



**AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE TESIS
EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL UCV**

Código : F08-PP-PR-02.02
Versión : 09
Fecha : 23-03-2018
Página : 1 de 1

Yo Jorge Luis Julca Tejada, identificado con DNI N° 46831928, egresado de la Escuela Profesional de CC. CC de la Universidad César Vallejo, autorizo () , No autorizo () la divulgación y comunicación pública de mi trabajo de investigación titulado "Programa televisivo de cortometrajes universitarios y su influencia en la producción cinematográfica en estudiantes de CC. CC de las Universidades de Tujillo - 2018"; en el Repositorio Institucional de la UCV (<http://repositorio.ucv.edu.pe/>), según lo estipulado en el Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derecho de Autor, Art. 23 y Art. 33

Fundamentación en caso de no autorización:

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

Jorge Luis Julca Tejada
FIRMA

DNI: 46831928

FECHA: 21 de diciembre del 2018.



Jorge Luis Julca Tejada



Jorge Luis Julca Tejada

| | | | | |
|---------|----------------------------|--------|---------------------|---------------------------------|
| Elaboró | Dirección de Investigación | Revisó | Responsable del SGC | Vicerrectorado de Investigación |
|---------|----------------------------|--------|---------------------|---------------------------------|



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

Programa Televisivo de Cortometrajes Universitarios y su influencia en la
Producción Cinematográfica en Estudiantes de Ciencias de la Comunicación
de las Universidades de Trujillo – 2018

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADO
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

AUTOR:

JULCA TEJADA, JORGE LUIS

ASESOR:

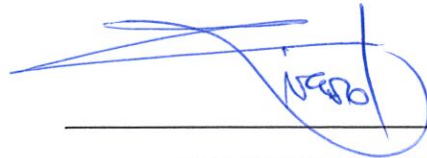
Mg. RAÚL VÍCTOR RIVERO AYLLÓN

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

PROCESOS COMUNICACIONALES EN LA SOCIEDAD CONTEMPORÁNEA

TRUJILLO – PERÚ

PÁGINA DEL JURADO



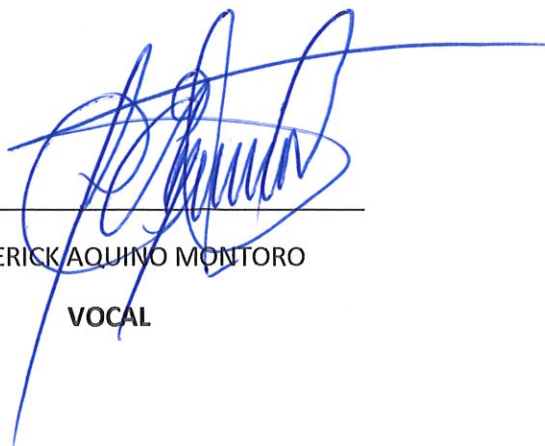
Mg. RAÚL VÍCTOR RIVERO AYLLÓN

PRESIDENTE



Mg. FRANCISCO BARQUERO CORNELIO

SECRETARIO



M. Sc. ERICK AQUINO MONTORO

VOCAL

DEDICATORIA

A mi familia, porque esto es por ellos.

AGRADECIMIENTO

A mi familia, por la paciencia y por todo
lo que me han brindado día a día en este
largo camino. ¡Mil gracias!

PRESENTACIÓN

Señores miembros del jurado:

Cumpliendo con el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad, pongo a su disposición el presente informe de investigación denominado “Programa televisivo de cortometrajes universitarios y su influencia en la producción cinematográfica en estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo – 2018, la misma que someto a su consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Ciencias de la Comunicación.

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| DEDICATORIA | 2 |
| AGRADECIMIENTO | 3 |
| PRESENTACIÓN..... | 4 |
| RESUMEN | 8 |
| ABSTRACT | 9 |
| I. Introducción..... | 10 |
| 1.1. Realidad problemática..... | 10 |
| 1.2. Trabajos previos..... | 12 |
| <i>1.2.1. Ámbito internacional.....</i> | <i>12</i> |
| <i>1.2.2. Ámbito Nacional.....</i> | <i>14</i> |
| <i>1.2.3. Ámbito Local.....</i> | <i>16</i> |
| 1.3. Teorías relacionadas al tema..... | 17 |
| <i>1.3.1. Análisis del cultivo.....</i> | <i>17</i> |
| <i>1.3.2. Teoría de los Usos y Gratificaciones.....</i> | <i>18</i> |
| 1.3.3. Sectores de la obra audiovisual..... | 19 |
| <i>1.3.3.1. Sector producción.....</i> | <i>19</i> |
| <i>1.3.3.2. Sector distribución.....</i> | <i>20</i> |
| <i>1.3.3.3. Sector exhibición.....</i> | <i>21</i> |
| 1.3.4. Programas televisivos..... | 24 |
| <i>1.3.4.1. Soporte de producción.....</i> | <i>24</i> |
| <i>1.3.4.2. Géneros y Formatos.....</i> | <i>26</i> |
| 1.3.5. Producción cinematográfica..... | 31 |
| <i>1.3.5.1. Preproducción.....</i> | <i>31</i> |
| <i>1.3.5.2. Producción.....</i> | <i>36</i> |
| <i>1.3.5.3. Postproducción.....</i> | <i>38</i> |
| 1.4. Formulación del problema..... | 39 |
| 1.5. Justificación del estudio..... | 40 |
| <i>1.5.1. Social.....</i> | <i>40</i> |
| <i>1.5.2. Práctica.....</i> | <i>40</i> |
| 1.6. Hipótesis..... | 41 |
| <i>1.6.1. Hi (Hipótesis real).....</i> | <i>41</i> |
| <i>1.6.2. Ho (Hipótesis nula).....</i> | <i>41</i> |
| <i>1.6.3. Ha (Hipótesis alternativa).....</i> | <i>41</i> |

| | | |
|----------|---|----|
| 1.7. | Objetivos. | 41 |
| 1.7.1. | <i>Objetivo general.</i> | 41 |
| 1.7.2. | <i>Objetivos específicos.</i> | 42 |
| II. | Método | 42 |
| 2.1. | Diseño de investigación. | 42 |
| 2.1.1. | <i>Experimental.</i> | 42 |
| 2.1.1.1. | <i>Pre experimental.</i> | 42 |
| 2.2. | Variables y operacionalización de variables. | 43 |
| 2.2.1. | <i>Variables.</i> | 43 |
| 2.2.2. | <i>Operacionalización de variables.</i> | 43 |
| 2.3. | Población y muestra. | 45 |
| 2.3.1. | <i>Población.</i> | 45 |
| 2.3.2. | <i>Muestra y muestreo.</i> | 45 |
| 2.4. | Criterios de selección. | 46 |
| 2.4.1. | <i>Criterios de inclusión.</i> | 46 |
| 2.4.2. | <i>Criterios de exclusión.</i> | 46 |
| 2.5. | Técnicas de instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad. | 47 |
| 2.5.1. | <i>Técnicas e instrumentos</i> | 47 |
| 2.5.1.1. | <i>Focus group.</i> | 47 |
| 2.5.1.2. | <i>Diseño de programa de televisión.</i> | 47 |
| 2.5.1.3. | <i>Programa de televisión.</i> | 47 |
| 2.5.2. | <i>Validez y confiabilidad.</i> | 47 |
| 2.6. | Métodos de análisis de datos. | 47 |
| 2.7. | Aspectos éticos. | 47 |
| III. | Resultados | 48 |
| 3.1. | Resultados de la aplicación de focus group (pre-test). | 49 |
| 3.2. | Diseño de programa televisivo. | 61 |
| 3.3. | Producción del programa televisivo de cortometrajes universitarios. | 66 |
| 3.4. | Resultados de la aplicación de focus group (post test). | 84 |
| IV. | Discusión | 88 |
| V. | Conclusiones | 90 |
| VI. | Recomendaciones | 91 |
| VII. | Referencias | 92 |
| VIII. | ANEXOS | 97 |

RESUMEN

La presente investigación titulada “Programa Televisivo de Cortometrajes Universitarios y su influencia en la Producción Cinematográfica en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo – 2018”, tiene como bases teóricas al análisis del cultivo y la teoría de usos y gratificaciones. El estudio está orientado en un diseño experimental, de la tipología pre experimental, teniendo como población a los estudiantes de las escuelas de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo. Para obtener la información requerida se aplicó una guía de focus group como pre test y post test, además de la producción de un programa de televisión para ser usado como estímulo ante la muestra seleccionada; todo ello para determinar la influencia de un programa televisivo de cortometrajes producidos por universitarios, en la producción cinematográfica en estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo – 2018. La investigación concluyó que un programa televisivo de cortometrajes producidos por universitarios contribuirá a promover el cine trujillano y, principalmente, al que realizan estudiantes.

Palabras clave: Producción cinematográfica, programa televisivo, cortometraje, cine, producción audiovisual.

ABSTRACT

The present investigation entitled "Televising Program of University Short Films and its influence in the Cinematographic Production in students of Sciences of the Communication of the universities of Trujillo - 2018", has like bases theories for the analysis of the culture and the theory of the uses and the gratifications. The study is oriented to an experimental design, of the pre-experimental typology, having as a population the students of the communication science schools of the universities of Trujillo. To obtain information, a focus guide is required as a pre-test and post-test, in addition to the production of a television program to be used as a stimulus to the selected sample; All this to determine the influence of a television program of short films for university students in film production in students of communication sciences of the universities of Trujillo - 2018. The investigation concludes that a television program of short films for university students will promote Trujillo film Y, mainly, the one that the students of the realization.

Keywords: Film production, television program, short film, film, audiovisual production.

I. Introducción

1.1. Realidad problemática.

Difícilmente se encontrará un país que no quiera promover su arte y cultura. Un país que no desee mostrar al mundo los buenos productos hechos en casa. Y es que a veces, se cuenta con los insumos y con una adecuada preparación, pero no se tiene un medio dónde exhibir el producto ya terminado. Pues estamos en un mundo, donde si no te ven, no existes.

La problemática dentro del cine no es indiferente a ello. Se hace referencia al denominado y famoso Séptimo Arte. Y de por sí, todo arte, culturiza. Sin embargo no todos lo perciben de dicha manera.

En México, González (2010) señala que, a pesar de tener un número considerable de films mexicanos cada año, no encuentran un espacio donde proyectarse; y si lo encuentran, increíblemente no duran más de una semana en cartelera, puesto que los exhibidores de este país apuestan más por las producciones estadounidenses. Con decir que la Cámara Nacional de la Industria Cinematográfica y de Video (CANACINE) arrojó una cifra que en el año 2009 se exhibieron un total de 54 películas mexicanas, y nada más y nada menos que 235 películas extranjeras. Preocupante para el mercado cinematográfico de México.

En España la situación es otra, pero igual de problemática. El ingeniero de telecomunicación, Nieto (2014) manifiesta que el principal antagonista del cine español, ha sido el Gobierno. Éste le retiró las subvenciones y le aumentó el Impuesto al Valor Agregado (IVA) de 8% a 21% el cual viene desde Setiembre del 2012; hecho, que de alguna manera, obstaculiza que las personas vayan a consumir películas españolas y atente contra su industria cinematográfica.

En el cine peruano, el principal problema radica en que las obras más creativas y originales no se encuentran en las salas de cine o medio de difusión masiva o comercial, pues solo se propagan en festivales, centros culturales o en Youtube. En consecuencia, la mayoría del público desconoce su existencia (Escalante, 2015).

Por su parte, Bedoya (2015) crítico de cine, afirma que no existe una industria cinematográfica en el Perú, tal cual, puesto que no se encuentra a la disponibilidad y a la accesibilidad los medios económicos necesarios para rodar una obra cinematográfica. Es decir, que estos recursos estén ahí, establecidos bajo una ley para poder ser usados en cualquier momento. Muchos de los casos se manejan bajo un sistema de premios que se consiguen en festivales nacionales o internacionales, pero una industria no se mueve bajo este tipo de financiamiento. Así mismo el público, en este caso el peruano, debe estar dispuesto e interesado en consumir su propio cine. Tal como sucede en países de

la talla de Taiwán o Corea, quienes tienen preferencia por sus películas antes que las del gigante de Hollywood. Es también un tema de cultura.

Incidiendo más en el tema principal, hay que tener en cuenta que el cortometraje es un film difícil de comercializar. En Trujillo, la falta de espacios de mayor masificación (programas de TV o salas de cine) para la exhibición y difusión de cortos producidos por estudiantes dentro del ámbito cinematográfico, se convierte en un impedimento para que las personas conozcan muchos de los productos que se vienen realizando desde hace algunos años. Y es que talento para hacer cine, hay; pero propagación para mostrar el material, no. Los espacios que suelen ser la vitrina de los cortos, son los alternativos: concursos, festivales, cineclubs, entre otros. Son acontecimientos importantes por los que cineastas y productores apuestan para promover una cultura cinematográfica y que en algunos de los casos pueda verse a un cortometraje obtener algún premio o beneficio.

Tal es el caso de “El Curador”, trabajo realizado por la productora trujillana “Cerdos de Oro” que en el 2016 se proyectó en el Festival Cortos de Vista, un concurso nacional de cortometrajes de Chiclayo en donde concurren de todas partes de Perú, y que a raíz de su participación formó parte de la selección oficial para ser exhibido en las salas de Cineplanet de dicha ciudad. En definitiva, esto suma y es un gran medio para darse a conocer, pero desgraciadamente es la única forma.

Necesitamos de más. Y es que hay estudiantes de ciencias de la comunicación que – muy al margen de que quieran forjar una carrera como cineastas – optan por realizar cortometrajes, ya sea por el bajo presupuesto que requiere, porque es un paso previo y necesario para la realización de largometrajes o porque simplemente es de su agrado contar historias en un breve periodo de tiempo. Entonces, si hay producción y realización de estas breves películas, pues que se fomente más producción; que la actividad de hacer cortos aumente y que eso se refleje en algún medio. Sin embargo, varios de los realizadores se ven en la necesidad de comenzar a dedicarse paralelamente a otro tipo de labores por la falta de difusión de sus trabajos y, en cierto modo, su situación de seguir produciendo se reduce un proporcionalmente. Por otro lado, cierto grupo de estudiantes optaron por tomar un rumbo distinto en otras ciudades o en otros países porque consideraron que en su ciudad no encontraban tanta oportunidad, espacios y apoyo para proyectar sus obras y desarrollarse como profesionales en el cine.

Puede que suene un poco fuera de lugar de que exista la posibilidad de proyectar estas obras cinematográficas en espacios masivos, pero todo empieza por una iniciativa. Si no la hay, no podemos esperar ver resultados. En temas de cultura somos divergentes; promovemos en cierto nivel el arte, pero necesitamos de las otras partes del rompecabezas para su expansión.

Trujillo carece de espacios masivos para la proyección de cortos y sonaría algo irracional de que existan en algún momento, pues nos encontramos en una realidad lejana a ella.

1.2. Trabajos previos.

1.2.1. *Ámbito internacional.*

Andrade (2008) en la investigación titulada: “La influencia de la televisión y su relación en los hábitos de estudio que inciden en el rendimiento escolar de los y las adolescentes de los Centros de Educación Básica de la ciudad de Juticalpa, Departamento de Olancho, Honduras C.A.”, estudio orientado a obtener el título de Master en estudios de Género y Educación en la Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán, llegó a la conclusión que:

- Los hábitos de estudio de los adolescentes se ven distorsionados a pesar que los practican, ya que mientras realizan sus labores escolares, están observando programas televisivos y eso dificulta un poco la retención de contenidos.
- Para ellos, la televisión se ha convertido en un fiel compañero, puesto que sienten acompañados de alguien cuando están solos en su hogar.
- El hecho que no exista una regulación de muchos programas de televisión, aumenta la probabilidad de afectar en el cambio de conductas de los escolares, y más aun con el auge de los medios.
- La motivación que ellos evidencian por el medio televisivo, se impone ante las enseñanzas metodológicas que reciben por la experiencia de sus docentes.

Marcelo (2008) en su trabajo denominado: “Producción de Cine y Territorio: Factores que determinan el Espacio Geográfico del Rodaje”, estudio que lo dirige a obtener el título de Licenciado en Economía de la Universidad Nacional de Mar de la Plata, ha identificado como conclusiones relevantes:

- La aparición de organizaciones que fomentan y promueven el cine, han sido de suma importancia pues sirve de apoyo para la realización de producciones y así ayudan al reforzamiento de la cultura y la identidad nacional.
- La incorporación de coproducciones ha reducido al problema del limitado financiamiento. Aquí entra a tallar la intervención de Ibermedia, quien ya ha financiado películas y documentales a este país y posibilita la expansión internacional del material audiovisual.
- La oportunidad de exhibir obras cinematográficas en televisión, se convierte en una herramienta de marketing pues aumenta relativamente la rentabilidad de las ventas por derechos de difusión. Sin embargo, hay

que manifestar que la accesibilidad es parcial, aunque va a depender de la cantidad de producciones que se realizan.

- La grabación en formato digital posibilita el acceso al mundo audiovisual a realizadores primerizos quienes producen con presupuestos ajustados, a raíz de que los tiempos y costos de filmación se disminuyen en consideración. De igual modo, aumenta la probabilidad del alquiler de equipamiento a un costo mínimo por parte de los pequeños productores. Sin embargo, la deficiencia que tendríamos que puntualizar es la baja calidad del formato digital a diferencia del cinematográfico.

Álvarez (2015) en su estudio nombrado: “Producción del cortometraje de ficción Isabela”, investigación conducente a obtener el título de Licenciado en Comunicación Social de la Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador, ha concluido lo siguiente:

- Desde años anteriores, Hollywood se encuentra en la cúspide del cine a nivel mundial, y a pesar de los esfuerzos de otros países, Estados Unidos se mantenido en la cima. En el caso de Ecuador, las producciones de los cineastas nacionales de escuela, no poseen el éxito de taquilla que esperan por parte del público, caso contrario que sí sucede con directores autodidactas del mismo país. Esto hace indicar que los últimos atraen más espectadores que los primeros.
- Cada etapa de la producción cinematográfica es elemental para el éxito de un film. Sin embargo en la postproducción es donde debemos de ser más meticulosos, pues cuando llega el momento de la distribución, los cineastas latinoamericanos buscan cautivar con sus películas en la exhibición teatral, cuando en realidad están orientadas a otra plataforma y en consecuencia, a otro público. Lo que posibilita que sus películas no tengan el alcance que se espera en taquilla.
- La realización de cortometrajes, no es la preferencia de las productoras, pero si lo es de lo jóvenes, pues les es útil para darse a conocer y comenzar a vincularse con la industria cinematográfica. En algunos casos el problema suele ser el tema del presupuesto, a pesar que la producción de un corto tiene un menor costo a diferencia de un largo. Esto los ha forzado a buscar otras modos de financiamiento para sus films: crowdfunding y crowdsourcing; además de optar por los métodos tradicionales: coproducción y publicidad. Lo recomendable sería mezclar las fuentes. En lo que respecta a Latinoamérica, la mejor forma de financiación es a través de las coproducciones, ya que se accede a ciertos beneficios que brindan las leyes de los países latinoamericanos, así como la posibilidad de generar ingresos para este tipo de financiación por medio de concursos.

1.2.2. *Ámbito Nacional.*

Guerrero (2017) en la investigación titulada: “La influencia del cine y las prácticas audiovisuales en contexto de privación de la libertad: Proyecto de Formación Audiovisual en el Centro Juvenil de Diagnóstico y Rehabilitación de Lima”, estudio orientado a obtener el título de Licenciada en Comunicación Audiovisual de la Pontificia Universidad Católica del Perú, concluyó lo siguiente:

- En la fase de realización de las obras, que incluye la creación de la historia, rodaje y montaje, los adolescentes experimentaron nuevos métodos de creación de sus propios conocimientos, experiencias, aspiraciones y motivaciones, que los hizo mirarse a sí mismos convirtiéndolos en referentes ideales para la producción de sus trabajos audiovisuales.
- La exhibición de los cortometrajes ha permitido a personas ajenas al centro juvenil conocer una realidad que en la mayoría de casos es restringida, la misma que es reflejada desde la perspectiva de los mismos adolescentes, entregándonos un material diferente al que nos acostumbran los medios de comunicación.
- La actividad cinematográfica ha demostrado una vinculación y relación entre los chicos, lo cual ha contribuido a un trabajo colectivo de conocimientos y prácticas reconociendo la riqueza de realizarlo.
- El Programa de Formación Audiovisual se desarrolló de una manera horizontal, es decir, más que ser una capacitación o una forma de educación habitual sobre la cinematografía, fue un intercambio de saberes y de producción creativa.
- Los adolescentes mostraron orgullo y satisfacción al ver que sus cortometrajes fueron proyectados y visualizados por otras personas, pues lo consideraron como un gran logro de una actividad que fluyó de su propia experiencia y práctica, sintiendo el reconocimiento por parte de las autoridades del centro juvenil y espectadores en general.
- La exhibición de las obras permitió que ya no sean vistos marginalmente, como en muchos de los casos, sino más bien como creadores audiovisuales y que a su vez rompió con prejuicios de las personas externas al proyecto.
- La actividad de la producción cinematográfica los llevó a generar un interés por dedicarse a este oficio una vez que salgan externados.

Cortavitate (2016) en su trabajo denominado: “Reflexionando sobre la influencia de la televisión en adolescentes y jóvenes limeños: una propuesta de activismo digital”, que lo dirige a obtener el título de Maestría en Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú, concluyó lo siguiente:

- La televisión opera a nivel mundial de una manera comercial y esto parece dificultar la regulación de sus contenidos. La verdadera labor de informar, entretener y educar no debe tergiversarse por priorizar sus intereses económicos, más bien los televidentes estamos en la responsabilidad de exigir otras verdaderas alternativas de consumo.
- Se comprobó la gran influencia que tiene la televisión nacional en los jóvenes limeños, mostrando un nivel de insatisfacción respecto a la calidad de programas de los canales de tv. Es necesario recalcar que la influencia puede ser positiva como negativa.
- La insatisfacción no limita a que se siga consumiendo los programas de televisión a raíz de la alta accesibilidad y a la escasa iniciativa de incorporar otras alternativas de entretenimiento.
- Los consumidores de los programas de tv son los mismos que cuestionan lo que visualizan, lo cual permite entablar una relación comunicacional con ellos tomando las características sobre dichos programas y la relevancia que tienen en sus vidas.

Hendrickx (2010) en su estudio nombrado: “Perspectivas y posibilidades del crecimiento del cine peruano en el contexto mundial”, investigación conducente a obtener el título de Magister en Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica del Perú, concluyó que:

- Las cifras en producción de películas entre el cine estadounidense y el cine peruano es abismal. Siempre habrá un retraso sin el apoyo del estado como proveedor de recursos para la creación de films.
- Es elemental que la actual Ley de Cine 26370 se cumpla íntegramente y se respete la entrega de los S/. 7 millones para la producción de películas y de este modo aumentar el número de obras cinematográficas nacionales por año.
- A pesar del aumento de salas de cine en el país, las condiciones del mercado de las exhibidoras hace que se limite el impacto que pueda tener una película peruana en los espectadores, a diferencia de una extranjera. Lo ideal sería buscar estrategias que permitan darle más tiempo de vida en salas y que el público tome la iniciativa de ir a ver un producto peruano.
- Se requiere el trabajo en conjunto de instituciones como el Ministerio de Cultura, Conacine, Municipalidad de Lima, entre otras; que converjan en un solo objetivo: promover el consumo de cine peruano.
- Una buena manera de hoy en día fidelizar con el público promocionado la cartelera peruana, son las redes sociales. El contenido es diverso: trailers, fotografías, entrevistas con directores y actores, participación en festivales y otras informaciones noticiosas; todo es válido.
- El cine nacional necesita de más fuentes de financiamiento y accesibilidad a modos de mercadeo y venta. Pues no solo está la exhibición en salas de cine, también debería de proyectarse en llegar a

televisión por cable y señal abierta, festivales y DVD; mientras mayor difusión halla, mayor posibilidad de ingresos habrá.

1.2.3. *Ámbito Local.*

Verástegui (2013) en su investigación titulada: “Diseño de programa concurso de televisión Saber para Ganar para promover hábitos de lectura en los escolares del cercado de Trujillo”, estudio orientado a obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, concluyó que:

- La gran mayoría de escolares de cuarto de secundaria, tienen preferencia por el medio televisivo. Consumen programas de televisión más de 3 horas al día, además de ser el sábado el día preferido para ver un programa concurso.
- El diseño de la propuesta del programa televisivo se elaboró considerando: que la televisión es el medio preferencial por parte del público objetivo, que la estrategia de comunicación se basará en la temática de interés de los escolares y que la estrategia del programa radicará en el atractivo de los premios que se obsequien a los participantes.
- Los especialistas que validaron el programa, manifestaron que cumple los requisitos de estructura, temática y secuencialidad, y que es factible de ser aceptada por los escolares de cuarto de secundaria.

Marchena (2013) en su trabajo denominado: “Propuesta de programa televisivo La Hora del Medio Ambiente para fomentar la cultura medio ambiental en la ciudad de Trujillo, 2013”, estudio que lo dirige a la obtención del título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación en la Universidad César Vallejo, llegó a las siguientes conclusiones:

- La interacción con la audiencia cumplirá un importante rol dentro del programa, pues son ellos los principales actores quienes podrán participar del mismo opinando y compartiendo experiencias.
- Se busca generar concientización en la población trujillana de que el medio ambiente es el centro de la vida y es indispensable para la supervivencia.
- El documental será el producto audiovisual que se use para mostrar las consecuencias que produce la contaminación ambiental.
- El programa establecerá nuevos ejes del cuidado del medio ambiente para tener una población mejor organizada y con nuevos valores.
- Las redes sociales serán de gran ayuda para tener un mayor alcance y esto sea aprovechado para llegar a más personas e interactuar con ellas, no solo a nivel local, sino nacional e incluso apostar por llegar a nivel internacional. Además de subir material como diversas informaciones y

fotografías concernientes al formato de programa para seguir en contacto con los usuarios en tiempo real.

1.3. Teorías relacionadas al tema.

1.3.1. *Análisis del cultivo.*

También llamado por otros catedráticos como la Teoría de la aculturación, Igartua y Humanes (2004) precisan que el análisis del cultivo radica en determinar cuáles son las consecuencias sociales de los mensajes difundidos a través de la televisión. Este medio se presenta como un instrumento cultural que socializa conductas y roles sociales, afectando no tanto a las actitudes y opiniones sobre temas específicos como a través del cultivo de asunciones más básicas sobre la realidad social.

El concepto de cultivo se concentra tanto al proceso de *generar* como al proceso de *mantenimiento* de cierto tipo de orientaciones sobre la realidad por el efecto del consumo televisivo.

Y es que la televisión se ha convertido en la principal fuente de cultura cotidiana de una población diversa y heterogénea. Gerbner (como se citó en Igartua y Humanes, 2004) asegura que por primera vez en la historia de la humanidad, un medio de exposición de carácter comercial como la televisión, en vez que los padres, la iglesia o la escuela, cuenta la mayor parte de las historias durante la mayor parte del tiempo.

La influencia que tiene la televisión no tanto recae en persuadirnos sobre como es el mundo, sino que entra en contacto con las personas más de siete veces al día; durante ese periodo, promete un sistema centralizado de contar historias. La principal función cultural de la televisión es reforzar los esquemas sociales y cultivar la resistencia al cambio. Es una ventana de culturización (West y Turner, 2005).

Por otro lado, la teoría señala que los efectos son limitados. Puede sonar irónico, ya que se supone que la televisión es un medio con mucho poder persuasivo, lo cual ha sido demostrado. Sin embargo sus contribuciones observables e independientes a la cultura son relativamente pequeñas. Gerbner dice que esta influencia puede ser pequeña, pero a su vez podría ser dominante, la cual provocaría una gran diferencia. La dimensión de un efecto es mucho menos significativo que la dirección de su contribución constante. La idea no es que el impacto de la televisión no tenga repercusiones, sino que a pesar de que el efecto observable e independiente de esta en la cultura, pueda ser pequeño en un momento dado en el tiempo, este impacto se encuentra presente y es importante.

1.3.2. Teoría de los Usos y Gratificaciones.

La perspectiva de los usos y gratificaciones se apoya en una orientación psicológica para analizar cómo y por qué las personas utilizan los medios de comunicación. Busca analizar por qué el receptor se expone a los medios en función de conceptualizaciones como necesidad, motivo, actitud y expectativa hacia los mismos, que se transforman en variables antecedentes de la conducta mediática (Igartua y Humanes, 2004).

Las personas toman la iniciativa de seleccionar y utilizar los mass media porque en ellos se busca satisfacer una serie de necesidades de índole psicosocial, como son la integración social, la evasión, la comprensión, etc. En su vínculo con los medios, la gente actúa de forma relativamente activa ya que escoge qué medios consumir, lo que está relacionado con ciertas expectativas sobre dichos medios y sus contenidos. De igual modo, los espectadores interpretan y se envuelven con el contenido de los mensajes de los medios en función de sus propios intereses, necesidades y motivaciones.

Dentro de esta teoría, surge una nueva perspectiva tildada como usos-efectos. Ella pretende explicar los efectos de los contenidos mediáticos teniendo en cuenta los factores que se relacionan con el uso de los medios (motivos de exposición, la implicación y el realismo percibido). Los efectos y la recepción mediática están subordinados de la interacción entre las características de los contenidos y las características del público. En consecuencia, uno de los campos de investigación más interesantes es el que asocia la investigación sobre los usos y gratificaciones de los medios con el análisis del cultivo.

En otro apartado, West y Turner (2005) afirmaron que el hecho de fundamentar que los receptores son conscientes de su uso respecto a los medios de comunicación, de sus intereses y de sus motivos como para ser capaces de brindar a los investigadores una imagen precisa de su uso, no solo corrobora la creencia de un público activo, también implica que las personas son conocedoras de esa actividad. De hecho, las primeras investigaciones acerca de los usos y las gratificaciones preguntaban a los encuestados por qué consumían un medio de comunicación. Se incluyeron entrevistas y la observación de sus reacciones cuando se charlaba acerca del tema. El fin de usar estas técnicas de recolección de información era que estas personas estaban en la mejor condición para argumentar qué hacen y por qué lo hacen.

1.3.3. Sectores de la obra audiovisual.

1.3.3.1. Sector producción.

Es el que se encarga de la realización del producto en sí. Lo conforman el autor de la historia, productora, estudios de grabación, sonorización, equipamiento técnico, financiación, etc. La productora en este caso es quien tiene el sello de los derechos de autor y comercialización de los films.

Aquí se ejecutan las fases de preproducción, producción y postproducción.

1.3.3.1.1. Preproducción

Fernández y Barco (2009) precisan que es la preparación previa al rodaje en la cual se gestionan todos los requerimientos necesarios y se organiza todo el equipo de producción, listos para rodar la película. Asimismo de analizar la existencia de posibles problemas y obstáculos que podrían llegar a tener.

La duración variará en relación al tipo de película que se desee grabar. En el campo, para contabilizar el tiempo de preproducción, nos referimos a semanas y a la inversa. Por ejemplo, semana -15, -14, y así descendientemente indicando las semanas que faltan para la producción.

1.3.3.1.2. Producción

Es el momento en que todo el equipo entra en acción. Una vez ya todo definido se empieza con el rodaje de la obra y cada integrante toma su puesto. Es de suma importancia que todos cumplan óptimamente lo planificado con el fin de reducir tiempo y costos y obtener un producto final de calidad.

1.3.3.1.3. Postproducción

Es la última fase de este proceso en el cual se monta la imagen, el sonido y los respectivos efectos. El profesional que se encarga de esta labor es el *montador*, quien tiene la tarea de sincronizar todo el material audiovisual capturado en el rodaje, siguiendo los lineamientos de la historia.

Tradicionalmente el montaje se realizaba con la ayuda de la moviola, una máquina que empalmaba los fotogramas manualmente. Hoy en día el montaje digital a través de diversos

softwares y en compañía de la más alta tecnología, ha tomado su lugar.

1.3.3.2. Sector distribución.

Lo constituyen las empresas distribuidoras quienes desempeñan la labor de intermediario comercial para luego negociar con las exhibidoras. Es el primer paso para la difusión de las películas ya producidas. Sin embargo también puede aportar al financiamiento de la misma previo acuerdo con la productora y en algunos casos condicionar algunos aspectos claves de la misma producción de la obra cinematográfica.

La finalidad de producir una película es que se distribuya en todos los medios posibles. En primera instancia, lo ideal sería llegar a salas de cine, pues es el que genera más ventas en la gran mayoría de países a nivel mundial. Por otro lado también encontramos a la televisión como canal de distribución, asimismo del DVD, internet, entre otros.

Hoy en día en algunos casos ya vemos que la distribución del producto audiovisual se realiza simultáneamente, puesto que, lo que encontramos en salas de cine también puede adquirirse en material videográfico. Sin embargo lo más habitual es que llegue primero a cines para posteriormente ser entregado a los demás canales (Fernández y Barco, 2009).

1.3.3.2.1. Distribución en salas

Se parte del acuerdo que se efectúa entre la productora y la distribuidora para que ésta última negocie con el exhibidor. Dicho acuerdo se puede hacer de dos formas:

- Distribución a cambio de una cantidad fija: El distribuidor desembolsa una sola cantidad de dinero al productor por un tiempo acordado y al margen de los privilegios que pueda o no, conseguir de la película.
- Distribución a cambio de un porcentaje en los beneficios: Es el método más usual en esta práctica. El distribuidor paga un porcentaje al productor en base a la taquilla que obtenga el film en exhibición.

Es importante que para esta etapa, ha de estar seguro que tienes una buena película, puesto que si no la es, difícilmente una distribuidora estará dispuesta a comercializarla. Caso contrario, si los resultados de todo el proceso de producción indican que filmaste un buen material audiovisual, tendrás más de una propuesta.

1.3.3.3. Sector exhibición.

La exhibición es el punto máximo de masificación del producto. Es el medio de llegada a los espectadores, a través diversas plataformas como salas de cine, festivales nacionales e internacionales, televisión, internet, DVD, entre otros. La gran mayoría de películas tienen como primer medio de difusión las salas de cine, pues a pesar de ser la más costosa, es la más rentable.

1.3.3.3.1. Salas de cine

Las salas de cine son el medio de explotación por excelencia, pues es el más recurrido por los espectadores de películas. Alrededor de ellas se invierte mucho en publicidad en la ya muy conocida *campana de lanzamiento*, la cual evidentemente se comprueba en la acogida de la misma; todo con el objetivo de promocionar el film y ser aceptada por el público.

1.3.3.3.2. Festivales

Festivales a nivel nacional e internacional, hay en abundancia. En estas eventualidades se exhiben películas de todo género, sin embargo otros son más selectivos y concretos, ya sea cine experimental, cine independiente, cortometrajes, o cualquier otro criterio que admita su participación. Esta es una de las peculiaridades que tiene un festival para poder acceder a él.

Entre productor y distribuidor tienen que resolver la aptitud de asistir a un festival o a cualquier otro, todo dependerá de la estrategia de distribución y el tipo de película. Este evento puede ser, relativamente, un arma de doble filo. Por un lado puede ayudar a disparar la obra a otros niveles pero por otro puede salir empapada de lluvia de críticas negativas. Se debe ser cuidadoso cuando se acude a un festival, puesto que muchos de las personas que encontramos allí son críticos de cine y tienen fuerte nivel de influencia en el público aficionado. Si la película está dirigida a un sector que no toma en cuenta las críticas, no habría que prestarle tanta atención, pero si nos enfrentamos a un público que es vulnerable ante las opiniones de los críticos, hay que ir con cautela. Estos juicios pueden destruir en minutos un material cinematográfico.

Entre los festivales más reconocidos y con más prestigio mundialmente se encuentran el Festival de Cannes (Francia) y el Festival de Berlín (Alemania).

1.3.3.3.3. Explotación videográfica

Tras estar en salas de cine, el segundo material de exhibición de un film, es el videográfico. Como olvidar el icónico VHS que cautivó por años a muchas familias, para luego darle la supremacía al DVD hasta llegar el imponente Blu Ray. La evolución definitivamente ha sido favorable, pues ha sido del agrado de los consumidores.

La calidad audiovisual se hizo notar con los años. El DVD fue muy superior al VHS y así mismo sucedió con la aparición del Blu Ray, el cual demostró a ambos su superioridad al ofrecer películas en alta definición, es decir, con la más alta calidad de imagen. Uno de los plus que ofrecía la adquisición de este producto videográfico, era la incorporación del conocido *making of*. Además de galería de fotos, entrevistas, selección de idioma y demás extras. En el 2003, un estudio que realizó la empresa *QualiQuanti*, concluyó que para los consumidores, el término *extra* alude la idea de gratuidad, lo cual le daba un valor agregado para ser consumido. En lo que respecta al precio, la verdad es que fue mínima la diferencia entre VHS y DVD que las personas no dudaron y elegir la segunda por el mayor beneficio que otorgaba. El Blu Ray sí pasó a ser más costoso que el DVD, a pesar de ello la diferencia entre estos ya viene acortándose y se prevé que el público termine por abandonar el formato de este último, pues la ventaja del Blu Ray es evidentemente mayor.

Por otro lado, el auge del DVD fue tanto que conforme pasaban los años, se encontraban a la disponibilidad una superior cantidad de films. Además esto repercutió en los lugares de venta, pues pasaron de estar en los videoclubes, a estar en los hipermercados.

1.3.3.3.4. Televisión

Castillo (2009) asegura que el principal requisito para la emisión de una película en televisión, es la adquisición de los derechos que son cedidos por la productora, en concreto, el derecho de comunicación pública. Esta acción puede ser gestionada en la fase previa de producción del film o en la fase posterior. Es decir, preventa si es antes o venta si es después. En el contrato con la exhibidora, se deben abordar algunos puntos específicos, tales como: periodo de licencia, territorio, y modalidad de explotación. Las tres principales modalidades son:

- Según el medio técnico: televisión terrestre, por cable o por satélite.
- Según la señal utilizada: analógica o digital.

- Según si hay un pago de por medio: televisión de señal cerrada (de pago) o abierta (gratuita).

En el ámbito territorial va a depender de la cobertura misma que cuenta la cadena de televisión. Por un lado están las televisoras generalistas, que emiten a todo un país. Y por otro lado aparecen las televisoras autonómicas cuyo espacio de cobertura se limita a una ciudad o región.

La licencia se concentra en aspectos: desde cuando se emitirá la película y durante cuánto tiempo.

La emisión de televisión de señal cerrada iniciará su licencia después de doce meses de haberse estrenado la película en salas; por su parte la televisión de señal abierta podrá estar en la disponibilidad de emitirla después de concluir la licencia de la televisión por pago. Es habitual que una película se difunda en televisión pagada alrededor de doce a dieciocho meses. En consecuencia, esto quiere decir que la televisión gratuita tendrá que esperar que transcurra el tiempo de exhibición en salas de cine y en señal cerrada para recién poder emitirla.

Finalmente, en función de todos los puntos mencionados es que se designa un solo precio para la emisión en televisión de una obra cinematográfica.

1.3.3.3.5. Internet

Indudablemente, internet ha facilitado el acceso a muchos productores para difundir material cinematográfico y llegar a diversos públicos.

En definitiva, constituye una muy buena plataforma de explotación, puesto que puede incrementar los ingresos que genere tu producto por exhibición. Se puede negociar con webs de productoras o webs especializadas en cine que promuevan este tipo de acciones. Adicionalmente, se podría vender el film indicando detalladamente el formato, idioma y precio.

No obstante, la piratería no solo quedó en el sector discográfico, sino también se extendió hasta el audiovisual generando muchas pérdidas económicas alrededor del mundo lo cual va en contra de los derechos de autoría de los cineastas.

Pero internet no solo es una ventana más explotación, es una nueva oportunidad de negocio. Curiosamente hay productoras que crean

contenido únicamente para la red de redes y ha funcionado muy bien. Es más, luego han dado el salto a la televisión, modificando el orden tradicional de las plataformas de exhibición.

1.3.4. Programas televisivos.

Producir un programa de televisión resulta más difícil de lo que uno a simple vista podría imaginar. Y es que se ve el resultado a través de la pantalla, pero no se ve cómo llegó ese programa a ella, pues involucra algunos factores que se tienen estudiar y planificar. Desde la respuesta de la audiencia, pasando por la parrilla de programación y la lucha con la competencia; los mismos factores que pueden marcar el destino de un programa e incluso que se llegue hasta a replantear el diseño del mismo.

Un programa televisivo es un espacio audiovisual que emite diversos episodios de manera periódica el cual se difunde en un canal de televisión y tiene la función principalmente de informar y entretener.

Empecemos en orden. Para Sánchez (2002) todo parte del tipo de espacio que se desea producir, ya sea informativo, entretenimiento, ficción, etc., y el público al cual se va a dirigir. Esto último en consecuencia determina el horario de emisión. Luego se elaborará un diseño estructurando las partes que conformarán el programa y se estimará un presupuesto. Si la idea de programa, va, se perfeccionará. Y, si en el caso se creyera necesario, se podría proponer grabar un piloto para contrastar la viabilidad del proyecto. Las exigencias que conllevará la etapa de preproducción, va a depender mucho del espacio que se desea producir, pues una serie ficticia requerirá de fuertes inversiones de dinero y consecuentemente la preparación tendrá que ser minuciosa; en cambio para un programa de entrevistas no se necesitará más que un entrevistador y decorar el plató. Se escoge si será un programa con emisión en directo (en vivo) o diferido (grabado). El equipo de producción llega a ser de alguna manera extenso, pero lo conforman principalmente: productor general, productor ejecutivo, director, guionista, presentadores, director artístico, técnicos de iluminación, operadores de cámara, encargados de vestuario y técnicos en controles.

Para hablar de la creación de un programa de televisión, en esta ocasión nos enfocaremos principalmente en la formación de la estructura televisiva.

1.3.4.1. Soporte de producción.

1.3.4.1.1. Televisivo

La televisión en su estado puro. Su principal característica es que todo lo que se grabe, ha de producirse y registrarse en el momento

de la realización y todo efecto que se quiera incluir, ya sea visual o sonoro, también se realiza en ese instante (Barroso, 2002).

Este tradicional método ha pasado al olvido, pues con independencia de las necesidades de producción, el total de los programas son grabados en simultáneo, si no lo fueron antes tanto por motivos legales como por interés económico y técnico de la emisora.

1.3.4.1.2. Videográfico

Son el conjunto de producciones que recurren al sistema de video. Explotan las posibilidades del registro y del montaje para desplazar el momento de la elaboración narrativa a una fase posterior a la captación que permita la reflexión y el proceso de prueba-error; quiere decir, hay posibilidad de ensayo previo, correcciones, repetición de tomas e incluso conservar la grabación de varias para luego decidir en el montaje, y modificación de la construcción secuencial.

La modalidad videográfica (edit show) se consagró como un boom en edición proporcionándole el protagonismo a tal punto que ocupará bastante tiempo, incluso más que la etapa de realización.

1.3.4.1.3. Fílmico

Programas que adquieren técnicas cinematográficas para su realización. Empezó a desarrollarse a causa de las limitaciones tecnológicas y también económicas de la televisión, principalmente hasta el desarrollo de sistemas de edición avanzados basados en la localización por medio de código de tiempos y edición separada de imagen y sonido.

Los proyectos de ficción fueron los primeros en apostar por una construcción narrativa en soporte cinematográfico. A eso se le añade la exigencia estética y plástica que brindaba, las cuales incitaron a varias producciones destinadas a mercados internacionales, a optar por el formato fílmico, incluso al de 35 mm debido a la superior calidad de imagen.

A pesar de los avances tecnológicos del soporte en video, el cinematográfico lleva la delantera, en especial cuando se busca un alto grado de calidad para ser explotados externamente o también cuando se persigue compatibilidad con la televisión en alta definición.

1.3.4.1.4. Infográfico

Modalidad que es producto de medios digitales. Se hace posible la creación de imágenes virtuales sin referente a la realidad natural; mientras las computadoras continúan en proceso de evolución en función de la inclusión de más herramientas, técnicas y procedimientos, las posibilidades tecnológicas de realización se proliferarán.

El probable futuro atribuirá una mayor atención a las plataformas televisivas de generación digital fruto y resultado del trabajo de un individuo con una computadora como herramienta exclusiva. Así que no sorprendería que espacios ejecutados del modo de realización tradicional hoy en día, integren más adelante la tendencia infográfica, abriendo así nuevas formas de llevar el discurso a las masas.

1.3.4.2. Géneros y Formatos.

Un género televisivo es cada uno de los grandes grupos en que se clasifican los programas según su contenido. Resultan siendo el resultado de propuestas aceptadas por la audiencia que tienen origen, además, en la estructura y en la finalidad. Generalmente suele clasificarse en tres bloques: informativo, entretenimiento y ficción. Estos a su vez se distinguen en formatos, que vienen a ser la forma de cómo se desarrollará la idea de programa y lo que lo hará distinto a los demás.

Formato es la consideración clasificatoria en razón de la manera en que está construido su contenido, aquellas variables formales del género producto de la hibridación pero también de la necesidad de incorporar, en el caso de los medios audiovisuales, características propias del género. Además de considerar la duración, soporte de producción, técnicas de realización, etc., (Barroso, 2002).

En síntesis, el género se concentra en el contenido y el formato en la forma.

1.3.4.2.1. Informativo

Pertencen los formatos encargados de atender los intereses de información periodística o de actualidad. La idea de información periodística apunta a aquella que tiene como objetivo la notificación de un suceso sin pretensión persuasiva y que emite una versión lo más legítima posible de la realidad.

a) Noticiero

Se emite a primera hora por la mañana, al mediodía y/o por la noche. Las secciones son similares a la de un diario: titulares, política, social, economía, internacional, deportes, cultura e información meteorológica. Cada una de ellas suele ir encabezada por la noticia más relevante y se dividen por cortinillas (Sánchez, 2002).

En la edición de las noticias puede figurar estos elementos: entradilla del presentador desde el plató, imágenes con o sin sonido sincrónico y voz en off que relata el hecho, entrevistas a involucrados en el acontecer, encuestas o sondeo (si fuera el caso), gráficas e infografías. Durante la emisión puede realizarse, con la ayuda del reportero, un enlace en directo para alguna entrevista o algún hecho noticioso de último minuto.

b) Reportajes

Son formatos que profundizan mucho más un hecho noticioso volviéndolo más enriquecedor; incluye entrevistas, valoraciones, contextualizaciones y una labor investigativa por parte del periodista. Se atribuye mayor atención al trabajo audiovisual, desde la misma grabación hasta el montaje y la música. De acuerdo a su extensión, un reportaje para un noticiero dura entre 3 a 4 minutos, para un dominical está entre 10 a 15 minutos, y el reportaje monográfico o documental informativo que está casi por los 30 minutos, el cual no precisamente busca actualidad, sino algún suceso en particular. Por ejemplo un hecho histórico.

Castillo (2009) expresó que el reportaje no requiere precisamente un guion, pues en la mayoría de casos su cubren eventualidades que han pasado en este instante o muy recientemente. La presencia de una cámara es suficiente para alterar el cotidiano desarrollo de las cosas. Por eso cuanto más inadvertidos pasemos, mejor. Debe existir espontaneidad, ya que a veces pedir naturalidad, llega a convertirse en nerviosismo

c) Entrevista

Hay programas que son enfocados netamente en entrevistas realizadas en el estudio en directo o diferido y todo gira en torno a ellas. En varios contextos se incluye en los noticieros o magazines. Para ambas situaciones es habitual jugar con primer plano y plano medio además de captar los detalles (gestos, miradas, etc.) de los personajes en escena, durante el juego de

pregunta y respuesta. Por otro lado puede consistir simplemente en una entrevista sobre un hecho noticioso o algún tema en particular y captarlo, para posteriormente pueda ser usado en algún espacio alterno.

La estrategia radica en retratar al entrevistado examinando sus reacciones y exponer al espectador no solo su discurso, sino también su personalidad. Hay que conocer al personaje, documentarse de él y respetar al televidente.

d) Documental

En tanto Sánchez (2002) puntualizó que lo que caracteriza a este formato, es que nos muestra una realidad (actual o histórica) a través de imágenes y un relato periodístico que refleje testimonios con un valor universal. Su lenguaje audiovisual se alimenta de fotografías, películas argumentales, gráficos, música, entrevistas, voces en off, etc.

Muchos documentales ofrecen tratados sobre arte, historia, cine, botánica, geografía, música, geología, urbanismo, etc., pero al parecer el espectador no tiene la iniciativa de adquirir algún conocimiento mediante los estos documentales y sería información perdida; él suele dejarle llevar por las imágenes espectaculares y de gran impacto, y es que muchas veces el éxito radica allí. La televisión nos entrega conocimientos variados, pero solo se quedan en tópicos, y lo que a la gente le falta entender es que este medio de comunicación nos puede servir en gran medida para aprender y ver más allá de un programa gastronómico.

1.3.4.2.2. Entretenimiento

El entretenimiento busca una audiencia masiva, un público familiar de todas las edades y niveles culturales. El horario preferido es la noche de los fines de semana. En temas de producción suele ser más trabajado, incluyendo muchas cámaras, decorados, amplio vestuario, efectos digitales, etc. Asimismo cuenta con un presentador estrella, famosos invitados, actuaciones artísticas y la presencia de un público que refuerza la expectativa del género.

a) Concursos

Son de los formatos más tradicionales y admiten diversas propuestas en función de la selección de los participantes, el tipo de pruebas, los premios, la realización, participación del público, etc. Hay dos modalidades: uno que se basa en el conocimiento y la habilidad física, y el otro que es en función al

juego (aventura, sorpresas, azar). También puede darse el caso de que se unifiquen ambas modalidades.

b) Talk-show

Es un coloquio popular sobre temas de actualidad que se caracteriza por tener un alternativo al del poder. Puede ser emitido en vivo o grabado, en un set único con presencia de público generalmente. Además, el espectáculo puede sostenerse en el escándalo, provocación, participación espontánea del público, libertad de expresión sin respeto, discusiones de temas, burlas o linchamiento entre los participantes. Se trata, no de converger en algo, sino de transformar el show y en un conflictivo debate.

c) Reality show

Relacionado a lo prohibido y al morbo. Su recurso acostumbrado es el testimonio de personas con un estado de ánimo alterado o con un sentimiento destruido, caracterizado por un falso afán justiciero como averiguar la verdad, demostrar su inculpabilidad; dispuestos a revelar hasta su intimidad con tal de lograr su objetivo. Este tipo de programas está dirigido a una audiencia con poca exigencia cultural.

d) Musicales

Interpretación de obras musicales de diversos géneros. Incluye la retransmisión de un concierto de música clásica, lirica o de una ópera, videoclips, galas de contenido musical, programas de actualidad del mundo musical, entre otros (Castillo, 2009).

e) Magazine

Programa contenedor a raíz de que su temática puede variada a lo largo de su trayecto. A pesar que suele realizarse en plató y en directo, su estilo y las técnicas empleadas pueden ser diferentes. Su estructura en bloques lo obliga a que el decorado tenga distintos sets y sea el presentador principal el que actúa como componente central.

f) Deportes

Sánchez (2002) sostuvo que su principal contenido es el deporte competitivo en todas sus formas. La representación más efectiva con respecto al espectador se produce en la retransmisión en directo que se establece en un espectáculo en sí misma, pues nos acerca a la emoción de lo que está sucediendo pero con una riqueza visual muy superior a la que disfruto un espectador en el terreno de juego.

1.3.4.2.3. Ficción

Desde el punto de vista de Castillo (2009) son producciones que requieren la intervención de actores que escenifican una situación determinada. Se basan en un guion detallado que prevé qué, dónde y cómo se van registrar las diversas situaciones en la grabación, ensayos, edición y doblaje. Podría que es el género estrella debido a su masiva convocatoria de espectadores, a pesar del alto coste de producción.

a) Telenovelas

Barroso (2002) alegó que son relatos de ambientación contemporánea con un numero abierto de capítulos que abarcan, al menos, una temporada, de una duración de 55 minutos y una emisión diaria. La continuidad entre capítulos es intensa; cada episodio incluye dos o más conflictos al mismo tiempo y mantiene la tensión en los espacios publicitarios y al finalizar cada episodio.

Los espacios dramáticos son realistas y variados, con predominio en interiores; en el contexto familiar la casa es el territorio sofisticado. Habitualmente una fémica protagonista, víctima de los malvados y ayudada por colaboradores; hay personajes de todas las edades, la profesión queda en un segundo plano, en sus vidas tienen éxitos y fracasos, pero la motivación económica o de realización del deseo es importante. El clan familiar y los amigos son determinantes y los rivales están muy próximos.

b) Miniseries

Se trata de una película de larga duración, aproximadamente entre 4 a 5 horas, que es difundida en televisión en dos o más capítulos de 60 a 90 minutos en un breve periodo de tiempo, nunca superior a los quince días. En ocasiones se hacen remakes de éxitos recientes del cine.

c) Película de TV

Tiene la duración estándar cinematográfica de 90 minutos y, salvo excepciones, se diferencia del cine en la concepción estética; ausencia de planos generales, ritmo tele fílmico sin tiempos muertos, orden cronológico, personajes muy definidos, iluminación plana, relato con mensaje, final optimista y conciliador.

d) Dramáticos teatrales

Son productos rodados en un estudio o un espacio escénico cuya estructura narrativa es de origen teatral. Se trata de capítulos únicos de duración variada cuya acción se desarrolla en pocos espacios, en su mayor parte interiores naturalistas; en ocasiones hay pequeñas piezas que se emiten dentro de un magazine. También se le conoce como teleteatro.

1.3.5. Producción cinematográfica.

Es el proceso artístico de creación de una película la cual requiere de una preparación muy minuciosa para tener un buen material al finalizar (Fernández y Barco, 2009). Éste es el resultado del trabajo que realizan un gran número de personas quienes conforman el equipo de producción: productores, guionistas, sonidistas, fotógrafos, diseñadores de vestuario, actores, técnicos, etc.

1.3.5.1. Preproducción.

En el caso de las producciones estadounidenses, la iniciativa recae en el productor. Él es quien da el primer paso la creación de un film eligiendo el tema y que además se encargará de contratar al guionista, director y al resto del equipo. Por el contrario, en el cine europeo es el director quien asume la responsabilidad de la obra y busca a un productor para que pueda financiarla y, por consiguiente, elegir a su equipo de trabajo. Lo que sí se puede deducir de ambos sistemas, es que productor y director son los principales artífices del proyecto y responsables de su desarrollo.

Generalmente la productora tiene un departamento de lectura de guiones y puede optar por la obtención de un guion de manera temporal o por la compra de manera definitiva, o encargar a alguien escribirlo a partir de material preexistente. El productor con guion ya en mano, elabora un presupuesto y recolecta el dinero para la financiación de la película: asociándose con otro, vendiéndola previamente a una cadena de televisión o un distribuidor videográfico, o también buscando coproducciones con otros países. Finalmente pasa a contratar al equipo técnico y artístico y elabora el respectivo plan de rodaje.

1.3.5.1.1. Tema

El punto de partida de toda obra cinematográfica. Será del agrado del público si cuenta cosas que van a llamar su atención. A veces el público necesitará reír, otras aventurarse en una lejana dimensión o simplemente involucrarse en situaciones que le acerquen a la

reflexión sobre la realidad. Lo que nadie puede garantizar anticipadamente es cuándo un film tenga éxito o no.

La idea puede surgir desde diversas situaciones, como un hecho histórico o un acontecimiento visto en los noticiarios del día a día; quizás algo propiamente original o la continuación de un concepto ya creado en un personaje; puede generarse para la explotación de un actor en particular o tratarse de una nueva versión de una película clásica, recurso que en la mayoría de casos resulta siendo un éxito en taquilla. También puede aparecer de una serie o telenovela que quiere llevar al cine; a veces basta una simple imagen, una anécdota o experiencia de la vida para escribir la historia. Cual fuera el caso, solo una buena historia será útil para realizar el guion. Si el tema hace alusión a fenómenos históricos, a círculos profesionales o a culturas con cierto grado de peculiaridad, será elemental una documentación cabal previa a la redacción del guion, donde participen personas especialistas en los temas.

No podíamos dejar de lado las famosas adaptaciones literarias, pues muchas películas tienen su base filmica en hojas de papel. Muchas de las novelas universales han sido llevadas al cine y han tenido muy buena acogida por parte los espectadores. Sin embargo también vemos que sucede viceversa; historias de obras cinematográficas de éxito son llevadas a los libros. El debate de la adaptación de la literatura al cine no es nuevo, que si uno es mejor que el otro; es de nunca acabar. Es evidente que al transformarse en película va a omitir ciertos aspectos de una obra literaria por cuestiones de tiempo y presupuesto, pero también es inequívoco que novelas insignificantes han sido utilizadas para realizar obras cinematográficas de alto nivel.

1.3.5.1.2. El guion

Sánchez (2002) manifestó que el guion es el documento que narra cinematográficamente la historia, es decir, es el elemento para plasmar la película desarrollando en él los sucesos protagonizados por personajes, considerando ciertos requisitos y de que se tiene precisar la elocuencia entre palabras e imágenes y no caer en aspectos innecesarios. Ya desde los inicios del cine, existen manuales que enseñan cómo escribir un guion y se considera una labor sumamente difícil de aprender, pues habrá que seguir toda una serie de reglas. Entre ellas están el desarrollar una línea dramática continua, los detalles del conflicto planteado, mantener la intriga a lo largo de toda la historia, la congruencia de los personajes, coordinación de escenas y diálogos, de interiores y exteriores, de dos o más personas, etc. A la hora de la elaboración,

parece ser también importante y necesaria la participación de especialistas en aspectos específicos, como diálogos, ambientación o secuencias.

Hay guiones muy completos donde aparecen los diálogos completos, las locaciones, decorados y vestuario, ángulos y movimientos de la cámara, efectos de transición, actuación de los personajes, etc.; mientras otros solo tienen una breve descripción de la acción a realizar. Aquí hay que hacer énfasis en las fases por las que pasa un guion:

- a) sinopsis: No es otra cosa más, sino el argumento del film contando cosas esenciales de la historia y de los personajes principales;
- b) tratamiento: texto de unas treinta páginas, dividido en secuencias con resumen de los diálogos y la acción;
- c) continuidad dialogada: borrador del guion que detalla los diálogos;
- d) guion propiamente dicho, que puede ser literario o técnico. El primero narra los hechos distribuidos en secuencias con indicadores de tiempo y lugar, además de incluir los diálogos. El segundo incluye lo anterior, en conjunto con la secuencia de los planos y ángulos, así como las instrucciones para el rodaje y el montaje, como movimientos de cámara, iluminación y efectos sonoros. La convergencia de todo esto se plasma en un *story board*, en el cual se ilustra cada toma y escena de la obra.

En el proceso, el guion se perfecciona poco a poco puliendo diálogos, secuencias, detalles de los personajes; hasta que una vez finalizado pase a ser revisada por otros guionistas y por el director, si se tratase de una película de encargo. Los guiones bien trabajados dejan menos margen de error y resultados exitosos al momento del rodaje. La regla es clara: sin un buen guion, no habrá un buen film, ya que así haya una adecuada producción técnica, el guion es el esqueleto de la obra cinematográfica. En algunos casos puede darse que el tema de una historia sea de interés, pero que el guion sea inepto de reflejarlo en imágenes.

La estructura del guion puede ser lineal, en donde todo transcurre según un antes y un después; un flashback, cuando se inicia por el final y a partir de ahí se da un salto al pasado; historias paralelas en el mismo espacio y tiempo que van convergiendo o llegan a desenlaces distintos. Además de lo mencionado, habrá que decidirse el punto de vista que puede ser

el de narrador omnisciente, el narrador en primera persona cuando el personaje no desaparece de la escena o cuando la cámara subjetiva se coloca en lugar del personaje, o narrador en segunda persona. La elección de estas estructuras o puntos de vista, dependerá de la propia narrativa de la película y conlleva un fin estético.

1.3.5.1.3. Equipo de producción

Como se mencionó con anterioridad, el número de profesionales que participen en el film, dependerá de las características del mismo. En una mega producción o una película de recreación histórica la cantidad será mayor, a diferencia de una realización modesta, donde no bastará más que el productor, director, guionista, sonidista y montador.

En equipo de producción lo conforman generalmente:

- a) Productor: La persona que inicia el proyecto y la cual busca su equipo de trabajo. Coordina y planifica las tareas, presupuesta, gestiona y facilita los recursos humanos y técnicos coordina el proceso de preproducción, producción y postproducción.
- b) Productor ejecutivo: Elabora el presupuesto y plan de rodaje. En el primero se consideran todos los costos hasta la copia cero, considerando el sueldo de los profesionales técnicos y artísticos, alquileres de cámara, equipo de sonido, material de iluminación, decorados, vestuario, movilidad, permisos, etc.
- c) Director: Responsable último de la película que participa en todo el proceso. Requiere de conocimientos sobre todos los aspectos de la realización cinematográfica, desde la imaginación audiovisual, hasta dirección de actores y ritmo de planos. Trabaja conjuntamente con el jefe de producción, ayudante de dirección, director artístico y montador.
- d) Ayudante de dirección: Transfiere las indicaciones del director, organiza el rodaje de cada día y supervisa el decorado y vestuario.
- e) Director artístico: Responsable de seleccionar y decorar las escenografías de acorde al film y a lo que se rueda en cada escena. En ocasiones también elige el vestuario de los actores por lo que lo asisten maquilladores y peluqueros.

- f) Director de fotografía: Es el encargado del equipo de eléctricos y de los ayudantes de cámara, responsable también de preparar la luz y dotar a la imagen el color adecuado, así como el encuadre y movimientos de cámara.
- g) Montador: Realiza el montaje entre audio e imagen obtenidos en el rodaje.
- h) Casting: Elección de los actores la cual la suelen hacer entre productor y director. Buscan las condiciones necesarias para interpretar y reflejar la personalidad de los personajes de la historia, principalmente en los papeles protagónicos, sin sobreactuaciones o exageraciones. También ha de considerar la famosa *química* entre actores, pues muchos individualmente pueden ser un lujo pero al actuar juntos la situación a veces no funciona. Y es que hay casos de películas que se han salvado por la buena actuación de uno de sus protagonistas, pues a pesar de haber contado con guion bien elaborado, el resultado del material ya terminado ha sido deficiente. En las producciones más minuciosas, existe un director de casting, quién elige deliberadamente a los principales, secundarios y extras, buscando rostros conocidos y nuevos que se adecúen a las características del personaje y del relato.
- i) Script: Elabora informes de toda la actividad que sea realiza desde el inicio del film. Seguimiento de la producción: aparición de actores, sonorización, partes de cámara, raccord, iluminación, montaje, etc.
- j) Iluminación: Los técnicos de iluminación son responsables de preparar, cablear, hacer funcionar y realizar el mantenimiento de los sistemas de iluminación y efectos eléctricos en una actuación teatral o artística.
- k) Sonidista: Capta todos los sonidos ambientales y dialógicos que crea convenientes, a través de distintos canales de audio con diferentes tipos de micrófonos.

1.3.5.1.4. Locaciones y decorados

Hay que realizar una selección cuidadosa de locaciones en interiores y exteriores y la construcción de decorados adecuados para el rodaje. Las locaciones son escogidas en función de las secuencias que narra la historia, teniendo en cuenta el tema monetario, de tal manera que los lugares no se encuentran muy dispersos entre sí. En ocasiones se es necesario viajes por parte del

director para encontrar las que se adapten mejor. El rodaje en estudio puede resultar más caro cuando hay que diseñar y construir los decorados, pero tiene la ventaja de adecuarse en mayor medida a la idea del director artístico y a los movimientos de cámara, además de tener mejor comodidad con todo el equipamiento de producción, evitando así movilidad de personas y material. El decorado creado de modo artificial ya sea en interiores o exteriores, será necesario cuando el director artístico no encuentre en la realidad los elementos convenientes para poder desarrollar el film. Irónicamente, lo más falso puede ser lo más real y lo más real resulta viéndose falso en pantalla. Se busca cierta verosimilitud con el relato, justamente ahí radica la importancia de la locación y el decorado para armar una escenografía de acorde al guion y darle sentido filmico a la historia (nostálgico, dramático, cómico, fantástico, etc.),

1.3.5.2. Producción.

Las escenas no se filman en el orden que aparecen como lo vemos en pantalla, ya que sería una gran pérdida de dinero. Por ello se elabora el plan de rodaje, en el que se detallan los días de realización, las escenas que se rodarán en cada jornada, así como las locaciones, el decorado, vestuario, actores y personal técnico, que se requerirán. Con esto lo que se busca es reducir los costos teniendo en cuenta, además, el contrato con los actores, las locaciones y escenas. De esta manera se reúnen las secuencias que se rodarán en un mismo día y en un mismo lugar antes de ir a otro, sin embargo también habrá que priorizar las escenas más importantes de la película o que requieran de una interpretación más realizada en momentos en que los actores estén en mejores condiciones.

Fernández y Barco (2009) sostienen que todo equipo de producción inicia el rodaje que suele durar de diez a quince semanas. En el decorado se ensaya con los actores para ir moldeando su mejor interpretación, acompañado de la música y los movimientos de cámara; siempre tratando de que la grabación responda a las ideas del guion. Hay directores que tienden a ser más perfeccionistas y realizan ensayos repetidamente hasta encontrar una interpretación muy exacta, mientras otros apuestan por la naturalidad del actor y se evitan dar unas breves instrucciones. La preparación de un plano resulta ser dificultoso porque exige una iluminación precisa con paneles, reflectores y diversos puntos de luz, colocación de estructuras para los movimientos de cámara, ubicación de micrófonos, marcas en el set para que los actores estén foco, revisión del decorado y vestuario, ubicaciones de la cámara y encuadres de la acción teniendo en cuenta el montaje planificado; ante

todo este trabajo que concierne al rodaje, los cineastas han llegado a la conclusión que la fórmula consiste solo en esperar.

Una vez todo acondicionado, se va a la acción. El director puede dar indicaciones muy concretas a los intérpretes o confiar en la capacidad de los mismos en el desarrollo de sus personajes. En algunas escenas que pueden implicar riesgos físicos, son sustituidos por dobles o especialistas. La claqueta, la cual indica el número de plano y toma, se utilizará para localizar la grabación y para sincronizar la toma de sonido con la imagen. Cada plano puede ser repetido, en promedio, unas tres a diez veces; los motivos son variados: hay actores que hasta en la tercera o cuarta vez no encuentran su mejor interpretación, por palabras que no se entendieron bien el diálogo, tomas defectuosas o falta de raccord. El equipo de sonido, dirigido por el ingeniero de sonido y el microfonista, capta el audio de referencia y el audio directo (diálogos), además del sonido ambiental.

La rapidez o lentitud del rodaje está en función de la dificultad de la acción. Por ejemplo, tres minutos de una conversación entre dos personas en una habitación resulta siendo fácil de filmar, pues se necesitaría unos cuantos movimientos de cámara; en cambio, tres minutos de una persecución policial en las calles de una ciudad, necesita cortar el tráfico, iluminar las zonas, numerosos movimientos de cámara, ensayos, dobles, etc. También se ve que hay planos que duran diez segundos en pantalla y supone un trabajo de doce horas al momento de rodarlo. Lo acostumbrado es que cada día de rodaje implique tres o cuatro minutos útiles de película. Antes de marcharse de cada locación, se tienen que chequear las tomas válidas para comprobar que no hay que repetir ninguna.

El ritmo y el estilo del rodaje dependen del guion y de la capacidad del director. Si el guion esta al detalle de toda la parte técnica, no habrá que preocuparse tanto por esos aspectos y el director se centrará básicamente en el desenvolvimiento de los actores; por otro lado, si se trata de solo un guion literario, el director tendrá que tomar decisiones con rapidez sobre la iluminación, ubicación y movimientos de cámara, etc.; todo con el fin de reducir costos y no retrasar las grabaciones. A la hora de rodar las secuencias, hay directores que filman muchos planos y de diversas ubicaciones, con el objetivo de conseguir un material variado que aumente la posibilidad de un buen montaje; otros filman hasta encontrar una perfección visual y también en la interpretación de los actores, y por último están los que ruedan pocas tomas de pocos planos. Hay directores que concentran su labor netamente en el rodaje, cuidan al detalle las decisiones que se tomen durante y dejan la postproducción ya en manos del montador, mientras otros intervienen en la etapa que se crea el guion y dedican parte de su tiempo al montaje;

pero así, también hay los que confían en su equipo y se limitan a supervisar el trabajo y hacer indicaciones de pequeños detalles.

Un detalle importante que se debe de tener en cuenta a la hora de filmar, es la continuidad o *raccord* entre tomas que se ruedan con intervalos de horas y días. El responsable de ello será el script, que cuidará al detalle que el vestuario y maquillaje de los actores sea idéntico o igual al de las tomas siguientes; pero también prestará atención a todos los elementos del decorado así como gestos y posiciones de los actores. El encargado de foto fija debe obtener las fotografías para la publicidad, para la documentación de la obra o para la continuidad. También hay un equipo que realiza el *making of* y labora durante todo el rodaje, recopilando entrevistas y algunos momentos de la producción de la película con el fin ser aprovechados en televisión para promocionar la misma o para la edición de DVD.

1.3.5.3. *Postproducción.*

Es el proceso de articulación, incorporación de efectos especiales y montaje de todo el material filmado al cual se le da la estética artística correspondiente (Sánchez, 2002). Se clasifican y se seleccionan las mejores tomas y todo material válido; generalmente de cada secuencia se escoge un plano conjunto y tomas de distintas ubicaciones, que se elegirán de acuerdo a la importancia del personaje y ritmo de la escena. En función al guion técnico, se inicia el montaje mezclando planos y buscándoles relación entre al anterior y el siguiente; la idea en este primer paso es eliminar lo que no servirá y con la selección de las tomas útiles, ir componiendo un borrador de lo rodado.

El método tradicional de realizar el montaje es en la moviola. Cada vez es más común desarrollar distintos montajes de la película en función de las áreas geográficas o de la plataforma en donde se va a exhibir, por las cuestiones de censura o de formato; es decir, una versión norteamericana pero proyectada en Europa con escenas añadidas o eliminadas, o, montajes para DVD o televisión con planos alternos o tomas suprimidas por la larga duración en la exhibición en salas.

Se sabe que el montador es el responsable la edición de la imagen y el sonido, no obstante, en grandes producciones el montaje de la banda sonora es realizado por músicos profesionales especializados en el área. Se sincroniza el sonido directo pasándolo a banda magnética perforada, se repiten todos o algunos diálogos y se acoplan otros, se incorporan mezclas de sonido y música. El resultado es que el espectador percibe la convergencia de todos los sonidos en conjunto, fruto de la combinación de los mismos, derivados de distintas fuentes. Por un lado

están los sonidos captados durante el rodaje en simultáneo a las imágenes, con diversos micrófonos, y por tanto, con diferentes calidades de audio; gran parte de ese sonido es inservible, ya sea porque es del ambiente de la escena o porque lo recomendable es contar con los diálogos bien pronunciados de los actores; en su gran mayoría, los diálogos de las películas son doblados. Algunos de los sonidos de la banda de ruidos son grabados durante el rodaje pero más suelen crearse en la fase de postproducción. Muchas veces pasa desapercibido para el espectador, sin embargo los sonidos de fondo están en casi todo el trayecto del film, incluso en los espacios silenciosos.

En ocasiones la creación de la música se coordina una vez finalizado el guion, pero otras veces es a partir de las imágenes ya montadas. El director acostumbra indicar al compositor que tipo de música quiere y en que instante piensa incluir en las escenas. Una vez grabada la música, el montador se encarga de agregarla dividida en pistas, algunas serán muy limpias y otras servirán de fondo para los diálogos. Ya teniendo todo eso, se realizan las mezclas finales ordenado segundo por segundo con el fin de encontrar la sincronización adecuada entre audio e imagen. Por último, se realizan los retoques de luminosidad y temperatura de color para el revelado, encadenados y otros efectos ópticos, y se crean los créditos y los rótulos.

Todas las películas tienen efectos especiales, pues son realmente necesarios; muchas escenas requieren de trucos y simulaciones para convertir algo irreal en real, es decir se creará artificialmente un acontecimiento. Algunos efectos se ejecutan en pleno rodaje, otros en postproducción. En el primer caso se evidencian los fenómenos meteorológicos (lluvia, viento, relámpagos, etc.), armas blancas y de fuego, destrucción de automóviles y simulación de accidentes, que son las más habituales. El otro apartado, involucra la manipulación en laboratorio para crear fundidos, encadenados, ralentizar o acelerar el tiempo; así como los efectos especiales más visibles, por ejemplo, la inclusión de imágenes y animaciones creadas por computadora.

1.4. Formulación del problema.

¿De qué manera un programa televisivo de cortometrajes universitarios influye en la producción cinematográfica de los estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo - 2018?

1.5. Justificación del estudio.

1.5.1. Social.

La presente propuesta apunta a que se conozca más y se haga masivo en la medida, el trabajo y el esfuerzo de los jóvenes realizadores de Ciencias de la Comunicación. Es un gran proyecto que se puede formalizar como una labor más para desarrollar en un futuro un movimiento cinematográfico de universitarios. Así mismo, se estaría incentivando y motivando a la práctica audiovisual que aporte a la actividad cinematográfica, puesto que dichos universitarios considerarían que más personas consumirán el trabajo que realizan y, al final, eso es una de las grandes ventajas que tiene una vitrina de difusión masiva como la televisión. Porque cuando tienes una buena película y alguien tiene mayor accesibilidad y facilidad a ella de poder verla, tienes más oportunidad de emerger como creador audiovisual.

1.5.2. Práctica.

No solo se estaría ocupando un espacio televisivo, sino también aportando al desarrollo de proyectos audiovisuales de Trujillo y que estos trabajos sean el reflejo de los conocimientos obtenidos dentro de las aulas de clase de los estudiantes y de su práctica constante.

¿Por qué no soñarlo y trabajar ya en ello? No es necesario ir al otro lado del mundo para encontrarnos con una situación distinta.

En nuestro vecino Chile se emite “Mostradoc”, programa de TV que se transmite por las pantallas de “El Mostrador TV” desde el 2015, el cual exhibe cortometrajes chilenos. En el 2011 en Venezuela, nace “Cine en corto”, un proyecto que comercializa y financia cortometrajes de jóvenes directores del cine venezolano y los lleva a salas de cine. En Colombia durante el año 2007 se exhibió 24 cortometrajes nacionales, previo a la película de fondo en los cines Cinemark, Procinal, Royals films y Cine Colombia, una cifra bastante significativa para un país latinoamericano. En México, surge “Cortometraje, más que un instante” de la mano del Instituto Mexicano de Cinematografía en el 2002. El proyecto consistía en la producción de 10 cortometrajes hechos por el instituto y exhibirlos antes de cada función estelar en las salas comerciales de Cineteca Nacional, Cinemas Lumière, Cinemex y Cinemark; hecho similar al de Colombia. Por su lado, en Perú el mayor referente en relación a un medio de difusión de estas obras cinematográficas, es definitivamente Cortos Ipe. Es un espacio televisivo que forma parte de la programación de Canal Ipe, en donde se emiten cortometrajes nacionales. Entonces la realidad no es tan lejana que digamos.

La producción de films en Trujillo no se debe estancar, tal y como lo sostiene el presidente de la Unión de Cineastas Peruanos (UCT) Gabriel

Quispe: “Lo peor que podría pasar en el país no es que se hagan malas películas, sino que se deje de filmar. Con la regularidad y el dinamismo de la actividad cinematográfica se logrará consolidar una industria”.

No es intención de este trabajo, declarar que al realizar el programa de televisión y que éste tenga buena aceptación, se dará una revolución del audiovisual en Trujillo porque sería algo equívoco, puesto que también existen otros medios que contribuyen a un desarrollo sostenible de proyectos relacionados al cine. Sin embargo, es de consideración manifestar que es algo que verdaderamente podría contribuir bastante. Apostar por un cine marca Trujillo y dar la oportunidad – tanto del espacio creado como del espectador – a los estudiantes de este oficio de plasmar audiovisualmente las historias que escriben. Entonces démosle al cortometraje local, en concreto, el protagonismo que merece.

1.6. Hipótesis.

1.6.1. *Hi (Hipótesis real).*

El programa televisivo de cortometrajes universitarios influye en la producción cinematográfica en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo.

1.6.2. *Ho (Hipótesis nula).*

El programa televisivo de cortometrajes universitarios no influye en la producción cinematográfica en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo.

1.6.3. *Ha (Hipótesis alternativa).*

El programa televisivo de cortometrajes universitarios contribuye a promover el cine trujillano, en especial al que desarrollan estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo.

1.7. Objetivos.

1.7.1. *Objetivo general.*

- Determinar la influencia de un programa televisivo de cortometrajes producidos por universitarios en la producción cinematográfica de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo – 2018.

1.7.2. Objetivos específicos.

- O₁ Diagnosticar el nivel de producción de cortometrajes de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo – 2018.
- O₂ Diseñar el programa televisivo de cortometrajes producidos por estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la universidades de Trujillo – 2018.
- O₃ Validar a juicio de expertos el diseño del programa televisivo de cortometrajes producidos por estudiantes de Ciencias de las Comunicación de las universidades de Trujillo – 2018.
- O₄ Producir el programa televisivo utilizando los cortometrajes realizados por los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo – 2018.
- O₅ Evaluar el grado de aceptación que tuvo el programa televisivo de cortometrajes universitarios en los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo – 2018.

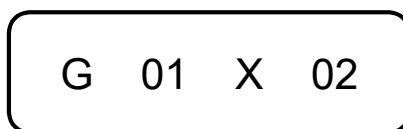
II. Método

2.1. Diseño de investigación.

2.1.1. Experimental.

2.1.1.1. Pre experimental.

- Diseño de pre prueba – pos prueba con un solo grupo.



En donde:

G = Estudiantes de ciencias de la comunicación

01 = Focus group pre test

X = Programa televisivo

02 = Focus group post test

2.2. Variables y operacionalización de variables.

2.2.1. Variables.

V. Independiente: Programa televisivo.

V. Dependiente: Producción cinematográfica.

2.2.2. Operacionalización de variables.

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|---------------------|---|-------------------------------|----------------------|------------------------------|--------------------|
| Programa televisivo | Es un espacio audiovisual que emite diversos episodios de manera periódica el cual se difunde en un canal de televisión y tiene la función principalmente de informar y entretener. Sánchez, J. (2002) | Diseño de programa televisivo | Formato del programa | Géneros de cortometrajes | Nominal |
| | | | | Productores cinematográficos | |
| | | | | Lenguaje cinematográfico | |
| | | | | Notas informativas | |
| | | | | Entrevistas | |

| VARIABLE | DEFINICIÓN CONCEPTUAL | DEFINICIÓN OPERACIONAL | DIMENSIONES | INDICADORES | ESCALA DE MEDICIÓN |
|----------------------------|---|------------------------|----------------|--------------------------------------|--------------------|
| Producción cinematográfica | Es el proceso artístico de creación de una película la cual requiere de una preparación muy minuciosa para tener un buen material al finalizar y en donde participan un gran número de personas quienes conforman el equipo de producción. Sánchez, J. (2002) | Focus group | Preproducción | Tema | Nominal |
| | | | | Storyline | |
| | | | | Guion literario | |
| | | | | Guion técnico | |
| | | | | Departamentos y equipo de producción | |
| | | | | Locaciones y decorados | |
| | | | Producción | Registro de video | |
| | | | | Registro de audio | |
| | | | Postproducción | Selección de material | |
| | | | | Edición | |
| | | | | Montaje | |
| | | | Exhibición | Salas de cine | |
| | | | | Festivales | |
| | | | | Explotación videográfica | |
| | | | | Televisión | |
| | | | Internet | | |

2.3. Población y muestra.

2.3.1. Población.

La población estuvo conformada por un total de 1990 estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo.

Tabla 1
Población

| UNIVERSIDAD | N° DE ESTUDIANTES |
|------------------------------------|-------------------|
| Universidad Nacional de Trujillo | 385 |
| Universidad Privada Antenor Orrego | 740 |
| Universidad César Vallejo | 490 |
| Universidad Privada Del Norte | 340 |
| Universidad Católica de Trujillo | 35 |
| TOTAL | 1990 |

N° de estudiantes matriculados actualmente en las escuelas de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo.

2.3.2. Muestra y muestreo.

Muestreo no probabilístico: Por conveniencia

El investigador seleccionó a su juicio la muestra que más le convenga considerando los criterios de inclusión. La selección de estudiantes por universidad quedó de la siguiente manera:

Tabla 2
Muestra

| UNIVERSIDAD | MUESTRA |
|------------------------------------|-----------|
| Universidad Nacional de Trujillo | 2 |
| Universidad Privada Antenor Orrego | 3 |
| Universidad César Vallejo | 3 |
| Universidad Privada del Norte | 2 |
| Universidad Católica de Trujillo | 1 |
| TOTAL | 11 |

Nº de estudiantes por universidad que sirvieron para aplicar el instrumento respectivo y obtener la información.

2.4. Criterios de selección.

2.4.1. *Criterios de inclusión.*

La unidad de análisis debe pertenecer al grupo de pregrado regular dentro de sus respectivas universidades.

La unidad de análisis debe ser estudiante de la carrera universitaria de ciencias de la comunicación.

La unidad de análisis debe tener interés en la producción audiovisual.

2.4.2. *Criterios de exclusión.*

La unidad de análisis que no pertenezca al grupo de pregrado regular universitario.

La unidad de análisis que no fuera estudiante de la carrera universitaria de ciencias de la comunicación.

La unidad de análisis que no tenga interés en la producción audiovisual.

2.5. Técnicas de instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

2.5.1. Técnicas e instrumentos

2.5.1.1. Focus group.

Mediante una guía de tópicos se realizó el focus group para conocer el nivel actual de producción de cortometrajes de los estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo.

2.5.1.2. Diseño de programa de televisión.

Es el documento que contiene toda la información relacionada al programa. Desde datos generales, objetivos, justificación y hasta cómo será el desarrollo del espacio televisivo.

2.5.1.3. Programa de televisión.

Se llevó a la práctica el rodaje del programa en un set de televisión con todos los recursos necesarios para su realización.

2.5.2. Validez y confiabilidad.

Se utilizaron los distintos instrumentos de recolección de datos para dar validez al trabajo de investigación.

2.6. Métodos de análisis de datos.

El procesamiento de los datos se estableció mediante la categorización de la guía de focus group, agrupando las preguntas para una mejor interpretación final.

2.7. Aspectos éticos.

Los datos a considerar fueron de estricto proceso y de fines de investigación, teniendo en cuenta la ética del investigador.

El proyecto es original, no ha sido plagiado ni total ni parcialmente.

III. Resultados

Los resultados fueron obtenidos mediante una guía de focus group aplicándose a modo de pre-test y pos-test con un solo grupo, para diagnosticar el nivel de producción de cortometrajes de los estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo.

La técnica fue ejecutada a 6 estudiantes de diferentes ciclos de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo, teniendo en cuenta los criterios de inclusión para seleccionar la muestra.

Inicialmente el focus group estaba planificado para ser realizado a 11 jóvenes de las escuelas en mención, sin embargo, los inconvenientes que se presentaron en el proceso de localizar a la muestra y de intentar que asuman el compromiso para su participación, fueron demasiados. En vista de ello el investigador tuvo que optar por alterar un poco el número de estudiantes para poder aplicar el instrumento sin perjudicar la investigación.

Es consecuencia, el pre-test se pudo desarrollar en dos sesiones focales de dos estudiantes cada una y dos entrevistas individuales a los otros dos jóvenes; esto fue teniendo en cuenta en lo posible la rúbrica que concierne a un focus group. En el caso del post-test todas las sesiones fueron entrevistas a raíz del problema antes mencionado, de igual modo siguiendo los lineamientos de un focus group. Vale recalcar que pesar de la cantidad mínima de participantes, la información obtenida fue muy enriquecedora y de gran ayuda para la obtención de los resultados finales de la investigación.

Por otro lado, se diseñó el proyecto de programa televisivo de cortometrajes universitarios el cual contiene toda la información necesaria y los pasos que se seguirán para su posterior ejecución. Fue revisado minuciosamente para evitar algún problema en el transcurso de su aplicación.

Una vez que el diseño fue concluido, se llevó a cabo la producción del programa televisivo para ser usado como estímulo en los estudiantes de ciencias de la comunicación y medir la influencia que tiene en ellos después de haberse emitido 5 ediciones semanales.

3.1. Resultados de la aplicación de focus group (pre-test).

Tabla 3
Categoría 1

| PRODUCCIÓN DE CORTOMETRAJES | | | |
|--|--|--|--|
| | ¿Cómo ven el panorama actual de la realización de cortometrajes en Trujillo? | ¿Cómo creen que se encuentra la situación de la producción de cortometrajes realizados por universitarios? | A diferencia de años anteriores, ¿consideran que ha disminuido, ha aumentado o se ha mantenido igual? |
| André Otiniano – Universidad César Vallejo | No he visto mucha realización de cortometrajes. Siento que no tiene mucho interés por el tema audiovisual o el cine, creo que solo lo hacen por el tema de carrera, de que tienen que realizar cortometrajes, pero no lo veo tanto como que les apasione hacerlo. Todos los cortometrajes o la mayoría son de universitarios que de egresados u otro tipo de personas. | Son muy buenos la mayoría. Veo que hay pasión, pero siento que profesores con más experiencia deberían capacitar más a los alumnos. Los padres y los profesores deben alentar más el talento de ellos. Por ejemplo, supongamos que yo estoy mal en periodismo pero saco buena nota en guion, mis padres van a querer reforzar lo que es periodismo pero no lo que es guion. Entonces ahí estamos formando unos alumnos que hacen las cosas porque otros quieren, no porque a ellos les nace. Deben centrarse más en lo que a ellos les gusta, en su talento. | Hoy en día creo que hay talentos que ya saben cómo hacer un metraje. A nivel universitario lo veo mejor a lo que era antes en cuestiones de imaginación, de guion, manejo de cámaras; sin embargo, en cuanto a la cantidad, veo poca producción de cortos de universitarios en Trujillo. |
| Franco Guevara – Universidad Católica de Trujillo | Hay más cortometrajes hechos por alumnos que por egresados. También tiene que ver que se gasta mucho en pasajes, locaciones, pero sí se han estado haciendo festivales de cortos pero a nivel de Trujillo a la gente casi no le interesa. | He visto que los alumnos sí hacen cortometrajes buenos. Algunos tienen buenas ideas pero les falta también a los profesores asesorarlos más en creatividad a ellos. No necesitamos a un profesor que enseñe periodismo o que solo enseñe tv y solamente le interesa eso, y que tenga un curso sobre cortometrajes y te diga “ya has esto y ya”. Debe haber más profesores que sean adictos al cine, que hayan realizado cine, eso es lo que necesitan los alumnos. Que los profesores impulsen a que se realicen más cortometrajes. | En tiempos pasados se realizaba algo más simple pero ahora he visto una evolución, no tan amplia, pero poco a poco en aumento. Ha mejorado también por la aparición de los festivales acá en Trujillo y concursos que incentivan al universitario. |

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p>Gabriel Polo – Universidad César Vallejo</p> | <p>Hay una cantidad abundante de realización pero de una calidad que no se espera. El tema de guion, de cómo contar una historia, algo más significativo de hacer el cortometraje, está todavía muy pobre. Los cortometrajes que he visto últimamente han sido de ese estilo, lastimosamente eso es lo que hay.</p> | <p>Es carente. Como dice José Luis, talento hay para actuar. Cualquier cantidad de universitarios pueden hacerla, pero el problema es que en la producción de un guion literario y técnico no se ve ello. Eso es lo se ve en los cortometrajes de universitarios.</p> | <p>Ha aumentado en cuestiones de cantidad, hay un montón de cortometrajes. Cada universidad realiza 5 o 6 cortometrajes en cursos que se realizan, pero el problema es que la producción de los cortos es muy básica, muy estándar.</p> |
| <p>José Luis Gómez – Universidad César Vallejo</p> | <p>Coincido mucho con Gabriel, pues el tema de los cortometrajes acá en Trujillo carece de calidad, de calidad en el aspecto del guion, porque actores puedes encontrar en cualquier lado. A veces la historia no tiene una sensación de transmitirte algo, son cosas que tú ves muy lineal. Se organiza todo bien para a la hora de verlo hay una decepción, algunos fallan en la calidad del video. Yo creo que uno de los factores que puede ser el tema de por qué los cortometrajes salen así es porque los jóvenes no reciben lo que es fotografía, lo que es hacer un guion, simplemente hacen producto observable que no es tan interesante. El protagonismo se lo lleva el periodismo, la publicidad, pero esto que también es parte de las comunicaciones debería tener un poco más de consideración. Creo que por eso es el problema.</p> | <p>Esa situación la veo muy baja. En temas de guion, resolución, edición, sonido, son algunos aspectos que se deben tener en consideración.</p> | <p>Yo coincido en lo mismo. Difícilmente llega a ser excelente, somos cantidad pero somos muy poco en calidad. Bueno sería que seamos lo mismo en cantidad que en calidad</p> |
| <p>Patricia Silva – Universidad Privada Antenor Orrego</p> | <p>Yo creo que hay una variedad tanto en el estilo de narrativa como en la calidad de la historia, el trasfondo. Sin embargo, creo que si es que uno no conoce mucho de esto, es porque no hay una correcta difusión o pocos de sus amigos lo saben y por eso creo fundamental que el</p> | <p>Muy pocos contamos con equipos o con la ayuda de instrumentos de mayor calidad, generalmente son cámaras caseras que uno tiene. Quizás solo algunos logran adquirir otro tipo de elementos como drones.</p> | <p>Yo creo que va en aumento, porque por ejemplo en cuanto a más cineclubs haya en Trujillo, te puedes enriquecer mucho más o qué tipo de referente tener. Un cineclub también te retroalimenta en el conversatorio, entonces tú aprendes más, cosas que tal vez tú no veías pero gente</p> |

| | | | |
|--|--|--|---|
| | <p>Festival de Cine de Trujillo ayude a promover las producciones. Creo que también hay algo débil en el sentido de profundidad del mensaje porque quizás no exploramos más campos o nos quedamos con el cine comercial lo cual es lamentable. Por eso se ven las típicas historias de terror, fantasmas y eso, pero igual creo que va por buen camino. Ojalá existan más espacios de difusión, creo que eso es lo uno más necesita, no solo para un realizador sino para cualquier artista independiente.</p> | | <p>que tiene más lectura de un producto te puede dar muchas más visiones.</p> |
| <p>Renato Romero – Universidad Privada Antenor Orrego</p> | <p>Yo creo que va por buen camino. Hay muchos realizadores y gente en Trujillo que le interesa bastante el cine, la cultura cinematográfica también y ha ido creciendo en los últimos años. Yo este año debuté realizando un cortometraje y me metí en el mundo del cine de lleno y tengo una perspectiva muy buena de cómo está el panorama actual de cinematografía. En el Festival de Cine de Trujillo ha sido evidente que hay mucho interés en seguir realizando esos encuentros del rubro. Lo bueno es que hay motivación. Cuando gane un premio en la última edición del festival, me incentivaron a que siga produciendo cortometrajes y que yo incentive también a la gente a realizarlos para los próximos festivales. Eso es gratificante porque incentiva a mucha gente que quiere hacer cine que quizás lo ve difícil pero no se imaginan que pueden hacer cine hasta con un celular.</p> | <p>Creo que en esa situación deberíamos mejorar. Las universidades deberían brindar mucho apoyo a los estudiantes que tiene propuestas cinematográficas pueden prestar sus equipos y que es ahí donde el gasto se puede elevar al momento de hacer un cortometraje. Por ejemplo, habiendo ya esta categoría dentro del Festival de Cine de Trujillo que es para universitarios o como lo que hace el festival Cortos de Vista que es específicamente para universitarios, las universidades deberían brindar mayor apoyo, o sea ahora, a los estudiantes en cuestión de hacer proyectos audiovisuales.</p> | <p>Creo que ido en aumento, pues se van generando más espacios de difusión del corto y eso es positivo, y mientras más espacios hayan, pues mucho mejor. Ese puede ser uno de los factores que la producción aumente.</p> |

INTERPRETACIÓN

Considerando los primeros resultados, la gran mayoría de los estudiantes afirmaron que son pocas las producciones que cumplen con ciertos estándares de calidad principalmente en la parte narrativa de un cortometraje. Solo uno de los universitarios sostuvo que se viene cultivando positivamente la producción cinematográfica en Trujillo.

Por otro lado, en relación a la producción íntegramente de universitarios, parte considerable de los estudiantes manifestaron que hay propuestas interesantes, sin embargo, debería existir mayor apoyo de las universidades tanto en el préstamo de equipos como en un mejor asesoramiento de los docentes hacia los estudiantes para ampliar sus capacidades cognitivas.

Finalmente, en cuanto a la cantidad de cortometrajes universitarios que sea realizan hoy en día, la mayor parte representativa de los estudiantes indicaron que la producción ha aumentado ligeramente gracias a la aparición de algunos espacios de difusión. Pero en menor medida, hay una cantidad de estudiantes que consideraron que la producción ha aumentado pero la calidad del material es deficiente.

CANTIDAD DE CORTOMETRAJES PRODUCIDOS POR UNIVERSITARIOS

| | <p style="text-align: center;">Si alguno de ustedes produce cortometrajes, ¿cuántos tiene en la actualidad?</p> | <p style="text-align: center;">¿Cuál es el proceso que siguen para realizarlos?</p> | <p style="text-align: center;">¿Qué los motiva a realizar cortometrajes?</p> |
|---|---|--|--|
| <p>André Otiniano – Universidad César Vallejo</p> | <p>El ciclo pasado hice un documental. Yo veía más o menos como hacia mi compañero porque él tiene un poco más de experiencia en lo audiovisual pero ahora que estoy agarrando más cancha, sí me gustaría producir uno yo solo. Justamente ahora tengo un taller de un curso, el profesor nos va hacer realizar un documental. Entonces ahora estoy analizando ideas de como plasmar lo que voy hacer. Aparte estoy una productora de cortos.</p> | <p>Primero planteo propuestas y de todas esas escojo la mejor. Luego de eso, si es que es ficción, comienzo a crear la historia. Después de ello, busco al equipo de producción, les reparto el guion a cada uno y encomiendo lo que tienen que hacer. Pero también dejo el guion a disposición de alguno de ellos si desea modificar o cambiar algo. Posteriormente continúa ver las locaciones, también los auspicios. Después me encargo de ver los actores y prepararlos para entrar en escena. Establezco el cronograma de grabación y voy al rodaje. Hago la selección de tomas buenas y malas. Luego doy paso a la edición y finalizo con la publicación.</p> | <p>A mi gustó lo audiovisual desde que comencé a estar en YouTube. Siempre quería crear un blog y siempre quería una cámara y aprender lo que es edición, pero no podía por temas familiares. Ahora que estoy en la universidad siento más apoyo de eso. También fue un incentivo de los chicos de la productora en donde estoy, porque gracias a ellos ahora estoy aprendiendo mucho, como se trabaja en producción, como se realiza un cortometraje.</p> |
| <p>Franco Guevara – Universidad Católica de Trujillo</p> | <p>Yo he participado en algunos largometrajes como asistente. No tengo una producción propia de un cortometraje pero había uno que escribí y lo estaba rodando pero quedó en stand by, fue por un curso en realidad, pero fue una muy linda experiencia lo poco que se vivió. Hubo un problema con el presupuesto, sin embargo lo pienso concluir en algún momento.</p> | <p>Primero plantear ideas, que tu mente vuele y dar paso a la creación de guion. Después de terminar el guion busco a especialistas que me digan si está bien o mal y si tengo que corregir alguna cosa. Al tener la perspectiva de ellos, ya tengo una idea más sólida y paso a buscar al equipo de producción. En seguida, busco las locaciones necesarias y me dirijo a ellas con los directores de cada área y ver si los lugares son</p> | <p>A mí más me incentivó lo que es la actuación. Estuve en un taller de actuación. Luego cuando estaba en 2do ciclo me llamaron para apoyar en un largometraje y ahí me motivo más porque vi cómo era la realización de una película y las responsabilidades que tiene cada uno de producción. De por sí las artes están muy vinculadas entre sí, en este caso la actuación con el cine.</p> |

| | | | |
|---|--|--|--|
| | | <p>adecuados para rodar allí. Posteriormente, entra el tema del casting de actores y una vez seleccionados se hace un ensayo con ellos. Se hace el cronograma de los días que se grabará y luego pasamos a grabación. Luego pasamos al tema de edición de sonido, color y todo lo necesario.</p> | |
| <p>Gabriel Polo – Universidad César Vallejo</p> | <p>Yo participé en uno de un curso de la universidad, fui actor, pero también era parte del equipo de producción. Influye mucho que el actor se involucre mucho en la misma realización del trabajo más literario. A pesar de algunos obstáculos, hicimos un muy buen trabajo.</p> | <p>Para hacer un cortometraje primero te basas en una idea. Basándote en esa idea, te la imaginas y comienzas a desarrollar el guion literario. Una vez concluido el guion, te sitúas en la realidad y ves qué locaciones puedes utilizar y vas comparando con tu guion para ver si se puede hacer o si en todo caso tienes que hacer algunas correcciones o agregados. Posteriormente pasas a desarrollar tu guion técnico, para después ver los recursos que tienes a tu alcance, por ejemplo actorales. O sea ser realista en las cosas que vas a utilizar, y las pocas o muchas cosas que tengas como recursos, sacarles el jugo al máximo. Ya después de eso pasas a la realización. Una vez que ya rodaste, en la edición tiene mucho que ver el director porque tiene que estar presente con el editor para hacer un buen trabajo en conjunto y ver que quiere mostrar el director.</p> | <p>Como yo te había mencionado, yo estude actuación y participar en un cortometraje cuando a mi encanta actuar, principalmente por eso lo hice. Aparte que el curso de lo obliga pero yo lo hice con todo gusto.</p> |
| <p>José Luis Gómez – Universidad César Vallejo</p> | <p>Yo produje un cortometraje, el cual tengo que admitir no fue de la expectativa esperada. Si bien es cierto en ese entonces no tenía mucho conocimiento en las diversas áreas de producción. Por ejemplo,</p> | <p>Primero en lo que debes basarte es en la historia de una manera general. Luego de eso empezamos a desglosar las partes, dividimos diálogos, las escenas y se va haciendo ya el guion literario. Basándonos en eso ya</p> | <p>En mi caso yo lo hice más por cumplir un curso, no soy de hacer cortometrajes pero sí veo.</p> |

| | | | |
|---|---|--|--|
| | <p>el guion no es como escribir un cuento, hacer un guion ya es saber el por qué le vas a colocar a esa escena más luz o menos luz, el por qué vas a tener ese encuadre; todos esos aspectos que ya después con las enseñanzas de los maestros, fui aprendiendo, pero igual darle ese tipo de trabajos a jóvenes recién salidos del colegio es un poco complicado, pues hay que tener un montón de criterios para poder realizar cortometrajes.</p> | <p>podríamos hacer el guion técnico. Entonces teniendo el guion y los recursos ya establecidos, ya se viene a trabajar lo que es la producción, obviamente con cada persona respetando los cargos. Te digo esto porque yo he sido testigo de que en la realización de cortos que se hacían en la universidad, no se respetan los cargos, eso falla mucho en la preproducción. Entonces creo que una buena preproducción bien establecida con los recursos y presupuesto necesario, así sea con lo más simple pero teniendo en cuenta que lo voy hacer en una buena calidad. Bueno después ya viene la edición y todo el tema del post.</p> | |
| <p>Patricia Silva – Universidad Privada Antenor Orrego</p> | <p>Tres.</p> | <p>Primero imaginar una historia o partir de un elemento que uno encuentra en algún lugar cotidiano porque siempre hay partes en la ciudad o en una actividad que lo ves y te emite a otro lugar y empiezas a crear; sería eso el punto de partida en que te surge una idea y luego armas la historia. Luego el guion que poco a poco ya te va dando las pautas para armar el guion técnico. Es más, a veces cuando ya estás en la realización te das cuenta que ya hay cosas que se dan el momento, improvisar a veces le va bien. Después de eso ya en conjunto de la producción, toca conseguir los elementos que uno va a necesitar para la historia. Luego conseguir a los actores, aunque a veces es difícil hacer lo del casting porque el tema de presupuesto es</p> | <p>En el último que realizamos que se llama “Carmen”, consideré bastante importante el tema del Baguazo y la importancia de la madre peruana. Fue parte de un curso de la universidad pero ahí sí como que tuvimos más producción porque los papás de una compañera tiene equipos. Hay temas que hay que rescatar y no deben ser olvidados, entonces para ese cortometraje fue bastante un tema de una acción memorable.</p> |

| | | | |
|---|------|---|---|
| | | complicado. Después la grabación y posteriormente ver la postproducción, edición y todo eso. | |
| Renato Romero – Universidad Privada Antenor Orrego | Uno. | Lluvia de ideas que se empieza a sacar. Muchas veces la idea de una película nace de una imagen o tal vez soñaste algo y a partir de ese sueño empiezas a escribir y ver como puede ser el estilo visual del corto. Luego se desarrolla el argumento, el guion y tratamiento de la historia. Después el rodaje, postproducción y distribución del material. | Me gusta escribir. Me gusta crear historias relacionadas al suspenso, la intriga, el thriller. Creo que por ahí va. |

INTERPRETACIÓN

Gran parte de los estudiantes aseguraron por lo menos haber realizado o participado de la realización de un cortometraje y una porción menor señaló tener 3 producciones concluidas.

En cuanto al proceso que siguen para la creación de este producto cinematográfico, todos los participantes manifestaron tener una base sólida de conocimientos respecto al proceso producción de un cortometraje, que van desde el planteamiento de la idea, argumento y guion; pasando por la selección de equipo de producción, actores y locaciones; posteriormente elaborar un cronograma de grabación para continuar con el rodaje; y finalmente realizar la postproducción y edición respectiva para dar paso a la exhibición del material.

En el último punto, las repuestas de los estudiantes estuvieron divididas. Algunos afirmaron que su motivación para producir cortometrajes radica en escribir historias, otros iniciaron por el gusto en la actuación y otra parte indicó que es porque poco a poco se fue apasionando con la producción audiovisual.

ESPACIOS DE EXHIBICIÓN

| | ¿Qué espacios para exhibir cortometrajes universitarios conocen? | ¿Ustedes difunden su material en alguno de ellos? | ¿Por qué eligieron esa(s) plataforma(s)? |
|--|---|---|--|
| André Otiniano – Universidad César Vallejo | <p>YouTube es el más común. Hay otros que son vía streaming como Netflix y otros también que tienes que pagar. Luego hay festivales. Creo que se deberían organizar más festivales porque creo que uno por año es poco, entonces así incentivas más a los estudiantes a participar. O sea, varios tienen propuestas pero no los realizan porque todavía tienen que esperar hasta el otro año.</p> | <p>El documental que hicimos en 1er ciclo solo lo publicamos en Facebook y YouTube.</p> | <p>Pensamos en festivales pero no veo mi corto muy interesante que digamos como para llevarlo ahí.</p> |
| Franco Guevara – Universidad Católica de Trujillo | <p>La mayoría en Trujillo utiliza YouTube y el internet. O en Facebook también suben sus cortos. Los festivales que se hacen cada año.</p> | <p>No.</p> | <p>-</p> |
| Gabriel Polo – Universidad César Vallejo | <p>Los espacios para la transmisión de cortometrajes son eventuales, se hacen cada cierto tiempo, acá en Trujillo.</p> | <p>Quedó interno en la universidad y también lo subimos a YouTube.</p> | <p>Fue en realidad para tenerlo de recuerdo, nada más.</p> |
| José Luis Gómez – Universidad César Vallejo | <p>Hay concursos mayormente.</p> | <p>También fue interno, solo en la universidad</p> | <p>Fuimos consientes que no estaba a la altura para difundirlo en otro lado.</p> |
| Patricia Silva – Universidad Privada Antenor Orrego | <p>Cineclubs, el Festival de Cine de Trujillo.</p> | <p>Sí, en el cineclub UPAO, YouTube y el Festival de Cine de Trujillo.</p> | <p>Porque siento que es más viable.</p> |

| | | | |
|--|---|--|---|
| <p>Renato Romero – Universidad Privada Antenor Orrego</p> | <p>Festival de Cine de Trujillo, YouTube y Vimeo.</p> | <p>En el Festival de Cine de Trujillo de este año.</p> | <p>El festival estaba a vistas de ser uno de los que podríamos exhibir “Casa Vacía” y apareció la categoría de Semillero de Cine Peruano que estaba dirigida a universitarios. Nos fue bien, ganamos un premio especial del jurado.</p> |
|--|---|--|---|

INTERPRETACIÓN

De acuerdo a los espacios para la difusión de cortometrajes universitarios, la mayoría de los estudiantes participantes precisaron que conocen YouTube y el Festival de Cine de Trujillo. En un rango menor, el resto de estudiantes señalaron que conocen Facebook y Cineclubs.

Por otra parte, la mitad de estudiantes indicaron que difundieron un cortometraje en YouTube y la otra mitad lo hicieron entre cineclubs, actividades internas de su universidad o el Festival de Cine de Trujillo.

Por último, la mayor parte de los estudiantes afirmaron que exhibieron su cortometraje en YouTube y en sus universidades por un tema de viabilidad, y solo uno de los jóvenes lo hizo en el Festival de Cine de Trujillo por la aparición de una nueva categoría dirigida a universitarios, en la cual su trabajo fue seleccionado.

FORMATO DE PROGRAMA TELEVISIVO

| | ¿Han visto alguna vez un programa local sobre cine universitario? | ¿Creen que un programa televisivo bajo ese formato incentiva a los estudiantes a la actividad de realizar cortometrajes? |
|--|---|--|
| André Otiniano – Universidad César Vallejo | No. | Por su puesto. Por ejemplo si en un segmento del programa tú emites un cortometraje que nadie conoce, entonces ahí le estas dando la oportunidad a los alumnos que manden su cortometraje, seleccionas uno y lo proyectas, y ahí es donde vas a incentivarlos más a realizar producciones. La frecuencia de hacer un programa semanal ayuda mucho. |
| Franco Guevara – Universidad Católica de Trujillo | No. | O mensualmente también podría ser. Puede ser quizás un programa que realice concursos de cortometrajes y que por ejemplo un premio sea asistir a un taller de cine en lima. La televisión ha aumentado, pero la continuidad de los cortometrajes ha bajado. En la televisión siempre se ven los programas diarios comunes y corrientes, entonces creo que un concurso en televisión de cortos en tv ayudaría a los jóvenes a realizar más cortos. |
| Gabriel Polo – Universidad César Vallejo | No. | Comparto lo mismo que él, claro que sí. Todo lo audiovisual siempre se te pega. Entonces si ves más contenido sobre esto y ves a tus compañeros participando, lo ves al frente produciendo o actuando, se te pega las ganas de hacer lo mismo. Eso contagia. Yo creo que si hay un programa sobre esto y es un buen programa, va a haber mejor y mucha más difusión de cortometrajes universitarios. |
| José Luis Gómez – Universidad César Vallejo | No. | Yo creo que sí. Incluso haciendo una buena producción de ese tipo de programas, con más razón. Captaría la atención, no solo el tema de la difusión de cuáles son los cortos, sino también las entrevistas, las vivencias de las personas quienes hacen ese cortometraje. Puedes darle un buen tiempo de entrevistas con estudiantes, pero de vez en cuando poner a expertos reconocidos, o sea gente que ha hecho cortometrajes. Es más, también pueden incluirse actores que han hecho películas y que eso, obviamente, inspira. Entonces tú teniendo un buen influencer de esa rama, puedes captar más la atención. |

| | | |
|---|------------|---|
| <p>Patricia Silva – Universidad Privada Antenor Orrego</p> | <p>No.</p> | <p>Yo creo que sí pero también tendría que estar anexo a Facebook porque no todos cuentan con señal abierta y a su vez de algún modo llegar a más personas también.</p> |
| <p>Renato Romero – Universidad Privada Antenor Orrego</p> | <p>No.</p> | <p>Claro que sí. Porque particularmente a mí, el gusto cinematográfico me nació desde los primeros ciclos y descubrí mi pasión por el cine; entonces un programa de cortometrajes universitarios de todas maneas va incentivar a que alguien apasionado al cine realice contenidos audiovisuales con la intención de que pueda ser una ventana de difusión. También va de la mano que la universidad preste apoyo a los estudiantes en este caso.</p> |

INTERPRETACIÓN

El total de los estudiantes precisaron que no han visto un programa local sobre cine universitario. Asimismo, todos indicaron que un programa bajo ese tipo de formato sí incentivaría a los estudiantes, pues serviría de ventana de mayor difusión para los cortometrajes y en donde el protagonismo se lo lleven los universitarios. Ver eso en televisión sería enriquecedor y llamativo. Además sería una propuesta distinta y original ya que podría explotarse un sector del cine que en Trujillo hace falta.

3.2. Diseño de programa televisivo.

DISEÑO DE PROGRAMA TELEVISIVO

I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

- **Título:**

Cortogénito

- **Género:**

Entretenimiento

- **Formato:**

Cine Universitario

- **Día de emisión:**

Sábados

- **Horario:**

18:00 horas

- **Frecuencia:**

Semanal

- **Duración**

30 minutos

- **Responsable**

Jorge Julca Tejada, estudiante de X ciclo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo.

II. RESUMEN DEL PROYECTO

Programa de cortometrajes de todos los géneros (ficción, documental y experimental) realizados por estudiantes de ciencias de la comunicación de la universidades de Trujillo, dirigido especialmente a todos los amantes del cine en general. Se difundirá material actual y de años anteriores, así como entrevistas con los realizadores y especialistas en el tema (cineastas y productores profesionales trujillanos), además de noticias y eventualidades del cine local y nacional.

El programa será diferido, se dividirá en 3 bloques y la estructura del contenido mencionado variará en relación a lo planificado para cada episodio.

La conducción será realizada por personas que no solo tengan desenvolvimiento frente a cámaras, sino también de conocedores sobre los temas a tratar para que puedan sostener el lenguaje que transmite el formato de este programa.

Será una plataforma de exhibición de cortometrajes que nacen en las aulas de clase para que este modo puedan llegar a más espectadores y los universitarios puedan darse a conocer demostrando su talento para la cinematografía.

Además se hará uso de algunas redes sociales para tener mayor alcance a más personas y buscar estratégicamente un posicionamiento.

Lo que busca esta propuesta es ser un aporte como espacio masivo de difusión de material audiovisual que ayude a promover y a cultivar una cultura de cine marca “Trujillo” y pueda ser visto en otras partes del Perú.

III. JUSTIFICACIÓN

Forjar una carrera como realizador y cineasta, que en muchos casos inicia en la etapa universitaria, es complicado en una ciudad como la nuestra por diversas limitaciones. Es por eso que se está generando este espacio para que los estudiantes tengan un medio donde poder exhibir las historias narradas cinematográficamente que con esfuerzo y creatividad realizan y que su vez, buscan ser visualizadas por más personas.

Se optó por el cortometraje por ser el producto cinematográfico que estos jóvenes practican durante su carrera profesional y también por el bajo presupuesto que requiere producirlo, lo que lo hace más accesible; además de que suele ser el trabajo previo para en un futuro desarrollar producciones más grandes como largometrajes. Todo lo grande empieza por algo pequeño.

Asimismo se justifica el hecho que no existe hoy en día en nuestra localidad un programa de televisión bajo este formato.

IV. OBJETIVOS

- Promover cine hecho por jóvenes universitarios.
- Crear interés en el televidente por consumir cine local.
- Incentivar a los estudiantes de comunicaciones a la producción constante.
- Posicionarnos como una propuesta innovadora por difundir material cinematográfico.
- Convertirnos en un aporte al desarrollo de proyectos culturales de Trujillo.

V. METAS

- Lograr la emisión ininterrumpida por temporada (8 programas emitidos).
- Lograr la aceptación de nuestro público objetivo.

VI. ESTRATEGIAS

Se iniciará una campaña publicitaria por Facebook para generar expectativa del programa e ir captando seguidores y futuros televidentes. Una vez lanzado el programa, se seguirá lanzando la publicidad por esta red para estar en interacción y en actividad con los usuarios.

Adicionalmente se ha considerado realizar un breve plan de medios con el fin de dar al conocer el programa e ir creando ya una imagen en nuestro público.

PLAN DE MEDIOS

1. Objetivo:

Promocionar el programa para ir generando expectativa en el público.

2. Target:

Estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo que se sientan atraídos por hacer cine y/o que produzcan cortometrajes.

3. Estrategia:

Se resaltaré la importancia de crear un formato televisivo que transmite cine hecho por jóvenes, los cuales buscan concebir de a pocos una carrera como cineastas.

Buscaremos insertarnos en la mente del target por medio de la creatividad publicitaria para incentivarlos a ser partícipes del proyecto.

4. Medios de difusión:

- Radio RPP
- La Industria
- Satélite
- Tv Cosmos

5. Formatos:

- Entrevistas
- Noticias

6. Timing:

| FORMATO | MEDIO | DÍA O PERIODO |
|----------------|--------------|-------------------------|
| Entrevista | RPP (radio) | Lunes 15 de octubre |
| Noticia | La Industria | Miércoles 17 de octubre |
| Noticia | Satélite | Jueves 18 de Octubre |
| Entrevista | Tv Cosmos | Viernes 12 de octubre |

VII. ORGANIZACIÓN DEL PROGRAMA

Producción General y Dirección:

- Jorge Julca

Dirección Artística:

- Perseo Mendoza

Dirección de cámaras:

- Daniel Nicasio

Conducción:

- Mariano Cumpa
- Perseo Mendoza

Postproducción:

- Jorge Julca

VIII. METODOLOGÍA

FASES:

- Recepción de cortometrajes
- Selección del material que cumpla ciertos estándares audiovisuales
- Coordinación con los productores para las entrevistas
- Coordinación para la grabación
- Realización del programa
- Postproducción
- Emisión

PLANIFICACIÓN:

De acuerdo a las fechas establecidas correspondientemente, el rodaje se desarrollará en los interiores de un set de televisión con una original decoración del plató, sin embargo en otras ocasiones se recurrirá a grabar en otros ambientes alternos. Se incluirán las entrevistas y el resto del contenido del programa en la conducción; luego pasará al proceso de edición donde se adjuntarán los cortometrajes seleccionados y el material grabado. Posteriormente de haber postproducido los tres primeros programas, se emitirá recién el primero. De ahí en adelante las grabaciones serán semanales.

3.3. Producción del programa televisivo de cortometrajes universitarios.

El programa tuvo 5 ediciones semanales de 30 minutos cada una, emitidas en el canal local de señal abierta TV Cosmos, que fueron desde el 20 de octubre hasta el 17 de noviembre del 2018. Cabe precisar que también se usó una fan page en Facebook como herramienta para poder publicitar el programa y subir contenido adicional con el fin de reforzar la imagen.

PRIMER PROGRAMA

1. Ficha técnica

| | |
|------------------------------|--------------------|
| NOMBRE DEL PROGRAMA | Cortogénito |
| GÉNERO | Entretenimiento |
| FORMATO | Cine Universitario |
| Nº DE CAPÍTULO | 1 |
| DÍA Y HORA DE EMISIÓN | Sábados, 18:00 h. |
| DURACIÓN | 30 minutos |

2. Resumen del capítulo

Se dividirá en 2 bloques de 15 minutos cada uno. El primer bloque empieza con careta de entrada y los conductores hacen la presentación. Inmediatamente después hace su ingreso el primer invitado Brayan Zare y se exhibe su cortometraje en pantalla. Finalizado esto, se manda a tanda comercial.

El segundo bloque dará inicio con una breve entrevista a Brayan contando detalles de la producción de su trabajo presentado. Concluido la misma se anuncia la presencia al set del productor audiovisual Antonio Ulloa como invitado especial, quien nos hablará de las muestras audiovisuales que hoy en día promueve y de la situación actual de la producción de cortometrajes en Trujillo. Despedida del programa, salida y créditos.

3. Escaleta

| BLOQUE | SECUENCIA | TIEMPO |
|---------------|--|---------------|
| 1 | Careta de entrada | 7'' |
| | Presentación del programa y del primer invitado | 30'' |
| | VTR de Brayan Zare | 10'' |
| | Brayan aparece en set y es presentado por un conductor | 30'' |
| | Presentación del corto documental "Voy a Pías" | 13' |
| | Conductor da paso a publicidad | 10'' |

| | | |
|---|---------------------------------------|------------|
| | Cortinilla | 5'' |
| | TANDA COMERCIAL | |
| 2 | Cortinilla | 5'' |
| | Entrevista con Brayan | 4' |
| | Conductor anuncia el segundo invitado | 20'' |
| | VTR de Antonio Ulloa | 10'' |
| | Entrevista con Antonio | 7' |
| | Despedida del programa | 30'' |
| | Careta de salida y créditos | 30'' |
| | FIN | 27' |

4. Desarrollo

4.1. Presentación del programa:

Una vez lanzada la careta, da inicio el programa con las presentación por parte de los dos conductores. Se anuncian los contenidos que habrá en el transcurso, los invitados y las redes sociales donde encontramos. Concluye presentando a Brayan Zare.

4.2. VTR de Brayan:

Se lanza un video que incorpora tomas de apoyo del invitado, música de fondo y los siguientes datos: nombre, edad, universidad y ciclo actual de estudios.

4.3. Ingreso al set de Brayan

Brayan y el conductor se saludan mutuamente y este último presenta el cortometraje documental "Voy a Pías".

4.4. Emisión del cortometraje.

4.5. Conductor da paso a publicidad:

Conductor menciona que al iniciar el segundo bloque vuelva con la entrevista al realizador; seguidamente manda a corte.

4.6. Entrevista con Brayan:

Empieza el segundo bloque y rápidamente el conductor empieza la entrevista en la cual Brayan nos dará alcances de cómo fue la producción de su corto.

4.7. Conductor anuncia a Antonio Ulloa:

Concluida la entrevista anterior, da paso al segundo conductor quien estará en otro espacio del set para anunciar a Antonio Ulloa como invitado especial.

4.8. VTR de Antonio:

Se lanza video que incorpora tomas de apoyo del invitado, música de fondo y los siguientes datos: nombre, edad y profesión.

4.9. Entrevista con Antonio:

Conductor da la bienvenida a Antonio e inicia la entrevista en la cual él nos hablará acerca del panorama actual del cortometraje local y de las nuevas generaciones que se vienen formando en las universidades. Asimismo, contará de los proyectos referentes al cortometraje en los que viene trabajando y de las aspiraciones que tiene a futuro sobre el cine Trujillano.

4.10. Despedida del programa:

Finalizada la entrevista, los conductores despedirán la emisión del programa haciendo siempre la mención de que los universitarios interesados manden sus cortometrajes a la dirección correspondiente para que tengan la oportunidad de ser exhibidos, además de seguir el fan page del programa. Lanza careta de salida y créditos.



SEGUNDO PROGRAMA

1. Ficha técnica

| | |
|------------------------------|--------------------|
| NOMBRE DEL PROGRAMA | Cortogénito |
| GÉNERO | Entretenimiento |
| FORMATO | Cine Universitario |
| Nº DE CAPÍTULO | 2 |
| DÍA Y HORA DE EMISIÓN | Sábados, 18:00 h. |
| DURACIÓN | 30 minutos |

2. Resumen del capítulo

Se dividirá en 3 bloques. El primer bloque empezará con careta de entrada y los conductores hacen la presentación. En esta ocasión se contará con la presencia Renato Romero, quien obtuvo un premio especial en la 5ta edición del Festival de Cine de Trujillo con su cortometraje “Casa Vacía”, el cual será presentado en el programa. A mitad del corto se mandará a publicidad

El segundo bloque continúa con la segunda parte del cortometraje. Una vez concluido manda a corte.

El tercer bloque es donde se desarrolla la entrevista al invitado sobre los puntos a tratar. Terminada ésta, los conductores despiden el programa y cierra con créditos.

3. Escaleta

| BLOQUE | SECUENCIA | TIEMPO |
|---------------|---|---------------|
| 1 | Careta de entrada | 15'' |
| | Presentación del programa y anuncio del invitado | 30'' |
| | VTR de Renato Romero | 15'' |
| | Presentación de Renato | 30'' |
| | Emisión de la 1ra parte del cortometraje “Casa Vacía” | 7' |
| | Conductor de paso a publicidad | 5'' |
| | Cortinilla | 5'' |
| | TANDA COMERCIAL | |
| 2 | Cortinilla | 5'' |
| | Conductor manda a la 2da parte del cortometraje | 7' |
| | Conductor da paso a publicidad | 5'' |
| | Cortinilla | 5'' |
| | TANDA COMERCIAL | |
| 3 | Cortinilla | 5'' |

| | | |
|--|------------------------|------------|
| | Entrevista con Renato | 7' |
| | Despedida del programa | 1' |
| | Créditos | 30'' |
| | FIN | 24' |

4. Desarrollo

4.1. Presentación del programa:

Inicia el programa con las presentación por parte de los dos conductores. Se anuncian los contenidos que habrá en el transcurso y las redes sociales donde encontrarnos. Concluye presentando a Renato Romero.

4.2. VTR de Renato:

Se lanza un video que incorpora tomas de apoyo del invitado, música de fondo y los siguientes datos: nombre, edad, universidad y ciclo actual de estudios.

4.3. Presentación de Renato:

Renato y el conductor se saludan mutuamente y este último presenta el cortometraje “Casa Vacía”.

4.4. Emisión de la 1ra parte del cortometraje.

4.5. Conductor da paso a publicidad:

Hace mención que después del corte vuelven con la 2da parte del corto.

4.6. Emisión de la 2da parte del cortometraje

4.7. Conductor da paso a publicidad:

Anuncia que luego del corte regresa con la entrevista.

4.8. Entrevista con Renato:

Empieza la entrevista contándonos sobre su participación en el Festival de Cine de Trujillo. Luego sobre la producción de su trabajo audiovisual y finalmente acerca de cómo se encuentra actualmente la realización de cortometrajes en la UPAO.

4.9. Despedida del programa:

Finalizada la entrevista, los conductores despedirán la emisión del programa haciendo siempre la mención de que los universitarios interesados manden sus cortometrajes a la dirección correspondiente para que tengan la oportunidad de ser exhibidos, además de seguir el fan page del programa. Créditos y cierre.



TERCER PROGRAMA

1. Ficha técnica

| | |
|------------------------------|--------------------|
| NOMBRE DEL PROGRAMA | Cortogénito |
| GÉNERO | Entretenimiento |
| FORMATO | Cine Universitario |
| Nº DE CAPÍTULO | 3 |
| DÍA Y HORA DE EMISIÓN | Sábados, 18:00 h. |
| DURACIÓN | 30 minutos |

2. Resumen del capítulo

Se dividirá en 3 bloques. El primer bloque empezará con careta de entrada y los conductores hacen la presentación. Inmediatamente después hace su ingreso la primera invitada Joselyn Ramos y se emite la primera parte de su cortometraje.

En el segundo bloque el conductor manda a la segunda parte del cortometraje, y posteriormente de haber concluido se realiza la entrevista respectiva.

El último bloque será destinado a la entrevista con Salomón Pérez. Por último llega la despedida del programa de hoy y créditos.

3. Escaleta

| BLOQUE | SECUENCIA | TIEMPO |
|------------------------|--|---------------|
| 1 | Careta de entrada | 15'' |
| | Presentación del programa y del primer invitado | 30'' |
| | VTR de Joselyn Ramos | 15'' |
| | Presentación de Joselyn | 30'' |
| | Emisión de la primera parte del cortometraje "La otra cara de la moneda" | 8' |
| | Conductor da paso a publicidad | 5'' |
| | Cortinilla | 5'' |
| TANDA COMERCIAL | | |
| 2 | Cortinilla | 5'' |
| | Conductor manda la segunda parte del cortometraje | 5'' |
| | Emisión de la segunda parte de "La otra cara de la moneda" | 5' |
| | Entrevista con Joselyn | 5' |
| | Conductor da paso a publicidad | 5'' |
| TANDA COMERCIAL | | |
| 3 | Cortinilla | 5'' |
| | Conductor anuncia a Salomón Pérez | 5'' |
| | VTR de Salomón | 15'' |

| | | |
|--|------------------------|------------|
| | Entrevista con Salomón | 6' |
| | Despedida del programa | 30'' |
| | Créditos | 20'' |
| | FIN | 27' |

4. Desarrollo

4.1. Presentación del programa:

Una vez lanzada la careta, da inicio el programa con las presentación por parte de los dos conductores. Se anuncian los contenidos que habrá en el transcurso, los invitados y las redes sociales donde encontrarnos. Concluye presentando a Joselyn.

4.2. VTR de Joselyn:

Se lanza un video que incorpora con tomas de apoyo del invitado, música de fondo y los siguientes datos: nombre, edad, universidad y ciclo actual de estudios.

4.3. Presentación de Joselyn:

Joselyn aparece en el set y el conductor la presenta. Éste último manda al cortometraje “La otra cara de la moneda”.

4.4. Emisión de la primera parte del cortometraje.

4.5. Conductor da paso a publicidad:

Anuncia que vuelven con la segunda parte del cortometraje.

4.6. Emisión de la segunda parte del cortometraje.

4.7. Entrevista con Joselyn:

Sobre el trabajo presentado.

4.8. Conductor da paso a publicidad.

4.9. Conductor anuncia como invitado especial a Salomón Pérez.

4.10. VTR de Salomón:

Se lanza un video que incorpora con tomas de apoyo del invitado, música de fondo y los siguientes datos: nombre, edad y profesión.

4.11. Entrevista a Salomón:

Esta secuencia precisará acerca de su etapa como estudiante de comunicaciones en Trujillo y realizador de cortos, la experiencia de estudiar cine en el extranjero y finalmente la labor que desarrolla hoy en día en su regreso a Trujillo.

4.12. Despedida del programa:

Finalizada la entrevista, los conductores despedirán la emisión del programa haciendo siempre la mención de que los universitarios interesados manden sus cortometrajes a la dirección correspondiente para que tengan la oportunidad de ser exhibidos, además de seguir el fan page del programa. Lanza créditos.



CUARTO PROGRAMA

1. Ficha técnica

| | |
|------------------------------|--------------------|
| NOMBRE DEL PROGRAMA | Cortogénito |
| GÉNERO | Entretenimiento |
| FORMATO | Cine Universitario |
| Nº DE CAPÍTULO | 4 |
| DÍA Y HORA DE EMISIÓN | Sábados, 18:00 h. |
| DURACIÓN | 30 minutos |

2. Resumen del capítulo

Se dividirá en cuatro bloques. El bloque uno inicia con careta de entrada y los conductores hacen la presentación. Inmediatamente anuncian al primer invitado Emilio Rodríguez y posteriormente se exhibe su cortometraje en pantalla. Finalizado esto, se manda a tanda comercial.

En el segundo bloque se desarrollará la entrevista a Emilio, con quien charlaremos sobre la experiencia que tuvo al realizar su cortometraje. Después manda a corte

El tercer bloque será designado para la entrevista con Ronald Ávila, un productor independiente, quien nos contará parte su trayectoria de trabajar de manera autodidacta.

En el cuarto y último bloque se realiza la despedida de la emisión y los créditos.

3. Escaleta

| BLOQUE | SECUENCIA | TIEMPO |
|---------------|---|---------------|
| 1 | Careta de entrada | 15'' |
| | Presentación del programa y del primer invitado | 30'' |
| | VTR de Emilio Rodríguez | 15'' |
| | Emisión del cortometraje "Discapacidad" | 10' |
| | Cortinilla | 5'' |
| | TANDA COMERCIAL | |
| 2 | Cortinilla | 5'' |
| | Entrevista con Emilio | 8' |
| | Conductor manda a publicidad | 5'' |
| | TANDA COMERCIAL | |
| 3 | Cortinilla | 5'' |
| | VTR de Ronald Ávila | 15'' |
| | Entrevista con Ronald | 8' |
| | Conductor manda a publicidad | 5'' |

| | | |
|---|------------------------|------------|
| | Cortinilla | 5'' |
| | TANDA COMERCIAL | |
| 4 | Cortinilla | 5'' |
| | Despedida y créditos | 1' |
| | FIN | 28' |

4. Desarrollo

4.1. Presentación del programa:

Una vez lanzada la careta, da inicio el programa con las presentación por parte de los dos conductores. Se anuncian los contenidos que habrá en el transcurso, los invitados y las redes sociales donde encontrarnos. Finaliza presentando a Emilio Rodríguez.

4.2. VTR de Emilio:

Se lanza un video que incorpora tomas de apoyo del invitado, música de fondo y los siguientes datos: nombre, edad, universidad y ciclo actual de estudios.

4.3. Emisión del cortometraje.

4.4. Entrevista con Emilio:

Empieza el segundo bloque y se produce la entrevista en la cual Emilio nos dará alcances de la experiencia que tuvo al realizar su cortometraje.

4.5. Conductor manda a publicidad.

4.6. VTR de Ronald:

Se lanza video que incorpora tomas de apoyo del invitado, música de fondo y los siguientes datos: nombre, edad y profesión.

4.7. Entrevista con Ronald:

Hablaremos con él sobre cómo se inmiscuyó en el cine de una forma autodidacta y sobre algunos trabajos que ha realizado.

4.8. Conductor manda a publicidad.

4.9. Despedida del programa:

Se anuncian como seguirmos en la página de Facebook y el correo al cual los estudiantes pueden enviar su material audiovisual y finalmente aparecen los créditos.



QUINTO PROGRAMA

1. Ficha técnica

| | |
|------------------------------|--------------------|
| NOMBRE DEL PROGRAMA | Cortogénito |
| GÉNERO | Entretenimiento |
| FORMATO | Cine Universitario |
| Nº DE CAPÍTULO | 5 |
| DÍA Y HORA DE EMISIÓN | Sábados, 18:00 h. |
| DURACIÓN | 30 minutos |

2. Resumen del capítulo

Se dividirá en 3 bloques. El primer bloque empezará con careta de entrada y los conductores hacen la presentación. El invitado de esta edición es Héctor Ponce, un estudiante de Chiclayo y quién presentará su documental “El Braim”, el cual será emitido en el programa. A mitad del cortometraje se mandará a publicidad

El segundo bloque continúa con la segunda parte del cortometraje. Posteriormente se realiza la entrevista a su productor para dialogar sobre el trabajo presentado y finalizada esto, se manda corte comercial.

En el tercer bloque se desarrolla la despedida y se lanzan los créditos.

3. Escaleta

| BLOQUE | SECUENCIA | TIEMPO |
|---------------|---|---------------|
| 1 | Careta de entrada | 15'' |
| | Presentación del programa y anuncio del invitado | 30'' |
| | VTR de Héctor Ponce | 15'' |
| | Emisión de la 1ra parte del cortometraje “El Braim” | 7' |
| | Cortinilla | 5'' |
| | TANDA COMERCIAL | |
| 2 | Cortinilla | 5'' |
| | Emisión de la 2da parte del cortometraje “El Braim” | 7' |
| | Entrevista con Héctor | 9' |
| | Conductor da paso a publicidad | 5'' |
| | Cortinilla | 5'' |
| | TANDA COMERCIAL | |
| 3 | Cortinilla | 5'' |
| | Despedida del programa | 1' |
| | Créditos | 30'' |
| | FIN | 26' |

4. Desarrollo

4.1. Presentación del programa:

Inicia el programa con las presentación por parte de los dos conductores. Se anuncian los contenidos que habrá en el transcurso y la página Facebook para seguirnos. Concluye presentando a Héctor Ponce.

4.2. VTR de Héctor:

Se lanza un video que incorpora tomas de apoyo del invitado, música de fondo y los siguientes datos: nombre, edad, universidad y ciclo actual de estudios.

4.3. Emisión de la 1ra parte del cortometraje.

4.4. Conductor da paso a publicidad:

Hace mención que después del corte vuelven con la 2da parte del corto.

4.5. Emisión de la 2da parte del cortometraje

4.6. Entrevista con Héctor:

La entrevista detallará puntos sobre cómo es la vivencia de una persona discapacitada que se dedica al deporte y por otro lado, acerca de la exhibición del cortometraje en Cortos de Vista.

4.7. Conductor da paso a publicidad.

4.8. Despedida:

Los conductores despiden la emisión del programa haciendo siempre la mención de que los universitarios interesados manden sus cortometrajes a la dirección correspondiente para que tengan la oportunidad de ser exhibidos, además de seguir el fan page del programa. Créditos y cierre.



Además de la realización de los programas mencionados, se produjo un spot de estreno previo al lanzamiento y un spot para la promoción diaria que se emite en TV Cosmos, posterior al estreno.

SPOT DE ESTRENO



SPOT DE PROMOCIÓN DIARIA



3.4. Resultados de la aplicación de focus group (post test).

| CANTIDAD DE CORTOMETRAJES PRODUCIDOS | |
|--|--|
| | Si alguno de ustedes produce cortometrajes, ¿cuántos tiene en la actualidad? |
| André Otiniano – Universidad César Vallejo | Solo participé de la producción de un cortometraje pero aún no tengo uno propio. |
| Franco Guevara – Universidad Católica de Trujillo | Participé de un corto en producción. |
| Gabriel Polo – Universidad César Vallejo | No tengo ninguno producido, he participado como actor en dos, en uno de ellos en producción también. |
| José Luis Gómez – Universidad César Vallejo | Trabajé un cortometraje en la u pero no lo llegamos a difundir en ninguna plataforma. |
| Patricia Silva – Universidad Privada Antenor Orrego | Tengo tres. |
| Renato Romero – Universidad Privada Antenor Orrego | Tengo un cortometraje realizado. |
| INTERPRETACIÓN | |
| Un número mayor de estudiantes manifestaron tener por lo menos un cortometraje producido, mientras la cantidad mínima de participantes sostuvieron tener tres. | |

ESPACIOS DE EXHIBICIÓN

| | ¿Qué espacios para exhibir cortometrajes universitarios conocen? |
|--|--|
| André Otiniano – Universidad César Vallejo | Cortogénito y el FECIT (Festival de Cine de Trujillo). |
| Franco Guevara – Universidad Católica de Trujillo | Las redes sociales, lugares que se difunden cortos como Cine al Paso. |
| Gabriel Polo – Universidad César Vallejo | Ahora conozco el programa que estás trabajando que se encarga de difundir cortometrajes específicamente de universitarios. |
| José Luis Gómez – Universidad César Vallejo | Plataformas web como Facebook o YouTube en donde puedes hacer programas, utilizar streaming para realizar videos en directo. |
| Patricia Silva – Universidad Privada Antenor Orrego | YouTube, Vimeo, algunos blogs que también he visto, los cineclubs de las universidades, el Festival de Cine de Trujillo y ahora Cortogénito. |
| Renato Romero – Universidad Privada Antenor Orrego | Además de lo que te mencioné la otra vez, ahora está Cortogénito, que se encarga justamente de eso. |

INTERPRETACIÓN

Parte considerable de la muestra afirmó conocer Cortogénito, YouTube y el Festival de Cine de Trujillo. En un rango menor se encuentran Cineclubs, Facebook y Vimeo.

FORMATO DE PROGRAMA TELEVISIVO

| | ¿Has visto alguna vez un programa loca sobre cine universitario? | ¿Qué es lo que más te llamó la atención de dicho programa? |
|--|---|--|
| André Otiniano – Universidad César Vallejo | Sé que existe Cortogénito pero aún no lo veo. | - |
| Franco Guevara – Universidad Católica de Trujillo | Sí, Cortogénito. | Me parece bien el programa porque no hay muchas propuestas donde se proyecten cortometrajes de universitarios, me parece genial. Me gustaría que hagan notas, por ejemplo sobre eventos, talleres, etc. Creo que es lo único que le faltaría para que la gente y principalmente los universitarios estén informados. |
| Gabriel Polo – Universidad César Vallejo | Sí, Cortogénito. | Es bastante fluido, entretenido. Tiene un contenido bastante interesante. Creo que sí va a pegar. Solo faltaría un más de difusión para que se pueda masificar y sea visto por todos para que se den cuenta que el espacio que estas brindando nos sirva a nosotros para poder desarrollarnos audiovisualmente. |
| José Luis Gómez – Universidad César Vallejo | No. | - |
| Patricia Silva – Universidad Privada Antenor Orrego | Cortogénito. | Me gustó la careta, también que inviten al realizador y hagan un conversatorio sobre el cortometraje y me parece importante que emitan |

| | | |
|---|--------------|---|
| | | justamente el cortometraje. Me gusta el aporte que da y no me parece extenso ni aburrido, me parece que está bien hecho. |
| Renato Romero – Universidad Privada Antenor Orrego | Cortogénito. | Vi algunos de los programas y me gustó el estilo que tuvo. La escenografía es muy atractiva, el estilo vintage. Creo que muchas veces un director tiende a tener esas atracciones por esos estilos y Cortogénito es una gran iniciativa para Trujillo y para toda la región para que se descentralice la cultura y para que La Libertad sea un foco de arte cinematográfico y pueda resaltar. |

INTERPRETACIÓN

La mayor parte de estudiantes aseguraron haber visto un programa local sobre cine universitario, en este caso, Cortogénito; solo una porción menor indicó no haberlo visualizado.

Los jóvenes que sí lograron ver el programa, determinaron que es un espacio muy interesante y fuera de lo común. Genera atención por ser un formato distinto en donde se da cabida a los cortometrajes de universitarios y sus realizadores, además de que promueve el arte y permita a los estudiantes, de algún modo, contribuir a reforzar sus capacidades audiovisuales.

IV. Discusión

Teniendo en consideración el primer objetivo específico el cual es diagnosticar el nivel de producción de los estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo, se afirma que, a pesar de haber buenas propuestas, la producción de cortometrajes universitarios aún tiene aspectos por mejorar en el plano narrativo. Como se sabe, la narrativa cinematográfica radica principalmente en la creación de un guion y la profundidad de su mensaje. He ahí en donde recae el éxito de la mayoría de películas. Así pues, Sánchez (2002) precisa que hay diversos métodos que instruyen a cómo escribir un guion y que se considera una labor bastante difícil de aprender. Hay toda una serie de pasos para su desarrollo, como crear una línea dramática continua, los detalles del conflicto planteado, mantener la intriga a lo largo de toda la historia, la congruencia de los personajes, coordinación de escenas y diálogos, de interiores y exteriores, etc.

Además, se conoce que los estudiantes han producido o participado de, al menos, la realización de un cortometraje teniendo en cuenta los pasos básicos para la elaboración de una obra cinematográfica, demostrando así que conocen las etapas de producción. De este modo, es que se distinguen las tres fases: preproducción, producción y postproducción, que según Fernández y Barco (2009) conforman el proceso artístico de creación de una película la cual requiere de una preparación muy minuciosa para tener un buen material al finalizar. De esta manera podemos reafirmar que los estudiantes cuentan con la mayoría de conocimientos sobre la producción de un cortometraje.

Todo producto audiovisual tiene como fin ser exhibido en algún medio o plataforma para que pueda ser visualizado por un público. Ante ello, la mayor parte representativa de los estudiantes manifiestan que conocen YouTube y el Festival de Cine de Trujillo como principales espacios para difundir cortometrajes, y que dicho sea de paso, también han publicado algún trabajo en una de esas plataformas. Es así, que Fernández y Barco (2009) destacan la importancia de la exhibición pues “es el punto máximo de masificación del producto. Es el medio de llegada a los espectadores, a través diversas plataformas como salas de cine, festivales nacionales e internacionales, televisión, internet, DVD, entre otros”.

Como último apartado del primer objetivo, se manifiesta que ninguno de los estudiantes ha visto un programa televisivo de cortometrajes universitarios pero destacan la importancia de la existencia de alguno en un futuro, pues podría aportar a la difusión de este formato audiovisual que es muchas veces lo que se busca. Considerando la hipótesis real de investigación, es que ahora se pone en marcha el nuevo espacio en televisión. Haciendo uso de la teoría del Análisis del Cultivo, Igartua y Humanes (2004) aseguran que dicha teoría “radica en determinar cuáles son las consecuencias sociales de los mensajes difundidos a través de la televisión”. Así pues, se concluye con la aplicación del instrumento en modo pre test.

En consecuencia, se estima importante diseñar un nuevo formato en televisión orientado a la difusión de cortometrajes hechos por universitarios para contribuir a su masificación. A esto, refuerza lo concluido por Marcelo (2008) en su investigación, quien determina que el surgimiento de nuevas iniciativas que fomentan y promueven el cine, ha sido de suma importancia pues sirve de apoyo para la realización de producciones y así ayudan al reforzamiento de la cultura. De acuerdo a ello, es que se cumple con el objetivo de diseñar el programa televisivo de cortometrajes universitarios producidos por estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo.

El siguiente objetivo que apunta a producir un programa televisivo de cortometrajes universitarios, es ya llevar a la práctica el diseño planteado. Vale precisar que al igual que cualquier otro producto audiovisual, un programa también consta de las tres etapas de producción para su creación, sin embargo, en este caso lo destacado es la elaboración de un nuevo formato televisivo que busque influenciar en la producción cinematográfica de los estudiantes seleccionados como muestra de esta investigación, tal y como lo sentencia la hipótesis planteada. Según Barroco (2002) un formato televisivo es la forma de cómo estará construido el contenido de un programa, qué cualidades tiene que lo diferenciará de los demás y, que su vez, potenciará la atracción del mismo.

Después de haberse producido y emitido los cinco programas respectivamente por el canal de señal abierta TV Cosmos, se determina que la cantidad de cortometrajes producidos por los estudiantes no varió en lo absoluto. Sin embargo, parte considerable de la muestra sostiene que además de tener como mayores referentes de espacios de exhibición a YouTube y al Festival de Cine de Trujillo, ahora también conocen Cortogénito como una nueva alternativa. Además, ellos consideran importante la implementación de este tipo de programa, ya que contribuye a la actividad cinematográfica de universitarios y a masificar el cortometraje. También se sienten atraídos por ser un formato no convencional y original, el cual puede ayudar a promover el arte y la cultura. Después de haber señalado los últimos resultados, se plantea el uso de la hipótesis alternativa, la cual indica que el programa televisivo de cortometrajes universitarios contribuye a promover el cine trujillano, en especial al que desarrollan estudiantes de Ciencias de la Comunicación de las universidades de Trujillo. Ante lo mencionado, se corrobora la aplicación del objetivo final es el cual evaluar el grado de aceptación que tuvo el programa televisivo de cortometrajes universitarios, a modo de post test.

Una de las grandes limitaciones del estudio, fue comprometer a los estudiantes a la participación del focus group planteado a pesar de que tengan interés por el cine, ya que en muchos de los intentos al momento de contactar con la muestra, no se tuvo éxito y, en consecuencia, se optó por reducir la muestra. Asimismo, otra de las limitantes a la que se confrontó, fue la producción del programa televisivo, pues demanda de mucho tiempo y esfuerzo, además de que debe existir la convergencia en un horario entre el personal de producción, entrevistados, recursos técnicos y disponibilidad de set de grabación; fue complicado, pero al final, se pudo trabajar.

V. Conclusiones

- El nivel de producción diagnosticado en relación a la producción cinematográfica de los estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo, es bajo pero vale destacar proporcionalmente las capacidades cognitivas que tienen y el interés por el cine.
- El diseño del programa televisivo de cortometrajes producidos por estudiantes de ciencias de la comunicación se realizó bajo un formato de cine especializado orientado a difundir producciones de universitarios y entrevistas a los mismos realizadores, además de especialistas de la producción audiovisual.
- El diseño del programa televisivo de cortometrajes producidos por estudiantes de ciencias de la comunicación fue validado por especialistas de la producción audiovisual, dando sustento de que estuvo apto para su posterior producción en televisión.
- El programa televisivo de cortometrajes producidos por estudiantes de ciencias de la comunicación fue rodado exitosamente teniendo 5 ediciones concluidas y habiéndose desarrollado a través de las tres fases de producción.
- El programa televisivo de cortometrajes producidos por estudiantes de ciencias de la comunicación no logró cambiar el nivel de producción de los universitarios; sin embargo, sí se atribuye su aporte como nuevo medio de difusión del cortometraje universitario, además de promover la cultura cinematográfica.
- Finalmente se afirma la hipótesis alternativa planteada, la cual manifiesta que el programa televisivo de cortometrajes universitarios contribuye a promover el cine trujillano, en especial al que desarrollan estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo.

VI. Recomendaciones

- Continuar con la emisión del programa pues el tiempo de exposición del mismo jugó un rol importante es esta investigación ya que se evidencia que 5 ediciones no fueron suficientes para lograr potenciar el nivel de producción de los estudiantes de ciencias de la comunicación, a pesar de los buenos comentarios obtenidos.
- A los estudiantes, para continúen en la producción cinematográfica pues es la única forma de que se capaciten y enriquezcan más sus conocimientos para que sus posteriores realizaciones sean más sobresalientes y además poco a poco ir consolidando en un futuro una verdadera industria de cine.
- A las escuelas de ciencias de la comunicación, para que otorguen todo el apoyo posible a las nuevas propuestas de estudiantes que ya empiezan a dedicarse al cine, ya que es una manera también de hacerlos sentir importantes.
- A los docentes de producción audiovisual, a transmitir no solo todas las capacidades cognitivas que puedan tener, sino también a lo que significa ser un apasionado por el cine, porque ahí radica el inicio de toda buena profesión.
- A las personas vinculadas a la escena cinematográfica trujillana, para crear más espacios de exhibición del cortometraje, dado que ese el nexo entre el productor y el espectador para mostrar una obra y mientras más plataformas hayan, mayor alcance tendrá y también habrá mayor oportunidad para los realizadores.

VII. Referencias

- (29 de abril de 2015) Quieres exhibir tu cortometraje? Mostrador lo hace posible. El Mostrador. Recuperado de <http://www.elmostrador.cl/cultura/2015/04/29/quieres-exhibir-tu-cortometraje-mostrador-lo-hace-posible/>
- (21 de julio de 2014). Cine peruano ¿Cuál es el futuro de esta industria en el país?. *El Comercio*. Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/cine-peruano-futuro-industria-pais-343762>
- (20 de octubre de 2016). Cortometraje trujillano es proyectado en festival de cine Cortos de Vista. *UCV Radio*. Recuperado de <http://www.ucvradio.pe/noticias/educacion/cortometraje-trujillano-es-proyectado-en-festival-de-cine-cortos-de-vista>
- Álvarez, D. (2015). *Producción del cortometraje de ficción Isabela* (Tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador. Cuenca.
- Andrade, M. (2008). *La influencia de la televisión y su relación en los hábitos de estudio que inciden en el rendimiento escolar de los y las adolescentes de los Centros de Educación Básica de la ciudad de Juticalpa, Departamento de Olancho, Honduras C.A.* (Tesis de pregrado). Universidad Pedagógica Nacional Francisco Morazán. Honduras.
- Barroso, J. (2002). *Realización de los géneros televisivos*. España: Síntesis.

Bedoya, R. (17 de Agosto de 2015). Universidad de Lima. Perú. Recuperado de <http://www.ulima.edu.pe/node/6670>

Burgueño, M. (2009, 30 de setiembre). Cortometrajes en salas de cine españoles. *Revista De Arte - Logopress*. Recuperado de <https://www.revistadearte.com/2009/09/30/cortometrajes-en-las-salas-de-cine-espanoles/>

Caridad-Montero, C. (20 de mayo de 2011). Los cortos interruptus invaden las salas de Venezuela. Recuperado de <http://www.blogacine.com/2011/05/20/los-cortos-interruptus-invaden-las-salas-de-cine-de-venezuela/>

Castillo, J. (2009). *Televisión, realización y lenguaje audiovisual*. Madrid, España: Service point.

Cortavitarte, E. (2016). *Reflexionando sobre la influencia de la televisión en adolescentes y jóvenes limeños: una propuesta de activismo digital* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.

Escalante, J. (14 de mayo de 2015). ¿Hacia dónde va el cine peruano?. Ojo Público. Recuperado de <http://ojo-publico.com/57/hacia-donde-va-el-cine-peruano>

Fernández, F. y Barco, C. (2009). *Producción cinematográfica: Del proyecto al producto*. España.

- González, J. (2010). Problemas y soluciones (parciales) del cine mexicano. *Corre cámara*. Recuperado de http://www.correcamara.com.mx/inicio/int.php?mod=columnas_detalle&id_columna=1795
- Guerrero, J. (2017). *La influencia del cine y las prácticas audiovisuales en contexto de privación de la libertad: Proyecto de Formación Audiovisual en el Centro Juvenil de Diagnóstico y Rehabilitación de Lima* (Tesis de pregrado). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.
- Hendrickx, N. (2010). *Perspectivas y posibilidades del crecimiento del cine peruano en el contexto mundial* (Tesis de maestría). Pontificia Universidad Católica del Perú. Lima.
- Hernández, R. Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la investigación (6ta ed.)*. México. Recuperado de https://trabajosocialudocpno.files.wordpress.com/2017/07/metodologic3a3c2ada_de_la_investigacic3a3c2b3n_sampieri_6ta_edicion1.pdf
- Igartua, J. y Humanes, M. (2004). *Teoría e investigación en comunicación social*. España: Síntesis.
- López-Roldan, P y Fachelli, S. (2015). *Metodología de la investigación social cuantitativa (1ra ed.)*. Barcelona, España. Recuperado de https://ddd.uab.cat/pub/caplli/2016/163567/metinvsocua_a2016_cap2-3.pdf

- Marcelo, S. (2008). *Producción de Cine y Territorio: Factores que determinan el Espacio Geográfico del Rodaje* (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Mar de la Plata. Mar de la Plata.
- Marchena, S. (2013). *Propuesta de programa televisivo La Hora del Medio Ambiente para fomentar la cultura medio ambiental en la ciudad de Trujillo, 2013* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo. Trujillo.
- Nieto, A. (10 de febrero de 2014). ¿Cuáles son los verdaderos problemas del cine?. Recuperado de <https://www.elblogsalmon.com/sectores/cuales-son-los-verdaderos-problemas-del-cine>
- Olivares, J. y Caballero, J. (28 de noviembre de 2014). Pagamos por ver publicidad en el cine, se quejan espectadores. *La Jornada*. Recuperado de <http://www.jornada.unam.mx/2014/11/28/espectaculos/a08n1esp>
- Sánchez, J. (2002). *Historia del cine: Teoría y géneros cinematográficos, fotografía y televisión*. España: Alianza editorial.
- Verástegui, J. (2013). *Diseño de programa concurso de televisión Saber para Ganar para promover hábitos de lectura en los escolares del cercado de Trujillo* (Tesis de pregrado). Universidad César Vallejo. Trujillo.

Villamarín, P. (8 de diciembre de 2017). ¿Cortometrajes exhibidos en salas comerciales reflejan cantidad y calidad de lo que refleja el país?. *El Tiempo*. Recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-3851723>

West, R. y Turner, L. (2005). *Teoría de la comunicación: Análisis y aplicación*. España: McGraw Hill.

VIII. ANEXOS

**VALIDACIÓN DEL DISEÑO DE PROGRAMA TELEVISIVO DE
CORTOMETRAJES UNIVERSITARIOS**

| INDICADOR | CRITERIOS | SI | NO | OBSERVACIONES |
|-------------------------|---------------------------------------|-----------|-----------|----------------------|
| Creatividad | Innovación | | | |
| | Originalidad | | | |
| | Utilidad | | | |
| Calidad de contenidos | Arte y cultura | | | |
| | Entretenimiento sano | | | |
| | Realización técnica | | | |
| Trascendencia | Alcance masivo de cortometrajes | | | |
| | Genera oportunidades a universitarios | | | |
| | Fomenta la actividad audiovisual | | | |
| Competencia audiovisual | Refuerza capacidades cognitivas | | | |
| | Sirve como eje motivacional | | | |

GUÍA DE FOCUS GROUP

OBJETIVO:

Diagnosticar el nivel de producción de cortometrajes de los estudiantes de ciencias de la comunicación de las universidades de Trujillo – 2018.

PROCEDIMIENTO:

1. Presentación

El moderador se presenta cordialmente, señala el objetivo de la reunión e indica brevemente los puntos a tratar.

2. Desarrollo

De inmediato se da a paso a formular las interrogantes o tópicos considerados para obtener la información que se busca de los participantes.

- ¿Cómo ven el panorama actual de la producción de cortometrajes en Trujillo?
- ¿Cómo creen que se encuentra la situación de la producción de cortometrajes realizados por universitarios?
- A diferencia de años anteriores ¿consideran que ha disminuido, ha aumentado o se ha mantenido igual?
- Si alguno de ustedes produce cortometrajes, ¿cuántos tiene en la actualidad?
- ¿Cuál es el proceso que siguen para realizarlos?
- ¿Qué los motiva a realizar cortometrajes?
- ¿Qué espacios para exhibir cortometrajes universitarios conocen?
- ¿Ustedes difunden su material en alguno de ellos?
- ¿Por qué eligieron esa(s) plataforma(s)?
- ¿Han visto alguna vez un programa local sobre cine universitario?
- ¿Qué es lo que más llamó su atención de dicho programa?
- ¿Creen que un programa televisivo bajo ese formato incentiva a los estudiantes a la actividad de realizar cortometrajes?

3. Despedida

El moderador da por concluido la actividad agradeciendo la participación de los asistentes para posteriormente invitarles un refrigerio en muestra de agradecimiento.

FECHA:

HORA:

LUGAR: Set de TV de la escuela de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo

MODERADOR: Jorge Julca Tejada

| PARTICIPANTES | | |
|---------------------------|-------------|--------------------|
| Nombre y Apellidos | Edad | Universidad |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo, José Antonio Peña
especialista en Producción de Televisión

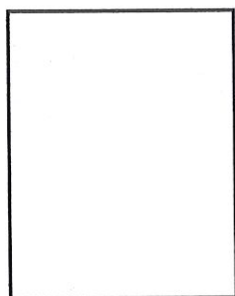
con DNI N° 17841640 por medio de la presente hago constar que realicé la revisión de la Guía de Focus Group, elaborada por el tesista Jorge Luis Julca Tejada, estudiante de X ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 46831938, quien es autor de "Programa televisivo de cortometrajes universitarios y su influencia en la producción cinematográfica en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la universidades de Trujillo – 2018".

Una vez indicado lo anterior, considero que dicha Guía de Focus Group es válida para su aplicación, según sea el contexto.

Observaciones:

.....
.....
.....

Trujillo, 11 de octubre del 2018



HUELLA DIGITAL


FIRMA DEL EXPERTO

CONSTANCIA DE VALIDACIÓN A JUICIO DE EXPERTO

Yo, LINO CHRISTIAN OJEDA DÍAZ.....

especialista en PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.....

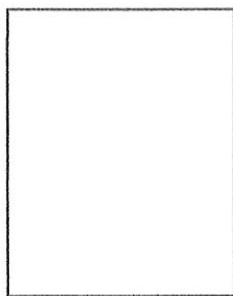
con DNI N° 41370113..... por medio de la presente hago constar que realicé la revisión de la Guía de Focus Group, elaborada por el tesista Jorge Luis Julca Tejada, estudiante de X ciclo de la Escuela Profesional de Ciencias de la Comunicación de la Universidad César Vallejo, identificado con DNI N° 46831938, quien es autor de "Programa televisivo de cortometrajes universitarios y su influencia en la producción cinematográfica en estudiantes de Ciencias de la Comunicación de la universidades de Trujillo – 2018".

Una vez indicado lo anterior, considero que dicha Guía de Focus Group es válida para su aplicación, según sea el contexto.

Observaciones:

SE DEBE MEJORAR LOS CRITERIOS PARA CADA INDICADOR.
.....
.....

Trujillo, 17 de octubre del 2018



HUELLA DIGITAL



FIRMA DEL EXPERTO

**VALIDACIÓN DEL DISEÑO DE PROGRAMA TELEVISIVO DE
CORTOMETRAJES UNIVERSITARIOS**

| INDICADOR | CRITERIOS | SI | NO | OBSERVACIONES |
|-------------------------|---------------------------------------|----|----|---------------|
| Creatividad | Innovación | | X | |
| | Originalidad | | X | |
| | Utilidad | X | | |
| Calidad de contenidos | Arte y cultura | X | | |
| | Entretenimiento sano | X | | |
| | Realización técnica | | X | |
| Trascendencia | Alcance masivo de cortometrajes | X | | |
| | Genera oportunidades a universitarios | X | | |
| | Fomenta la actividad audiovisual | X | | |
| Competencia audiovisual | Refuerza capacidades cognitivas | X | | |
| | Sirve como eje motivacional | X | | |

**VALIDACIÓN DEL DISEÑO DE PROGRAMA TELEVISIVO DE
CORTOMETRAJES UNIVERSITARIOS**

| INDICADOR | CRITERIOS | SI | NO | OBSERVACIONES |
|-------------------------|---------------------------------------|----|----|---------------|
| Creatividad | Innovación | / | | |
| | Originalidad | / | | |
| | Utilidad | / | | |
| Calidad de contenidos | Arte y cultura | / | | |
| | Entretenimiento sano | / | | |
| | Realización técnica | / | | |
| Trascendencia | Alcance masivo de cortometrajes | / | | |
| | Genera oportunidades a universitarios | / | | |
| | Fomenta la actividad audiovisual | / | | |
| Competencia audiovisual | Refuerza capacidades cognitivas | / | | |
| | Sirve como eje motivacional | / | | |

Desarrollo de tesis

INFORME DE ORIGINALIDAD

| | | | |
|---------------------|---------------------|---------------|-------------------------|
| 14% | 14% | 1% | % |
| INDICE DE SIMILITUD | FUENTES DE INTERNET | PUBLICACIONES | TRABAJOS DEL ESTUDIANTE |

FUENTES PRIMARIAS

| | | |
|----------|---|---------------|
| 1 | pt.scribd.com Fuente de Internet | 6% |
| 2 | repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet | 1% |
| 3 | eprints.ucm.es Fuente de Internet | 1% |
| 4 | datateca.unad.edu.co Fuente de Internet | 1% |
| 5 | elcomercio.pe Fuente de Internet | <1% |
| 6 | tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 7 | repositorio.une.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 8 | www.mie.uson.mx Fuente de Internet | <1% |
| 9 | www.researchgate.net Fuente de Internet | <1% |

10

bibliotecavirtualoducal.uc.cl

Fuente de Internet

<1%

11

www.educaweb.mx

Fuente de Internet

<1%

12

idus.us.es

Fuente de Internet

<1%

13

www.mycashsites.net

Fuente de Internet

<1%

14

www.scribd.com

Fuente de Internet

<1%

15

www.bajalink.com.mx

Fuente de Internet

<1%

16

cdc-ccd.org

Fuente de Internet

<1%

17

www.sitioeducativo.com

Fuente de Internet

<1%

18

alicia.concytec.gob.pe

Fuente de Internet

<1%

19

www.gerontologia.uchile.cl

Fuente de Internet

<1%

20

prezi.com

Fuente de Internet

<1%

21

pacarinadelsur.com

| | | |
|----|---|-----|
| | Fuente de Internet | <1% |
| 22 | repository.javeriana.edu.co Fuente de Internet | <1% |
| 23 | repositorio.uigv.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 24 | www.ilustrados.com Fuente de Internet | <1% |
| 25 | nulan.mdp.edu.ar Fuente de Internet | <1% |
| 26 | www.academia.edu Fuente de Internet | <1% |
| 27 | repositorio.upao.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 28 | tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet | <1% |
| 29 | www.felafacs.org Fuente de Internet | <1% |
| 30 | correacamara.com.mx Fuente de Internet | <1% |
| 31 | revistas.usergioarboleda.edu.co Fuente de Internet | <1% |
| 32 | pastebin.com Fuente de Internet | <1% |

33 www.lastorresdelucca.org <1 %
Fuente de Internet

34 vitela.javerianacali.edu.co <1 %
Fuente de Internet

35 www.piuranoticias.com <1 %
Fuente de Internet

36 www.sordos.info <1 %
Fuente de Internet

37 lahora.com.gt <1 %
Fuente de Internet

38 www.diarioelpais.com <1 %
Fuente de Internet

39 www.portalstudium.com <1 %
Fuente de Internet

40 soyentrepreneur.com <1 %
Fuente de Internet

41 whotalking.com <1 %
Fuente de Internet

42 www.ciudaddearena.org <1 %
Fuente de Internet

43 www.ucv.ve <1 %
Fuente de Internet

44 www.paginadigital.org

Fuente de Internet

<1%

45

knowledgecenter.cimmyt.org

Fuente de Internet

<1%

46

www.gestiopolis.com

Fuente de Internet

<1%

47

www.marcialpons.es

Fuente de Internet

<1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

< 5 words

Excluir bibliografía

Apagado