



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

REPORTAJE AUDIOVISUAL PARA VISIBILIZAR EL FREESTYLE EN LA
CIUDAD DE MACHALA

MUÑOZ CABANILLA WASHINGTON OLMEDO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

REPORTAJE AUDIOVISUAL PARA VISIBILIZAR EL FREESTYLE
EN LA CIUDAD DE MACHALA

MUÑOZ CABANILLA WASHINGTON OLMEDO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TRABAJO TITULACIÓN
SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS PRÁCTICAS DE INVESTIGACIÓN O
INTERVENCIÓN

REPORTAJE AUDIOVISUAL PARA VISIBILIZAR EL FREESTYLE EN LA CIUDAD
DE MACHALA

MUÑOZ CABANILLA WASHINGTON OLMEDO
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL

ZAPATA CHACON RUBEN PATRICIO

MACHALA, 19 DE SEPTIEMBRE DE 2019

MACHALA
2019

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado REPORTAJE AUDIOVISUAL PARA VISIBILIZAR EL FREESTYLE EN LA CIUDAD DE 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



INIGUEZ PARRA GABRIEL ANTONIO
0704423862
ESPECIALISTA 2



LAZO SERRANO LIZETTE IVONNE
0703025015
ESPECIALISTA 3

Machala, 19 de septiembre de 2019

FREESTYLE

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

1%

FUENTES DE
INTERNET

1%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Roxana Sosa Sánchez, Dimitrina Jivkova Semova. "Espacios y realidades urbanas: procesos de intervención a través de la práctica social", Revista ICONO14 Revista científica de Comunicación y Tecnologías emergentes, 2018

Publicación

1%

2

dspace.udla.edu.ec

Fuente de Internet

<1%

3

issuu.com

Fuente de Internet

<1%

4

www.e-alliance.ch

Fuente de Internet

<1%

5

rcci.net

Fuente de Internet

<1%

6

cordobamorainternational.blogspot.com

Fuente de Internet

<1%

7

www.sigef.gov.ec

Fuente de Internet

<1%

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

El que suscribe, MUÑOZ CABANILLA WASHINGTON OLMEDO, en calidad de autor del siguiente trabajo escrito titulado REPORTAJE AUDIOVISUAL PARA VISIBILIZAR EL FREESTYLE EN LA CIUDAD DE 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, 19 de septiembre de 2019

MUÑOZ CABANILLA WASHINGTON OLMEDO
0705839181

DEDICATORIA

Cuando una luz se apaga el cielo se llena de algarabía porque una estrella nace para engalanar el firmamento, tu voz va al compás de mis latidos y mis latidos van al compás de los recuerdos que son el combustible de esta máquina llamada vida.

Lienzos dispuestos a ser cubiertos por el arcoíris de tu dulzura

Imagino tu sonrisa despejando la tormenta de los cansados

Disipas cada duda con una simple mirada

Amas con locura aun sabiendo que los locos tienden a cortar su propia cuerda

AGRADECIMIENTO

Agradecer, es una palabra que no abarca el sentimiento de las acciones que muchas personas han hecho por mí, desde que tomé la decisión de embarcarme en esta aventura llamada Comunicación Social, tuve el apoyo incondicional de mi familia, mi madre que siempre me guio con sus consejos, mi tía (hermana) que fue el objeto de mis peleas, mi primo, una de las personas que más amo en este mundo, mi abuelo que pese a sus rabietas ha sido pieza clave en mi vida y como no mencionar a mi papá, me demostró que la distancia no es impedimento para estar cerca cuando se necesita a alguien.

A mis amigos, sin ellos este viaje no hubiese sido lo mismo, también quiero agradecer a mis profesores, cada uno me enseñó algo distinto muy aparte de lo académico, lo cual es importante, me enseñaron que Comunicación no es una simple carrera, Comunicación es una familia, una familia diferente, una familia única, una familia que te puede arrancar una lágrima y también una sonrisa, pero siempre estarán para ti.

A mi tutor, que tuvo paciencia durante el proceso y siempre me dio ánimos para continuar y no desistir, agradecer a todos que de una u otra manera se vieron involucrados en el proceso.

RESUMEN EJECUTIVO

“REPORTAJE AUDIOVISUAL PARA VISIBILIZAR EL FREESTYLE EN LA CIUDAD DE MACHALA”

Autor: Washington Olmedo Muñoz Cabanilla

Tutor: Rubén Patricio Zapata Chacón

Los recursos audiovisuales son una de las formas de mayor efectividad para generar impacto en la audiencia debido a que pueden contener un alto grado de carga emocional, esto conlleva a la reflexión y cuestionamiento en quienes reciben y/o aprecian el producto audiovisual.

El reportaje es considerado uno de los géneros periodísticos más completos, esto se debe al proceso investigativo que se lleva a cabo para su elaboración, no solo muestra un hecho, sino que se profundiza dando una visión más amplia y detallada de la información.

Según Vidal J. y Téllez A. los audiovisuales “permiten la interpretación subjetiva a través del empleo del montaje, las tomas y todo tipo de recursos que posibilita captar la realidad desde la propia realidad vivida, sentida y percibida” (p565). Quien realiza el trabajo audiovisual se involucra dentro del proceso para entender y de esta forma estructurar la línea argumental con que contará la historia o suceso a una determinada audiencia.

La suma del hilo argumental, secuencia de imágenes, recursos sonoros dan como resultado la efectividad de un producto audiovisual, en este caso el reportaje que acompañado de una investigación periodística y contraste adecuado de fuentes de información desembocaran en la comprensión del público que recibirá el producto audiovisual.

El freestyle es una práctica inherente a la cultura urbana, está ligado al concepto de apropiación de espacios dentro del entorno que el individuo se desenvuelve, es decir la ciudad y esta a su vez va de la mano con el proceso comunicativo, ya que como menciona Reguillo (1995) citado de Cuesta O. y Meléndez S. (2017) “la ciudad encierra múltiples identidades, dado que implica diferentes relaciones con el territorio, tanto a nivel real como simbólico, lo que deriva en prácticas sociales” (p208). El autor hace énfasis en que existen 3 líneas donde la comunicación interviene en la ciudad, la pertenencia territorial y el intercambio de significados, la forma en como los medios intervienen en la relación cotidiana del individuo y el vínculo del espacio urbano con los grupos o movimientos sociales.

La presente investigación se orientó a la elaboración de un producto comunicacional para visibilizar el freestyle en la ciudad de Machala, mismo que nace de la necesidad de dar espacios a grupos que no tienen tanta presencia en el imaginario público, ya sea por la falta de difusión de los medios o desconocimiento de la población.

Tras aplicar el proceso metodológico se encontró que la ciudadanía machaleña en su mayoría desconoce el trasfondo del freestyle y tienden a asociarlo con conceptos como pandillas y drogas. Luego de una serie de entrevistas con expertos en comunicación y productores audiovisuales se determinó que el producto idóneo para lograr la correcta visibilización del freestyle en Machala es a través de un reportaje, mismo que contó con el sustento y contraste teórico de freestylers, expertos en Psicología y Lengua y Literatura.

El producto fue difundido a través de Facebook – YouTube y socializado en un focus group donde los resultados obtenidos fueron favorables ya que reconocieron que el freestyle es una disciplina que requiere de preparación y nada tiene que ver con los conceptos mencionados con anterioridad (drogas – pandillas).

Palabras Clave.

Producción audiovisual, reportaje, freestyle, cultura urbana, ciudad.

ABSTRACT

“AUDIOVISUAL REPORT TO VISIBLE THE FREESTYLE IN THE CITY OF MACHALA”

Author: Washington Olmedo Muñoz Cabanilla

Tutor: Rubén Patricio Zapata Chacón

Audiovisual resources are one of the most effective ways to generate impact on the audience because they can contain a high degree of emotional load, this leads to reflection and questioning in those who receive and / or appreciate the audiovisual product.

The report is considered one of the most complete journalistic genres, this is due to the investigative process that is carried out for its preparation, not only shows a fact, but also deepens giving a broader and more detailed view of the information.

According to Vidal J. and Téllez A. the audiovisuals “allow subjective interpretation through the use of montage, shots and all kinds of resources that make it possible to capture reality from the reality lived, felt and perceived” (p565). Who performs the audiovisual work is involved in the process to understand and thus structure the plot line with which the story or event will be told to a certain audience.

The sum of the story line, sequence of images, sound resources results in the effectiveness of an audiovisual product, in this case the report that accompanied by a journalistic investigation and adequate verification of sources of information will lead to the understanding of the public that will receive the product audiovisual.

Freestyle is a practice inherent to urban culture, it is linked to the concept of appropriation of spaces within the environment that the individual develops, that is to say the city and this in turn goes hand in hand with the communicative process, since as mentioned Reguillo (1995) quoted from Cuesta O. and Meléndez S. (2017) “the city contains multiple identities, since it implies different relations with the territory, both real and symbolic, which results in social practices” (p208). The author emphasizes that there are 3 lines where communication intervenes in the city, territorial belonging and the exchange of meanings, the way in which the media intervene in the individual's daily relationship and the link of urban space with groups or movements social.

The present investigation was oriented to the elaboration of a communicational product to make freestyle visible in the city of Machala, which arises from the need to give spaces to groups that do not have such a presence in the public imaginary, either due to the lack of dissemination of the media or ignorance of the population.

After applying the methodological process, it was found that the Machala citizens mostly ignore the background of freestyle and tend to associate it with concepts such as gangs and drugs. After a series of interviews with experts in communication and audiovisual producers it was determined that the ideal product to achieve the correct visibility of freestyle in Machala is through a report, which had the support and theoretical contrast of freestylers, experts in Psychology and Language and Literature.

The product was disseminated through Facebook - YouTube and socialized in a focus group where the results obtained were favorable since they recognized that freestyle is a discipline that requires preparation and has nothing to do with the concepts mentioned above (drugs - gangs).

Keywords.

Audiovisual production, reportage, freestyle, urban culture, city.

ÍNDICE

DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO.....	III
RESUMEN EJECUTIVO.....	IV
ABSTRACT.....	VI
INTRODUCCIÓN.....	10

CAPÍTULO I

CONTEXTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO.....	11
1.1-Ámbito del estudio: caracterización Freestyle.....	11
1.1.1-Evolución del Freestyle.....	13
1.1.2-El Freestyle en Ecuador.....	14
1.1.3-Freestyle en Machala.....	15
1.1.4-Difusión del Freestyle.....	16
1.2-Problema central de la investigación.....	17
1.3-Localización del problema.....	17
1.4-Problemas complementarios.....	18
1.5-Hechos de interés.....	18
1.5.1-Población.....	18
1.5.2-Muestra.....	18
1.5.3-Enfoque de la investigación.....	18
1.5.4 Alcance de la investigación.....	18
1.6-Objetivos de la investigación.....	19
1.6.1-Objetivo General.....	19
1.6.2-Objetivos Específicos.....	19

CAPITULO II

DIAGNÓSTICO.....	20
2.1-Concepción Teórica del diagnóstico.....	20
2.1.1-Cultura Urbana.....	20
2.1.2-Tribus Urbanas.....	21
2.1.3-Ciudad.....	21
2.1.4-Espacio Público	21
2.1.5-Apropiación del espacio.....	23
2.1.5.1-Habitabilidad.....	23
2.1.5.2-Individuo.....	24
2.1.5.3- Ordenación del espacio.....	24
2.1.5.4- Zonas Verdes.....	24
2.1.6-Imaginario Urbanos.....	24
2.2- Descripción del ciclo del diagnóstico.....	25
2.3-Técnicas e instrumentos para el diagnóstico	25
2.3.1-Encuestas.....	25
2.3.1.1-Cuestionario.....	25

2.3.2-Entrevistas.....	27
2.3.3-Focus Group.....	30
2.4- Cronograma de actividades.....	31
2.5-Resultados.....	32
2.5.1-Resultados de encuestas	32
2.5.2-Resultado de entrevistas.....	42
2.5.1-Expertos en temas sociales	42
2.5.2-Expertos en comunicación y producción.....	42
2.5.3-Gestores culturales.....	43

CAPITULO III

PLAN DE ACCIÓN.....	44
3.1-Identificación de la intervención.....	44
3.2-Fundamentación Teórica de la Intervención.....	44
3.2.1-Producción Audiovisual.....	44
3.2.2-Reportaje.....	45
3.2.3-Reportaje como medio de visibilización.....	47
3.3-Objetivos de la intervención.....	47
3.3.1-Objetivo general.....	47
3.3.2-Objetivos específicos.....	47
3.4- Planes de intervención.....	47
3.4.1-Nombre de la propuesta.....	47
3.4.2-Estructura de la propuesta audiovisual.....	48
3.4.3- Guión del reportaje.....	49
3.5- Evaluación de la intervención.....	58
3.5-Análisis de la intervención.....	58

CAPITULO IV

RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN	61
4.1- Descripción teórica de los logros de intervención.....	61
4.2-Conclusiones.....	61
4.3-Recomendaciones.....	62
BIBLIOGRAFÍA.....	63
ANEXOS.....	66

INTRODUCCIÓN

Actualmente el freestyle es una disciplina que se expande principalmente en los países de habla hispana, ganando aficionados en su mayoría jóvenes que disfrutan de improvisar (rap) sobre una instrumental. Se debe entender a esta disciplina como parte de la cultura urbana de la ciudad, misma que está llena de significados que permiten generar una imagen del freestyler y el freestyle como práctica de apropiación de los espacios públicos.

La falta de difusión de este tema ha provocado la poca o nula visibilización del freestyle por parte de los ciudadanos y lo que se conoce en su mayoría son aspectos negativos que encasillan al freestyler en los estereotipos que por años han venido persiguiendo a la cultura del Hip-Hop.

Es por ello que el presente proyecto busca generar visibilización del freestyle en la ciudad de Machala a través de la adecuada elaboración de un producto comunicacional, mismo que servirá como medio para mostrar el verdadero significado de esta disciplina, y a su vez disipar cualquier idea errónea que se tenga sobre el freestyle.

Esta investigación se divide en cuatro capítulos, en primer lugar se hace una contextualización sobre el freestyle y se determina el lugar donde se desarrollará el trabajo, Machala, generando el planteamiento del problema ¿Cómo visibilizar el freestyle en la ciudad de Machala?

En el segundo capítulo se encuentra el diagnóstico donde se fundamenta teóricamente el problema de estudio, se dan conceptos como: cultura y tribu urbana, apropiación de espacios, ciudad, entre otros, también se da conocer las técnicas de investigación, con enfoque mixto, que se emplearon durante la investigación, acompañadas de sus respectivos resultados

El capítulo tres abarca el plan de acción, es decir la propuesta de intervención en base a los resultados obtenidos en capítulo anterior, que luego de la aplicación de la metodología se determinó que la forma idónea de visibilizar el freestyle es a través de un reportaje audiovisual, se fundamenta teóricamente y se establecen los objetivos de la propuesta.

El capítulo cuatro engloba los resultados de la propuesta de intervención usada para visibilizar el freestyle en Machala.

CAPÍTULO I

Contextualización del estudio

1.1 Ámbito del estudio: caracterización Freestyle

El surgimiento del Hip Hop como cultura se remonta a los años 70 en los barrios marginados de Estados Unidos, donde los grupos que se consideraban marginados, principalmente personas de color, buscaron un medio para expresar sus quejas ante una sociedad que los excluía y/o negaba sus derechos.

Según Sandín (2015) “El clima de delincuencia; drogas, bandas armadas...influyó en su surgimiento en la medida en que los jóvenes encontraron una alternativa de ocio a toda aquella violencia que envolvía las calles de barrios como el Bronx, Harlem, Queens y Brooklyn” (p 4).

En un trabajo realizado por Vilagrasa J. (2000) sobre la pobreza y segregación social en los Estados Unidos hace mención que las compañías de bienes raíces enfocaban sus ventas a las familias blancas, a ellas se les ofertaba casas nuevas en sitios que cumplían con los requerimientos suficientes para llevar una vida placentera, en cambio a las familias afroamericanas les dejaban casas de segundo uso que generalmente se hallaban fuera del área limítrofe de la ciudad.

Debido al nivel de discriminación y/o marginación que vivieron los afroamericanos durante la década de los 70, conllevó a una apropiación del territorio y al desarrollo de hábitos y/o costumbres que poco a poco se adhirieron a su estilo de vida, principalmente en los jóvenes.

El Hip Hop se convirtió en un canal de protestas y quejas donde todos tenían la oportunidad de expresar su sentir mostrando al mundo que ellos también existen.

Las principales ramas o aristas que conforman la cultura son cuatro: rap, break, dj y graffiti, esto lo corrobora Araya (2015):

A pesar de que existen más elementos, son 4 los pilares fundamentales que conforman el Hip Hop:

- MC (Rap): Maestro de Ceremonia. La palabra rimada rítmicamente.

- Dj: Habilidad y técnica en la manipulación de las tornamesas para crear nuevos sonidos, ritmos y melodías.
- Breakdance: Forma de baile urbano dinámico, callejero, mezcla de diferentes estilos.
- Grafiti: Expresión de arte plástico a través de la pintura en soportes del espacio urbano (p.40).

Según Castro, Jiménez & Gómez (2014): “El Break Dance es una forma de baile urbano que se constituye al movimiento de la cultura hip-hop, surgido en las comunidades latinoamericanas y afroamericanas, en barrios como el Bronx o Brooklyn de Nueva York, a comienzos de los setenta” (p 24-25).

Una forma de manifestación empleada a través de movimientos corporales, en donde se puede apreciar una serie de elementos que lo integran ya que “el baile significa no solo alguna clases de corporeidad, sino que se da en un contexto propio y que sirve de signo para delimitar el pensamiento y el lenguaje que se establece con el otro” (Castro et al, 2014, p24).

Para Ramírez, Rodríguez, De Los Ángeles & Rozo (2017): “el grafiti es el lenguaje mediante el cual las personas buscan expresar su inconformismo y realidades políticas, sociales e ideologías” (p86).

“El grafiti artístico da a los jóvenes (...) la capacidad de transformar los espacios urbanos en sitios con identidad y empoderarse de estos mismos” (Araya, 2015, p39).

Para estos autores esta rama del hip hop, está arraigada no solo a las protestas sociales sino también a las políticas, es decir un llamado a los gobiernos de turno a que presten atención a los problemas que atraviesan los grupos más vulnerables o en todo caso olvidados por quienes ocupan un cargo superior y/o ejercen alguna autoridad.

Se denomina DJ en el hip hop al arte de crear música con discos. Los Disc-Jockeys son los representantes de este elemento, quienes utilizan dos discos como una manera de alargar el ritmo, es decir, las partes instrumentales o de percusión de las canciones.

La persuasión y el poder de convencimiento juegan un papel fundamental al momento de hacer rap, la música trasmite y habla por medio de sus letras y los artistas lo saben perfectamente al hacer uso de ello para llegar al mayor número de personas como les sea posible.

Del rap nace el freestyle que puede ser traducido como “estilo libre”, consiste en componer ideas y decirlas al instante a espera de una reacción de quien las escucha.

Este subgénero pese a que cada día gana seguidores, es duramente criticado, al ser considerado algo vulgar y poco artístico, pero al arte se lo puede catalogar como un proceso donde se puede transformar la realidad (KaroL Distortion, 2017).

1.1.1 Evolución del Freestyle

Las batallas de rap han jugado un papel fundamental dentro de la cultura, es en gran parte a ellas que el freestyle y el rap han podido llegar a distintos países, principalmente a los de habla hispana.

El promotor de esto es la empresa de bebidas energéticas Red Bull, quien desde el año 2005 logró ver al freestyle como un diamante en bruto con gran potencial de ser explotado y valorado a nivel mundial.

Es así que durante ese año nace la primera competencia internacional de batallas de rap Red Bull Batalla de los Gallos, celebrada en Puerto Rico país reconocido en ese entonces como la cuna de la música urbana. En ese momento el panorama carecía de representantes del freestyle, y es algo obvio apenas estaba empezando, por ello no existían bases para evaluar o calificar a los mejores, incluso los mismos exponentes tenía dudas sobre lo que estaban haciendo. En su mayoría los competidores eran cantantes de rap que buscaban un impulso en su carrera musical, no se centraban en lo que se conoce actualmente como batallas sino que más bien trataban de conectar sus ideas con el propósito de rimar para quedar acorde con la instrumental de fondo (Orteli, 2016).

Las batallas de rap son una competición de hip-hop en la que dos raperos deben derrotar a su oponente a través del ingenio, producto de unas rimas improvisadas en el momento.

En otras palabras las batallas de rap o freestyle son enfrentamientos verbales que tienen como objetivo derrotar al rival por medio del ingenio de las rimas sin hacer uso del contacto físico.

1.1.2. El freestyle en Ecuador

El crecimiento del freestyle ecuatoriano ha ido de menos a más es imposible compararlo con otros países de habla hispana en donde el tema de las batallas es visto como algo normal en la vida cotidiana de los jóvenes.

Los parques son los principales escenarios de reunión para la práctica de esta disciplina, lo que comúnmente se conoce como underground ha ido consolidándose y acogiendo más adeptos con el paso de los años, esto ha logrado distinguir y “apreciar la diversidad o aquellas características irrepetibles y que a su vez comulgan con tradiciones y renovaciones generadas en otros entornos” (Zapata J. 2016, p800).

Los orígenes son desconocidos, no existe información que asegure quienes fueron los que iniciaron el movimiento en Ecuador, lo más cercano a ello es un video de YouTube donde se muestra un resumen de la Final Nacional de Red Bull de 2008.

En dicho video se observa los primeros pasos de lo que hoy en día es un movimiento casi consolidado, rimas que ahora parecen básicas en su momento fueron las más aclamadas por el público, varias caras que en aquel entonces eran desconocidas y que ahora son imágenes principales del freestyle ecuatoriano, entre ellas Lesco, esas son algunas de las cosas que marcaron el inicio de todo. Quito capital de Ecuador, bautizada también como la capital del freestyle fue la sede de dicho evento que acogió a los mejores del país, 2 regionales Quito y Guayaquil donde salieron 16 representantes con miras al título. A la final llegaron Mc Alvin y Giorgio quienes se enfrentaron en el tradicional formato de minutos libres, ambos competidores estaban en su máximo nivel pero sólo uno podía llevarse el podio de ganador y representar a Ecuador en la Internacional (La Rueda Producciones, 2015).

Hace unos meses Skone y Misionero, figuras relevantes del freestyle internacional, visitaron varios países de habla hispana, entre ellos Ecuador, en su estadía conversaron con el campeón de Red Bull Ec 2017, Steven Calderón / Switch quien mencionó la necesidad de organizaciones serias que deseen trabajar por el desarrollo de la cultura de este modo puedan surgir representantes que puedan marcar un precedente en la escena internacional (Red Bull Batalla De Los Gallos, 2018).

1.1.3 Freestyle en Machala

Transcurría el 2016 y Ecuador ya contaba con algunos referentes del freestyle, esto debido a la iniciativa propia de organizadores que al ver la poca o nula ayuda de incentivar y/o apoyar esta disciplina decidieron empezar a realizar eventos de calle “underground” en los parques de sus ciudades, Machala no fue la excepción.

La primera competencia (Rapnarok), conocida, se realizó en el parque Colón, logró reunir tres cantones, Machala, Pasaje y Santa Rosa, pese a que no tuvo el impacto deseado, la organización no desistió y siguió realizando eventos en el lugar.

Meses más tarde, Machala contaba con dos ligas de batallas A Cuatro Barras (antes Rapnarok) y El Cuarto Elemento, los eventos se realizaban todas las semanas en distintos puntos de la ciudad.

Por motivos de estudios el organizador de A Cuatro Barras, dejó la ciudad, y El Cuarto Elemento de a poco fue ganando espacio y posicionándose como la liga representativa no solo de Machala sino de la provincia de El Oro.

El público aumentó y se requirió de un espacio adecuado para realizar los eventos, el lugar elegido fue el Parque Urbano Ecológico Zoila Ugarte, por su extensión en cuanto a áreas verdes, pero debido a problemas ajenos a la organización se dejó de hacer competencias en dicho lugar.

La organización se puso en contacto con la Casa de la Cultura Ecuatoriana (Núcleo de El Oro) para solicitar un espacio con la finalidad de realizar los eventos bajo una institución que

trabaja por el desarrollo de la cultura, al final no se pudo llegar a un acuerdo y los eventos se mantuvieron underground, actualmente se realizan en el parque Lineal.

1.1.4 Difusión del freestyle

En 2016 el freestyler español Guillermo Rodríguez Godínez, Arkano, consiguió batir un Record Guinness al rapear (improvisar) durante más de 24 horas seguidas con descanso de 3 segundos para hidratarse, en sus entrevistas a los medios mencionó que su inspiración para hacer freestyle es romper los estereotipos y que las personas acepten que el rap es arte y el arte forma parte de la cultura (Huesca, 2016). Arkano también es el competidor más joven de la historia tras ganar una competencia nacional con 15 años, en la actualidad se dedica a la música y ha escrito 2 libros.

Urban Roosters es una de las organizaciones que ha luchado para que el freestyle se logre profesionalizar y los raperos puedan construir una carrera y poder vivir de ello, es así que en 2017 anuncian la primera liga profesional competitiva Freestyle Master Series, FMS, que reunió a los 10 mejores competidores de España para que se enfrentaran durante 9 jornadas en busca del más completo (Urban Roosters, 2017). Actualmente la competencia se ha expandido a cuatro países, España, Argentina, Chile y México y para 2020 se tiene previsto llegar a dos más.

Tras nueve años que Ecuador no formó parte de Red Bull Batalla de los Gallos, en 2017 regresa la competencia al país y el ganador fue el quiteño Steven Calderón, Switch, ganó la oportunidad de representar al país en México y medirse con los mejores del mundo, pero debido a problemas de visado no pudo viajar y tuvo que esperar un año para ir a la siguiente edición internacional, esta vez celebrada en Argentina. En una entrevista mencionó que en Ecuador hace falta apoyo a los nuevos talentos, en otros países los raperos pueden vivir del rap debido a que es su trabajo, y las marcas e industrias están dentro de las competencias, en Ecuador hay nivel pero falta apoyarlo (Diario ExtraEC, 2018). A raíz de su participación en Red Bull se ha visto mayor interés por parte del público en conocer acerca de la cultura.

En Machala se han realizado dos clasificatorias a competencias de talla internacional, en 2017 A Cuatro Barras organizó Batalla de Maestros, BDM, donde el ganador de la final nacional viajaría a Chile con todos los gastos pagados, y en 2018 – 2019 El Cuarto Elemento

organizó la clasificatoria a Supremacía MC, donde el ganador de la final nacional iría a representar en Perú.

Pese a que dentro de la ciudad y provincia, el freestyle no ha sido apoyado por las entidades y/o autoridades ni visibilizado a través de los medios tradicionales, a principios de 2019 Fernando Paccha, Eppico, representó a Ecuador en una competencia internacional en Perú, hasta ahora es el orense que más lejos ha llegado dentro de esta disciplina.

Las redes sociales han jugado un papel importante al momento de difundir el freestyle, principalmente la plataforma YouTube, donde los creadores de contenidos referente a esta disciplina han logrado llegar a una masiva cantidad de público, tal es el caso de canales como De Todo y Rap, Deriam Studios, 013Barcelona, entre otros.

1.2 Problema central de la investigación

Se sabe que el Hip-Hop siempre ha estado envuelta en conflictos y marcado por estereotipos en su mayoría ajenos a la realidad, debido a esto el freestyle al formar parte de esta cultura ha pasado desapercibido y/o marginado por ciudadanía.

Es por ello que se considera adecuado la elaboración de un producto comunicacional que sirva como estrategia de visibilización y a su vez disipe cualquier idea negativa que gire en torno a esta disciplina, por lo tanto la presente investigación plantea el siguiente problema central:

¿Cómo visibilizar el freestyle en la ciudad de Machala?

1.3 Localización del problema

La elaboración de un producto comunicacional cumplirá con el propósito de visibilizar el freestyle, el objeto de estudio se encuentra en la ciudad de Machala, se escogió este lugar debido a que es la capital de la provincia y es en donde se reúnen la mayor cantidad de freestylers.

La investigación está dirigida a mostrar una propuesta audiovisual que se enfocará en disipar cualquier idea negativa acerca del freestyle y a su vez mostrar los aspectos relevantes y desconocidos por parte de la ciudadanía como el caso de representantes orenses en

competencias internacionales y el proceso de generación de ideas en la mente de un freestyler, por ello se resolverán algunas interrogantes.

1.4 Problemas complementarios

- ¿Qué percepción tiene la ciudadanía machaleña sobre el freestyle?
- ¿Qué producto comunicacional es adecuado para visibilizar el freestyle?
- ¿Qué impacto generaría el producto comunicacional en el público?

1.5 Hechos de interés

El presente trabajo de investigación pretende obtener resultados probabilísticos y de análisis que ayuden a determinar la percepción de la ciudadanía machaleña acerca del freestyle, a su vez con el sustento de la investigación bibliográfica y entrevistas a expertos determinar el producto comunicacional adecuado para visibilizar el freestyle en la ciudad.

1.5.1 Población

Ciudadanía de Machala

1.5.2. Muestra

Según los datos obtenidos del último censo aplicado en el país, la población Machaleña es de 241606 habitantes, por lo que se procedió a calcular una muestra probabilística aleatoria con un margen de error del 5% que dio como resultado 400 habitantes.

1.5.3. Enfoque de la investigación

La investigación es de enfoque mixto, es decir tanto cualitativa como cuantitativa ya que los instrumentos aplicados van desde preguntas cerradas así como preguntas que se prestan para la interpretación y análisis de los involucrados.

1.5.4. Alcance de la investigación

El alcance de la investigación es descriptivo ya que se detallan los factores que intervienen en la percepción de la ciudadanía Machaleña y el freestyle, a su vez durante el proceso se encontrará una posible solución.

1.6 Objetivos de la investigación

1.6.1 Objetivo General

Visibilizar a través de un producto comunicacional el freestyle en la ciudad de Machala.

1.6.2 Objetivos Específicos

- Determinar la percepción de la ciudadanía Machaleña sobre del freestyle.
- Seleccionar el producto comunicacional adecuado que logre visibilizar el freestyle en la ciudad de Machala.
- Medir el impacto del producto comunicacional.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.1. Concepción Teórica del diagnóstico.

El presente trabajo tiene como objetivo visibilizar el freestyle como parte de la cultura urbana de la ciudad de Machala por lo cual se contextualizaran distintas temáticas que engloben al tema, otorgando de este modo una postura integradora que logre llevar a cabo el desarrollo de un producto comunicacional.

2.1.1. Culturas Urbanas

Para dar una aproximación al concepto de Cultura Urbana es necesario hacer mención y definir la palabra cultura, ya que es la raíz de toda manifestación social del individuo dentro del entorno que se desenvuelve. Para Val A. (2017): “cultura es un todo complejo de conocimiento, creencias, arte, moral, derecho, costumbres y otros hábitos y capacidades adquiridas por el ser humano como miembro social” (p112).

Las culturas urbanas forman parte de la identidad de los grupos sociales, que de una u otra manera se organizan para hacer prevalecer y mostrar a la sociedad su sentir, así lo menciona Ogaz (2017) “se expresen como formas identitarias (...) propios de la juventud” (p12). Por su parte Feixa C. (2018) menciona que “las culturas juveniles se manifiestan con expresiones, símbolos e idiomas para ocultar la esperanza y el miedo al mismo tiempo. (p101)

La cultura es todo aquello que engloba las prácticas y la simbología que se va dentro de una organización social, no es nada nuevo sino más bien es un proceso que se ha venido desarrollando históricamente a lo largo del tiempo y que justo ahora toma la relevancia que se merece eso lo asegura Guerreiro, (citado de Ogaz, 2002, 13).

Es importante destacar que para que se produzca cultura dentro de la sociedad es necesaria la existencia de espacios adecuados para que se desarrollen las diferentes actividades y se expandan a públicos que no conocen o tienen nula información acerca de las prácticas sociales que se realizan en dichos lugares (Semillero de Investigación Praxis Urbana, 2016).

Los medios juegan un papel fundamental al momento de dar a conocer las culturas urbanas pero restan importancia a sus prácticas y se centran en destacar la parte negativa de ellas Ogaz (2017) hace un llamado a los medios tradicionales y la sociedad en general:

Dejar a un lado el sensacionalismo existente en los medios de comunicación y la sociedad en general, donde solo se habla de intervenciones, estudios y en general debates sobre culturas urbanas e inclusive de juventud cuando se escucha o se sabe de hechos violentos o de comportamientos que escandalizan a la comunidad como lo es el consumo de drogas (p29).

2.1.2. Tribus Urbanas

Blanco O. (2015) menciona que las tribus urbanas se conforman por:

Grupos juveniles que poseen o manejan códigos similares que van desde el vestuario, música, lugares de encuentro, modos de hablar y comportamiento (...) utilizan un léxico particular, cuyos giros, modismos e incorporaciones de nuevas lexías son una constante. Debido al uso y creación de expresiones y unidades léxicas, se marcan distancia con respecto a otros grupos sociales, sean contemporáneos o no, a la vez que conforman un elemento más de su identidad conjuntamente con la vestimenta, acciones, gustos musicales. (pp 116 - 117).

Estos grupos comparten códigos que los hace sentir identificados con su pensar, necesitan encontrar a otros semejantes para poder estar a gusto y sentir respaldo entre sí. “Las tribus urbanas son prismas recurrentes para abordar a los jóvenes, sus intereses y prácticas” (Tijoux M., Facuse M. y Urrutia M. p 5). Por lo tanto las tribus urbanas son el centro de estudio de grupos juveniles para entender su perspectiva hacia el mundo que los envuelve.

2.1.3. Ciudad

Para Aguirre, G (2017): “La ciudad se constituye y es recreada en las prácticas que desarrollan sus habitantes: es la cultura urbana que define estilos de vida, en las maneras de vivir y de habitar la ciudad” (p80).

Por su parte Campos, G y Brenna, J (2015) consideran a la ciudad como un territorio donde son los propios habitantes los encargados de darle un valor agregado de significado pese a que no se conozcan entre ellos, es así que “las problemáticas de la ciudad contemporánea abren nuevos desafíos a los estudios urbanos y comunicacionales” (Vera P. 2017, p33)

La ciudad, como territorio denso y extenso, permite los encuentros fugaces, en los que no todos se conocen, ni controlan el total del espacio llamado ciudad. En este contexto la participación social del ciudadano en el entorno inmediato a su residencia y a su espacio laboral adquiere importancia porque, a pesar de su heterogeneidad, se podrían encontrar indicadores que manifiesten el interés de la ciudadanía por tener una vida mejor en la ciudad, develando su capacidad e interés de ser partícipe de proyectos que busquen restaurar su entorno residencial así como aquellos que estimulen la revaloración de su sentido de pertenencia en la búsqueda de lugares comunes, seguros y amables con referentes e identidades compartidas (p172).

Torres, L (2017) considera que:

La ciudad puede ser entendida como una creación humana en la cual entran en juego múltiples subjetividades y desde las cuales se proyectan los deseos, las afectaciones y las intencionalidades que los seres humanos materializan tanto en la morfología espacial como en los imaginarios individuales y colectivos que se construyen respecto a lo urbano. (p67)

Por ende la ciudad es un escenario de formación a partir, no solo de las características del espacio físico, sino también de las construcciones simbólicas y culturales (p81). Desantes (1996) citado de Cuesta O. y Meléndez S. define la ciudad como un espacio de encuentro donde los involucrados se ven envueltos de un dialogo, es así que se genera un intercambio de saberes, opiniones y conocimiento.

2.1.4. Espacio Público

Según Fonseca (2015) “Los espacios públicos como los parques, las explanadas, ciertas calles o avenidas, son lugares usados para la recreación, es decir, son espacios donde los habitantes de una ciudad pueden expresarse de forma artística, deportiva y cultural” (p2).

Las personas en la ciudades toman o se apropian de espacios públicos para realizar actividades de tipo cultural o deportivo, así como distintas manifestaciones de prácticas individuales o colectivas, en lugares o espacios públicos donde no necesariamente han sido diseñados para la realización de esas actividades, sin embargo, las personas le van dando ese uso y se van apropiando de dicho lugar (Fonseca, 2015, p4).

Para Anduze V. (2018) todo espacio público es aquel “generador de significados, donde los habitantes de una ciudad o colonia puedan reunirse y cuyo espacio no sea excluyente, es susceptible de desempeñar un papel público” (p32).

Por su parte el Semillero de Investigación Praxis Urbana (2016) menciona que “la ciudad alberga un entramado complejo de situaciones y elementos físicos que están cargadas de significados, los cuales, se traducen en una red que contiene algunos puntos de mayor reconocimiento, como ocurre con sus equipamientos, monumentos, hitos, entre otros” (p13).

Pese a que exista la apropiación de los espacios públicos, también se debe tener presente los permisos, regulaciones y deberes que estos conllevan, tal como lo afirman Campos, G y Brenna, J (2015):

Cuando la búsqueda de espacios públicos libres, sin regulaciones implica reiterativamente la disputa por ese territorio, enarbolando su defensa en tanto control o exclusividad, o bien como elemento de distinción, es decir, como elemento con valor de propiedad, calidad y seguridad. La pugna por su apropiación o reconocimiento es perpetua; de cualquier modo se busca determinar los usos adecuados que habrán de emplazarse en ellos, lo que no se puede ignorar es su estatuto jurídico como normas y reglas legales que regulan su uso y el comportamiento en éste; condiciones de facto que provienen de la actividad social y de los imaginarios sociales que buscan recrearse y legitimarse en la interacción con los otros (p168).

2.1.5. Apropiación del espacio

Se puede analizar la ciudad como una construcción cultural dentro de la cual se configuran espacios colectivos públicos con connotaciones físicas, subjetivas y temporales que propician continuidades y cambios.

Sosa, R y Semova, D (2018) en su trabajo sobre ciudad y comunicación hacen mención a varios términos que ayudan a afianzar el concepto de apropiación del espacio (p 94-95).

2.1.5.1. Habitabilidad

Es un concepto que hace referencia a un espacio que pueda ser habitado. Para ello debe cumplir con una serie de requisitos mínimos, como los pueden ser la salubridad del espacio, las dimensiones del mismo o, incluso, su acústica

2.1.5.2. Individuo

Aquella persona que actúa por sí misma y siguiendo sus propios principios, con independencia de lo que dicte la sociedad.

2.1.5.3. Ordenación del espacio

La ordenación del espacio es un proceso complejo donde intervienen diversos agentes sociales. Algunos de ellos son: quiénes son los propietarios, los empresarios encargados de organizar el proceso entre otros.

2.1.5.4. Zonas verdes

Son los parques, jardines y demás entornos donde el ciudadano puede interactuar con la naturaleza de una forma directa. Su desarrollo en las ciudades es imprescindible, ya que fomenta la habitabilidad de las mismas y proporciona puntos de encuentro a la sociedad.

2.1.6. Imaginarios Urbanos

La ciudad está llena de significados y estos cobran el nombre de imaginarios urbanos, para Torres, L (2017) son:

Construcciones mentales que encuentran su representación en los elementos propios del medio y a los cuales se les otorga diferentes sentimientos a partir de los niveles de afección que estos elementos crean en los sujetos y que, como tal, son expresados también de forma diferenciada (p 76).

Para que esto se llegue a dar es necesario que el individuo se apropie de la ciudad y conozca el entorno donde desenvuelve día a día.

La imagen de la ciudad debe estar dotada de una estructura y una identidad. La identidad se establece en el momento en el cual el sujeto logra distinguir un objeto de la multiplicidad de objetos presentes en el espacio. Pero al mismo tiempo este objeto como identidad separable, se relaciona con los demás elementos dentro de una estructura. Estos atributos se entienden como manifestaciones del grado de significancia que cada sujeto le da a cada elemento del espacio a partir de la relación práctica o emotiva que el observador entabla con dichos objetos (p77).

2.2. Descripción del ciclo del diagnóstico.

Tras aplicar distintas herramientas enmarcadas dentro del proceso metodológico se determinó que el reportaje audiovisual es el producto comunicacional idóneo para visibilizar el freestyle, para llegar a esta conclusión se empleó lo siguiente:

2.3. Técnicas e instrumentos para el diagnóstico.

2.3.1. Encuesta

Una de las técnicas más comunes y efectivas en los procesos de investigación, es la aplicación de encuestas, debido a que los datos obtenidos son el resultado de una población masiva. (Casas, J., Repullo, J. y Donado, J., 2003 p143).

Una encuesta es una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de una gran variedad de características objetivas y subjetivas de la población (Casas, J. et al 2003).

Tabla 1. Tipos de encuestas

Tipos de encuestas		
Personal	Teléfono	Correo/online
El encuestador tiene contacto directo con el encuestado, ya sea que este le entregue las preguntas o que se las formule y luego se anotan las respuestas.	Las preguntas deben ser cortas y claras, caso contrario en encuestado puede aburrirse y salir del hilo de la encuesta.	Las preguntas deben estar redactadas en un lenguaje que resulte fácil de entender, se deben evitar tecnicismos para no confundir al público.

Fuente: (Chiner, E. 2019) Elaborado por: Autor

2.3.1.1 Cuestionario

El cuestionario es el instrumento o banco de preguntas aplicados a una muestra de la población, este develara el pensar de los encuestados a través de datos estadísticos.

Para Chiner E. (2019): “Un cuestionario es un conjunto de preguntas que tiene como finalidad la obtención de los datos necesarios para una investigación” (p 3).

Según este autor existen 3 tipos de preguntas que se aplican en los cuestionarios de las encuestas.

Tabla 2 Tipos de preguntas

Tipos de preguntas		
Cerradas	Elección múltiple	Abiertas
En este tipo de encuestas, el encuestado debe elegir entre opciones limitadas de respuestas como “sí o no”, “verdadero o falso” y otras similares. Su ventaja es su fácil codificación pero la información que se obtiene es limitada.	Se dividen en 3 grupos: 1. Abanico de respuestas: Se ofrece una serie de opciones, sin opción a que el encuestado proponga la suya. 2. Ítem abierto: Se ofrece una serie de opciones pero el encuestado puede proponer otra. 3. Las opciones de respuestas son graduadas en intensidad.	Se da la opción para que el encuestado responda con sus propias palabras, se emplea esta opción cuando la investigación requiere una opinión, profunda y/subjetiva de parte de la muestra.

Fuente: (Casas, J., Repullo, J. y Donado, J., 2003 p 152-153). Elaborado por: Autor

Se aplicó la encuesta para determinar la percepción de la ciudadanía machaleña en torno al freestyle, adicional a ello se obtuvo datos sobre el medio de preferencia para recibir información.

2.3.2. Entrevista

La entrevista es una herramienta propia de la investigación cualitativa, busca obtener información más profunda de expertos en distintos temas, ya sea a través de sus experiencias, conocimientos u opiniones propias (Folgueiras, P. 2019).

Es importante mantener el hilo de la entrevista, más que un cuestionario a resolver, debe convertirse en una conversación fluida de parte de ambos lados, tanto el entrevistado como el entrevistador, Para Meneses, J., y Rodríguez, D. (2016) mencionan que algunos “optan por memorizar las principales líneas del guión de entrevista, lo que, por una parte, les proporciona cierta independencia para improvisar y, por otra, genera una situación mucho más natural” (p 49).

La entrevista debe generar un ambiente de comodidad, donde el entrevistado tenga la libertad y confianza de expresarse con naturalidad, sin que se note un ambiente tenso. Así lo corroboran Taguenca, J. y Vega, M. (2012) quienes mencionan que “la entrevista necesita la libre expresión del entrevistado (...) debe manifestar sus intereses, creencias, deseos y valores” (p 60).

2.3.2.1. Tablas de entrevistados (expertos)

Tabla 3 Expertos en temas sociales/humanidades.

Nombre de entrevistado/a	Profesión	Cargos desempeñados
Rosa Sevilla	Representante de la Escuela de Filosofía Nueva Acrópolis.	-Profesora de Nueva Acrópolis (Quito) -Gestora de Nueva Acrópolis (Machala)
José Montero	Sociólogo	-Docente de la Universidad Técnica de Machala -Director de Escuela de Sociología de la Universidad Técnica de Machala

Elaborado por autor.

Tabla 4 Expertos en comunicación

Nombre de entrevistado/a	Profesión	Cargos desempeñados
Hubel Onofre	Lcdo. en Periodismo	-Reportero de noticias en Agro TV. -Corresponsal de Gama TV -Corresponsal de TC. Televisión (Nueva York).
Diego Espinoza	Lcdo. En Ciencias de la Comunicación	-Reportero online. -Reportero ATV (Lima)
Tomás Ciuffardi	Periodista y productor de TV	-Corresponsal de TV Nacional de Chile. -Realizador del programa Día a Día. -Productor del Servicio Mundial de la BBC. -Director del noticiero de fin de semana de Ecuavisa. -Realizador de reportajes de Visión 360 de Ecuavisa.

Elaborado por autor.

Tabla 5 Expertos en producción audiovisual

Nombre de entrevistado/a	Profesión	Cargos desempeñados
Cristhian Rivera	Lcdo. en Comunicación Social	-Director y Creativo de Ultra (productora de fotografía y videografía)
Andrés Revelo	Ms. En post-producción audiovisual	-Director creativo y fotografía

		-Docente en la Universidad de las Américas
Ramón Murillo	Lcdo. en Comunicación Social y Literatura	-Productor de Visión 360 (Ecuavisa) -Docente de Lengua y Literatura y Comunicación Audiovisual -

Elaborado por autor.

Tabla 6 Gestores Culturales

Nombre de entrevistado/a	Profesión	Cargos desempeñados
Conny Franco	Lcda. En Ciencias de la Educación.	-Miembro de la Casa de la Cultura. -Miembro del grupo internacional Gestores latinoamericanos. -Miembro del grupo internacional Mujeres por la Cultura. - Directora del departamento de Arte y Cultura del GAD Machala.
Andrea Villacrés	Psicóloga	-Miembro de organización Gestores de una Nueva Era. -Miembro de organización Verde Hoja.

		-Proyecto Fortalecimiento de Liderazgo Juvenil (Prefectura El Oro) - Dirigente Casa de la Juventud.
Jilmer Solórzano	Educador familiar	-Educador familiar (Mies) -Dirigente de colectivo Casa de las Juventudes
Luis Serrano García	Dr. En Medicina	-Director provincial de la Casa de la Cultura Núcleo El Oro.

Elaborado por autor.

Las entrevistas ayudaron a consolidar al freestyle dentro del marco de cultura urbana, además gracias a expertos en el área de comunicación y producción audiovisual se concluyó que el medio idóneo para visibilizar el freestyle es a través de un reportaje.

2.3.3. Focus Group

El focus group es un espacio de opinión para que sirve para conocer las opiniones y percepciones de quienes participan en él.

Para obtener datos valaderos de un focus group es importante que esté conformado entre 6 y 12 participantes solo de este modo la información resultante tendrá validación en un trabajo de investigación. (Renilla M. 2018).

Es importante generar un ambiente de tranquilidad con el fin de que los participantes se sientan cómodos y puedan expresar con absoluta libertad su sentir sobre el tema que se esté tratando o analizando.

Una vez elaborado el reportaje audiovisual, fue presentado en un grupo focal para medir sus reacciones y evaluar su funcionalidad.

2.3.4. Cronograma de actividades

Tabla 7 Cronograma

Actividades	Meses				
	May	Jun	Jul	Ago	Sep
Desarrollo del tema de investigación	X	X	X		
Aplicación de las técnicas de investigación Encuestas, entrevistas			X	X	
Desarrollo de la propuesta			X	X	
Elaboración del guión				X	
Grabaciones para el reportaje audiovisual				X	
Edición del video				X	
Presentación de la propuesta a Focus Group					X
Presentación del trabajo					X
Sustentación del trabajo					X

Elaborado por autor

2.4. Resultados

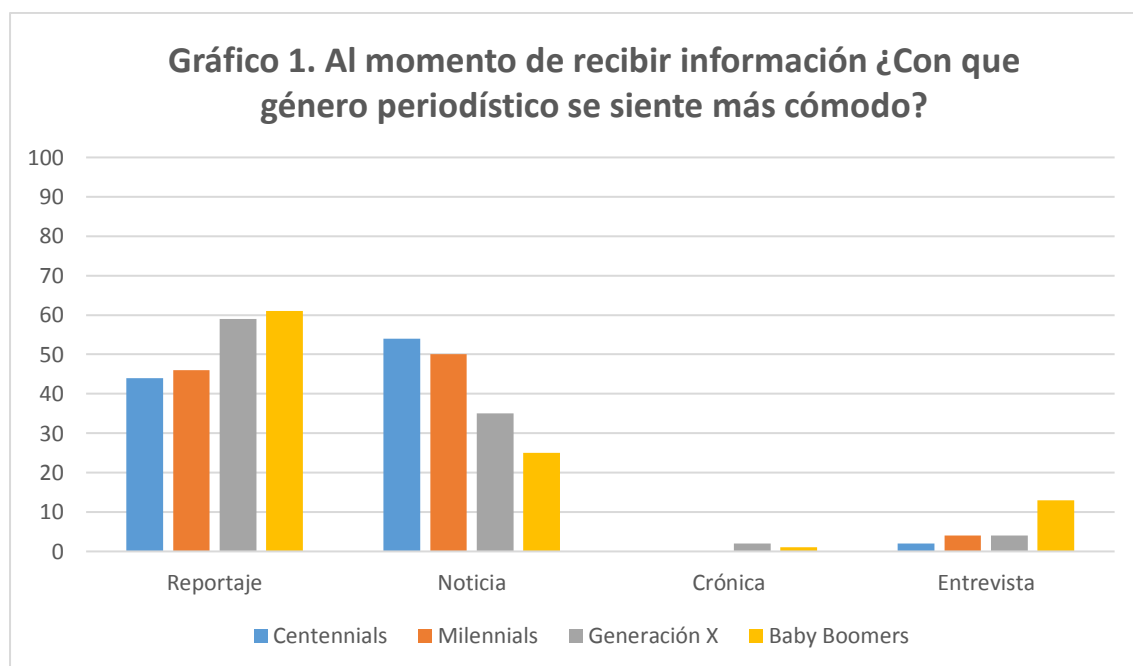
2.4.1. Resultados de encuestas

Sección 1

1

Tabla 8. Al momento de recibir información ¿Con que género periodístico se siente más cómodo?								
	Centennials		Milennials		Generación X		Baby Boomers	
	fi	%	Fi	%	fi	%	fi	%
Reportaje	44	44%	46	46%	59	59%	61	61%
Noticia	54	54%	50	50%	35	35%	25	25%
Crónica	0	0%	0	0%	2	2%	1	1%
Entrevista	2	2%	4	4%	4	4%	13	13%
Total	100	100%	100	100%	100	100%	100	100%

Tabla 8. Fuente: encuestas. Elaborado por autor

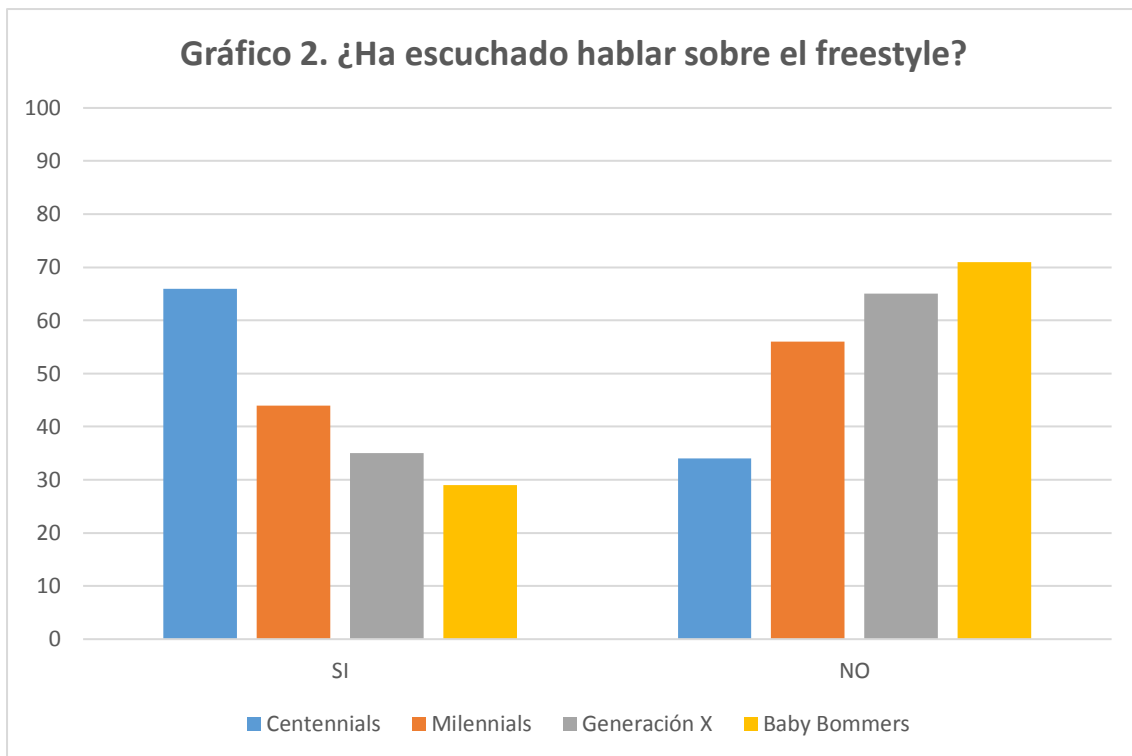


Fuente: Tabla 8 Elaborado por: autor

Según los datos obtenidos a través de la encuesta, el 44% de los Centennials se sienten cómodos con el reportaje, el 54% con la noticia y el 2% con la entrevista, en los Milennials el 46% se sienten cómodos con el reportaje, el 50% con la noticia y el 4% con la entrevista, en la Generación X el 59% se sienten cómodos con el reportaje, el 35% con la noticia, el 2% con la crónica y el 4% con la entrevista, en los Baby Boomers el 61% se sienten cómodos con el reportaje, el 25% con la noticia, el 1% con la crónica y el 13% con la entrevista.

Tabla 9. ¿Ha escuchado hablar sobre el freestyle?								
	Centennials		Millennials		Generación X		Baby Boomers	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
SI	66	66%	44	44%	35	35%	29	29%
NO	34	34%	56	56%	65	65%	71	71%
Total	100	100%	100	100%	100	100%	100	100%

Tabla 9. Fuente: encuestas. Elaborado por autor



Fuente: Tabla 9 Elaborado por: autor

Según los datos obtenidos a través de la encuesta, el 66% de los Centennials si ha escuchado hablar del freestyle y el 34% no ha escuchado sobre el tema, en los Millennials el 44% ha escuchado hablar sobre el freestyle y el 56% no ha escuchado sobre el tema, en la Generación X el 35% ha escuchado hablar sobre el freestyle y el 65% no ha escuchado sobre el tema y en los Baby Boomers el 29% ha escuchado hablar sobre el freestyle y el 71% no ha escuchado sobre el tema.

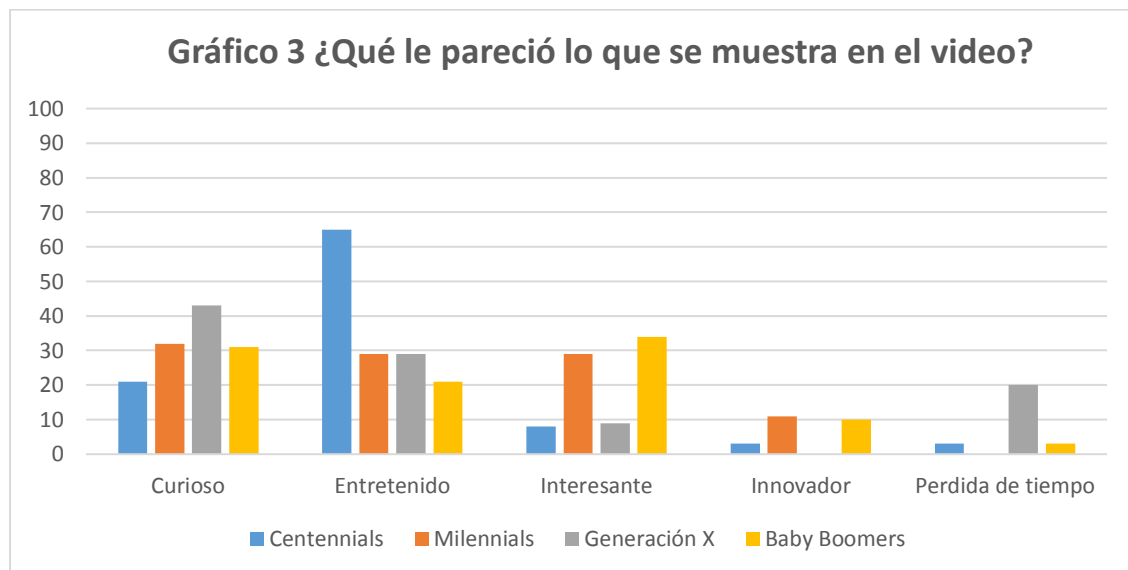
Tabla 10. ¿Qué escuchó del tema?	
Centennials	-Red Bull -Raperos famosos -Competencias en parques -Cantantes en los buses
Millennials	-Cantantes en los buses -Red Bull -Bailes Urbanos -Competencias en parques
Generación X	-Cantantes en buses -Chicos en la calle -Bailes urbanos
Baby Boomers	-Cantantes en los buses -Bailes modernos

Tabla 10. Fuente: encuestas. Elaborado por autor

Se mostró a los encuestados un fragmento de una batalla de freestyle.

Tabla 11. ¿Qué le pareció lo que se muestra en el video? (los que respondieron si en la pregunta 2)								
	Centennials		Millennials		Generación X		Baby Boomers	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Curioso	14	21%	12	27%	15	43%	9	31%
Entretenido	43	65%	11	25%	10	29%	6	21%
Interesante	5	8%	11	25%	3	9%	10	34%
Innovador	2	3%	6	14%	0	0%	3	10%
Pérdida de tiempo	2	3%	4	9%	7	20%	1	3%
Total	66	100%	44	100%	35	100%	29	100%

Tabla 11. Fuente: encuestas. Elaborado por autor

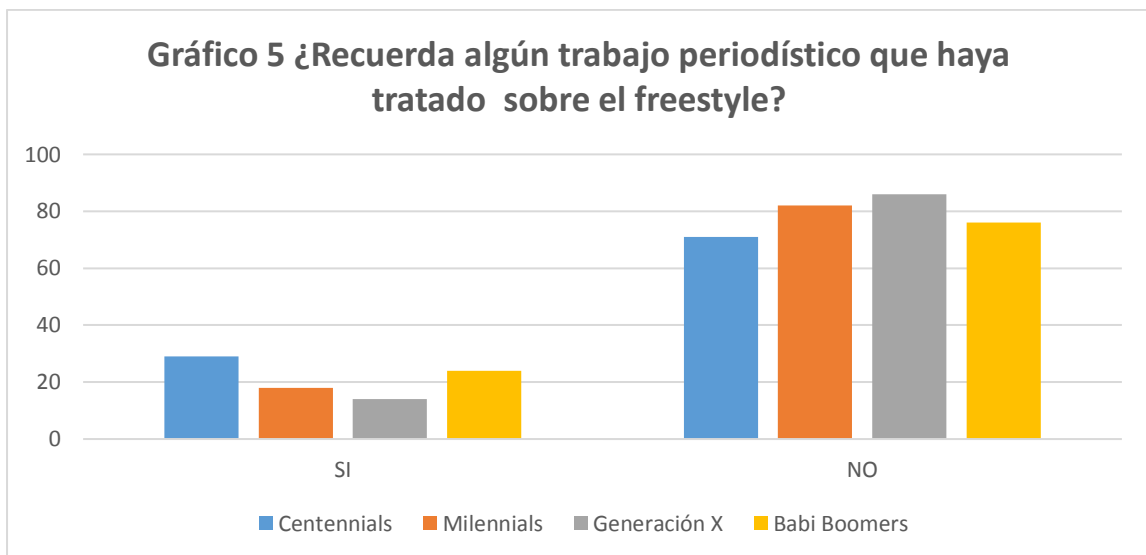


Fuente: Tabla 11. Elaborado por: autor

Según los datos obtenidos a través de la encuesta, el 21% de los Centennials considera curioso lo que se muestra en el video, el 65% entretenido, el 8% interesante, el 3% innovador y el 3% pérdida de tiempo, en los Millennials el 27% considera curioso lo que se muestra en el video, el 25% entretenido, el 25% interesante, el 14% innovador y el 9% pérdida de tiempo, en la Generación X el 43% considera curioso lo que se muestra en el video, el 29% entretenido, el 9% interesante y el 20% pérdida de tiempo, en los Baby Boomers el 31% considera curioso lo que se muestra en el video, el 21% entretenido, el 34% interesante, el 10% innovador y el 3% pérdida de tiempo.

Tabla 12 ¿Recuerda algún trabajo periodístico que haya tratado sobre el freestyle?								
	Centennials		Millennials		Generación X		Baby Boomers	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
SI	19	29%	8	18%	5	14%	7	24%
NO	47	71%	36	82%	30	86%	22	76%
Total	66	100%	44	100%	35	100%	29	100%

Tabla 12. Fuente: encuestas. Elaborado por autor



Fuente: Tabla 12. Elaborado por: autor

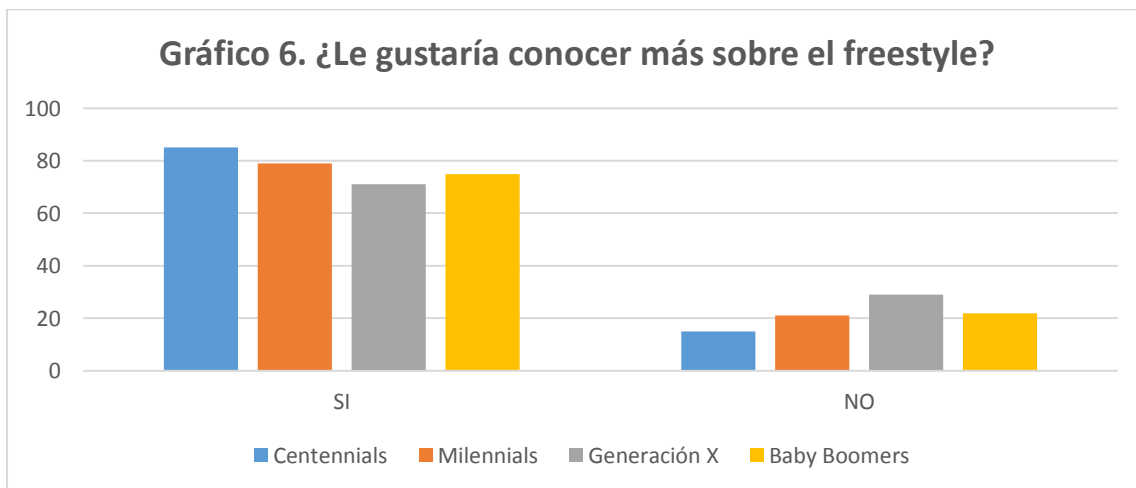
Según los datos obtenidos a través de la encuesta el 29% de los Centennials si recuerda trabajos periodísticos sobre el freestyle y el 71% no recuerda, en los Millennials el 18% si recuerda trabajos sobre el freestyle y el 82% no recuerda, en la Generación X el 14% si recuerda trabajos periodísticos sobre el freestyle y el 86% no recuerda, en los Baby Boomers el 24% si recuerda trabajos periodísticos sobre el freestyle y el 76% no recuerda.

Tabla 13 ¿En qué medio y género periodístico fue presentado? (los que respondieron si en la pregunta 5)		
Generación	Medio	Género periodístico
Centennials	-TV -Redes	-Reportaje
Milennials	-TV -Redes	-Reportaje -Entrevista
Generación X	-TV -Prensa	-Reportaje -Noticia
Babi Boomers	-TV	-Noticia

Tabla 13. Fuente: encuestas. Elaborado por autor

Tabla 14. ¿Le gustaría conocer más sobre el freestyle? (los que respondieron si en la pregunta 2)								
	Centennials		Milennials		Generación X		Baby Boomers	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
SI	56	85%	35	79%	25	71%	22	78%
NO	10	15%	9	21%	10	29%	7	22%
Total	66	100%	44	100%	35	100%	29	100%

Tabla 14. Fuente: encuestas. Elaborado por autor



Fuente: Tabla 14. Elaborado por: autor

Según los datos obtenidos a través de la encuesta, al 85% de los Centennials les gustaría conocer más sobre el freestyle mientras que al 15% no, en los Milennials al 79% les gustaría conocer más sobre el freestyle mientras que al 21% no, en la Generación X al 71% les gustaría conocer más sobre el freestyle mientras que al 29% no, en los Baby Boomers al 78% les gustaría conocer más sobre el freestyle mientras que al 22 % no.

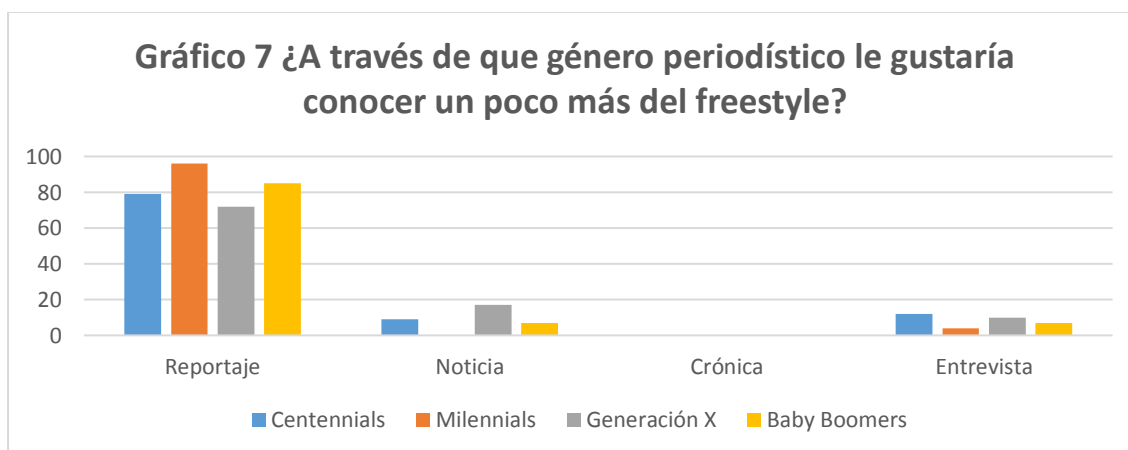
Tabla 15. ¿Porque?		
	SI	NO
Centennials	-Está de moda -Para conocer cosas nuevas	-No es de mi interés
Milennials	-Son temas actuales -Porque está de moda -Es algo que está creciendo	-No me da el tiempo -Es algo absurdo
Generación X	-Son temas actuales -Son nuevas tendencias	-No me da el tiempo -Me parece vulgar
Baby Boomers	-Para saber lo que hacen los jóvenes. -Para estar al día de las cosas nuevas	-Prefiero invertir mi tiempo en otras cosas -No me da el tiempo

Tabla 15. Fuente: encuestas. Elaborado por autor

8

Tabla 16. ¿A través de que género periodístico le gustaría conocer un poco más del freestyle? (los que respondieron si en la pregunta 5)								
	Centennials		Milennials		Generación X		Baby Boomers	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Reportaje	52	79%	42	96%	21	72%	25	85%
Noticia	6	9%	0	0%	5	17%	2	7%
Crónica	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Entrevista	8	12%	2	4%	3	10%	2	7%
Total	66	100%	44	100%	29	100%	29	100%

Tabla 16. Fuente: encuestas. Elaborado por autor



Fuente: Tabla 16. Elaborado por: autor

Según los datos obtenidos a través de la encuesta, al 79% de los Centennials les gustaría conocer más del freestyle a través de un reportaje, al 9% a través de noticias y al 12% a través de entrevistas, en los Milennials el 96% les gustaría conocer más del freestyle a través de un

reportaje y al 4% a través de entrevistas, en la Generación X al 72% les gustaría conocer más sobre el freestyle a través de un reportaje, al 17% a través de noticias y al 10% a través de entrevistas, en los Baby Boomers el 85% les gustaría conocer más sobre el freestyle a través de un reportaje el 7% a través de noticias y el 7% a través de entrevistas.

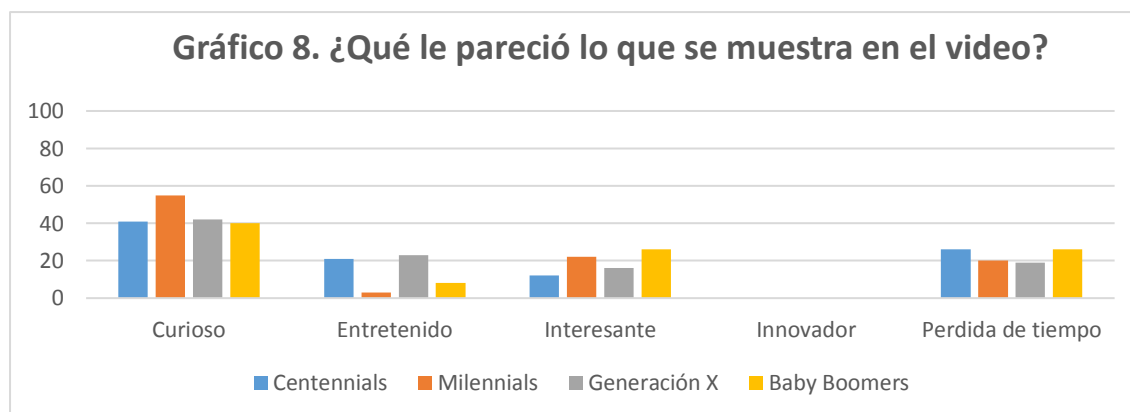
Sección2 -No han escuchado hablar del freestyle (respondieron no en la pregunta 2)

9

Se mostró a los encuestados un fragmento de una batalla de freestyle.

Tabla 17. ¿Qué le pareció lo que se muestra en el video?								
	Centennials		Millennials		Generación X		Baby Boomers	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
Curioso	14	41%	31	55%	27	42%	29	40%
Entretenido	7	21%	2	3%	15	23%	6	8%
Interesante	4	12%	12	22%	10	16%	18	26%
Innovador	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Pérdida de tiempo	9	26%	11	20%	12	19%	18	26%
Total	34	100%	56	100%	64	100%	71	100%

Tabla 17. Fuente: encuestas. Elaborado por autor

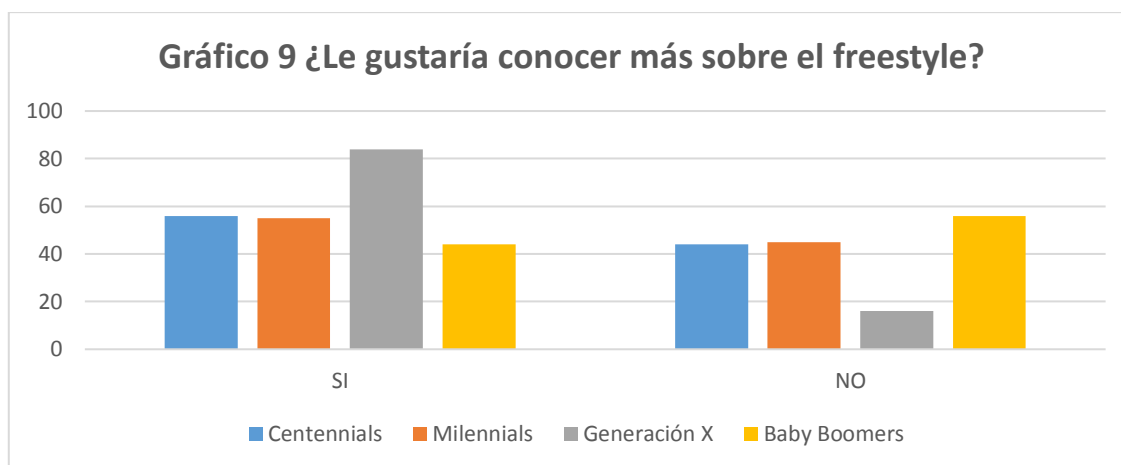


Fuente: Tabla 17. Elaborado por: autor

Según los datos obtenidos a través de la encuesta al 41% de los Centennials les pareció curioso lo que se muestra en el video, al 21% entretenido, al 12% interesante y al 26% pérdida de tiempo, en los Millennials al 55% les pareció curioso, al 3% entretenido, al 22% interesante y al 20% pérdida de tiempo, en la Generación X al 42% les pareció curioso, al 23% entretenido, al 16% interesante y al 19% pérdida de tiempo, en los Baby Boomers al 40% les pareció curioso, al 8% entretenido, al 26% interesante y al 26% pérdida de tiempo.

Tabla 18 ¿Le gustaría conocer más sobre el freestyle?								
	Centennials		Milennials		Generación X		Baby Boomers	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
SI	19	56%	31	55%	54	84%	31	44%
NO	15	44%	25	45%	10	16%	40	56%
Total	34	100%	56	100%	64	100%	71	100%

Tabla 18. Fuente: encuestas. Elaborado por autor



Fuente: Tabla 18. Elaborado por: autor

Según los datos obtenidos a través de la encuesta, al 56% de los Centennials les gustaría conocer más sobre el freestyle mientras que al 44% no, en los Milennials al 55% les gustaría conocer más sobre el freestyle mientras que al 45% no, en la Generación X al 84% le gustaría conocer más sobre el freestyle mientras que al 16% no y en los Baby Boomers al 44

Tabla 19 ¿Porque?		
	Si	No
Centennials	-Me gustó lo que vi -Es algo que está creciendo -Me gustaría aprender	-Es vulgar -Usan lenguaje inadecuado
Milennials	-Me parece novedoso -Para estar a la moda -Es un tema actual	-No me da el tiempo -Es vulgar -Es de la calle -Hay drogas de por medio
Generación X	-Porque son las nuevas tendencias juveniles -Porque son temas de actualidad -Para divertirme en tiempos libres	-No me da el tiempo -No es de mi agrado -Es vulgar
Baby Boomers	-Para estar al día con los jóvenes -Para distraerme.	-Son cosas del diablo -Son chicos que andan en malos pasos.

		-Hay drogas
--	--	-------------

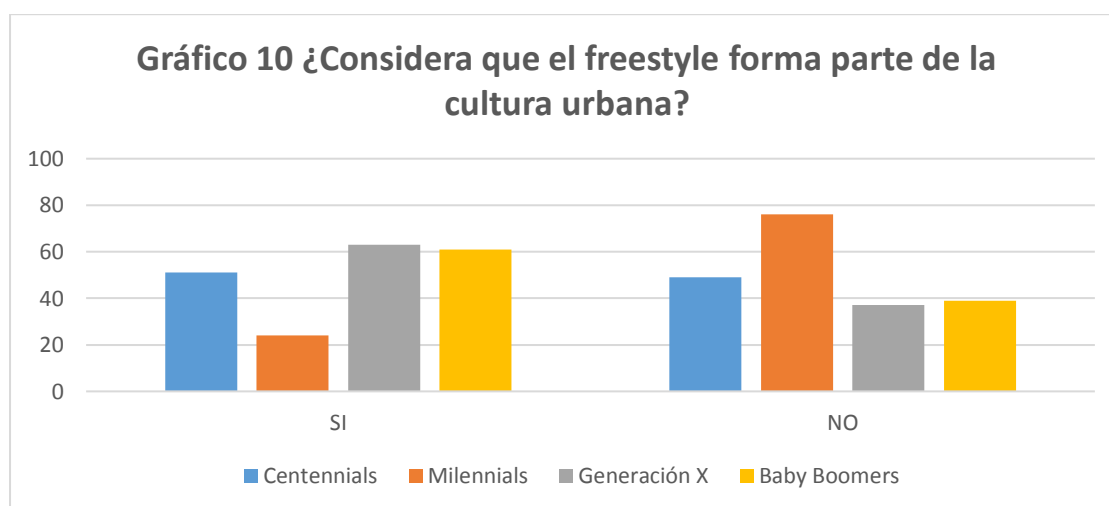
Tabla 19. Fuente: encuestas. Elaborado por autor

Sección 3

11

Tabla 20 ¿Considera que el freestyle forma parte de la cultura urbana?								
	Centennials		Millennials		Generación X		Baby Boomers	
	fi	%	fi	%	fi	%	fi	%
SI	51	51%	24	24%	63	63%	61	61%
NO	49	49%	76	76%	37	37%	39	39%
Total	100	100%	100	100%	100	100%	100	100%

Tabla 20. Fuente: encuestas. Elaborado por autor



Fuente: tabla 20. Elaborado por: autor

Según los datos obtenidos a través de la encuesta, el 51% de los Centennials considera que el freestyle forma parte de la cultura urbana mientras que el 49% no, en los Millennials el 24% considera que el freestyle forma parte de la cultura urbana mientras que el 76% no, en la Generación X el 63% considera que el freestyle forma parte de la cultura urbana mientras que el 37% no y en los Baby Boomers el 61% considera que el freestyle forma parte de la cultura urbana mientras que el 39% no.

Tabla 21. ¿Porque?		
	Si	No
Centennials	-Porque es parte del Hip Hop -Todo es cultura -Es talento urbano	-Sólo es un pasatiempo
Millennials	-Es parte del género urbano	-Sólo es un pasatiempo -Es una moda pasajera

		-No educan
Generación X	-Todo lo que se haga en la ciudad es cultura. -Son tendencias culturales actuales	-Sólo es un pasatiempo -Es una moda
Baby Boomers	-Es cultura pero de los jóvenes	- No enseña nada bueno -Carencia de valores

Tabla 21. Fuente: encuestas. Elaborado por autor

2.4.2. Resultados de entrevistas

2.4.2.1 Expertos en temas sociales

Tabla 22

Cultura y tribu urbana	-Grupos que comparten un mismo pensar. -Conformados generalmente por jóvenes. -Costumbres ajenas adaptadas a nuestro estilo de vida.
Jóvenes y tribus urbanas	-Búsqueda de desafíos. -Influencia de los medios. -Resaltar y ser protagonista.
Rechazo a las tribus urbanas (freestyle)	-Lo desconocido causa temor. -Desviación de principios y creencias.
Freestyle como parte de la cultura	-Lo que ocurre dentro de la ciudad es parte de su cultura. -Apropiación de espacios por parte de la juventud.

Tabla 22. Fuente: entrevistas. Elaborado por autor

2.4.2.2. Expertos en Comunicación y Producción Audiovisual.

Tabla 23

Reportaje – características	-Contraste de información. -Indagación de fuentes. -Persuadir en el público y despertar emociones. -Permite contar una historia detallada del hecho.
Reportaje para visibilizar el freestyle	-El freestyle es un tema poco conocido, el reportaje ayudaría a su difusión. -Permitiría profundizar y explicar de qué trata el freestyle. -Ayudaría a dar relevancia al tema.

Importancia del guión técnico	<ul style="list-style-type: none"> -Es la herramienta primordial, indica las pautas de lo que se debe y no se debe hacer durante el proceso. -Es la base del trabajo, puede sufrir cambios pero indica la línea a seguir. -Permite organizar el trabajo de campo. -Ayuda durante el proceso de edición.
Impacto del reportaje	<ul style="list-style-type: none"> -Debe seguir un hilo argumental. -Creatividad. -Contraste de fuentes.
Duración	<ul style="list-style-type: none"> -Depende de la cantidad de información y tema que se quiera dar a conocer. -Depende de la plataforma.

Tabla 23. Fuente: entrevistas. Elaborado por autor

2.4.2.3. Gestores Culturales

Tabla 24

Importancia de la cultura urbana en la ciudad	<ul style="list-style-type: none"> -Es importante generar espacios donde los jóvenes puedan expresarse con libertad. -Es algo que se ha tenido marginado y olvidado pero que sin duda representa una parte importante en la ciudad. -Existe una diversidad de gustos que deben ser respetados y aceptados.
El freestyle como parte de la cultura de Machala	<ul style="list-style-type: none"> -El freestyle es algo nuevo que de a poco tiene acogida por los jóvenes. -Sin duda ayuda al fortalecimiento de la parte urbana y artística de la ciudad. -Ayuda a que se potencialice el arte en las calles.
Gestiones realizadas para visibilizar el freestyle en Machala	<ul style="list-style-type: none"> -Espacios donde practican el arte. -Eventos donde se invitan a artistas urbanos.

Tabla 24. Fuente: entrevistas. Elaborado por autor

CAPÍTULO III

PLAN DE ACCIÓN

3.1 Identificación de la intervención

Luego de aplicar las técnicas de recolección de información se encontró que la ciudadanía de Machala desconoce sobre el freestyle pese a que es una disciplina que se está popularizando en distintos países de habla hispana, practicada en su mayoría por jóvenes.

Es importante visibilizar el freestyle dentro de Machala ya que es parte de la Cultura Urbana que de a poco va ganando y ocupando un territorio en el imaginario social de los machaleños.

Se determinó que el medio idóneo para conseguir el objetivo de visibilización es a través de un reportaje ya que es considerado en género periodístico más completos

Expertos en comunicación corroboraron esto, al indicar que en efecto el reportaje cumple con las características idóneas para dar a conocer temas que no son tan conocidos por la audiencia.

3.2 Fundamentación Teórica de la Intervención

Los temas tratados a continuación forman parte del fundamento teórico que sirvió para sustentar la propuesta de intervención, esto se obtuvo a raíz de las técnicas aplicadas y la investigación documentada.

3.2.1 Producción Audiovisual

Para Alonso L. (2018) la producción es la “fabricación y explotación en diversos tipos de organización (...) a través de planificación, organización, y supervisión (...) de las personas, los recursos y las operaciones necesarias (...) de los productos entregables (...) para la satisfacción del máximo número de interesados” (p452).

Según Antezana C. (2017): “se entiende como producción audiovisual a los procesos de selección de medios técnicos y humanos para la ejecución de una idea que cuenta con la unión de matices artísticos y comunicacionales, para transmitir una realidad empleando la herramienta audiovisual” (p30).

Dentro de la producción audiovisual existen procesos que se deben seguir para que el trabajo obtenga eficacia, estos son, pre, pro y post producción, Antezana C. (2017) los define de la siguiente manera:

La **preproducción** es la primera etapa en la realización de un proyecto audiovisual porque se toman decisiones, se selecciona al personal que conformará el equipo, se trabaja una historia y se organiza todo a partir de la elaboración de desgloses, presupuestos, planes de rodaje y planes de trabajo, la **producción** es la parte más importante en la realización audiovisual porque todos los esfuerzos intelectuales, humanos y físicos empleados en la elaboración, darán como resultado un producto audiovisual por último en la post **producción** se comprueba y revisa que se haya conseguido todo el material que se planificó en la preproducción (p30-34).

Un contenido audiovisual tiene la capacidad de persuadir y generar emociones al público que va dirigido, así lo corroboran Vidal M. y Téllez A. (2016) quienes mencionan que “dado el potencial empático que posee el audiovisual, se puede llegar a configurar como una herramienta hacia el empoderamiento social” (p576).

De la misma manera es importante hacer énfasis en el poder que tienen las imágenes y la carga emocional que estas poseen, actualmente el público resta o casi no da importancia a contenidos que carezcan de animación y/sonido, es decir se necesita de un enganche que llame la atención Guasch (2003) citado de García E., Ballesteros E. y Serrano A. (2016) mencionan que “estamos en un momento de cambio, en tanto que ahora las imágenes aspiran a tener los mismos derechos que las palabras (p13).

3.2.2. Reportaje

La claridad del mensaje es una pieza fundamental en cualquiera de los géneros periodísticos que se use para transmitir un mensaje, así lo menciona Moreno P. (2012): “el lenguaje debe ser claro y sencillo y deben utilizarse palabras de uso extendido sin caer en vulgarismos” (p826).

Se debe tener en cuenta al público que se dirige la información y evitar el uso de tecnicismos haciendo uso de un lenguaje de fácil entendimiento, sin caer en términos inadecuados o fuera de contexto.

El reportaje no solo busca informar sino también generar interpretación en el público al que va dirigido por lo tanto:

El reportaje es un género de moda, que comienza a copar los prime time televisivos y que poco a poco se hace un hueco entre las preferencias de la audiencia. Entretiene e informa pero, sobre todo, busca guiar con su interpretación a los ciudadanos (Moreno P., 2012 p827).

Pese a que la labor periodística debe manejarse desde el lado objetivo, es decir, dar a conocer los hechos sin involucrar la opinión y/o punto de vista del comunicador se debe tener en cuenta que el trabajo lo está realizando un “sujeto” y no un “objeto” por ende siempre estará involucrado el sentir del comunicador así lo corrobora González (1989) citado de Bernardo J. y Pellisser N. (2009) “el reportaje se caracteriza por una enunciación subjetiva: el narrador, reportero o guionista organiza los elementos del relato, es decir, concede, ordena y regula el uso de la palabra” (p333).

El reportaje no es sólo una noticia ampliada, es el conglomerado de una investigación profunda, es el trabajo detallado, analizado y tratado de tal forma que llegue al público en óptimas condiciones.

Para Bernardo J. y Pellisser N. (2009): “el reportaje televisivo es considerado una de las modalidades más completas del periodismo audiovisual en tanto en cuanto se fundamenta en la ampliación de la noticia, lo que comporta profundidad, variedad y conocimiento” (p330).

Patterson C. (2003) considera que existen 4 aspectos fundamentales que dan como resultado un reportaje exitoso, el primero es informar, como todo género periodístico su principal intención es dar un mensaje es decir transmitir algo a un público receptor, el segundo es describir, un reportaje describe la situación que el comunicador se encuentra realizando, describe el hecho a un modo que el público lo pueda entender y comprender, el tercer aspecto que se toma en cuenta es la narración, un reportaje debe contar una historia y esta historia deberá despertar sentimientos en quien la reciba, por último el cuarto aspecto importante es investigar, la base de todo reportaje es la investigación si no existe investigación, no hay trabajo periodístico (p2).

3.2.3. El reportaje como medio de visibilización

Según la RAE, visibilizar hace referencia a mostrar aquello que no es apreciado o conocido por los demás, es decir algo que no ocupa un espacio dentro del colectivo o imaginario social de las personas.

Se debe tener presente la importancia y el impacto que logra generar un buen reportaje ya que este es el género idóneo para visibilizar temas que quizás no son tan conocidos por el público “la libertad expresiva y técnica que proporciona el reportaje permite acercar la realidad de formas muy diferentes” (Moreno P. 2012, p832).

En un estudio realizado en España a distintos medios dio como resultado que el reportaje es la forma adecuada de dar a conocer hechos y/o contar una historia, la fórmula que mejor funciona y la más empleada es la “expositiva”, consiste en contar una serie de hechos sin perder el hilo argumental es decir dar a conocer los hechos de a poco. (Mayoral J., Abejón P. y Morata M. 2016, p792)

3.3 Objetivos de la intervención

3.3.1 Objetivo general.

Producir un reportaje audiovisual como estrategia de visibilización del freestyle en la ciudad de Machala.

3.3.2 Objetivos específicos

- Elaborar el contenido audiovisual del reportaje en base al guión técnico.
- Entrevistar a expertos en diferentes áreas para la validación del contenido del reportaje.
- Presentar el reportaje en un focus group y plataformas digitales para medir sus reacciones.

3.4 Planes de intervención

En base a la investigación y el proceso metodológico se establecieron los planes de intervención para la producción de un reportaje audiovisual, mismo que servirá para la visibilización del freestyle en la ciudad de Machala.

3.4.1 Nombre de la propuesta audiovisual

Freestyle

3.4.2 Estructura de la propuesta audiovisual

Tabla 25. Estructura de la propuesta audiovisual

N°	Partes	Descripción	Medios/Recursos
1	Introducción	Fragmentos relevantes de todo el reportaje, alternados por preguntas en fondo negro, esto creará expectativa en el público.	-Fragmentos de batallas. -Fragmentos de entrevistas -Música de fondo
2	Desarrollo	Se mostrará, al único representante de la provincia en una internacional, el funcionamiento del cerebro de un freestyler, el uso de figuras retóricas, el lenguaje en las batallas.	-Fragmentos de batallas. -Entrevistas a expertos. -Entrevistas a freestylers.
3	Cierre	Se cierra el reportaje haciendo conocer a las personas el lugar y la hora donde se realizan batallas de freestyle en Machala.	-Fragmentos de batallas -Voz en off.

Elaborado por autor.

3.4.3. Guión del reportaje

Tabla 23. Guión Técnico

Nº	Plano/Descripción	Descripción de video	Descripción de audio	Duración
01	Pantalla negra	Pantalla negra y luego se muestra la pregunta ¿vulgar?	Fondo musical	3 seg.
02	-Plano general -Plano conjunto	Fragmento de batalla de Kriss vs Prizze	Fragmento “pura sabiduría”	3seg
03	Pantalla negra	Pantalla negra y luego se muestra la pregunta ¿expresión?	Fondo musical	3seg
04	Plano medio corto	Fragmento de entrevista a Psic. Andrea Cueva	Fragmento que hable sobre emociones	3seg
05	Pantalla negra	Pantalla negra y luego se muestra la pregunta ¿Mejorar?	Fondo musical	3 seg
06	Plano medio	Fragmento de entrevista a Adrián Quimí (Kriss)	Fragmento donde hable sobre su mejora gracias al freestyle	5 seg
07	Pantalla negra	Pantalla negra y luego se muestra la palabra “freestyle”	Fondo musical	3 seg
08	-Plano general -Plano conjunto	Fragmento de batalla de Kriss vs Prizze	-Voz en off “Pese a lo que muchos creen, el freestyle requiere de una preparación previa, no se trata de soltar palabras sin sentido, cada verso necesita una coherencia e hilo	15 seg

			argumental, y es que gracias al freestyle raperos como Kriss han logrado mejorar su léxico y facilidad de expresión” -Fondo musical	
09	-Plano medio -Plano general -Plano conjunto	- Fragmento de batalla de Kriss vs Prizze - Fragmento de entrevista a Adrián Quimí (Kriss)	--Voz en off - continuación “Pese a lo que muchos creen, el freestyle requiere de una preparación previa, no se trata de soltar palabras sin sentido, cada verso necesita una coherencia e hilo argumental, y es que gracias al freestyle raperos como Kriss han logrado mejorar su léxico y facilidad de expresión” -Fragmento de entrevista a Kriss donde hable sobre como el freestyle mejoró su vida -Fondo musical	30 seg
10	-Plano general -Plano conjunto	- Fragmento de batalla de Kriss vs Prizze	-Voz en off	20 seg

			Fragmento de batalla de Kriss vs Prizze -Fondo musical	
11	-Plano general -Plano conjunto	-Fragmento de batalla de Eppico vs Kriss	-Voz en off “Kriss tiene frente a él Fernando Paccha, conocido en el circuito de las batallas como Eppico, quien a principios de año estuvo representando la bandera ecuatoriana en la una Final Internacional de Perú, pese a no llegar tan lejos en la competencia dejó en alto el nombre del país” -Fondo musical	40 seg
12	-Plano medio corto	-Fragmento de entrevista a Fernando Paccha	- Fragmento de entrevista a Fernando Paccha donde hable sobre su experiencia en Sangre Inca	40 seg
13	-Plano general	-Fragmento de batalla Eppico vs Jazee (Carpeta descargas)	-Fragmento de batalla Eppico vs Jazee (2 patrones)	20 seg
14	-Plano medio corto	-Fragmento de entrevista a Andrea Cueva	-Fragmento de entrevista a Andrea	40 seg

			Cueva donde hable sobre la expresión de los jóvenes.	
15	-Plano conjunto -Plano general	-Fragmento de batalla CruZ vs Roberth (carpeta descargas)	-Fragmento de batalla de Cruz vs Roberth (primer minuto de CruZ – 2 últimos patrones)	20 seg
16	-Plano conjunto -Plano general	-Fragmento de batalla Eyal vs Atom (carpeta archivos)	-Voz en off “Era el año 2017 y Diego Suarez con solo 13 años, soñaba con participar en un evento de freestyle, fue gracias a las redes sociales que se enteró que en Machala se aproximaba una competencia importante, misma que marcaría el inicio de su aventura en el mundo de las rimas improvisadas” -Fondo musical	10 seg
17	-Plano medio -Plano conjunto	-Fragmento de entrevista de Atom y mamá	-Voz en off – continuación “Era el año 2017 y Diego Suarez con solo 13 años, soñaba con participar en un evento de freestyle, fue gracias a las redes sociales que	1mi n

			<p>se enteró que en Machala se aproximaba una competencia importante, misma que marcaría el inicio de su aventura en el mundo de las rimas improvisadas”</p> <p>-Fragmento de entrevista donde Atom hable sobre sus inicios en las batallas</p> <p>-Fondo musical</p>	
18	<p>-Plano general</p> <p>-Plano conjunto</p>	<p>-Fragmento de batalla Atom vs Eyal (carpeta archivo)</p>	<p>-Voz en off (continuación de entrevista)</p> <p>-Fondo musical</p> <p>-Rima del oído</p>	20 seg
19	<p>-Plano medio</p> <p>-Plano conjunto</p>	<p>-Fragmento de entrevista de Atom y su mamá</p>	<p>- Fragmento de entrevista de Atom y su mamá (la mamá habla sobre el apoyo que le dio a su hijo)</p> <p>-Fondo musical</p>	50 seg

20	-Plano general -Plano conjunto	-Fragmento de batalla Atom vs Eyal (carpeta archivo)	- Rima de Bolt	15 seg
21	-Plano medio corto	-Fragmento de entrevista a Andrea Cueva	Fragmento de entrevista a Andrea Cueva donde explica el proceso de las rimas dentro del cerebro.	2 min 30 seg
22	Vídeo cortesía Red Bull	-Fragmento del experimento de Red Bull (carpeta descargas)	-Fragmento del experimento de Red Bull	2 min
23	-Plano medio	-Fragmento de entrevista a Melva fuentes	-Fragmento de entrevista a Melva fuentes donde refuerza la información del cerebro humano -Fondo musical	15 seg
24	-Plano medio -Plano conjunto	-Fragmento de batalla de Tommy vs KL	-Fragmento de batalla de Tommy vs KL (parte con flow)	15 seg
25	-Plano medio	- Fragmento de entrevista a Adrián Quimí (Kriss)	-Fragmento de entrevista a Adrián Quimí (parte donde habla sobre las figuras retoricas -Fondo musical	15 seg
26	-Plano medio -Plano conjunto	--Fragmento de batalla de Tommy vs KL	-Fragmento de batalla de Tommy vs KL (parte de la onomatopeya de bala)	15 seg
27	-Plano medio corto	-Fragmento de entrevista a Melva fuentes	-Habla sobre metáfora -Fondo musical	10 seg

28	-Plano conjunto	-Video de recopilatorio (descargas)	-Parte de la metáfora	15 seg
29	-Plano medio corto	-Fragmento de entrevista a Melva fuentes	-Habla sobre símil -Fondo musical	20 seg
30	-Plano general -Plano conjunto	-Video de recopilatorio (descargas)	-Parte del símil	15 seg
31	-Plano general -Plano conjunto	-Video de Funeral vs Ronny	-Voz en off “Las batallas de freestyle son una contienda de tácticas y habilidades mentales, donde el objetivo es intimidar e imponerse sobre el rival a través de la inteligencia, es equivalente a cualquier deporte de contacto físico, todo lo que ocurre dentro del ring, queda en el ring, al sonar la campanada final, los ataques se detienen y la amistad y compañerismo vuelve a nacer” -Fondo musical	30 seg
32	Plano general	-Video de box (carpeta descargas)	-Voz en off - continuación “Las batallas de freestyle son una contienda de tácticas y	10 seg

			<p>habilidades mentales, donde el objetivo es intimidar e imponerse sobre el rival a través de la inteligencia, es equivalente a cualquier deporte de contacto físico, todo lo que ocurre dentro del ring, queda en el ring, al sonar la campanada final, los ataques se detienen y la amistad y compañerismo vuelve a nacer”</p> <p>-Fondo musical</p>	
33	-Plano medio	-Fragmento entrevista a Axel Ugarte	<p>-Fragmento entrevista a Axel Ugarte donde habla sobre la violencia en las batallas</p> <p>-Fondo musical</p>	15 seg
34	-Plano general -Plano conjunto	-Fragmento de batalla de Funeral vs Ronny	-Rima de los recuerdos	15 seg
35	-Plano medio	-Fragmento de entrevista a Ronny Pérez	<p>-Fragmento de entrevista a Ronny Pérez donde habla sobre la violencia en las batallas</p> <p>-Fondo musical</p>	10 seg

36	-Plano general -Plano conjunto	-Fragmento de batalla de Funeral vs Ronny	-Rima de Galactus	30 seg
37	-Plano medio corto	-Fragmento de entrevista a Andrea Cueva	-Fragmento de entrevista a Andrea Cueva donde habla de los estereotipos del freestyle	1 min
38	-Plano general -Plano conjunto	-Fragmento de batalla Kriss vs Raiden	-Rima de la cadena y Rey Midas	15 seg
39	-Plano medio -Plano conjunto	-Entrevista a Daniel Rivera	-Fragmento donde habla sobre los estereotipos del freestyle -Fondo musical	30 seg
40	-Plano medio corto	-Entrevista a Oskar Parrales	-Fragmento donde habla sobre los estereotipos del freestyle -Fondo musical	30 seg
41	-Plano general -Plano conjunto	-Fragmento de batalla de Rockstars vs FunEcrea-Z	-Rima de los hijos mantenidos	15 seg

42	-Plano conjunto -Paneo	-Se muestra a los freestylers en la pista skate	-Voz en off “Los domingos a partir de las 15 horas, freestylers de diferentes partes de la provincia se reúnen en el parque Lineal de la ciudad de Machala, para hacer gala de su destreza, soltura y talento dentro de esta disciplina.”	30 seg
43	-Plano conjunto -Plano general	-Fragmento de batalla de Raiden vs Crise vs Josue	-Rima de Simón Bolívar	15 seg

Elaborado por autor

3.5 Evaluación de la intervención

El reportaje audiovisual “Freestyle” fue presentado en un grupo focal con la finalidad de registrar sus reacciones al observar el producto, el grupo estuvo integrado por un rango de edades desde los 16 a 63 años.

3.5.1 Análisis de la intervención.

Tabla 23. Focus Group

N°	Pregunta/Tema	Idea/Resumen
1	Propuesta audiovisual / opinión	-Interesante -Culturiza -Concreta -Objetiva -Clara -Instructiva

2	Opinión sobre el proceso de generación de rimas de los freestylers.	<ul style="list-style-type: none"> -Es una habilidad que no todos tienen. -Es impresionante y a la vez es una pena que las personas no aprecien estas cualidades. -Su cerebro actúa distinto al de las demás personas.
3	Reportaje audiovisual como medio de visibilización	<ul style="list-style-type: none"> -Es excelente esta forma de visualización ya que de este modo se esclarecen muchas dudas. -Ayuda a conocer la cultura desde otro punto de vista. -Ayuda a ver esta práctica de otra manera ya que siempre se lo ha visto como una práctica vulgar. -Al momento que se capta la idea del trabajo, se empieza a valorar lo que los chicos hacen.
4	Freestyle como parte de la cultura de Machala	<ul style="list-style-type: none"> -No es parte de la cultura ya que es producto de la globalización. -Sí, porque ya existen grupos que están sacando adelante estas prácticas.
5	Opinión de los freestylers luego de ver el reportaje	<ul style="list-style-type: none"> -Son personas muy inteligentes -Lo que hacen es con amor y es muy admirables. -Son personas con un criterio claro de lo que quieren y buscan hacer. -Tienen un amplio conocimiento de la cultura general y el acontecer diario. -Respetos y admiración.
6	Observaciones	<ul style="list-style-type: none"> -Difundir el video en las redes. -Realizar más contenido de este tipo. -Que los medios y las autoridades le presten más atención a estas prácticas.

Elaborado por autor

Tabla 26. Redes/Plataforma

Redes / Plataforma	Comentarios/Reacciones
YouTube	Los comentarios en YouTube fueron positivos, mismos que destacaron la participación de los freestylers orenses y reconocieron el talento que estos poseen.
Facebook	<ul style="list-style-type: none">-Énfasis en la historia del freestyle. -Indicaron que gracias a este tipo de contenido el freestyle orense será reconocido. -Mencionaron que con el reportaje se enteraron de aspectos del freestyle que desconocían. -Incentivaron a seguir produciendo contenido en torno al freestyle.

Elaborado por autor

CAPÍTULO IV

RESULTADOS DE LA INTERVENCIÓN

4.1 Descripción teórica de los logros de intervención

El presente trabajo consistió en la elaboración de un producto audiovisual –reportaje- “Freestyle” donde se abordaron distintas temáticas en torno a esa disciplina, tales como el funcionamiento del cerebro de un freestyler, uso de figuras retóricas en las rimas, imagen del freestyler, entre otros, para ello se contó con el criterio de expertos en diferentes áreas, mismos que aportaron desde su rama para la consolidación del producto.

Los resultados del proyecto se describen a continuación

4.2 Conclusiones

-Se determinó que la percepción de gran parte de la ciudadanía machaleña no es favorable mencionado que esta práctica está vinculada a drogas, malos pasos, pérdida de tiempo, cosas del diablo y que el lenguaje empleado es vulgar, estos datos son el resultado de la aplicación de encuesta a la muestra poblacional.

-Tras aplicar entrevistas a expertos en el área de comunicación, producción audiovisual, investigación bibliográfica y preferencia de la ciudadanía para recibir información, se concluyó que el reportaje audiovisual es la forma adecuada para visibilizar el freestyle en Machala, debido a que cumple con los parámetros necesarios para dar a conocer temas de interés social desconocidos, a su vez ayuda a disipar y/o esclarecer dudas.

-Al presentar la propuesta audiovisual en el Focus Group, integrado por edades de 16 a 63 años, se reflejó un alto grado de interés por el tema, logrando cambiar su perspectiva con respecto a los freestylers, se generó una reflexión destacando la habilidad de quienes practican esta disciplina dándose cuenta que no es algo “vulgar” o “pérdida de tiempo”, al contrario una habilidad que no todos pueden hacer. En las redes y plataformas donde se visualizó el reportaje también recibió comentarios positivos, destacando el interés por conocer y aprender más sobre el freestyle.

-El freestyle es una práctica que forma parte de la cultura urbana de una ciudad, el apropiamiento de espacios públicos es importante y necesario para generar expresión artística y cultural.

4.3. Recomendaciones

- Los medios de comunicación deberían generar contenido relacionado al freestyle y otras prácticas urbanas que se desarrollan en la ciudad, de este modo la ciudadanía tendría conocimiento de estos temas.

-Las organizaciones y/o gestores culturales deberían generar espacios adecuados para que grupos como los freestylers puedan mostrarse a la ciudadanía.

-Generar contenido en otras plataformas y/o formatos, de este modo el freestyle podrá visibilizarse desde otros ángulos.

Bibliografía

- Aguirre, G. (2017). Ciudad, espacio urbano y comunicación. Prácticas y Hábitos en la reinención de una conurbación. *Global Media Journal México*, 14(27), 79-106. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68753898005>
- Alonso, L. (2018). El proyecto fílmico y la teoría general de la producción. *Área Abierta. Revista de comunicación audiovisual y publicitaria*, 18(3), 443-459. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/59617>
- Anduze, V. (2018). LA PARTICIPACIÓN Y LA APROPIACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO COMO FUNDAMENTOS DEL DERECHO A LA CIUDAD: DOS ESTUDIOS DE CASO AL SUR DE MÉRIDA, YUCATÁN. *Península*, 14(1), 29-50. Obtenido de <http://www.scielo.org.mx/pdf/peni/v14n1/1870-5766-peni-14-01-29.pdf>
- Antezana, C. (2017). Las características de los procesos de producción audiovisual en la ciudad de Cochabamba. *Punto Cero. Universidad Católica Boliviana*, 22(35), 24-37. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/4218/421854968003.pdf>
- Araya, B. (2015). LOS ESPACIOS DE LA CULTURA HIP HOP EN LA CIUDAD DE CONCEPCIÓN. Concepción: Universidad de Concepción. Obtenido de <https://cutt.ly/OwRUqtt>
- Bernardo, J., & Pellisser, N. (2009). La transgresión de la realidad en el reportaje televisivo. El tratamiento del caso "El Cabanyal". *RLCS, Revista Latina de Comunicación*, 12(64), 328-340. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81911786027>
- Blanco, O. (2015). Voces urbanas de Caracas. Repertorio lexicográfico de los skater. *Cuadernos de Lingüística Hispánica*(27), 111 - 136. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=322243845006>
- Calderón, S. (17 de Diciembre de 2018). SWITCH REDBULL. (D. ExtraEC, Entrevistador) Obtenido de YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=1vi4NaISiY>
- Campos, G., & Brenna, J. (2015). Repensando El Espacio Público Social Como Un Bien Común Urbano. *Argumentos*, 28(77), 157-176. Obtenido de <https://cutt.ly/SwRUyYc>
- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos. *Investigación*, 143-561. Obtenido de <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0212656703707288>
- Castro, R., Jiménez, J., & Gómez, C. (2014). EL BREAK DANCE (HIP HOP) COMO PROCESO DE CAMBIO SOCIAL EN JÓVENES, DE ZONAS VULNERABLES, EN LA CIUDAD DE BARRANQUILLA. Universidad Autónoma de Caribe. Obtenido de <https://cutt.ly/5wRUagH>
- Chiner, E. (31 de Julio de 2019). *Tema 8. Investigación descriptiva mediante encuestas*. Obtenido de <https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/19380/34/Tema%208-Encuestas.pdf>
- Cuesta, Ó., & Meléndez, S. (2017). Comunicación urbana: antecedentes y configuración de líneas de investigación en América Latina y España. *Territorios*(37), 205-228. Obtenido de <https://www.redalyc.org/jatsRepo/357/35752420010/index.html>

- Feixa, C. (2018). Culturas juveniles como perspectiva para analizar juventudes (1993-2018). *Revista Última Década*, 26(50), 89-105. Obtenido de <https://cutt.ly/bwRUz5p>
- Folgueiras, P. (2016). La entrevista. *Dipòsit Digital de la Universitat de Barcelona*, 1-11. Obtenido de <http://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/99003>
- Fonseca, J. (2015). La importancia y la apropiación de los espacios públicos en las ciudades. *Paakat*(7). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=499051556003>
- García, E., Ballesteros, E., & Serrano, A. (2016). Metodologías audiovisuales. *EMPIRIA. Revista de Metodologías de las Ciencias Sociales*(35), 13-18. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/2971/297147433001.pdf>
- Herranz, H. (5 de Abril de 2017). *FREESTYLE MASTER SERIES // INFO OFICIAL #1 X Eude*. Obtenido de Youtube: https://www.youtube.com/watch?v=l_zM-tYG9TM
- Hueska, K. (13 de Noviembre de 2016). *Arkano bate el récord mundial tras rapear más de 24 horas seguidas*. Obtenido de El País: https://elpais.com/cultura/2016/10/29/actualidad/1477756969_241576.html
- La Rueda Producciones. (29 de Marzo de 2015). *YouTube*. Obtenido de BATALLA DE GALLOS ECUADOR 2008: <https://www.youtube.com/watch?v=pOKdfwoQhdE>
- Martínez, J. (23 de Octubre de 2017). (K. Distortión, Entrevistador) Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=537AfKX1U3M>
- Mayorsal, J., Abejón, P., & Moraa, M. (2016). El vídeo en la "prensa" digital española: 2010-2015. *Revista Latina de Comunicación Social*(71), 775-799. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/819/81943468040.pdf>
- Meneses, J., & Rodríguez, D. (2016). El cuestionario y la entrevista. *UOC*, 1-54.
- Moreno, P. (2012). El reportaje televisivo y sus interpretaciones de la realidad. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 18(2), 1134-1629. Obtenido de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/41048>
- Ogaz, S. (Abril de 2017). Culturas Urbanas e investigación en Quito. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/14197>
- Orteli, J. (21 de Abril de 2016). *RedBull Batalla De Los Gallos*. Obtenido de Puerto Rico 2005: La primera final (Parte II): <https://www.redbullbatalladelosgallos.com/noticias/puerto-rico-2005-la-primera-final-parte-ii>
- Patterson, C. (2003). El buen reportaje, su estructura y características. *Revista Latina de Comunicación Social*, 6(56), 1-2. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/819/81965609.pdf>
- Ramírez, M., De los Ángeles, M., Rodríguez, L., & Rozo, H. (2017). El grafiti como artefacto comunicador de las ciudades: una revisión de literatura. *Encuentros*, 15(1), 77-89. Obtenido de <https://cutt.ly/NwRUAJ7>
- Redbull Batalla De Los Gallos. (16 de Noviembre de 2018). *YouTube*. Obtenido de ECUADOR | Red Bull Panamericana - LA SERIE - Capítulo 04: <https://www.youtube.com/watch?v=dRRwFhLbiLE>

- Renilla, M. (4 de Octubre de 2018). *Focus group, workshop y grupos de discusión. ¿Son lo mismo? ¿En qué se diferencian?* Obtenido de Redbility: <https://www.redbility.com/tecnicas-de-investigacion-cualitativa/>
- Riffo, I. (2015). LA CULTURA MEDIÁTICA. REFLEXIONES Y PERSPECTIVAS - ESPAÑA. *Comuni@cción*, 6(2), 46-57. Obtenido de <https://cutt.ly/owRUL9u>
- Sandín Lillo, J. (2015). El HipHop como movimiento social y reivindicativo. (Tesis inédita de grado). Gandia: Universidad Técnica de Valencia. Obtenido de <https://cutt.ly/ywRUC75>
- Semillero de Investigación Praxis Urbana. (2016). Construcción de espacios urbanos y colectivos. *Bitácora*, 1(26), 9-22. Obtenido de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/bitacora/article/view/58028>
- Sosa Sanchez, R., & Jivkova Semova, D. (2018). Espacios y realidades urbanas: procesos de intervención a través de la práctica social. *ICONO 14*, 16(2), 74-99. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6533970>
- Taguenca, J., & Vega, M. (2012). Técnicas de Investigación social, las entrevistas abierta y semidirecta. *Nueva Época*, 1(1), 58-94. Obtenido de <https://cutt.ly/1wRU0In>
- Tijoux, M., Facuse, M., & Urrutia, M. (2012). El Hip Hop: ¿Arte popular de lo cotidiano o resistencia táctica a la marginación? *Polis, Revista de la Universidad Bolivariana*, 11(33), 1-16. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=30525012020>
- Torres, L. G. (2017). Imaginarios urbanos y educación Apuestas para resignificar la ciudad. *Inmediaciones*, 12(1), 67-89. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6698242>
- Val, A. (2017). La diversidad cultural: ¿es posible su aplicación al sector audiovisual? *Comunicación y Sociedad*(28), 111-130. Obtenido de <https://cutt.ly/PwRU900>
- Vera, P. (2017). Ciudad y Comunicación: la actualidad de un campo transdisciplinar. *Inmediaciones*, 12(1), 21-35. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6698250>
- Vidal, J., & Téllez, A. (2016). El audiovisual como medio sociocomunicativo: hacia una antropología audiovisual performativa. *Palabra-Clave*, 19(2), 556-580. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/649/64944803009.pdf>
- Vilagrasa, J. (2000). Los debates sobre la pobreza urbana y segregación social en Estados Unidos. *Scripta Nova. Revista electronica de geografía y ciencias sociales*(76). Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/sn-76.htm>
- Zapata, J. (2016). La cultura popular: una discusión inacabada. *Razón y Palabra*, 20(95), 788-802. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/1995/199550145046.pdf>

ANEXOS

Anexo 1 Modelo de encuesta aplicada

Género

Masculino

Femenino

Otro

1. Al momento de recibir información ¿Con que género periodístico se siente más cómodo?

Reportaje

Noticia

Crónica

Entrevista

2. ¿Ha escuchado hablar sobre el freestyle? Si la respuesta es NO pasar a la sección 2.

Si

No

3. ¿Qué escucho sobre el tema?

4. ¿Qué le pareció lo que se hace en el video? (Se enseña al encuestado un video sobre freestyle)

Curioso

Entretenido

Interesante

Innovador

Perdida de tiempo

Otro

5. ¿Recuerda algún trabajo periodístico que haya tratado el freestyle? (Si la respuesta es no, pasar a la 7)

Si

No

6. ¿En qué medio y género periodístico fue presentado?

7. ¿Le gustaría conocer más sobre el freestyle?

Si

No

¿Porque?

8. ¿A través de que género periodístico le gustaría conocer más el freestyle? () Reportaje

Noticia

Crónica

Entrevista

Sección 2 (Los que respondieron no en la pregunta 5)

9. ¿Qué le pareció lo que se hace en el video? (Se enseña al encuestado un video sobre freestyle)

Curioso

Entretenido

Interesante

Innovador

Perdida de tiempo

Otro

10. ¿Le gustaría conocer más sobre el freestyle?

Si

No

¿Porque?

Sección 3 (Todos)

11. Considera que el freestyle forma parte de la cultura urbana

() Si

() No

¿Porque?

Temas sociales

Anexo 2 Banco de Preguntas de entrevistas

Expertos en temas sociales.

¿Qué es cultura?

¿Qué es cultura urbana?

¿Qué es tribu urbana?

¿Por qué los jóvenes sienten la necesidad de formar parte de una tribu urbana?

¿Por qué la sociedad tiende a sentir rechazo por las tribus urbanas?

¿El freestyle como tribu urbana forma parte de la cultura de una ciudad?

Expertos en comunicación

¿Por qué se considera al reportaje como el género periodístico más completo?

¿Cree que el reportaje es el género adecuado para visibilizar el freestyle?

¿Cómo se construye un buen reportaje?

¿Qué se requiere para que un reportaje logre impacto en el público?

¿Qué nivel de importancia cumple el guión durante el proceso de elaboración de un reportaje?

Desde su experiencia ¿Cuál es la duración de un reportaje?

Expertos en producción audiovisual

¿Cómo se construye un reportaje audiovisual?

¿Qué tan importante es el guión al momento de elaborar un reportaje?

¿Cómo se da el proceso de pre, pro y post-producción de un reportaje?

¿Cuáles son las dificultades más frecuentes que se presentan en el proceso de elaboración del reportaje?

¿Considera que el reportaje es adecuado para visibilizar el freestyle?

¿Qué estructura o esquema de guión emplea en sus trabajos?

Desde su experiencia ¿Cuál es la duración de un reportaje?

Gestores culturales

¿Qué tan importante es la cultura urbana dentro de la ciudad?

¿Qué gestiones se han realizado para visibilizar la cultura urbana (freestyle) dentro de la ciudad?

¿El freestyle es considerado parte de la cultura urbana?

¿El freestyle aporta al crecimiento de la cultura de la ciudad?

Anexo 3 Esquema Focus Group

PRESENTACIÓN DEL REPORTAJE AUDIOVISUAL “FREESTYLE”

Objetivo: Registrar las reacciones del público objetivo

¿Qué le pareció la propuesta audiovisual (reportaje) sobre el freestyle?	
¿Qué opinión tiene sobre el funcionamiento del cerebro de los freestylers y el uso de figuras retóricas en las batallas?	
¿Considera que este tipo de trabajos ayuda a visibilizar el freestyle?	
¿Considera que el freestyle forma parte de la cultura urbana de Machala?	
¿Qué opinión tiene de los freestylers luego de ver la propuesta audiovisual (reportaje)?	
Otras observaciones	

Anexo 4. Aplicación de las herramientas metodológicas y evaluación de resultados.



Soc. José Montero



Dra. Rosa Sevilla



Focus Group

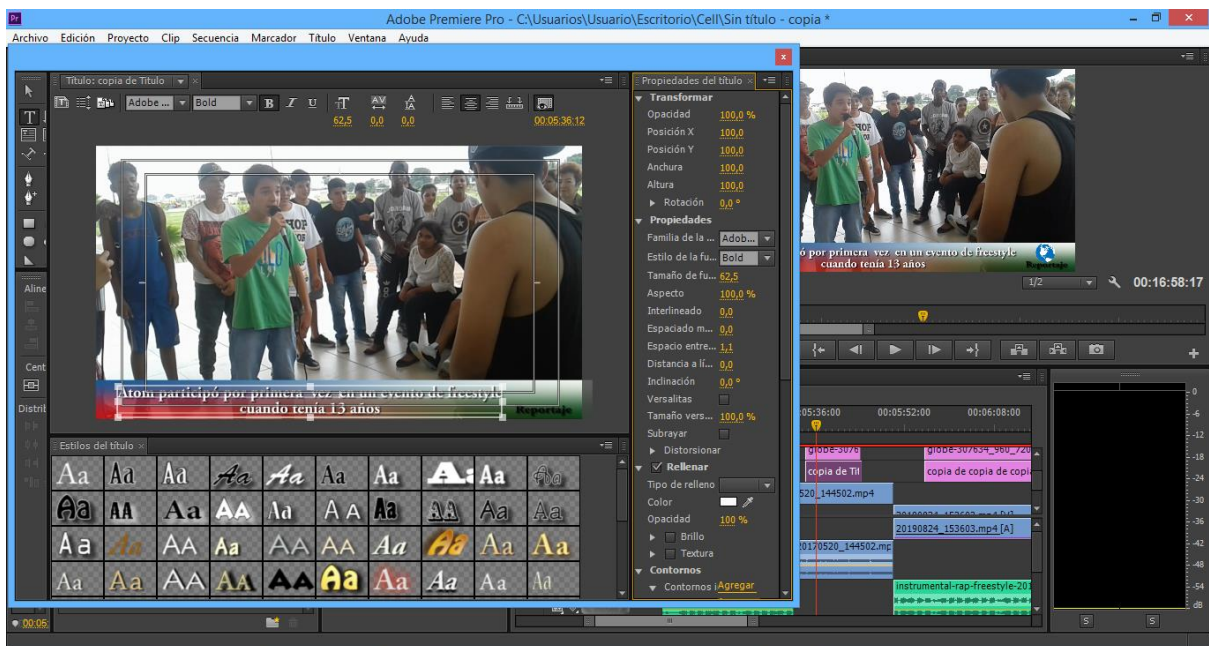


Focus Group – Presentación de la propuesta audiovisual

Anexo 5. Proceso de creación del producto audiovisual “Freestyle”



Entrevistas a freestylers



Edición del producto audiovisual.



Entrevista a Andrea Cueva, Psicóloga Clínica

Anexo 6 reacciones en las redes.



Estadísticas YouTube

Carrera de Comunicación - Machala transmitió en vivo.
Ayer a las 10:16 · 🌐

Freestyle
Reportaje [Olmedo Muñoz Cabanilla](#)
Tutor [Ruben Patricio Zapata Chacon](#)

Freestyle

52 Me gusta · 14 comentarios · 34 veces compartido · 773 reproducciones

Me gusta · Comentar · Compartir

Más relevantes ▾



Sandra Palacios · 1:23 Excelente trabajo con este tipo de reportaje nos permite informarnos más sobre esta cultura
Felicidades 🥳🥳

Me gusta · Responder · 1 d



↳ 1 respuesta



Sufani Abad · 11:34 Excelente trabajo **Felicidades**

Me gusta · Responder · 1 d



Viviana Maritza Nagua · 16:47 Muy buen trabajo 🥳🥳🥳

Me gusta · Responder · 1 d



Victor Palacios · 0:34 Excelente video 🥳🥳🥳

Me gusta · Responder · 1 d



Distribuidor de contenido

Luis Velasquez · 8:31 Atom sonriendo pidan un deseo

Me gusta · Responder · 1 d



Karen Melissa Romero Cabrera · 3:07 Buen trabajo

Me gusta · Responder · 1 d



Reacciones y comentarios en Facebook

Entrevistas 7 Entrevistas

Expertos en temas sociales

¿Qué es cultura?

R.S. Un pueblo es como una pirámide y la base de la pirámide es la cultura, muchas veces se entiende por cultura a la música o la poesía, pero va mucho más allá, cultura son los valores y virtudes que han sido transmitidos de generación en generación, no solo costumbres y tradiciones de los pueblos sino también esos detalles que no se logran ver como la nobleza y el accionar del individuo dentro de la sociedad.

J.M. La cultura debe ser entendida como las diferentes manifestaciones del individuo con el conjunto de la vida social y con la vida de la naturaleza, de tal manera que cultura es el acopio de información relacionada con costumbres, formas de convivencia, es todo lo que le rodea al hombre.

¿Qué es cultura urbana?

R.S. La cultura urbana son el conjunto de distintos grupos que comparten un pensar, la cultura urbana se genera debido a las influencias causadas por la globalización, se adoptan las costumbres ajenas al país de origen de la persona.

J.M. Definir a la cultura urbana es algo complejo más que nada porque no es algo de las raíces de los pueblos sino que es el conglomerado de una diversidad de manifestaciones culturales, cultura urbana debe ser entendida como una interpretación al desarrollo de vínculos de carácter social.

¿Qué es tribu urbana?

R.S. Es uno de los grupos que conforma a la cultura urbana, es un grupo que no quiere parecerse al resto muchas veces cambian su apariencia externa, hablamos de su vestimenta, pero internamente se mantienen igual al resto de la sociedad porque sus valores propios de ser humano se mantienen lo único distinto es su manera de pensar y gustos hacia determinadas cosas.

J.M. Las tribus con conglomerados que permanecen unidos por vínculos de familiaridad y son ellos los que generan comportamientos culturales tales como el lenguaje, vestimenta y una observancia de lo que sucede a su alrededor.

¿Por qué los jóvenes sienten la necesidad de formar parte de una tribu urbana?

R.S. Porque les gustan los desafíos y tiene mucho que ver la familia, ya que actualmente los hijos crecen en un ambiente sumamente cómodo donde no se les atribuye mayores retos o responsabilidades, entonces el joven busca resaltar y busca ser protagonista de algo.

J.M. Los jóvenes se ven influidos por los medios de comunicación y en la actualidad por las redes sociales, están cambiando o modificando el comportamiento cultural de las personas.

¿Por qué la sociedad tiende a sentir rechazo por las tribus urbanas?

R.S. Lo desconocido causa miedo, muchas veces se tiende a criticar sin antes conocer, las tribus urbanas están conformadas por personas iguales a nosotros lo único distinto son sus gustos. Lo diferente quizás le quite la comodidad a las personas pero deben aprender a no criticar e intentar acercarse y comprender a las tribus.

J.M. Porque sienten que no forman parte de nuestra cultura, sienten que es una desviación que va en contra de sus principios y en todo lo que creen.

¿El freestyle como tribu urbana forma parte de la cultura de una ciudad?

Por supuesto que sí, en Quito se practica mucho estas actividades es muy común ver en los parques a los jóvenes reunidos, mientras no hagan daño a los demás y no irrespeten las leyes que rigen la ciudad, su papel es importante puesto que es una muestra de la diversidad artística y cultural de los pueblos, pese a que sus raíces no sean nuestras al momento de que una tribu las adopta inmediatamente pasan a formar parte de nuestro entorno.

J.M. Indudablemente pero el mayor peso cultural se encuentra en las raíces, estas nuevas prácticas no son nada malo siempre en cuando tengan un direccionamiento adecuado y tengan en claro lo que quieren conseguir.

2.4.2.2. Expertos en Comunicación

¿Por qué se considera al reportaje como el género periodístico más completo?

H.O. Porque el periodista debe desarrollar el tema con muchos más detalles, se involucran muchas fuentes y el contraste de información es mayor, hay testimonios, antecedentes, el trabajo periodístico es más completo.

T.C. El reportaje es uno de los formatos más libres dentro del periodismo y esa libertad permite incorporar muchas cosas para su narrativa visual, en un reportaje se puede acudir a entrevistas, datos, narrativa literaria, al uso de elementos como la música, el color, el sonido ambiental el ritmo edición y todo esto forma parte de un ensamblaje que busca una sola cosa, informar.

¿Cree que el reportaje es el género adecuado para visibilizar el freestyle?

H.O. Si porque son temas que no son tan conocidos y al ser el género más completo abarcaría distintos ejes del tema y la ciudadanía comprendería de mejor manera.

T.C. Sin duda es adecuado, sobretodo porque puede ser de largo formato y permite profundizar en los temas, en el periodismo es uno de los formatos que permite explicar las cosas con mayor contexto y profundidad.

¿Cómo se construye un buen reportaje?

H.O. Se construye con una pregunta ¿por qué?, un buen reportaje debe despejar la duda del problema central y esto se logra mediante el contraste de expertos, se debe crear un libreto que servirá de guía para armar el reportaje y contestar las preguntas principales ¿Qué? ¿Cómo? ¿Cuándo? ¿Dónde?

T.C. Hay muchas técnicas y herramientas, pero creo que lo mejor es conseguir un perfecto número de fuentes y la cantidad de veces que aparecen, la narrativa visual y una buena post-producción.

¿Qué se requiere para que un reportaje logre impacto en el público?

H.O. Los primeros segundos de una lectura, audio o vídeos, son vitales para enganchar a la audiencia el periodista debe pensar en esos segundos, si logra enganchar al público el reportaje tendrá impacto.

T.C. El impacto se da por varios factores, si se trata de un evento extraordinario y si se lo presenta de manera oportuna, si es un suceso cercano a la audiencia, si es relevante para la toma de decisiones o si presenta información útil. Todo esto ayuda a captar la atención de la audiencia, pero a esto se le suma la elaboración del reportaje. Desde mi punto de vista, el reportaje hace mucho más que presentar información, también apela a los sentimientos de la audiencia, a la reflexión y al cuestionamiento interno de temas que quizás sin saberlo adquieren trascendencia en nuestra vida, todo esto se puede traducir en un impacto en la audiencia.

¿Qué nivel de importancia cumple el guión durante el proceso de elaboración de un reportaje?

H.O. Es una guía, y es de gran importancia ya que marca las pautas de lo que se debe y no se debe hacer en el trabajo de campo.

T.C. Es un instrumento básico para elaborar un reportaje audiovisual. Su función está indicada en su nombre: es una guía para el realizador y el editor y el editor en el montaje y producción de su pieza. El guión nos permite hacer una pre-edición en papel y es de gran ayuda porque podemos visualizar mentalmente nuestro reportaje. Un buen guión nos permite saber si tenemos suficientes imágenes para graficar, nos permite entender si estamos utilizando demasiadas veces una misma fuente, si el reportaje está desbalanceado, si estamos pasados de tiempo y sobretodo permite a una tercera persona (editor) montar la pieza sin tener al realizador a su lado.

Desde su experiencia ¿Cuál es la duración de un reportaje?

H.O. Depende de la importancia y la información que se quiera dar, lo que se debe tener en cuenta es el enganche para que el público no pierda el interés.

T.C. Depende del contenido que se muestre, un reportaje puede ir de 3 minutos a 1 hora, mientras más largo se supone que abarca más detalles pero corre el riesgo de volverse aburrido.

Diego Espinoza es un periodista peruano que realizó un reportaje sobre el freestyle de su país, por ello se le formularon otro tipo de preguntas referente a su producto periodístico.

¿Dónde nace la idea de visibilizar el freestyle?

Nace luego de ver un video en las redes, aunque yo ya conocía un poco sobre el freestyle de pero no eran algo tan grande así que no le daba tanta importancia, en cambio ahora es un fenómeno mundial, yo quise que la gente conozca un poco más y que aprenda que el freestyle no solo es freestyle sino que es toda una cultura que engloba muchas más cosas.

¿Por qué escogió el reportaje para visibilizar el freestyle?

Me inspiré en otro reportaje, además tocó la coincidencia que se venía la Final Nacional de Red Bull de Perú, entonces partiendo que el reportaje es el medio o genero más completo porque requiere de investigación y empaparse del tema quise que la gente se adentre un poco y conozca la vida de los raperos, su estilo y sus vivencias.

¿Cómo fue el proceso de pre, pro y post producción?

En el reportaje trabajamos 3 personas, la **pre producción** fue de lo más complicado porque se tuvo que contactar con los entrevistados, algunos de ellos ya eran famosos y conseguir pactar la entrevista fue una travesía, varios de ellos los contactamos por intermediarios que daba la coincidencia que también eran amigos suyos, por eso es bueno tener bastantes contactos para que se facilite el trabajo, la investigación fue vital porque se trató de dar datos exactos y lamentablemente fallamos en algunos, porque no hay fuentes que aborden el freestyle. **La producción** fue la parte de la adrenalina porque los entrevistados no llegaban y empezamos a desesperarnos porque estábamos con los equipos en zonas un poco peligrosas y siempre hay el riesgo de que pase algo, tuvimos problemas con el audio pero lo solucionamos enseguida, al final llegaron todos, tarde pero llegaron, y se pudo grabar sin mayor inconveniente. **La post producción** fue la parte más difícil, seleccionar tomas, recortar, unir audios fue divertido pero cansado. Actualmente es mucho más difícil porque todos los videos y fondos musicales tienen derecho de autor y usarlos es complicado.

¿Qué nivel de importancia cumple el guión dentro del reportaje?

Es sumamente importante porque te marca la pauta de lo que vas a realizar, te soy sincero muchas veces se cambia muchas partes del guión pero si no tienes una base para hacerlo estas perdido, el guión es la base de tu trabajo, sobre el construyes lo que harás durante la grabación. El guión te marca las pautas, te marca un orden y como su nombre lo dice es una guía, una guía que puede cambiar pero su objetivo será el mismo.

¿El reportaje cumplió con las expectativas?

Si, incluso no pensé que contará con tantas visitas, me considero uno de los pioneros que trabajó con el freestyle, antes de mi reportaje no había nada y a raíz de ese producto muchas personas entraron en el movimiento.

2.4.2.3. Productores audiovisuales

¿Cómo se construye un reportaje audiovisual?

C.R. Hay varios factores a considerar para construir un reportaje, la estructura y la narrativa es decir el cómo lo voy a contar y cuál será la sucesión de hechos que se usará para llegar a la gente, la secuencia argumental, los puntos de interés y el tiempo que se usará.

A.R. Lo primero que se debe hacer para construir un buen reportaje es hacer la carpeta de pre-producción, es decir planificar lo que se quiere hacer, el gran error que se comete es grabar sin tener una idea de lo que se quiere hacer, se deben considerar los recursos a utilizar, no sólo los técnicos sino también los naturales, como la luz del día o el clima, con el reportaje se pretende llegar a un punto, es decir nos planteamos una idea

R.M. Lo que yo hago cuando se trata de reportajes es trabajar muy fuerte en la preproducción. Si es periodístico, busco temas que sean de interés público, cosas excepcionales. Cuando yo prendo la cámara es cuando sé que todo se ha discutido antes y se lo ha planificado.

¿Qué tan importante es el guión al momento de elaborar un reportaje?

C.R. Para mí el guión es muy importante, permite orientar, guiar o dirigir la totalidad del producto y los procesos que se tengan durante la realización del reportaje, nos permite tener una idea clara antes de movernos al campo, es importante establecer las bases de lo que se

quiere contar y no perderse en el proceso, obviamente puede cambiar pero sin el guión no tendríamos como movernos.

A.R. Es importante porque nos da la pauta para organizar el trabajo de campo, las anotaciones de lo que vamos a realizar y los errores que debemos evitar.

R.M. El guión es clave. Se debe tener clara toda la información relevante jerarquizada y dosificada en una estructura clara, acorde con el tema y digerible para el espectador.

¿Cómo se da el proceso de pre, pro y post-producción de un reportaje?

C.R. Se deben organizar las ideas y el fenómeno que se desea estudiar (pre-producción), en el campo se debe ser flexible pero sin perder la línea argumental del planteamiento inicial del reportaje (producción), la creatividad es fundamental pero manteniendo la idea de lo que se quiere lograr en la gente (post-producción).

A.R. En la pre-producción elaboramos la estructura de lo que queremos hacer, la producción es ejecutar el esquema antes elaborado, en la post-producción entra en juego la parte creativa y el uso correcto de las tomas que obtuvimos en la producción.

R.M. Durante la producción, pueden pasar mil cosas y que pueden cambiar la planificación. Nunca se sabe qué puede ser así que hay que prepararse para todo.

¿Cuáles son las dificultades más frecuentes que se presentan en el proceso de elaboración del reportaje?

C.R. Que prohíban filmar en ciertos lugares, que las imágenes no acompañen la narración, no tener suficientes tomas recursos y el problema principal el audio, eso es lo primero que se considera y casi siempre lo primero que falla.

A.R. Uno de los problemas frecuentes es el ambiente, si se graba en exteriores se deben tener en cuenta aspectos como la iluminación y el ruido de fondo, otro problema es la falta de compromiso o disposición de los entrevistados, es importante reunirse previamente con las personas para establecer los parámetros de las preguntas, tener en cuenta los equipos, baterías, eso es importante siempre contar con una batería extra.

R.M. Cuando hay un imprevisto lo que hago es buscar la mejor solución de manera inmediata. No pierdo tiempo en la toma de decisiones, los problemas más frecuentes es que los entrevistados no den la información que estamos buscando, por ello es importante elaborar bien las preguntas.

¿Considera que el reportaje es adecuado para visibilizar el freestyle?

C.R. Si porque un reportaje aborda a mayor profundidad temas de interés social y se busca dar relevancia al tema que se está tratando.

A.R. Si porque el reportaje precisamente cumple con los parámetros adecuados para dar a conocer temas que quizás las personas no conocen como es el caso del freestyle, además siempre las imágenes llaman a atención de las personas.

R.M. Si porque el reportaje es un buen medio para visibilizar ciertos temas o personajes porque permite mucha libertad creativa.

¿Qué estructura o esquema de guión emplea en sus trabajos?

C.R. Mis trabajos son netamente narrativos, me inicié en la escritura desde muy joven y el esquema que utilizo es de narrativa.

A.R. La escaleta porque me sirve para medir los tiempos que debo emplear sobretodo me ayuda en la post-producción porque ya se de antemano que tomas elegir y que tomas desechar.

R.M. Un guión técnico que me indique las pautas a seguir y sobre todo el tiempo de cada toma al momento de la post-producción.

Desde su experiencia ¿Cuál es la duración de un reportaje?

C.R. Depende del contenido y la plataforma, en redes sociales como Facebook o Instagram no puede durar más de 3 minutos pero en otros medios como TV o YouTube, hay mayor libertad porque es la propia persona quien elige ver el reportaje, es decir esta predispuesta a invertir su tiempo, por ende la duración puede ser mayor.

A.R. Depende del creador, se puede sintetizar la información en breves minutos o se puede ampliar incluso a una hora, interviene el discurso narrativo que se use.

R.M. La duración depende de la plataforma en la que se presente. No importa el tiempo. Lo importante es su contenido y que las imágenes sean poderosas, que el sonido sea envolvente y que transmita ideas y emociones.

2.4.2.4. Gestores Culturales

¿Qué tan importante es la cultura urbana dentro de la ciudad?

C.F. Todo lo que abarca el termino cultura es importante, sobre todo el género urbano que es buscado por la juventud actual, lo urbano nace en Brooklyn y en ese punto es donde se empieza a crear la cultura urbana.

A.V. Es de suma importancia generar espacios para que esto se desarrolle la cultura urbana, cada persona tiene distintos tipos de pensamientos y es su derecho tener las condiciones adecuadas para realizar sus actividades, si se quiere encajar a los chicos a una idea o temática predeterminada, se estaría empleando una camisa de fuerza, limitándolos y obligándolos a realizar cosas que ellos no quieren. Existe una diversidad de gustos y tendencias que si les damos la libertad a los jóvenes de elegir y explotar sus habilidades incluso se puede convertir en un atractivo turístico dentro de la ciudad.

L.S. Representa el acontecer diario de la ciudad, la cultura urbana es muy rica y son expresiones que deben ser escuchadas, comprendidas y atendidas.

J.S. Demasiado importante, el tema de la cultura urbana es algo que se lo ha tenido marginado, cultura engloba todo lo que se toca, lo que se ve, lo que no se ve y dentro de eso está la parte urbana, arte, música y muchas otras cosas que la engloban.

¿Qué gestiones se han realizado para visibilizar la cultura (freestyle) urbana dentro de la ciudad?

C.F. Se está trabajando con espacios artísticos y culturales dentro de la ciudad.

A.V. Generar espacios, en los eventos que realizamos siempre invitamos a estos grupos a que muestren su talento y de este modo la ciudadanía los pueda conocer.

J.S. Siempre tratamos que en nuestros eventos estos grupos estén presente.

L.S. No se ha trabajado tanto con la cultura urbana pero se intenta llegar a los niños a través de proyectos en las escuelas.

¿El freestyle es considerado parte de la cultura urbana?

C.F. Por supuesto, es más se está pensando en invitarlos a que formen parte de las actividades culturales del GAD.

A.V. SI, porque estamos hablando de identidad, he tenido la oportunidad de conversar con varios freestylers y son personas normales como nosotros, simplemente piensan de otra forma o tienen otros gustos y eso es parte de la cultura, la diversidad.

J.S. El freestyle como cultura no tiene tanto fundamento histórico, si quizás ahora no forma parte de la cultura urbana, con el tiempo lo será, es algo que está en construcción y si se trabaja bien el futuro es prometedor.

L.S. Son prácticas juveniles inmersas en lo urbano, se debe trabajar con la juventud para potenciar e arte.

¿El freestyle aporta al crecimiento de la cultura de la ciudad?

C.F. Si, lo que pasa es que a veces se teme a lo desconocido, pero los jóvenes son parte de nuestra cultura y se los debe vincular para trabajar en conjunto.

A.V. Sí, porque cuando se genera una tendencia se crea una motivación para que otros lo puedan hacer y si varios lo hacen ya no es una simple moda sino que es algo mucho más grande.

J.S. Sí, porque son jóvenes que buscan un espacio para ser escuchados, sus rimas tienen un mensaje, un mensaje que carece de un medio de difusión pero que está latente y forma nuevos procesos juveniles.

L.S. Todo lo que facilite la cultura es bueno, hacen falta espacios y sobretodo presupuesto.