experiencias cotidianas, que efectivamente los ámbitos de lo público y lo privado están separados; pero, al mismo tiempo, también ratifica que están conectados y que esa relación debería interesarle a la justicia. (Villavicencio, 2015, p.720)

Antiguamente a las mujeres; se les era presentado como único rol su papel de la tradicional ama de casa en la familia. Con el pasar de los años, y las luchas por la inclusión, que han realizado, han adquirido mayor participación, logrando ser pilares fundamentales para el desarrollo de la misma sociedad.

Sin embargo, desde la perspectiva de enfoques surgidos de la etnología y el feminismo contemporáneos, se puede corregir esta visión esencialista de la violencia masculina que se ejerce en contra de las mujeres para darle un cariz mucho más social, anclado en los imaginarios interiorizados por ambos sexos desde una cultura y una práctica del lenguaje. (Arriot, 2017,p.12)

Comprender que la violencia llega a ser como un asunto de índole personal e íntimo, simplemente compromete a las mujeres a llevar una situación de subordinación de respeto hacía el hombre, y mantiene que presumir las relaciones de poder que históricamente se han dado en partes desiguales entre ambos géneros, se deben continuar, reforzando la imagen que simplemente se legitima al

sexo masculino, a mantener un *status-quo* de dominación principalmente a través de la violencia y la fuerza.

Se trata, en definitiva, de lograr que los medios de comunicación cumplan una labor pedagógica y transformadora, cuyo compromiso esté del lado de construir una sociedad libre de violencia machista e igualitaria, al poner al descubierto las raíces profundas de dicha violencia, desmontando a la vez todo su entramado ideológico, cultural y simbólico (Alonso, Retamar & López, 2016, p,996)

Informar, entretener y educar, son las funciones que se atribuyen a los medios, en un principio desarrollando contenidos aptos para todo público, pero a raíz del paso del tiempo se empezó a escoger un proponer un target específico, que con mayor inclusión, beneficiaba al género masculino.

Por último, la naturaleza misma de la violencia, como fenómeno social, obliga a establecer estrategias de análisis de naturaleza interdisciplinaria al estudiar la dimensión política en la estética de la violencia y considerar elementos cruciales de persuasión ideológica, como la banda sonora (Zavala, 2014, p.142)

La violencia de género es un tema delicado, aún cuando se estén desarrollando producciones, pues depende muchas veces de las políticas de un estado saber hasta qué punto yo puedo mostrar de lo que se vive en el contexto local, por ejemplo el cine crítico de medio oriente, es muy cuestionado por propios y extraños ya que aún muestra el papel de la mujer como la acompañante o víctima solamente.

1.1.6 Periodismo Digital y CiberMedios

Entre los nuevos proveedores de información periodística en el entorno digital sobresalen los diarios nativos digitales, los medios basados en el periodismo emprendedor, los medios alternativos digitales, los ciudadanos creadores de contenidos generados por el usuario (UGC) y los servicios de noticias de los grandes actores digitales, entre otros. (Casero, 2015, p.2)

Es un hecho que los gestores y alimentantes del contenido para el periodismo digital, son las personas, no necesariamente se debe depender de que las grandes corporaciones y medios tradicionales les brinden la oportunidad para compartir su contenido; ahora con la oportunidad de las diferentes plataformas, cada uno prepara su estructura y guiones, consiguiendo el éxito deseado o a veces superando sus propias expectativas.

“...los cibermedios tenderán a conceder cada vez más importancia a los productos audiovisuales.” (Sánchez & Bolós, 2014, p.233)

La comunicación de la nueva era, no sólo replica el contenido de medios masivos, sino que ya muchos contenidos son extrapolados a las plataformas digitales, y con mayor razón los audiovisuales, pues este es el contenido perfecto por excelencia, que conlleva todo lo que las personas quieren disfrutar, audio y video juntos.

Tradicionalmente se ha prestado más atención al análisis del contenido de las noticias televisivas. El estudio de los elementos formales de las piezas informativas, es decir, que afectan a la producción y posproducción del material informativo televisivo, no ha generado tanto interés. (Ortells, 2015, p.47)

En pocas palabras no importa cómo se arma el contenido informativo y su versión para formato televisivo, sino el contenido puro, sin mucha edición. pues el mundo de la internet ofrece mucha más libertad para visualizar los acontecimientos sin los filtros, un arma poderosa que lamentablemente afecta a la integridad de la misma noticia muchas veces.

La noticia busca resumir los acontecimientos más relevantes de una manera escalonada, estar en constante actualización e informar antes que los demás a fin de captar la atención del público y fidelizarlo. (López, 2015, p.210).

Es una de las características esenciales de las noticias, buscar que estas sean primicias del medio, pero ese factor justamente es el que está en controversia, ya que el medio como tal ya no son los masivos, bastan los smartphones y cualquier persona logra armar un nota periodística, aunque de manera empírica, pero eso le basta y sobra para ser el top del mundo social y las redes.

1.1.7 Lenguaje Audiovisual

“el lenguaje audiovisual usado en los programas de Internet es el mismo de los transmitidos en televisión convencional, pero con restricciones fijadas por las características narrativas, en las que se requieren inmediatez e interactividad,” (Urrea, 2014,p.41)

Para entender el lenguaje audiovisual tanto en mass medias como en internet, es comprender que el internet se puede manejar sin reglas y más abierto a cuestiones de interpretación, así mismo sin aquellos filtros, el contenido puede ser crudo, por lo que se recomienda que sean tratados antes de emitir información.

“Debido a la complejidad constitutiva del lenguaje audiovisual, el objeto de estudio está siendo abordado morfológica y filosóficamente.” (Gallo, Ferro, Drager, 2016, p.235)

Todo contenido audiovisual es ampliamente estudiado, pues afecta mucho público, sea objetivo o destinado o no, pues que ya no es solo “hacer una película”, “adaptar un comic”, “extrapolar una novela”, etc...

“Nos encontramos ante nuevo espacio público de comunicación que con mucho amplía e incluso desborda al campo de interacción definido ...” (Ruiz&Bustos, 2016, 110)

El medio audiovisual ya no solo está en la pantalla chica de una TV o gran pantalla del cine, con la llegada revolucionaria de la web 2.0 y los smartphones, este público que está hambriento de contenido audiovisual fresco, crece abismalmente tanto, que la falta de contenido fue el repunte ideal para que nazcan los famosos “prosumidores”

1.2 Fundamentación Legal:

1.2.1 Constitución de la República del Ecuador y Ley Orgánica de Educación Superior

- “Art. 29 de la Carta Magna señala que el Estado garantizará la libertad de enseñanza, la libertad de cátedra en la educación superior, y el derecho de las personas de aprender en su propia lengua y ámbito cultural;
- Art. 344 de la Sección Primera, Educación, del Título VII del Régimen del Buen Vivir de la Constitución de la República del Ecuador, determina que el sistema nacional de educación comprenderá las instituciones, programas, políticas, recursos y actores del proceso educativo, así como acciones en los niveles de educación inicial, básica y bachillerato, y estará articulado con el Sistema de Educación Superior;
- Art. 350 de la Constitución de la República del Ecuador señala que el Sistema de Educación Superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo;
- Art. 351 de la Constitución de la República del Ecuador establece que el Sistema de Educación Superior estará articulado al sistema nacional de educación y al Plan Nacional de Desarrollo; la ley establecerá los mecanismos de coordinación del Sistema de Educación Superior con la Función Ejecutiva. Este sistema se regirá por los principios de autonomía responsable, cogobierno, igualdad de oportunidades, calidad, pertinencia, integralidad, autodeterminación para la producción del pensamiento y conocimiento, en el marco del diálogo de saberes, pensamiento universal y producción científica tecnológica global;
- Art. 352 de la Carta Suprema del Estado determina que el Sistema de Educación Superior estará integrado por universidades y escuelas politécnicas; institutos superiores técnicos, tecnológicos y pedagógicos; y

conservatorios superiores de música y artes, debidamente acreditados y evaluados. Estas instituciones, sean públicas o particulares, no tendrán fines de lucro;

- Art. 353 de la Constitución de la República del Ecuador establece que el Sistema de Educación Superior se regirá por un organismo público de planificación, regulación y coordinación interna del sistema y de la relación entre sus distintos actores con la Función Ejecutiva; y por un organismo público técnico de acreditación y aseguramiento de la calidad de instituciones, carreras y programas, que no podrá conformarse por representantes de las instituciones objeto de regulación;
- Art. 232 de la Constitución de la República establece que no podrán ser funcionarias ni funcionarios, ni miembros de organismos directivos de entidades que ejerzan la potestad estatal de control y regulación, quienes tengan intereses en las áreas que vayan a ser controladas o reguladas o representen a terceros que los tengan.”

1.2.2 Código Orgánico Integral Penal.

“Art. 182: La persona que, por cualquier medio, realice una falsa imputación de un delito en contra de otra, será sancionada con pena privativa de libertad de seis meses a dos años. Si la persona ha calumniado y se retracta voluntariamente antes de proferirse la sentencia ejecutoriada, no habrá responsabilidad penal. Además, si el autor prueba la veracidad de las imputaciones, tampoco será responsable de calumnias.

El medio utilizado puede ser cualquiera presencial o por las distintas redes sociales de comunicación masiva. A diferencia de los tiempos anteriores a la época que vivimos, ahora con un solo clic se puede mantener comunicación con muchas personas e interactuar con otros en vivo o en el mismo acto, por ejemplo: Facebook, Whatsapp, Telegram, Twiter, Instagram, entre otros.”

1.2.3 Ley Orgánica de Comunicación

Art. 23: Todas las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, sus familiares o sobre los asuntos a su cargo cuando existan deficiencias en la verificación, contrastación y precisión de la información de relevancia pública de acuerdo a lo establecido en el artículo 22 de esta Ley.

Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de publicar dentro del plazo de 72 horas, contadas a partir de presentado el reclamo de la persona afectada, de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones y en el mismo espacio, sección u horario; las rectificaciones a las que haya lugar.

Art. 31.- Derecho a la protección de las comunicaciones personales.- Todas las personas tienen derecho a la inviolabilidad y al secreto de sus comunicaciones personales, ya sea que éstas se hayan realizado verbalmente, a través de las redes y servicios de telecomunicaciones legalmente autorizadas o estén soportadas en papel o dispositivos de almacenamiento electrónico. Queda prohibido grabar o registrar por cualquier medio las comunicaciones personales de terceros sin que ellos hayan conocido y autorizado dicha grabación o registro, salvo el caso de las investigaciones encubiertas autorizadas y ordenadas por un juez competente y ejecutadas de acuerdo a la ley. La violación de este derecho será sancionado de acuerdo a la ley

Art. 32.- Protección integral de las niñas, niños y adolescentes.- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la expresión de sus ideas, pensamientos, sentimientos y acciones desde sus propias formas y espacios en su lengua natal, sin discriminación ni estigmatización alguna. Los mensajes que difundan los medios de comunicación social y las demás entidades públicas y privadas, privilegiarán la protección integral de las niñas, niños y adolescentes, especialmente contra la revictimización en casos de violencia sexual, física, psicológica, intrafamiliar, accidentes y otros.

La revictimización así como la difusión de contenidos que vulneren los derechos de los niños, niñas y adolescentes, de acuerdo a lo establecido en el Código de la Niñez y Adolescencia, será sancionada administrativamente por la Superintendencia de la Información y Comunicación con una multa de 5 a 10 remuneraciones básicas mínimas unificadas, sin perjuicio de que el autor de estas conductas responda judicialmente por la comisión de delitos y/o por los daños causados y por su reparación integral. “

1.2.4 Plan Nacional Toda Una Vida 2017 - 2021

“Objetivo 2. Auspiciar la igualdad, la cohesión, la inclusión y la equidad social y territorial en la diversidad

El reconocimiento igualitario de los derechos de todos los individuos implica la consolidación de políticas de igualdad que eviten la exclusión y fomenten la convivencia social y política. El desafío es avanzar hacia la igualdad plena en la diversidad, sin exclusión, para lograr una vida digna, con acceso a salud, educación, protección social, atención especializada y protección especial.

Entre los deberes primordiales del Estado se encuentran la garantía sin discriminación del efectivo goce de los derechos, la erradicación de la pobreza y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza (Constitución, art. 3).

En adición a esto, se establece el principio de igualdad y no discriminación, así como la garantía del ejercicio, la promoción y la exigibilidad de derechos, de forma individual y colectiva (art. 11). Además, se reconocen las acciones afirmativas que auspicien la igualdad real, a favor de las personas que se encuentren en situación de desigualdad. Por otro lado, se define la igualdad formal, la igualdad material y la no discriminación como derechos de libertad (art. 66).

En este sentido, son principios de la política pública la equidad y la solidaridad como mecanismos redistributivos para alcanzar la igualdad en los resultados (art. 85). El Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social es el —conjunto articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y

exigibilidad de los derechos establecidos en la ConstituciónII (art. 340) y está articulado al Plan Nacional de Desarrollo y al Sistema Nacional Descentralizado de Planificación Participativa. Los principios que guían al sistema son los de universalidad, igualdad, equidad, progresividad, interculturalidad, solidaridad y no discriminación y funcionan bajo los criterios de calidad, eficiencia, eficacia, transparencia, responsabilidad y participación. El Estado generará, a través de sistemas especializados, —las condiciones para la protección integral de sus habitantes a lo largo de sus vidas, que aseguren los derechos y principios reconocidos en la Constitución, en particular la igualdad en la diversidad y la no discriminación, y priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieren consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidadIII (art 341).

La Revolución Social contemplada en el Programa de Gobierno 2013-2017 exige el fortalecimiento de las políticas de generación de capacidades y oportunidades con la garantía y la protección de derechos. Los derechos no son favores ni privilegios.

El cambio de época que vive el país demanda garantizar la igualdad en la diversidad y la erradicación progresiva de condiciones de pobreza, ya que constituyen fenómenos multidimensionales de carencias, violencia y desigualdad inaceptables. Partiendo de los avances logrados en los últimos seis años y medio de gobierno (que se presentan a continuación), para el período 2013-2017 se plantea profundizar la igualdad real y avanzar en la erradicación de la pobreza, mediante la garantía de derechos, la inclusión económica y social, la (re)distribución de la riqueza, la democratización de los medios de producción y la consolidación de mecanismos de protección integral a lo largo del ciclo de vida.”

CAPÍTULO II

2. Diagnóstico

2.1. Estrategia de Aplicación.

Para dar comienzo a este segundo capítulo del presente trabajo de investigación, se mostrarán los métodos y técnicas de investigación a utilizados para juntar información veraz y de interés previo al plan de acción.

2.2 Descripción del ciclo diagnóstico:

Estrategia de manejo de contenidos audiovisuales mediante manual de producción, transmisión y publicación posterior en redes digitales y sociales.

- Definir la metodología de investigación.
- Conocer y determinar al target (público objetivo) con el cual se aplicará el proceso metodológico.
- Aplicación de ficha de Observación
- Entrevistas.

2.3 Metodología

La metodología del presente trabajo de investigación tiene por objetivo ser cuantitativa con un enfoque enteramente descriptivo y minucioso; la principal técnica a utilizarse es la de análisis de contenidos audiovisuales periodísticos para televisión del canal TV ORO Machala - ORO Blas, entrevista a su directora administrativa, así como una ficha de observación sumando a todo esto se realizará el respectivo registro, análisis e interpretación de los resultados.

Buscando que con la interpretación y posible solución se aminoren los índices de violencia de género en Ecuador, que los productos audiovisuales se apeguen a la Ley Orgánica de Comunicación en sus artículos 31 y 32, y al Objetivo N°2 del Plan Nacional "Toda una Vida". Es más lo que se busca es que pueda aportar y analizar la base de criterios que pertenezcan a las categorías que comprende dicho lenguaje audiovisual, sus contenidos y las respectivas narrativas.

El presente estudio toma como referencia un análisis previamente realizado en Colombia, por el autor Jorge Urrea en el año 2014. La selección se realizó bajo el criterio de representación de los principales servicios de televisión privada en Machala, su competencia directa como canal de televisión y no como un servicio de cable solamente, sino visibilizar mejoras en sus replicas de notas periodísticas para la web, coincidentes con el periodo de tiempo destinado al trabajo de campo empleado.

2.4 FICHA DE OBSERVACIÓN

	1	2	3	4	5
Preguntas directas (Entrevistas)					
¿Demuestra dominio del tema de la producción audiovisual?				x	
¿Muestra creatividad para las actividades desarrolladas?				x	
¿Tiene entusiasmo y/o interés?				x	
¿Prepara y ordena material (Guion)?				x	
¿Diseña y utiliza adecuadamente lo plasmado en el material de apoyo?				x	
¿Maneja y/o mantiene un orden?				x	
¿Existe capacitación especializada continua?		x			
Aspectos a tener en cuenta en la observación de los empleados.					
¿Lleva a cabo todas las actividades (Agenda)?					
¿Piden o tiene asesoramiento (Supervisión)?					x
¿Interactúan en grupo (Equipo técnico y periodistas)?					x
¿Buscan información aparte de las brindadas (Otras fuentes)?					x
¿Existe respeto entre ellos?					x
Aspectos de la zona de trabajo.					
Mesa ordenada (Archivos, carpetas, discos, memorias, cables, etc.)				x	
Mobiliario adecuado					x
Clima laboral					x

2.5 Entrevistas

2.5.1 ENTREVISTA A Lcda. Leini Blacio Bravo, DIRECTORA DE TV ORO. (Anexo 1.1)

¿En los años que Ud. tiene de trayectoria como se ha sentido o que ha despertado en Ud el ejercer el periodismo?

Empecé como empírica hace muchos años, luego me dieron la oportunidad aquí. Al principio solo era administradora del servicio de cable, luego en un casting me aceptaron como presentadora de TV ORO. Han pasado varios años y he tenido vivencias bonitas, como también hace dos semanas viví de cerca un accidente, me tocó cubrir esa nota, donde habían fallecidos. Las piernas me temblaban, fue algo duro.

¿Cómo maneja Tv Oro las noticias de crónicas, a qué elementos se rigen?

Nosotros lo hacemos más como verbal, o sea no mostramos imágenes sangrientas, nada de morbo. Obviamente a la gente le gusta mostrar por que atrae rating, pero nosotros trabajamos de una manera donde contamos de manera verbal y los televidentes imaginen el hecho.

¿Cómo Ud. desde su perspectiva ha visto la inclusión de la mujer en el papel periodístico?

A mi parecer las mujeres le ponemos un poco más de sentimiento, un poco más detallistas al momento de transmitir una nota, sin desmerecer la capacidad del hombre periodista para los deportes por ejemplo o en cuestiones políticas.

Desde su perspectiva ¿La mujer cumple con todos los parámetros que son necesarios para asumir un programa de TV?

Si claro que sí, hasta un programa deportivo las mujeres se han sabido destacar en esos temas.

¿Alguna experiencia dentro del campo periodístico que le haya tocado vivir y ha marcado su carrera?

Lo del accidente hace 2 semanas fue algo muy fuerte, tener que ver y escuchar a la familia desconsolada, yo llegaba después de 5 min de que sucedió el accidente. Entonces si fue algo que afectó la parte humana donde se involucran sentimientos de acuerdo al tema.

Realizando las encuestas. TV ORO es uno de los canales con más fuerza en la ciudad, ¿A qué se debería retribuir ese éxito?

Creo que es porque nos hemos mantenido con la realidad de las noticias, no nos inventamos, no contamos historias falsas. Todo es siempre desde la fuente de donde suceden las cosas, sea en el ámbito político, cultural, de comunidad, social, hasta en lo deportivo. Siempre estamos allí y no nos dejamos llevar por comentarios, sino que vamos a la fuente.

2.5.2 ENTREVISTA A LIC. DIANA VIVEROS. (Anexo 1.2)

El manejo de la producción audiovisual difiere mucho en el contenido y formato del vaya dirigido, por ejemplo si se hace producción audiovisual para cine ya sea un cortometraje o largometraje es un tipo de producción audiovisual, con su respectivo rodaje, las escenas se tienen que grabar no por secuencia si no por locación.

El aporte que yo te puedo dar es algo muy específico, es sobre un video intro que hicimos para una revista digital, este es un video promocional, con un tiempo de 30sg. Primero tuvimos que definir la idea clara y de acuerdo a esa idea se empieza a buscar locación y utilería.

Nosotros quisimos que sea un lugar cerrado, y de acuerdo a la idea que teníamos empezamos a buscar salas, que nos ayudaba al concepto de un grupo de mujeres profesionales que transmiten modernidad, frescura, jovialidad, y todas esas características de todo ese concepto tiene que estar reflejado en el lugar. Una vez que estuvo listo, teníamos que definir quienes iban a participar en la grabación, por lo que lo ideal sería que estemos las autoras, las cuales debíamos estar vestidas acorde lo que queríamos transmitir, y finalmente la edición.

No tenemos un manual aún para realizar un tipificaciones exactas para la revista, pero si tenemos conocimiento sobre planificar y llevar a cabo el concepto de lo que se va a transmitir.

CAPÍTULO III

3. PLAN DE ACCIÓN

ELABORAR MANUAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL PARA EL MANEJO TÉCNICO EN AUDIO Y VIDEO PARA EL CANAL TV ORO - ORO BLAS DE LA CIUDAD DE MACHALA.

3.1 ELABORACIÓN DE LA PROPUESTA INICIAL.

Se planteó el regirse bajo características de un manual específico de manejo de tomas para productos audiovisuales, este se encuentra detallado, y describe el tipo de tomas que se pueden usar, cuando existan casos de violencia y de salvaguardar la integridad de los implicados en las noticias.

3.2. SITUACIÓN ACTUAL

TV ORO - ORO BLAS maneja sus contenidos amparados en la LOC, con tomas de paso, voz en off y evitando caer en el sensacionalismo, en el manejo de crónicas y/o noticias impactantes que afecten a la mujer o grupos de mayor interés. Mantiene dentro de su equipo periodístico, una línea de trabajo destacado por mujeres. Curiosamente manteniendo dicha regla, les ha permitido mantenerse en el aire por más de 12 años.

3.3 OBJETIVOS DEL MANUAL DE PRODUCCIÓN

Objetivo General: Enseñar el manejo correcto de material audiovisual para las emisiones periodísticas, principalmente donde se atente o produzca Violencia de género.

Objetivos Específicos:

- Brindar una ayuda técnica inmediata al medio de televisión que va a presentar la nota.
- Ayudar a manejar una ética dentro del equipo técnico y periodístico para evitar que se aumenten los índices de violencia de género.

3.4 CARACTERÍSTICAS DEL MANUAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

- Puntual y directo sobre el manejo de las tomas.
- Consejos a tener en cuenta cuando se haga la edición, sobre todo cuando sean notas de crónicas.
- Explica los artículos de la Ley de Comunicación que intervienen en cuanto al mal manejo y atentatoria de personas afectadas por una mala nota periodística.

3.5 MANUAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL TÉCNICO Y PERIODÍSTICO.



3.5.1 Introducción

1

INTRODUCCIÓN

La creciente ola de desarrollo tecnológico ha permitido que todo el mundo tenga a su alcance los suficientes medios para producir y difundir material audiovisual. Nuestros teléfonos “inteligentes” se pueden convertir fácilmente en cámaras, además de que existen diferentes softwares o programas que permiten editar dichos videos con mucha facilidad. En este documento se recogerán algunas claves para comprender el manejo del lenguaje audiovisual como un potente instrumento de comunicación masiva, capaz de transmitir una gran cantidad de mensajes a los más variados públicos.

y Augusto Boal, en su investigación tienen una perspectiva metodológica multi-instrumental, con la combinación y la utilización de diferentes recursos de estudio: entrevistas semi-estructuradas y recolección de las historias de vida y el relato de experiencias de los participantes. El almacenamiento de datos fue realizado por medio de conversaciones informales, entrevistas abiertas en profundidad y narraciones de vida. En la sistematización de los resultados, examinamos inicialmente la experiencia como un todo.



IMPORTANTE

También se revisaremos las etapas de la producción audiovisual, desde la idea y el guion hasta llegar a la edición de un video y su puesta en una plataforma para que sea visto por las personas. Todo esto enmarcado al apego de la Ley Orgánica de Comunicación instaurada en Ecuador desde el 25 de Junio de 2013, en donde dependiendo el contexto y tipo de producto se deben mantener ciertos parámetros antes de transmitirlos.

3.5.2 El Lenguaje Audiovisual

2

LENGUAJE AUDIOVISUAL

El lenguaje audiovisual es un conjunto de normas y símbolos que permite comunicarnos a través de sonidos e imágenes. Es el resultado de la suma de varios lenguajes creados con anterioridad como: el sonido, la música, el teatro, la fotografía, las artes visuales y la literatura, entre otros. Este contenido tiene como objetivo transitar entre los sentidos y sensibilidades de quienes lo crean, sus realizadores, y finalmente quienes lo reciben, los espectadores.

El lenguaje audiovisual, ha conseguido desarrollar una estructura, gramática y reglas estéticas, definidas por más de 120 años de historia desde que los hermanos Lumiere proyectaron sus primeras realizaciones a un público masivo, a fines del siglo XIX.



IMPORTANTE

El “mundo audiovisual” es una representación de la realidad o también de ficción, y gracias a su lenguaje los espectadores logran comprender lo que ven, creando un lazo emocional. Aceptan con normalidad las situaciones más increíbles y variadas como viajes por el espacio, ataques extraterrestres, superhéroes, viajes por el tiempo, caídas imposibles y cruentas guerras, etc...

3.5.3 Estructura: Secuencia, Escena y Toma

01

• **ESCENA:** La escena es una parte del relato que se desarrolla en un solo escenario. No constituye necesariamente una unidad dramática. Generalmente varias escenas conforman una secuencia.

02

SECUENCIA: La secuencia es una unidad narrativa del relato visual en la que se plantea, desarrolla y concluye una situación dramática. Por ejemplo, en una película una persecución puede constituir una secuencia.

03

TOMA: Una toma es el lapso de tiempo entre que se comienza y termina de grabar. En una grabación existen muchas tomas y se pueden realizar la cantidad de necesaria hasta que un plano salga bien. El tipo de toma depende del encuadre inicial, de los movimientos de cámara, personajes y del encuadre final.

3.5.4 Planos y Manejo de Cámara



IMPORTANTE

En comunicación, un plano no es más que la distancia entre un objeto o personaje y la cámara. Es la unidad básica para el desarrollo del lenguaje audiovisual y define la dimensión de los objetos dentro del encuadre. Normalmente, el plano de encuadre se clasifica tomando como punto de referencia la figura humana. Así, los planos más usuales se toman el nombre de la parte del sujeto al que enfocan. Existe una respuesta del porqué se utilizan determinados planos, cada realizador decide su utilización para plasmar una emoción o un hecho concreto.

3.5.6 ESCALA DE PLANOS

ESCALA DE PLANOS

Plano General: Presenta al sujeto de cuerpo entero en el escenario en que se desarrolla la acción. Plano de conjunto es cuando se encuadra a más de una persona. Se muestra un espacio donde sucederá una acción importante dentro del relato audiovisual.



Plano Americano: Corta al sujeto por la rodilla o por debajo de ellas. Este plano delimita la frontera entre los planos descriptivos y los planos expresivos. Sirve para demostrar las acciones físicas de los personajes pero es lo suficientemente próximo como para observar los rasgos del rostro.



Planos Medios: Cortan al sujeto por encima de la rodilla, las caderas o el pecho. Se utiliza mucho en las noticias, para mostrar a los periodistas o en un encuentro entre dos personajes buscando crear una mayor intimidad.



Primer Plano: Corta desde los hombros hacia arriba y nos sitúa a una distancia de intimidad con el personaje, le vemos solamente el rostro. Es el plano expresivo por excelencia y nos permite acceder con gran eficacia al estado emotivo del personaje. Se utiliza para resaltar el impacto de un suceso sobre el rostro de los protagonistas, por ejemplo rostro de sorpresa o de extrema tristeza.



Primerísimo Primer Plano: Es cuando se encuadra tan sólo un detalle del rostro; los ojos, los labios, los oídos. Para resaltar una parte del cuerpo, por ejemplo cuando una pupila se contrae por exceso de luz.



Plano Detalle: Es un primer plano de una parte del sujeto diferente al rostro. La mano con un cigarro, la corbata, un anillo. Se trata de destacar un objeto que podría tener un significado importante en el desarrollo del relato audiovisual.

ESCALA DE PLANOS ESPECIALIZADOS

Back up o Espaldas: Uno de los planos que se usan para salvaguardar la integridad del entrevistado, por lo general se lo usa mediante un plano medio.



A Contraluz: Este plano que se usa para salvaguardar la integridad del entrevistado, por lo general se lo aplica mediante un plano medio o primer plano, con la persona puesta en el plano contrario de la llegada de luz.



Pixelado: Este plano es realizado enteramente al momento de la edición pues, se realiza mediante un software, no mediante procesos de cámara y manual. Consta en deformar la imagen de la toma, de tal forma que se omita la identidad del rostro expuesto ante cámara.



Alteración de voz: Si bien este proceso es enteramente de post producción (edición) se suele distorsionar el sonido natural de la voz, para evitar que se reconozca el timbre de la persona que está interviniendo.



ecuador ama la vida



IMPORTANTE

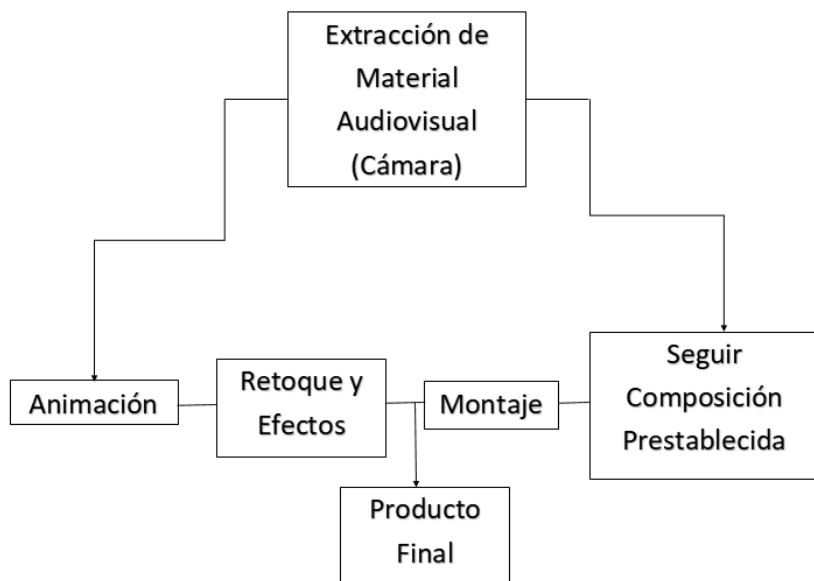
Los artículos 31 y 32 de las Ley Orgánica de Comunicación protegen y respaldan la integridad de las personas que o bien están bajo sistema de protección de testigos o simplemente quieren mantener su anonimato al brindar algún tipo de información o versión, aún más para los grupos de atención piratería o vulnerables, como lo son niños, niñas y adolescentes.

3.5.8 POST PRODUCCIÓN

3

POSTPRODUCCIÓN

Es el proceso posterior a la grabación, una vez que ya se tienen las imágenes, la música y, por supuesto, el guion. Ahora es necesario transformar todas estas unidades independientes en una obra final. El proceso de unir, ordenar, cortar, pegar y organizar todos los elementos y convertirlos en una sola pieza se llama montaje.



Modelo de WorkFlow. Fuente: Miguel Ángel Crespo, AMR Producciones.



IMPORTANTE

Existen muchos programas gratuitos o de paga, que sirven para editar video y se pueden encontrar en internet fácilmente (Adobe Premiere Pro, Avidemux, VSDC Free Video Editor y Windows Movie Maker, Sony Vegas Pro, o www.youtube.com/editor, por nombrar algunos).

Al mismo tiempo se realiza una post producción de sonido, se le agrega la música, efectos de audio y se limpia de cualquier ruido que pueda afectar al producto final. Una vez finalizado el montaje se debe "codificar" el video. Este proceso conocido tradicionalmente como exportación o "bajada de material", consiste en transformar los archivos de video a un formato que puedan entender otros computadores (entre los más populares están el mp4, el wmv y el mov.).

3.5.9 CONTRIBUCIONES FINALES



IMPORTANTE

En el ámbito periodístico se recomienda la objetividad, lógica e imparcialidad del contenido textual que se pueda incluir en los titulares de las notas. Algo que contribuya a decir que los índices de violencia de género se reducen.

El periodista debe estar en la capacidad de manejar una capacidad semántica para la redacción de notas, o en el caso de la TV, un estilo óptimo y entendible para los guiones, titulares en los productos audiovisuales finales, y el público final lo sepa entender.

3.5.10 EJEMPLO PRÁCTICO



Ejemplo Noticia TV ORO en la actualidad.

En este titular por ejemplo, la situación de la noticia quedaría ambigua, “menor presuntamente fue asesinada”, la recomendación sería mejorar el texto y lógica de la noticias, es decir algo como, “Asesinato de menor, padrastro presuntamente responsable”. En el que se puede aseverar según las voces oficiales (Medicina Legal, Fiscalía) que existió el acto, lo que se relegaría es la relación de atribución del hecho a un presunto culpable.

CAPÍTULO IV

4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Para finalizar el presente proyecto este último capítulo damos a conocer las aportaciones finales al trabajo de titulación y las recomendaciones para desarrollar en lo posterior la eficaz socialización.

4.1 CONCLUSIONES

Según las investigaciones realizadas podemos concluir que:

- Periodísticamente hablando TV ORO - ORO BLAS maneja muy bien sus notas periodísticas, apegadas a lo que la LOC expone. TV ORO-ORO BLAS Machala es el medio que mayor atracción tiene, pese a ser un servicio de paga y suscripción, del resto de canales vigentes como OK TV.
- Se comprueba lo reflejado en las encuestas, a nivel local no existe producción suficiente de contenidos y programas educomunicacionales y audiovisuales que no contribuyan a la violencia de género, por lo menos no desde los medios televisivos de machala. TV ORO - ORO BLAS se destaca por mantener en todo su equipo periodístico a mujeres que ejercen dicha profesión.
- Se refleja lo puesto en la sistematización de las encuestas, muy pocos son los ciudadanos que aprecian y/o consumen los contenidos de televisión local, siendo un déficit de producción para ser considerada una de las ciudades con mayor crecimiento en el país.

4.2 RECOMENDACIONES

- Incentivar la generación y producción de contenidos audiovisuales en los medios de TV LOCALES, ya que no es muy amplia. En base al artículo 36 de la LOC, se debe generar mayor contenido, en este caso televisivo para apoyar la pluriculturalidad que identifica al país.
- Adaptar la iniciativa de TV ORO -ORO BLAS, de incorporar dentro de su equipo a profesionales de género femenino.
- Manejar un estilo ético de producción periodística, no solo amparados en la LOC, que indica que no se debe de hacer, sino cómo realizar dicho trabajo.

REFERENCIAS

1. Revista de Psicología Social , International Journal of Social Psychology Volume 9, 1994 - Issue 1 .Ignacio Cano & María Ros, Pages 43-64 | Published online: 23 Jan 2014, Imagen y norma social sobre la estereotipia
2. Pedreira Souto, Elena La comunicación en la escena internacional Comunicación y Hombre, núm. 10, enero-diciembre, 2014, pp. 21-22
3. Olmedo Neri, Raul Anthony Enajenación en y liberación desde los medios de comunicación Razón y Palabra, vol. 20, núm. 94, septiembre-diciembre, 2016, pp. 1030-1042 Universidad de los Hemisferios Quito, Ecuador
4. Villavicencio Miranda, Luis; Zúñiga Fajuri, Alejandra LA VIOLENCIA DE GÉNERO COMO OPRESIÓN ESTRUCTURAL Revista Chilena de Derecho, vol. 42, núm. 2, agosto, 2015, pp. 719-728 Pontificia Universidad Católica de Chile Santiago, Chile.
5. Sarrazin, Jean Paul Representaciones sobre lo indígena y su vínculo con tendencias culturales globalizadas Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación, vol. 14, núm. 27, julio-diciembre, 2015, pp. 163-183 Universidad de Medellín Medellín, Colombia.
6. Urrea Giraldo, Jorge Eduardo Lenguaje y contenido audiovisual de los programas en Internet frente a los programas de televisión convencional Revista Lasallista de Investigación, vol. 11, núm. 2, julio-diciembre, 2014, pp. 36-42 Corporación Universitaria Lasallista Antioquia, Colombia

7. COMUNICACIÓN Y MEDIOS n. 30 (2014). ISSN 0719-1529 pp. 124-141. Instituto de la Comunicación e Imagen. Universidad de Chile. Implicaciones del Uso de las Redes Sociales en el Aumento de la Violencia de Género en Adolescentes
8. García-Ruiz, Rosa; Aguaded Gómez, J. Ignacio; Rodríguez Vázquez, Ana Isabel PROPUESTA DE ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA ANTE LOS ESTEREOTIPOS DE GÉNERO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN. Resultados de la valoración de "Rostros de Mujer" Prisma Social, núm. 13, diciembre, 2014, pp. 576-609 IS+D Fundación para la Investigación Social Avanzada Las Matas, España
9. Zurbano Berenguer, B., Liberia Vayá, I., Campos Mansilla, B., 2015. Concepto y Representación de la Violencia de Género: Reflexiones sobre el Impacto en la Población Joven. Oñati Socio-legal Series [online], 5 (2), 822-845.
10. Mayoral Sánchez, Javier y Edo Bolós, Concha. Evolución de la producción audiovisual en cinco cibermedios españoles. Fonseca, Journal of Communication, n. 9 (Julio-Diciembre de 2014), pp. 233-262. ISSN: 2172-9077.
11. Suárez Villegas, J.C. (2013). La mujer inmigrante en la cultura patriarcal y su reflejo en los medios de comunicación. Sphera Publica, 13, vol. I, 77-94.
12. Acosta Damas, M., & Costales Pérez, Z., & Meisoza Reyes, N., & Borges López, A. (2015). Sexualidad y discapacidad: enfrentando estereotipos desde el documental audiovisual. Revista Cubana de Información en Ciencias de la Salud, 26 (3), 273-279.

13. Castillo-Mayén, R., & Montes-Berges, B. (2014). Análisis de los estereotipos de género actuales. *Anales de Psicología*, 30 (3), 1044-1060.
14. Sánchez Calderón, H., & Yáñez Balarezo, S., & Martínez Segovia, M. (2016). Impacto de la Ley Orgánica de Comunicación en la Publicidad Ecuatoriana. *Prisma Social*, (17), 464-473.
15. AmiotJulie, Desde La Villequitue les femmes a La ciudad de las muertas: el webdocumental como herramienta de indagación de la catástrofe en Ciudad Juárez, *Comunicación y Medios N°36* (2017) ISSN 0716-3991 / e-ISSN 0719-152
16. Salaverría, R. (2017). Tipología de los cibermedios periodísticos: bases teóricas para su clasificación. *Revista Mediterránea de Comunicación/MediterraneanJournal of Communication*, 8(1), 19-32.
17. El desarrollo del lenguaje audiovisual específico de la técnica 3D estereoscópica en la era digital. Marlene Nascimento, Sebastián Gallo, Valeria Ferro, Maximiliano Drager, Eduard González, Lucía Vázquez. *Anuario de Investigación USAL*. ISSN en línea 2408-3968. Dirección de Investigación, Vicerrectorado de Investigación y Desarrollo,
18. BADENES, Sara Ortells. Los magazines de actualidad basados en el infoentretenimiento: nuevos rasgos del lenguaje audiovisual en el periodismo televisivo. *Signo y Pensamiento*, 2015, vol. 34, no 66, p. 44-61.
19. Casero-Ripollés, Andreu (2015). Nuevos proveedores de información periodística en el entorno digital: los infomediarios de segunda generación. *Anuario ThinkEPI*, v. 9, 172- 176.

20. Zavala, L. (2014). Narratología y lenguaje audiovisual. ISO 690
21. López, G. (2015). Periodismo digital. Redes, audiencias y modelos de negocio. Salamanca: Comunicación Social.
22. Mattelart, A., & Mattelart, M. (2013). Historia de las teorías de la comunicación.
23. F J Ruiz del Olmo, J Bustos Díaz (2016): “Del tweet a la fotografía, la evolución de la comunicación política en Twitter hacia la imagen. El caso del debate del estado de la nación en España (2015)”. Revista Latina de Comunicación Social, 71, pp. 108 a 123.
24. A Jorge Alonso, R de la Maya Retamar, M García López (2016): “Tratamiento informativo de la violencia de género en la televisión pública andaluza. Incumplimiento del código deontológico en Canal Sur”. Revista Latina de Comunicación Social, 71, pp. 994 a 1.006
25. Constitución de la República del Ecuador, Montecristi 2008.
26. Código Orgánico Integral Penal, 10 de Agosto 2014
27. Ley Orgánica de Comunicación, 25 de Junio de 2013.
28. Plan Nacional “Toda una Vida”, 2017 -2021

ANEXOS

ANEXO 1. FOTOGRAFÍAS ENTREVISTAS REALIZADAS



ANEXO 1.1



ANEXO 1.2

ANEXO 3. OFICIO ENTREGADO AL CANAL TV ORO - ORO BLAS DEL MANUAL DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL ENTREGADO.

Machala, 14 de febrero del 2018


Lcda.
Leini Blacio Bravo
DIRECTORA TV ORO MACHALA

En su despacho.-

Yo, Paulo César Valdiviezo Aguilar, con CI. 0704619055, entrego voluntaria y efusivamente a manera de donativo, un "Manual de Producción Audiovisual, apegado a la Ley Orgánica de Comunicación" con énfasis al trato de notas periodísticas como crónicas fuertes o que atenten a producir mayor violencia de género. Mismo que puede ser revisado por equipo técnico y periodístico.

Sin más que agregar, extiendo mis más sinceros saludos y éxitos a tan delicada funciones que Ud. ejerce.

ATTE:


PAULO CÉSAR VALDIVIEZO AGUILAR
EGDO. COMUNICACIÓN SOCIAL UTMACH
0704619055


PUERTO CABLE
Paulo César Valdiviezo Aguilar S.A.S