



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, HUMANAS Y
TECNOLOGÍAS
CARRERA DE LICENCIATURA EN DISEÑO GRÁFICO**

**Análisis de la Producción Audiovisual en Videoclip de Género
Urbano**

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Licenciado en
Diseño Gráfico

Autor:

Ernesto Moises Correa Macas

Tutor:

PhD. Santiago Fabián Barriga Fray

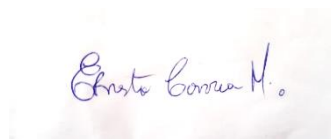
Riobamba, Ecuador. 2022

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, **Ernesto Moises Correa Macas** declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentada para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Universidad Nacional de Chimborazo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad institucional vigente.

Atentamente,

A photograph of a handwritten signature in blue ink on a white piece of paper. The signature reads "Ernesto Correa M." and is positioned above a horizontal line.

Ernesto Moises Correa Macas

092734374-9



Dirección
Académica
VICERRECTORADO ACADÉMICO



UNACH-RGF-01-04-02.19
VERSIÓN 02: 06-09-2021

ACTA FAVORABLE - INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN CARRERAS NO VIGENTES

En la Ciudad de Riobamba, a los 21 días del mes de ABRIL de 2022, luego de haber revisado el Informe Final del Trabajo de Investigación presentado por el estudiante **ERNESTO MOISES CORREA MACAS** con CC: **092734374-9**, de la carrera **DISEÑO GRÁFICO** y dando cumplimiento a los criterios metodológicos exigidos, se emite el **ACTA FAVORABLE DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN** titulado **"ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN VIDEOCLIP DE GÉNERO URBANO EN LOS PREMIOS MTV DESDE EL 2009 HASTA EL 2019"**, por lo tanto se autoriza la presentación del mismo para los trámites pertinentes.



Firmado electrónicamente por:
**SANTIAGO
FABIAN
BARRIGA FRAY**

PhD. Santiago Barriga Fray
TUTOR

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del trabajo de investigación, “**ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN VIDEOCLIP DE GÉNERO URBANO**” elaborado por el Sr/a. **Ernesto Moises Correa Macas**, egresado de la Carrera de Licenciatura en Diseño Gráfico, que pertenece a la Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías, previo a la obtención del Título de Licenciado en Diseño Gráfico, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado, Apruebo esta tesis en todas sus partes.

Atentamente



PhD. Santiago Barriga

TUTOR

TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros de tribunal de revisión del proyecto de investigación titulado: “ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN VIDEOCLIP DE GÉNERO URBANO”, presentado por **Ernesto Moises Correa Macas** y dirigido por **PhD. Santiago Fabián Barriga Fray**. Una vez escuchada la defensa oral y revisado el informe final del proyecto de investigación con fines de graduación, en la cual se ha constatado el cumplimiento de las observaciones realizadas, remite la presente para uso y custodia en la biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnológicas de la Universidad Nacional de Chimborazo.

Para constancia de lo expuesto firman:



Firmado electrónicamente por:
**WILLIAM JAVIER
QUEVEDO
TUMAILLI**

Mgs. Willian Quevedo
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE LICENCIATURA EN DISEÑO
GRÁFICO
PRESIDENTE DE TRIBUNAL DE GRADUACIÓN**



Firmado electrónicamente por:
**SANTIAGO
FABIAN
BARRIGA FRAY**

PhD. Santiago Fabian Barriga Fray
DIRECTOR DE LA TESIS



Firmado electrónicamente por:
**MANUEL
DAVID ISIN**

Mgs. Manuel David Isín Vilema
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



Firmado electrónicamente por:
**JESSICA VIVIANA
MARTINEZ
VERGARA**

Mgs. Jéssica Martínez Vergara
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



CERTIFICACIÓN

Que, **CORREA MACAS ERNESTO MOISES con CC: 092734374-9**, estudiante de la Carrera **DISEÑO GRÁFICO, NO VIGENTE**, Facultad de **Ciencias de la Educación, Humanas y Tecnologías**; ha trabajado bajo mi tutoría el trabajo de investigación titulado "**ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN VIDEOCLIP DE GÉNERO URBANO EN LOS PREMIOS MTV DESDE EL 2009 HASTA EL 2019**", cumple con el 1 %, de acuerdo al reporte del sistema Anti plagio **OURIGINAL**, porcentaje aceptado de acuerdo a la reglamentación institucional, por consiguiente autorizo continuar con el proceso.

Riobamba, 21 de abril de 2022.



Firmado electrónicamente por:
**SANTIAGO
FABIAN
BARRIGA FRAY**

PhD. Santiago Barriga Fray
TUTOR

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación dedico a Jehová, que me ha dado la fuerza para seguir este camino.

A mis padres, por nunca dejarme solo en este camino y apoyarme desde que empecé en esta carrera, a mis hermanos por los consejos dados para no desistir.

Principalmente a mi esposa e hija que han sido la motivación para continuar en este arduo camino, ya que sin ellas no hubiese podido lograrlo ya que ella me ayudado de manera desinteresada a culminar mis estudios.

A mi suegra Gladis que ha formado parte de esta carrera con su apoyo y consejos he podido llegar hasta aquí.

A una persona muy especial que ya no está físicamente pero siempre estará en mi corazón Carmen, mi segunda madre, también le debo mucho y esto es parte de su esfuerzo también.

Ernesto Moises Correa Macas

AGRADECIMIENTO

. A la Universidad Nacional de Chimborazo por haber abierto sus puertas y formarme profesionalmente y como persona, brindándome conocimientos para mi vida futura.

De manera muy especial agradezco a mi tutor Santiago Barriga que ha sido de mucha ayuda en esta investigación, aparte de ser mi tutor es una mi amigo y compartir sus conocimientos que han sido de mucha ayuda.

A mis amigos y amigas que hemos podido compartir varios momentos que se llevaran en el corazón, y por brindarme una amistad sincera.

Ernesto Moises Correa Macas

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR

TRIBUNAL DE GRADO

AGRADECIMIENTO

ÍNDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS

ÍNDICE DE FIGURAS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

RESUMEN

ABSTRACT

CAPÍTULO I	19
1.1 Introducción.....	19
1.2 Planteamiento del Problema	25
1.2.1 Contextualización y análisis de la situación problemática	25
1.3 Definición del problema de investigación.....	29
1.4 Objeto de estudio de la investigación.....	29
1.5 Campo de acción	29
1.6 Objetivos.....	29
1.6.1 Objetivo general	29
1.6.2 Objetivos específicos.....	29
1.7 Justificación.....	30

CAPÍTULO II.....	32
2 Marco Teórico	32
2.1 Antecedentes de investigaciones respecto al problema a investigar	32
2.2 Fundamentación teórica.....	34
2.2.1 Lenguaje Audiovisual.....	34
2.2.2 Producción Audiovisual	46
2.2.3 Videoclip	57
2.2.4 Géneros Musicales.....	61
CAPÍTULO III	70
3 Metodología	70
3.1 Tipo de investigación o tipo de estudio predominante en la investigación	70
3.2 Tipo de diseño propuesto para desarrollar la investigación	70
3.3 Tipo de muestreo seleccionado y población y muestra	76
3.4 Propuesta de técnicas e instrumentos a utilizar para la recopilación de datos	77
3.5 Técnicas de procedimientos para el análisis.....	78
CAPÍTULO IV	80
4 RESULTADOS Y DISCUSION	80
4.1 Resultados del análisis de contenido	80
4.1.1 Comparación con la propuesta realizada.....	132

4.2	Resultados de las entrevistas en torno al género urbano, lenguaje y producción audiovisual.....	135
4.3	Resultados de la encuesta	167
4.4	Resultados de las listas de cotejo que validan la propuesta realizada	179
CAPÍTULO V		185
5	Conclusiones y Recomendaciones.....	185
5.1	Conclusiones.....	185
5.2	Recomendaciones	187
CAPÍTULO VI		188
6	Propuesta	188
6.1	Preproducción:.....	189
6.1.1	Conceptualización de la idea:	189
6.1.2	Búsqueda de Locaciones	189
6.1.3	Guion Técnico	190
6.1.4	Storyboard	194
6.1.5	Planificación del rodaje	196
6.1.5.1	Equipo utilizado.....	196
6.2	Producción.....	198
6.2.1	Instrumentos del Lenguaje Audiovisual	198
6.2.1.4	Captación de la Imagen	201
	Día 1 - Rodaje en la casa de los protagonistas	201
	Día 2 - Rodaje en Chambo Iglesia Catequilla	202

6.3	Postproducción	203
6.3.1	Montaje.....	203
6.3.2	Corrección de color	203
6.3.3	Exportar Video	205
6.3.4	Codificación de Video.....	206
6.3.5	Codificación de Audio.....	206
6.4	Enlace de visualización del video.....	206
	BIBLIOGRAFIA	207
	ANEXOS	219
	Anexo I: Formato de Entrevista.....	219
	Anexo II: Formato de Encuesta	222
	Anexo III: Lista de Cotejo	224
	Anexo V: Detrás de cámara.....	226
	Anexos VI: Procesos artísticos y administrativos	228

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Dimensión del lenguaje audiovisual	36
Tabla 2: Equipo de trabajo en la producción audiovisual	48
Tabla 3: Pasos de la etapa pre producción	49
Tabla 4: Pautas para el desarrollo de la producción o rodaje.....	52
Tabla 5: Pasos de la etapa producción	53
Tabla 6: Pasos de la etapa posproducción.....	55
Tabla 7: Pasos de la comercialización del producto	56
Tabla 8: Clasificación de los videoclips.....	59
Tabla 9: Clasificación de los géneros musicales.....	62
Tabla 10: Reglas del género musical del reggaetón.....	64
Tabla 11: Técnicas e Instrumentos.....	77
Tabla 12: Análisis de Contenido de los videoclips de género urbano 2009-2019.	81
Tabla 13: Características relevantes.....	131
Tabla 14 Percepción del video	167
Tabla 15 Aceptación del contenido para el género urbano	168
Tabla 16 Recomendaciones del video a otras personas	169
Tabla 17 Razones por las que el video es recomendable	170
Tabla 18 Adecuados elementos sonoros, visuales y estéticos para el género urbano	172
Tabla 19 Relación ente la historia narrativa y la letra de la canción.....	173
Tabla 20 Aspectos que transmite el videoclip.....	174

Tabla 21 Calidad de la producción para su posterior publicación	175
Tabla 22 Encuadre de las tomas empleadas en la producción	176
Tabla 23 El videoclip fue elaborado mediante un guion literario	177
Tabla 24 Aspectos a mejorar del videoclip	178
Tabla 25: Valoración del contenido del video.....	179
Tabla 26: Valoración de la localización del videoclip	180
Tabla 27: Valoración del guion técnico del videoclip.....	181
Tabla 28: Valoración de la calidad del video	181
Tabla 29: Valoración del lenguaje audiovisual del videoclip	183
Tabla 30: Valoración global del videoclip	184
Tabla 31: Método empleado “Pablo del Teso”	188
Tabla 32: Secuencia 1. Introducción. Interior casa día	190
Tabla 33: Secuencia 2. Interior Casa-Noche.....	192
Tabla 34: Secuencia 3. Interior Casa-Noche.....	193
Tabla 35: Secuencia 3. Interior Casa-Noche.....	194
Tabla 36: Instrumentos utilizados	199

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Localización	190
Figura 2: Storyboard	194
Figura 3: Equipo Utilizado.....	197
Figura 4: Estabilizador eléctrico	197
Figura 5: Rodaje.....	202
Figura 6: Rodaje (día 2)	202
Figura 7: Corrección del color del videoclip en PREMIERE.....	204
Figura 8: Etalonaje en PREMIERE	204
Figura 9: Títulos y composición en PREMIERE.....	205
Figura 10: Exportación	205

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Porcentajes en relación a lo primero que se percibe en el video.....	168
Gráfico 2. Porcentajes en relación a la aceptación del contenido del videoclip ..	169
Gráfico 3. Recomendación del videoclip a otras personas.....	170
Gráfico 4. Razones por las que el videoclip es recomendable	171
Gráfico 5. Razones por las que el videoclip es recomendable	172
Gráfico 6. Coherencia entre la historia narrativa y la letra de la canción	174
Gráfico 7. Aspectos que transmite el video.....	175
Gráfico 8. Calidad de la producción para su publicación.....	176
Gráfico 9. Encuadres correctos en las tomas utilizadas en la producción.....	177
Gráfico 10. Presencia de guion literario en el videoclip	178
Gráfico 11. Aspectos a mejorar del videoclip	179

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la producción audiovisual en videoclip de género urbano en los Premios MTV desde el 2009 hasta el 2019, mediante el cual se establecieron las características que tiene como forma de expresión, se procedió a realizar un análisis de los tipos de videoclips utilizados por el género urbano, se definieron los elementos visuales, sonoros y de edición utilizados en los videoclips, aplicando el lenguaje audio visual en la producción de un videoclip de urbanos. Para el desarrollo de la investigación se utilizó el enfoque mixto, haciendo uso del método proyectual, el cual, se sustenta en la experiencia para desarrollar una serie de procesos lógicos que apoyen la estructura del producto final.

Se logró obtener una buena aceptación del video realizado con la validación donde se obtuvo un puntaje de 18.27/20, siendo un producto muy bueno; del mismo modo en las encuestas y entrevistas se pudo obtener un resultado favorable por productores audiovisuales con amplio conocimiento del tema, ya que se presentó una nueva propuesta para el género urbano que llamo mucho la atención por lo que se puede observar.

PALABRAS CLAVE: videoclips, género urbano, método proyectual, producción audiovisual.

ABSTRACT

The aim of this research work is “**TO ANALYZE THE AUDIOVISUAL PRODUCTION IN VIDEO CLIPS OF URBAN GENRE**” in the MTV Awards from 2009 to 2019, the characteristics that the urban genre has as a form of expression were established, an analysis of the types of video clips used by the urban genre was recorded, the visual, sound and editing elements used in the video clips of this genre were defined, applying the audio-visual language in the production of a video clip of urban genre. For research development , the mixed approach was used, making use of the project method, which is based on the experience to progress a series of logical processes which will support the structure of the final product.

A good acceptance was achieved of the video. Also the validation has been carry out with a score of 18.27/20, being a very good score. The same way, the surveys and interviews, a satisfactory result was obtained by audiovisual producers with a extensive knowledge of the subject, It has already presented a new proposal for the urban genre, because of the observation it attracted a lot of attention.

KEYWORDS: Video clips, urban genre, project method, audiovisual production.

DORIS
ELIZABETH
VALLE VINUEZA



Firmado digitalmente por
DORIS ELIZABETH VALLE
VINUEZA
Fecha: 2022.05.19 19:24:40
-05'00'

Reviewed by: Mgs. Doris Valle V.

ENGLISH PROFESSOR

c.c 0602019697

CAPÍTULO I

1.1 Introducción

Este estudio está enfocado en el análisis de la producción audiovisual en videoclips de género urbano en los Premios MTV desde el 2009 hasta el 2019”. El vídeo musical, está constituido por un formato audiovisual de comunicación comercial, el cual, según, Selva (2014), con el fin de desarrollar la promoción de un contenido musical, generados por la industria discográfica, “que se basa en la adición de imágenes a una canción preexistente” (p. 183). Al igual que otros contenidos y formatos producidos por las industrias con línea cultural, la tendencia es más artística, como expresión de los creadores, con otra industrial, en este sentido cuando se conecta a un objetivo comercial y se fusiona dentro de la cadena de producción, distribución y comercialización en un área de negocio. Esta dualidad en el sentido comercial y artístico se puede fusionar otra ideológica, esto es muy común con todas las producciones audiovisuales, se convierte en el medio de transmisión de una metodología ideológica como, según Vernallis (2014), una “maquinaria ideológica”. (p.135)

El videoclip es una producción cultural, el cual tiene origen, resultado y agente determinante de influencia en el contexto de creación, de tal forma que perciben (Guarinos-Galán, 2020) “una tendencia en el videoclip contemporáneo a emplear asuntos sociales actuales en sus narrativas, con las que plantean problemáticas contextualizadas en un presente cambiante” (p.121). De igual forma, Illescas-Martínez (2017), sostiene que el clip “se ha transformado en una mercancía cultural privilegiada dentro de las industrias culturales dominantes para reproducir la ideología y la cultura hegemónica entre la juventud del sistema-mundo” (p.87). En tanto que, para la transmisión de esa ideología o mensaje, se emplean diversos factores que forman parte de un lenguaje y producción audiovisual.

Uno de los géneros musicales con mayor influencia en la sociedad, es el urbano, con énfasis en el reggaetón, dado que reproduce temáticas sociales, zonas marginadas y las urbes, aludiendo a temas sociales, económicos, políticos, amorosos y sexuales (Urdaneta, 2010). Sin embargo, a pesar de su gran acogida por la sociedad, el reggaetón ha generado polémicas sociales, producto del contenido textual en orden a la sexualidad, machismo, empleando a la

mujer como objeto sexual, de satisfacción y a la vez, causar violencias contra el género femenino (Noa, 2018).

En este contexto, se presenta la siguiente investigación, referida al Análisis de la Producción Audiovisual en Videoclips de Género Urbano en los Premios MTV desde el 2009 hasta el 2019, la cual, ofrece la posibilidad de realizar la contextualización de diferentes escenarios, lo que aportaría información relevante en relación a las tendencias que se marcan en este estilo de género, sus características principales, en orden al lenguaje audiovisual, contenido y producción audiovisual.

Es así que, determinar las características principales de los elementos audiovisuales, conlleva una ardua tarea, dado que no existe un único reglamento o normas estandarizadas, puesto que varía para las distintas aplicaciones, convirtiéndolo en una cuestión empírica, basada en la experiencia, y más aún si se trata del género urbano.

Considerando que, la producción se circunscribe en un tiempo, una sociedad y unas estructuras industriales debidamente parametrizadas. Considerando que los estilos cambian de un continente a otro.

Durante el trabajo de campo, específicamente la entrevista, uno de los factores que intervino en el desarrollo de la misma, fue la resistencia y nerviosismo de los entrevistados, dado que no existió una previa socialización de la investigación, sino fue una cuestión sorpresiva.

La finalidad del desarrollo del presente trabajo de investigación se enmarca en cumplir con los siguientes objetivos:

a. Establecer las características que tiene el género urbano como forma de expresión.

Se pretendió buscar y definir las características propias del género urbano mediante revisión bibliográfica, análisis de videos y entrevistas a los productores audiovisuales, con el fin de identificar qué es lo que lo diferencia del demás género para tener una visión más amplia del mismo, así como el mensaje que expresa en las distintas producciones audiovisuales, es

decir, si transmite miedo, alegría, tranquilidad, ansiedad, preocupación, nostalgia, denigración u otro tipo de emoción.

Además, determinar la existencia o no de contenido asociado a tabús que existen en la sociedad, problemas sociales, y el contexto en el que se desarrollan. Todos estos aspectos en conjunto contribuyeron al establecimiento de la propuesta que se detalla a continuación, porque se logró tomar como tema de videoclip el maltrato hacia la mujer, desde una perspectiva diferente en relación al género urbano, quienes suelen expresar denigración hacia la figura femenina o vista como objeto sexual, sin dejar de lado otros aspectos característicos del género urbano

b. Analizar los tipos de videoclips utilizados por el género urbano.

Dicho objetivo permitió primero conocer los distintos tipos de videoclips que existen, diferenciarlos y tener un conocimiento de cada uno de ellos. Segundo, poseer una idea más clara de cuáles de ellos, aparecen con frecuencia en el género urbano, puesto que se tiene como objetivo la creación de un videoclip basado en dicho género y no alejarnos del enfoque que se pretendió estudiar.

De igual forma, se pretendió conseguir la atención del público y lograr captar su atención, siendo de tal forma, que el análisis de los videoclips que se emplean dentro del género urbano puede contribuir a un consumo masivo, asegurando que la propuesta que se planteó no se aleje del género urbano, sino que, por el contrario, aporte favorablemente a la sociedad.

c. Definir los elementos visuales, sonoros y de edición utilizados en los videoclips de género urbano.

Este objetivo permitió brindar una definición de los elementos visuales como son la iluminación, encuadre, composición, planos, ángulos entre otros; los sonoros, es decir, audio o sonido, incluyendo la música, efectos de sonidos, palabras y silencios y finalmente la edición como tal o la posproducción, con el fin de identificarlos y generar conceptos acertados que permitan su diferenciación, a través de la revisión bibliográfica.

Además, dichos elementos permitieron tener en cuenta las características y a que se refiere cada uno de ellos, puesto que de esta manera se pudo desarrollar la propuesta que se

detalla más adelante. Además, al ser una investigación asociada al género urbano, resultó importante identificar estos aspectos dentro de dichos videoclips. dado que se buscó replicarlos en la propuesta de un videoclip de género urbano.

d. Aplicar el lenguaje audiovisual en la producción de un videoclip de género urbano.

En este objetivo como tal, se buscó mediante la edición construir la historia que se quiso contar al público, por ello, en el apartado de la propuesta se detallada cada uno de los aspectos empleados tanto de contenido y producción audiovisual generando un lenguaje audiovisual, es decir, que es lo que se buscó transmitir y con qué mensaje se deseó llegar a la sociedad.

Es así, que este objetivo estuvo vinculado con la puesta en práctica de todo el marco teórico analizado, así como la determinación de las características propias del género urbano, sumado a los elementos visuales, sonoros y de edición que en conjunto detallan, narran, describen, dependiendo de videoclips que se desee elaborar, un mensaje que quieren dejar al público. En sí, es la elaboración de todo el videoclip a través de la producción que genera un lenguaje audiovisual, es decir, qué es lo que se entiende a través de la historia y toda la producción.

En el Capítulo I: introducción: En este apartado se puede observar el planteamiento del problema, donde se da a conocer la realidad de los videoclips, tomando en cuenta la tendencia artística pero también comercial, dicha dualidad busca transmitir un mensaje al público, reproducir una ideología e influencia social. Por otro lado, la realidad del género urbano y su relación con la producción audiovisual, partiendo del lenguaje audiovisual como herramienta publicitaria y su incidencia en el mundo social y el aporte de la investigación.

Además, se da a conocer las diversas investigaciones en las que se soporta la investigación y que aporta al conocimiento en relación a las características del género urbano y reggaetón, mismos que brindan una visión distinta de dicho género, al dar una visión positiva de la vida y especialmente favoreciendo la dignidad humana, con énfasis en la mujer. Por otro lado, involucran escenarios que resaltan las diversas obras de arquitectura tanto moderna como contemporánea que contribuyen al conocimiento de dichos lugares.

Finalmente, se describe la definición del problema de investigación, el objeto de estudio en el que se basa la investigación, así como el campo de acción y los objetivos, divididos en general y específicos, terminando con la justificación, es decir, para qué se realiza el estudio.

Se encuentra, además, la definición del problema de investigación, objetivo de la investigación, campo de acción, objetivos a cumplir, tanto general como específicos, y justificación.

En el Capítulo II: marco teórico: En esta sección se busca dar un sustento teórico al objeto de estudio y la estructura teórica que permitió, a razón de delimitar el contexto teórico que sirvió de apoyo al trabajo de investigación. Se partió del análisis del lenguaje visual, teniendo en cuenta que se refiere al mensaje que transmite los videoclips con el fin de establecer una comunicación entre el emisor y receptor. Además, se tomó en cuenta los aspectos relacionados a dicha variable.

Dentro de ésta, se encuentra los aspectos morfológicos, elementos visuales, tanto icónicas como abstractas; elementos sonoros que involucra aspectos sintácticos (planos, ángulos, composición, distancia focal, continuidad, ritmo, iluminación y color). Además, de aspectos semánticos, estéticos y didácticos, que en conjunto contribuyen favorablemente a la formación del lenguaje audiovisual. Se continúa como tema principal a la producción audiovisual, dado que está brinda conocimiento de la ejecución del videoclip, las fases de la producción: preproducción, producción y postproducción.

Por otra parte, se realizó un análisis de los videoclips empezando con su definición, sus tipos, así como también, los géneros musicales que existen con énfasis en el género urbano, que es principal para la realización de la propuesta que se detalla más adelante. De igual forma, se aborda el tema del reggaetón como industria cultural, su creatividad, corporalidad y relaciones.

En el Capítulo III: metodología: En este aparatado se abordó todo lo concerniente al diseño metodológico, partiendo del tipo de investigación, siendo un enfoque mixto, es decir, cuantitativo por la utilización de datos numéricos, aplicación de encuestas y sus respectivos

análisis, y cualitativo por recabar información a profundidad proveniente de las entrevistas a los productores audiovisuales y la revisión bibliográfica que se llevó a cabo.

Por otra parte, se aborda el tipo de diseño, partiendo del método proyectual en el que se basó para el establecimiento del problema que se iba a abordar, qué es lo que se quiso realizar en el videoclip, la forma en que se recopiló la información, su análisis respectivo, es decir, todos los aspectos previos a la ejecución del guion técnico, apartado que se vincula más con el contenido del videoclip. Así como también la utilización de la metodología desarrollo de proyectos audiovisuales.

Cabe mencionar, que en este apartado se detalla la muestra a emplear y el tipo de muestreo utilizado sumado a las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la recopilación de datos, tales como la revisión bibliográfica, análisis de contenido, encuestas, entrevistas, lista de cotejo, todas ellas con su respectivo procedimiento en función del análisis, datos que aportaron tanto para el apartado de resultados como la propuesta que se planteó.

El Capítulo IV: resultados y discusión: Este apartado lo que busca es dar a conocer los resultados obtenidos del proceso de recolección de datos, empleando las técnicas e instrumentos que se detallaron en el capítulo III concerniente a la Metodología. Para ello, se partió de la tabulación de los mismos.

Los resultados arrojados tanto de encuestas, entrevistas, lista de cotejo, se presenta en dicha sección, a través de gráficos con su respectivo análisis. Estos datos, no solo aportan al conocimiento, sino también a la construcción de la propuesta y para el apartado de conclusiones y recomendaciones.

En el Capítulo V: conclusiones y recomendaciones: En este apartado se da a conocer las conclusiones a las que se llegó en la investigación, partiendo de los objetivos que se plantearon en el capítulo I, con el fin de presentar los principales hallazgos que se encontraron en el desarrollo del estudio.

Además, se estableció una conclusión por cada objetivo, con la finalidad de dar cumplimiento a lo que se quiso abordar y cómo se lo hizo. Así mismo, se planteó una recomendación por cada conclusión, cabe señalar, que están vinculadas a las limitaciones que

se tuvo en la investigación, que a su vez no sólo aportan al conocimiento, sino también al desarrollo de futuras investigaciones, que pueden continuar dentro de la misma línea de investigación.

A continuación, se presenta todo lo mencionado anteriormente en el desarrollo de la investigación:

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización y análisis de la situación problemática

Actualmente la producción audiovisual se caracteriza por los cambios radicales, por la creatividad y por su dinamismo, es aquí donde las productoras audiovisuales cumplen un papel importante; por ello a causa del contexto de creatividad, la innovación continua en el mercado video musical tanto a nivel internacional, nacional y local, trajo consigo aspectos positivos y negativos, donde aquellos que se encuentran preparados y planifican adecuadamente para tales cambios son beneficiados, sin embargo los que no planifican restaran consecuencias perjudicables.

De manera que, hoy en día en el mercado nacional y local se puede percibir una variedad de empresas dedicadas a la producción video musical del género urbano; en las cuales, unas se dedican exclusivamente a explotar este mercado y otras sólo de manera ocasional, ambas con el afán de promocionar y lograr beneficios económicos de tales producciones.

Difícilmente se puede analizar la música y, en consecuencia, el videoclip atendiendo únicamente a su dimensión cognitiva. De hecho, como apuntan autores como, Roncallo y Uribe (2017), quienes hacen mención a toda la estética que debe tener un videoclip y la capacidad para expresar emociones generando efectos emocionales en el público.

Los Productores Audiovisuales a nivel mundial, en su mayoría se basan en un mismo estilo de videoclips urbano, donde se puede observar las mismas ideas sobre el género urbano. Estos elementos son claves para que los videoclips realizados alcancen los estándares deseados, así como elevados niveles de rating y lograr el consumo masivo, siendo el reggaetón uno de los géneros musicales con influencia social (Noa, 2018).

En concordancia, Monedero (2020) expone que el reggaetón es considerado como uno de los géneros musicales que mueve masas en grandes cantidades, cuya influencia no solo ha generado impactos a nivel de la industria musical, sino a aspectos estéticos y actitudinales de la sociedad, con énfasis en el segmento juvenil, siendo el videoclip el medio principal de su difusión, caracterizados por la representación de la mujer en este tipo de videoclip musical, estableciendo estereotipos femeninos, interpretados por hombres.

Es así que, Arévalo et al. (2018), manifiesta que el reggaetón es interpretado mayoritariamente por hombres, cuyas letras giran en orden a la sexualidad explícita, siendo la mujer el objeto principal de inspiración, colocándola como objeto, sumado a la hipersexualización de la mujer. Así mismo, Rodrigues (2012) argumenta que este género ha ocasionado grandes críticas por explotar sexualmente a la mujer en sus contenidos.

Por su parte, Piñón y Pulido (2020), establecen que la figura de la mujer, en el reggaetón, es necesaria y protagónica, en base a ideales e intereses del ideal masculino, brindando sexo y dinero a las mujeres, resaltando su cuerpo, forma de divertirse, interés material, placer sexual, acompañado de diversos tipos de violencia, mientras que el hombre es la voz principal en los temas musicales, cuyo contenido lírico gira en torno a temas despectivos de la mujer, vista como objeto sexual, y fuente de satisfacción de los deseos del hombre como rol dominante.

De tal modo que, mayoritariamente la figura de la mujer es expuesta a violencia mediante letras textuales de este género, sumado a la libertad en la difusión en los medios de comunicación, incentivando a la violencia, machismo y establecimiento de estereotipos erróneos en relación a la imagen femenina, vistiéndola con prendas muy ajustadas que permiten ver sus atributos, bonita, voluptuosa y con poca moral y ética, cuya misión es satisfacer los mandatos masculinos. Además, se evidencia insultados hacia ella, con sobrenombres como “gata”, “zorra”, “diabla”, etc, y frases que la colocan en situación de vulnerabilidad como “ponte contra la pared”, “te voy a dar duro”. En cambio, el hombre es visto como sujeto vigoroso, dominante, fuerte, con alta posición económica y lleno de lujos (Piñón & Pulido, 2020).

Dentro de este orden de ideas, Gallucci (2008) destaca la vestimenta de los reggaetoneros, compuesto de franelas de algodón, chaquetas de cuero, gorras y joyas, mientras que las mujeres son partícipes de coreografías, con una fisionomía exuberante, vestidas de forma sexi y con poca ropa, como son el uso de faldas reveladoras, shorts y escotes, como medios indispensables en este género urbano, acompañadas en un baile sensual denominado “perreo”, reflejando posiciones eróticas.

Por lo tanto, se pretende abordar el lenguaje audiovisual como herramienta publicitaria y cómo inciden los elementos de la producción audiovisual al momento de realizar un videoclip urbano.

Por ende, el lenguaje audiovisual, se ha convertido en objeto de estudio a lo largo del tiempo, incrementando el interés y perspectivas conceptuales como la semiótica, narratología y teoría del discurso.

Es por ello que, esta investigación permitirá la creación de un videoclip en función de los elementos propios del Lenguaje Audiovisual, tomando en cuenta las tres fases de la producción audiovisual: Preproducción, Producción y Postproducción y así presentar un videoclip de calidad, misma que se realizará en la ciudad de Riobamba, apoyado en un guion técnico profesional.

Para ello, se soportará este análisis en varias investigaciones a profundidad, relacionadas con la temática previamente propuesta. Cabe mencionar, que los estudios que se presentarán a continuación, muestran características del género urbano y reggaetón, que se toman en cuenta para la realización de videoclips, cambiando la visión del mismo, y en pro de la equidad y respeto por la dignidad humana, con énfasis, en la mujer. Además, involucran escenarios que resaltan las obras de arquitectura moderna y contemporánea, brindando escenas que permitan el conocimiento de lugares atractivos y llamativos.

En este sentido, Alcantara (2021), en su trabajo de investigación titulado *Análisis narrativo audiovisual de los videoclips de reggaetón de Karol G desde un enfoque de género*, contextualizan que desde el éxito de la canción “Despacito” de Luis Fonsi y Daddy Yankee, el género urbano del reggaetón ha venido obteniendo mayor presencia en países de habla hispana. Así como este género musical se ha venido popularizando internacionalmente, han surgido

diversos movimientos a favor de la igualdad de género y la defensa a los derechos de la mujer, y al mismo tiempo aparecían nuevas cantantes de reggaetón que se destacaban por demostrar el empoderamiento femenino tanto en las letras de las canciones como en los videoclips musicales. Por ello, el presente trabajo es un análisis narrativo audiovisual de los videoclips de reggaetón de Karol G entre los años 2017 y 2019 desde un enfoque de género para explicar la representación de la mujer en los videoclips como productos audiovisuales y publicitarios de alta difusión musical. Desde un paradigma interpretativo y un enfoque cualitativo se plantea un estudio de caso aplicado a los seis videoclips más visualizados de la artista en *Youtube* lanzados entre 2017 y 2019. Se propone analizar tres categorías relacionadas a la narrativa y la dirección de arte desde un enfoque de género; perfil de personajes, acciones y contexto.

Así mismo, Gallego (2021), en la investigación titulada: *Música urbana: Arquitectura y escenografía*, determina que en los últimos años una nueva generación de artistas musicales que englobamos bajo el término género urbano está desarrollando una significativa cantidad de contenido audiovisual, que toma como escenario obras de arquitectura moderna y contemporánea de gran valor. Estos videoclips son el resultado de los valores y la estética una nueva cultura contemporánea, en la que, camuflada entre Auto-Tune y uñas de gel, hay cabida para el arte y la arquitectura. A través del estudio y análisis de estas escenografías y su tratamiento del espacio urbano y arquitectónico se plantea una base sólida que vincula directamente estos dos mundos a priori dispares.

Para Jaramillo (2021), en el trabajo de investigación titulado *El videoclip en Colombia: propuesta para un nuevo modelo de producción*, expone que se trata de un documento escrito y de una producción audiovisual que fueron el resultado de una tesis de grado presentada ante la facultad de comunión social con énfasis en audiovisuales, trabajo que obtuvo mención de honor de la Pontificia universidad Javeriana de Bogotá. La consolidación del videoclip como un formato estándar y reconocido se dio en los 70's. Luego, el videoclip se convirtió en un factor económico importante para la industria musical, tanto en Colombia como en el mundo. Con el fin de entender el universo del videoclip en Colombia, se realizó una investigación documental retrospectiva, un análisis los videos musicales presentados en un canal de televisión abierta y más de 20 artistas y productoras audiovisuales nacionales fueron entrevistados. A partir de los resultados encontrados en estas indagaciones, se propuso un

manual de producción que respondiera a las necesidades de la industria musical contemporánea en Colombia. El manual fue puesto a prueba con una banda emergente llamada Armenia. Los productos audiovisuales y los rendimientos financieros fueron positivos.

Estas investigaciones previas, aportan a la presente investigación, dado que exponen nuevos roles o papeles de la mujer y la forma como ha ganado participación en el desarrollo sistemático del contenido de los video clips; así mismo, se exponen las formas de diseño en la escenografía lo que contribuye a generar mayor protagonismo al punto objetivo en el desarrollo del contenido del videoclip, por último, se presenta una investigación realizada en Latinoamérica, demostrando con basamentos que el contexto de la idea inicial puede ser cambiada con total éxito.

1.3 Definición del problema de investigación

¿Cómo inciden los elementos del lenguaje audiovisual y producción audiovisual en los videoclips de género urbano en los premios MTV desde el 2009 hasta el 2019?

1.4 Objeto de estudio de la investigación

Lenguaje Audiovisual de los videoclips de género urbano

1.5 Campo de acción

Producción Audiovisual

1.6 Objetivos

1.6.1 Objetivo general

Analizar los elementos del lenguaje y producción audiovisual en los videoclips de género urbano en los premios MTV desde el 2009 hasta el 2019.

1.6.2 Objetivos específicos

- Establecer las características que tiene el género urbano como forma de expresión.
- Analizar los tipos de videoclips utilizados por el género urbano.

- Definir los elementos visuales, sonoros y de edición utilizados en los videoclips de género urbano.
- Aplicar el lenguaje audiovisual en la producción de un videoclip de género urbano.

1.7 Justificación

Los medios audiovisuales han evolucionado en la medida en que la tecnología se lo permitía, pero también han ido desarrollándose los modos narrativos, en la actualidad el cine, la televisión, el internet y los videojuegos se constituyen en las plataformas de consumo mediático para estos relatos, a su vez existen ámbitos narrativos donde se genera una producción discursiva propia y son el periodismo, la ficción, el entretenimiento, el documental y la publicidad

En la actualidad, la producción audiovisual de videoclips urbanos en el mundo es muy amplia, por lo cual se ha visto un alto grado de interés por dicho género musical, dado que da a conocer la realidad por la que atraviesa la sociedad, así como de problemas sociales. Además, debido a la evolución de las necesidades en función al uso correcto de la Producción Audiovisual al momento de realizar un videoclip.

Por otro lado, resulta de mucho interés el estudio del videoclip por las posibilidades que este ofrece. (Sedeño et al., 2016; Sedeño-Valdellós, 2020) señalan que el vídeo musical o videoclip es actualmente el formato audiovisual que más permite la experimentación, ya sea visual o narrativa. Y no solo la permite, sino que además en gran parte se basan precisamente en ella distintas modas imperantes dentro de la estética del videoclip, hecho que indica que dichas experimentaciones gustan al público.

El propósito de este estudio es tomar en cuenta el uso importante de los elementos del lenguaje audiovisual al momento de realizar una producción musical con todos los componentes adecuados. Entre los principales están los sonoros y los visuales ya que de esto depende tener una producción audiovisual de calidad y no empírica, como en la mayoría de los casos lo realizan.

Al momento de realizar un videoclip urbano se debe tener presente, qué tipo de video se va a realizar y porqué lo elegimos, no todos los videoclips son iguales existen varios tipos

entre ellos los videos narrativos, descriptivos, narrativo-descriptivo y video *lyric*. Si a todo esto se le añade que es precisamente la población más joven la que más hábito de consumo de vídeos musicales tiene, la importancia del formato en el futuro de la comunicación audiovisual queda más que garantizada, teniendo como referencia los videos urbanos realizados en los premios MTV desde el 2009 hasta el 2019.

Las razones que sirvieron como motivación para llevar a cabo esta investigación fue la observación de varios videoclips del género urbano realizados a nivel mundial, ya que no tienen una secuencia de la música y el artista, ni la aplicación necesaria de los elementos del Lenguaje Audiovisual en la Producción Musical del videoclip. Lo que se busca es proporcionar una idea de un videoclip urbano distinto a lo que realizan comúnmente los artistas internacionales como locales, y también siendo apoyo para productores audiovisuales que tomen este ejemplo como referencia al momento de sus producciones musicales.

CAPÍTULO II

2 Marco Teórico

2.1 Antecedentes de investigaciones respecto al problema a investigar

La presente investigación se sustenta en investigaciones previas con temática similar a la que se está proponiendo con la finalidad de entender y comprender que resultados se obtuvieron de los estudios realizados, y también analizar qué está sucediendo a nivel micro, es decir en Ecuador en torno a los videoclips de género urbano

El primer artículo sujeto a análisis es el realizado por Jorquera-Trascastro et al. (2021), centrado en la búsqueda y análisis de videoclips que, con la finalidad de identificar el mensaje oculto que contienen. Se empleó una metodología, en un estudio entre estudios culturales, cultura visual y la teoría que, cuyos resultados arrojan que los videoclips que tienen características que implica la representación que se hace de los cuerpos, y la interacción entre los personajes. Por tanto, concluyen que los videos analizados presentan diversidad de temáticas relacionados a la diversidad, evolucionando desde la marginalidad y enfoque sexual en contextos minoritarios hasta producciones de tinte comercial y popular.

Siguiendo con la revisión bibliográfica, Morales (2020), centrando su atención en los estereotipos de la mujer dentro de los videoclips de reggaetón de éxito internacional, interpretada por el género masculino, encontrando que el videoclip, independiente del medio digital o de comunicación, continúan siendo un producto de consumo masivo e influyendo en la conducta humana, así como la figura femenina ligada a la sexualidad y como objeto sexual. Además, el problema va más allá de la música que la población juvenil escucha, puesto que no se evidencia una educación en sexualidad que facilite el discernimiento sobre la difusión de contenidos. Sin embargo, resalta que el estereotipo femenino y la relación entre sexos opuesto, el reggaetón no es el principal responsable, sino que es un elemento que viene transcurriendo a lo largo de la historia, donde el paternalismo sigue en auge. A pesar de ello, la autora explica que tanto la música como el arte han sido una de las mayores fuerzas revolucionarios, donde los artistas de género masculino se han vuelto más sensibles frente al estereotipo de la mujer, fomentando mensajes de equidad y dignidad femenina.

Así mismo Monedero (2020), realizó una investigación centrada en el análisis de los estereotipos femeninos en los videoclips de reggaetón, mediante fichas de análisis de contenido de clips más vistos en la plataforma Youtube, en el año 2018. Concluyendo que no existe una evolución notoria en relación a la igualdad de representación, dado que se mantienen aún los estereotipos clásicos femeninos, mostrando mujeres románticas, despechadas, sumisas, muy sexualizadas, mientras los hombres, son los dueños de la situación y ejercen poder en la figura femenina, mostrando deseo carnal, amor romántico y en otros casos despecho.

En Ecuador se han realizado varios estudios relacionados a los videoclips y el género urbano, por su trascendencia y la influencia sobre la población juvenil. Es por ello, que se consideró oportuno analizar la investigación realizada por Baque (2017), centrada en las características de semiótica visual entre la interacción de las tribus urbanas desde la percepción de los adolescentes, encontrando que los elementos principales sujetos a observación son los colores de la vestimenta, lenguaje no verbal, la interpretación del mensaje de la música reggaetón, influyentes en las interacciones en las tribus urbanas, modificando sus comportamientos al adaptar la identidad del cantante Ñengo Flow.

Por otra parte, el estudio realizado por Barriga et al. (2018), analizan la evolución del curso de cortometrajes en estudiantes universitarios <Tinku>, en las categorías de la estructura narrativa y la puesta en escena en las convocatorias del festival. Se empleó un enfoque mixto, utilizando datos cuali y cuantitativos, que contribuyeron a la construcción del recorrido en producción audiovisual de los diversos autores y el impacto que quieren provocar, cuyas obras se centran en los ámbitos suburbanos que buscan reconectar entre el realizador y el espectador. Los resultados obtenidos muestran un crecimiento significativo, aproximadamente el 50% de los participantes lograron la excelencia puesta en escena.

Estas investigaciones y las que se encuentran en la contextualización, permitieron ampliar la visión y el conocimiento en relación a los videoclips de género urbano, claves para la realización de la propuesta de un videoclip desde este enfoque, el cual se presentan en apartados posteriores.

2.2 Fundamentación teórica

2.2.1 Lenguaje Audiovisual

El lenguaje audiovisual parte de la integración de las imágenes con el sonido, dado que en conjunto transmiten un mensaje a quienes escuchan o ven, por eso resulta de suma importancia abordarlo dentro del marco teórico porque va a permitir desarrollar la propuesta tomando en cuenta los aspectos que lo involucran para de esta forma identificar con qué mensaje se quiere llegar al público, es decir, cuál es el fin del videoclip que se va a desarrollar. A más de ser el objeto de estudio, se lo aborda para definir claramente los aspectos que se debe tomar en cuenta para la transmisión de ideas o sensaciones, que no involucra a la producción audiovisual netamente.

Se parte de la conceptualización del lenguaje visual entendido como el conjunto de ideas o sensaciones que se transmiten a través de imágenes y sonidos, teniendo en cuenta el público al que se quiere llegar y lograr su comprensión. Además, su función principal es que, mediante herramientas visuales y auditivas, el auditorio percibe adecuadamente el mensaje que se pretende transmitir, en base a lo que se ha propuesto por parte de los creadores del videoclip; es clave para la aceptación del espectador (Velita Tinoco, 2019).

Por su parte, Cebrián (1983), define el lenguaje audiovisual como el conjunto de sistemas sígnicos auditivos visuales y/o audiovisuales, organizados sucesiva y simultáneamente mediante equipos operativos, para establecer una comunicación entre un emisor y un receptor.

Así mismo, Eco (1995), argumenta que el lenguaje audiovisual es el más poderoso sistema semiótico conocido en la humanidad, empleado para la comunicación, con la finalidad de fortalecer los procesos comunicativos, mediante la imagen. De modo que, es imposible concebir un mundo, donde los humanos establezcan comunicación sin la ayuda del lenguaje verbal, centrado únicamente en la emisión de palabras.

En tanto, que, al realizar un recorrido histórico, se puede establecer que la imagen, fue el vehículo de comunicación y expresión más empleada, antes de la letra, permitiendo que la mayor cantidad de información recibida, sea receptada y analizada mediante los sentidos de

vista y odio (Salas, 2013). De modo que estos dos elementos, corresponde a la parte esencial del lenguaje audiovisual que se presentarán en apartados posteriores.

De tal modo, la palabra en un inicio, era el medio para aprehender, pero con la ayuda de la imagen, se favoreció el proceso pedagógico, dando prioridad al plano visual como transmisión de información, generando la recepción de inmediato de ideas y discursos en los receptores, alcanzando la masificación de información, denominada socialización del conocimiento (Salas, 2013).

Por lo tanto, el lenguaje audiovisual puede ser vista como la capacidad de las imágenes visuales y sonoras para narrar historias, es decir, al articularse con otras imágenes y elementos, que transmiten significados, se construye discursos. Concluyendo que corresponde a un estudio sistemático de elementos que tienen la finalidad describir y explicar el sistema, empleando mecanismos de narrativa audiovisual (Zunzunegui, 1998).

A más de los signos visuales y auditivos señalados, existen diversos elementos esenciales para el lenguaje audiovisual que permiten la transmisión del mensaje influyendo sobre las emociones y la sensibilidad en lugar de la razón e intelecto, que se presentan a continuación.

2.2.1.1 Dimensiones del Lenguaje Audiovisual

Antes de iniciar con el discurso audiovisual, es necesario contar con la idea central, porque sin ella, será imposible contar una historia. De modo que, para ejecutarla, se requiere de diversos elementos o dimensiones que permitan transmitir de forma audiovisual una historia (Salas, 2013).

Una forma de sensibilizar al espectador y mover sus emociones, más que la cognición, es a través de imágenes y sonidos, puesto que movilizan el inconsciente y sale a flote permitiendo que el auditorio se identifique con lo que ven y escuchan. Una forma de obtener más consumo y publicidad. Cabe señalar que el lenguaje audiovisual, está compuesto de diversos elementos claves al momento de elaborar una propuesta de videoclip dado que se tiene como objetivo transmitir un mensaje y permite una uniformidad entre ellos para la creación de diferentes piezas (ver tabla 1).

Tabla 1: *Dimensión del lenguaje audiovisual*

Dimensión	Definición	Clasificación	Descripción
Morfológica	La elaboración del mensaje audiovisual se lo realiza mediante elementos vinculados al sonido e imagen	Elementos visuales Elementos sonoros	<p>Las imágenes están formadas por puntos, líneas, figuras, formas y colores que en conjunto representan objetos, haciendo uso de imágenes icónicas (realidad), abstractas (fantasía), figurativas (fidelidad de la realidad – eg. fotografía) y esquemáticas o simbólicas (cierto grado de similitud con la realidad – eg. Íconos).</p> <p>Involucra elementos relacionados con la voz, música, así como los efectos y el sonido. Entre sus elementos principales se encuentra:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Diálogo</u>: Corresponde al hilo que conecta las narraciones, proporcionando tono narrativo y verosimilitud. • <u>Ambiente</u>: Tiene la función de representar la realidad, de modo que los silencios generan grandes tensiones. • <u>Música y efectos sonoros</u>: La música tiene un rol importante en la generación de ambientes, dado que ayuda a conectar información de fondo que busca comunicar. En tanto que cumple, las siguientes funciones: <ol style="list-style-type: none"> 1. Música documental: Corresponde al sonido de la historia que está siendo narrada. 2. Música incidental: Se emplea para dar potencia una situación determinada dramática.

3. Música asincrónica: Se refiere al contrapunto, como el ejemplo de la música navideña en concordancia con imágenes de guerra.

Por otra parte, las categorías del sonido son las siguientes:

1. Concepto diegético cerrado: Las fuentes de sonido se encuentran en el campo audiovisual.
2. Concepto diegético abierto: La fuente de sonido se encuentra fuera del campo audiovisual.
3. Campo extradiegético: El sonido no tiene concordancia con la narrativa.

5. *Espacio*: Tiene como objetivo simular una tercera dimensión mediante diversos recursos, entre ellos, la profundidad del campo, perspectiva, movimiento, etc.

Sintácticos El mensaje verbal, implica una serie de normas a seguir con el fin de elaborar frases con significado, puesto que permita la comprensión del espectador.

Planos

Está compuesto de:

1. Espacio
2. Tiempo
3. Movimiento
4. Signos de puntuación

Son la unidad básica del lenguaje audiovisual. Su clasificación va a depender de la proximidad de la cámara a la realidad, tomando como punto de partido el cuerpo humano. A su vez, corresponde al espacio, donde la cámara registra desde el inicio de la filmación hasta la finalización. Su duración va en relación al tamaño, es decir, en planos más abiertos, el público visualizará con detenimiento los detalles y en planos más cortos, agilizar el ritmo. Se clasifican en:

- Planos descriptivos: tiene como objetivo describir el lugar donde se ejecuta la acción:
 1. Gran Plano General (GPG): Escenario muy amplio, existencia de diversos personajes.
 2. Plano General (PG): Coloca a los personajes en el contexto en el que se desarrolla la acción.

- Planos narrativos: se encargan de contar la acción (narrar).
 1. Plano Entero (PE): Presenta al actor principal de pies a cabeza, cuenta con valor narrativo y descriptivo.
 2. Plano Americano (PA): Plano medio ampliado que indica los personas desde la cabeza hasta rodillas (manos y cara).
 3. Plano Medio (PML y PM): De cintura para arriba. Cuenta con valor narrativo, por mostrar la acción de los actores y expresivo por la apreciación de emociones.
- Planos expresivos: se encargan de mostrar la expresión de los personajes.
 1. Plano de Busto (PMC): Conocido Como plano medio corto, que tiene la función de presentar cara, pecho y los hombros de los actores.
 2. Primer Plano (PP): Muestra la cara y hombro del personaje, resalta emociones y sentimientos de los personajes.
 3. Primerísimo Primer Plano (PP): Indica los detalles del rostro del actor, presentando el espacio comprendido entre ojos y boca.
 4. Plano Detalle (PD): Señala un objeto o una parte de este, indicando valor descriptivo, narrativo o expresivo.

Ángulos

Se refiere a las distintas posiciones que asume la cámara en relación a la realidad que está registrando, permitiendo la ubicación del espectador desde la posición que está observando el

contenido del encuadre. Se los emplea para fomentar diversas reacciones en el público espectador, mediante el punto de vista de la cámara, desarrollar diversas posibilidades de efectos, en relación a su inclinación o altura. Pueden ser:

- Frontal: Cámara a la altura de la mirada del actor, denotando normalidad, no hay expresiones.
- Picado: Encuadre de la cámara desde arriba hacia abajo, resalta el valor expresivo, al indicar inferioridad, debilidad o sumisión dado que el actor u objeto en el encuadre aparece más pequeño en comparación al entorno.
- Contrapicado: Encuadre de la cámara de abajo hacia arriba, añade valor expresivo, al mostrar un personaje engrandecido, potenciado.
- Cenital: La cámara se coloca en posición vertical, encima del objeto o actor, presenta una situación con algunos aspectos dramáticos.
- Inclinación del eje lateral: se coloca la cámara con inclinación lateral, permitiendo que las imágenes se presentan de forma inclinada, expresividad de inestabilidad e inseguridad.

Composición

Hace referencia a la distribución de los elementos que se encuentran en una imagen dentro de encuadre (marco de referencia), a partir del formato de la imagen y en base a la intencionalidad semántica o estética. La composición permite la comprensión del pulso interior de una escena, indicando líneas de tensión y focos de interés.

También, permite que distintos elementos inertes cobren vida, mediante movimientos y dinamismo.

- Líneas verticales: Evocan sensación de vitalidad, quietud y vigilancia.
- Líneas horizontales: Sensación de paz y serenidad, estabilidad.
- Líneas diagonales: Sensación de dinamismo, movimiento de agitación y peligro.
- Líneas curvas: Sensación de dinamismo, movimiento, sensualidad.

Profundidad del campo

Hace alusión al área por delante y detrás del objeto o protagonistas que se observa nítidamente, para dar realce a los personajes u objetos o a su vez difuminarlos para que el público observa únicamente la acción principal. Depende de 3 factores:

1. Distancia Focal: Cámara con objetivos de corta distancia focal muestra mayor profundidad de campo a las imágenes.
2. Apertura del diagrama: Diagrama semi abierto, muestra un aumento en la profundidad del campo de las imágenes.
3. Distancia de los objetos a la cámara: Aumenta la profundidad del campo al enfocar elementos lejanos y viceversa.

Distancia focal

Se refiere a la distancia existente entre el centro de la lente del objetivo enfocado al infinito y la película fotográfica. Los objetivos pueden ser:

- Gran Angular: Distancia focal corta, debajo de 35mm, tiene la función de ampliar el campo visual y profundidad de campo, aunque distorsionan la realidad.
- Objetivo Normal: Distancia focal entre 35-50mm, el último valor es valor aproximado a la visión humana.
- Teleobjetivo: Distancia focal larga, superior a 50mm, acerca los objetos enfocados, pero los comprime.
- ZOOM: Variación de la distancia focal, en la misma toma.

Continuidad

Se refiere a la relación que debe existir entre las distintas tomas de un film con el objetivo de que no se rompan en el espectador la ilusión de continuidad, por ello, es importante que cada escena tenga relación con la anterior y sea de base de la que sigue a continuación. Se debe asegurar:

- Continuidad en el espacio: líneas virtuales, dirección de los actores, su expresividad y gestualidad.
- Continuidad en vestuario y escenario.
- Iluminación: evitar cambios repentinos de la iluminación y tonalidad en los mismos espacios y tiempos.

Ritmo

Consiste en una adecuada combinación de efectos y planos variados, consiguiéndolos mediante el montaje. Se debe tener en

cuenta el público objetivo y el mensaje con el que se desea llegar. Se clasifica en:

- Dinámico: Transmitir al espectador una sensación dinámica y de acción. Se emplea planos cortos y de duración corta.
- Suave: Transmisión de sensaciones tranquilas, empleo de planos largos y limitados.

Iluminación

Tiene la función de sobresalir o eliminar formas, creando una determinada atmósfera que origine variadas sensaciones. Se distinguen:

- Iluminación suave: También conocido como iluminación tonal, es difusa, permitiendo apreciar con claridad los detalles de la sombra, produce apariencias agradables.
- Iluminación dura: Denominada iluminación claro y oscuro, es direccional destacando formas y contornos de personajes y cosas, alto contraste.

Sistema de iluminación:

- Luces por manchas: Empleo de focos muy potentes, centra su interés en resaltar a personas y objetos para dar una temática dramática.
- Luces por zonas: Se realiza una gradación luminosa que va de mayor a menor intensidad, para resaltar lugares.
- Luces por masas: Gradación similar a la luz natural.

Color

El color de los objetos se origina por la luz que los reflejan. Los objetos que no son reflejados por la luz aparecen de color negro.

Cabe mencionar que la colorimetría permite que el inconsciente exprese diversos sentimientos u sensaciones. Se define por tres factores:

1. **Matiz:** Se refiere al mismo color, considerando los colores cálidos que resultan ser excitantes y estimulantes, mostrando cercanía y pesadez, a diferencia de los colores fríos, que son sedantes, denota espacios reducidos y distantes.
2. **Saturación:** Se refiere a la pureza del color en relación al gris, es decir, mientras más saturación, hay una mejor expresión de emoción, y a menor saturación, hay una neutralidad, indicativo de tranquilidad.
3. **Brillo:** Se refiere a la gama de un color en relación a la luz y oscuridad.

Tono

Se refiere a la cualidad del color. Si es definido y contrastado, indica vitalidad, serenidad, en cambio si es tonal, demuestra misterio e incertidumbre.

6. *Tiempo:* Se relaciona con la historia narrada, duración del rodaje y proyección.

Aspectos temporales cuantitativos

- **Linealidad:** Continuidad en el tiempo mediante sucesos del presente, que se vincula con el pasado y refleja un futuro.
- **Simultaneidad:** Acontecimientos en el mismo tiempo de diversos personajes.

Aspectos cualitativos:

- **Adecuación:** Es una fiel representación del tiempo en el que se desarrolla la historia.

- Distensión: Tiempo real más prolongado, resalto de tensión y clímax.
- Elipsis: Saltos hacia adelante con el fin de eliminar tiempos muertos.
- Flashback: Salto hacia atrás.
- Futurible o flashforward: Saltos para el futuro.

7. *Movimiento*: Se clasifica en:

- Movimientos físicos:
 - ✓ Panorámica: Movimiento de rotación de la cámara con dirección a la derecha o izquierda. Se distingue:
 - ❖ Panorámica horizontal: movimiento de rotación lateral.
 - ❖ Panorámica vertical: movimiento de rotación arriba – abajo.
 - ❖ Panorámico de balanceo: movimiento de balanceo.
 - ❖ Traveling: Desplazamiento de la cámara.

Movimientos ópticos:

- ✓ ZOOM: Se realiza con cámaras que contiene objetivos cambiantes, efecto de acercamiento o alejamiento, sin desplazar la cámara.

4. *Signos de puntuación*: Se encuentra:

- ❖ Corte: Cambios de planos directamente, no hay elementos intermedios.
- ❖ Fundidos: La imagen se disuelve al negro, transmite la sensación de finalización de periodos.
- ❖ Encadenado: Una imagen se disuelve y otra aparece simultáneamente.

Semántica	Se relaciona con aspectos del significado o interpretación de todos los elementos que tiene una producción audiovisual, dado que se requiere de adecuados elementos morfosintácticos para que el mensaje sea interpretado correctamente. Debe tener coherencia y claridad.	Recursos visuales y lingüísticos	Son aquellos que combina imágenes y textos para la difusión del contenido o mensaje, a través de palabras. Entre ellos se encuentran: elipses, metonimia, hipérbole, comparación, metáfora, símbolo, entre otros.
		Recursos solo lingüísticos	Son aquellos en los que no se emplea imágenes o videos, sino únicamente hacen uso de palabras o frases. Se encuentra las frases hechas, identificación de palabra-marca, dilogía, etc.
Estética	Son necesarios para que el lenguaje audiovisual adquiera significado, e incluye aspectos relacionados con la belleza y armonía.		
Didácticos	Se refiere a preguntas, resúmenes que se pueden presentar dentro de la pieza audiovisual para alcanzar la comprensión y atención del espectador.		

Fuente: Crucellas (2017); Ramos Quispetupa & Valverde Vizcarra (2019); Velita Tinoco (2019).

Estas dimensiones en conjunto permiten la creación de la historia y sobre todo otorgarle de sentido para que pueda ser entendible y construir el contenido en base a lo que se pretende transmitir mediante obras audiovisuales, como el caso del videoclip mediante el cual se pretende captar la atención del espectador para que el contenido llegue con claridad y de fácil comprensión. Todos combinados, van a dar como resultado una piza audiovisual de calidad y trascendencia, claves para alcanzar éxito en la producción audiovisual. Además, movilizar al inconsciente de las personas a través de imágenes, sonidos, movimientos, etc., que genere respuestas emotivas más que intelectuales.

2.2.2 Producción Audiovisual

Por otra parte, como se busca el desarrollo de una propuesta de videoclip desde el género urbano, se consideró oportuno abordar una sustentación teórica que fundamente el uso de la producción audiovisual, que se vincula con el guion técnico propiamente dicho, es decir, la creación del producto, en este caso el videoclip, por ello se abarca las fases que la componente, las cuales se las empleó en la propuesta.

Es así que, Soto (2015) señala que la producción audiovisual es el conjunto de procedimientos relacionados con aspectos técnicos, humanos, logísticos, que incluyen presupuestos para obtener como resultados la creación de contenidos audiovisuales, sea estas películas, programas de televisión, videoclips, etc., a su vez distintos géneros, sea documentales, publicidad, etc., mismos que tendrán como característica en común, transmitir un mensaje.

Por otra parte, Ortiz (2018) manifiesta que si bien es cierto la producción se refiere al procedimiento en general que conlleva a la creación de un producto audiovisual, es decir, desde el planteamiento de la idea hasta su finalización, la producción, también se relaciona con la grabación, a su vez, involucra, además, aspectos logísticos, en otras palabras, la gestión.

2.2.2.1 Fases de la Producción Audiovisual

La producción audiovisual, por tratarse de un procedimiento a seguir, necesariamente se requiere de una planificación minuciosa, para que, en cada fase, se obtengan resultados positivos y un rendimiento óptimo. El producir una obra audiovisual, contempla tres fases o etapas, las cuales se puede observar a continuación, pero hay una etapa previa o cero que involucra el desarrollo del proceso como tal y tener como resultado una producción de calidad.

2.2.2.1.1 Fase previa “Desarrollo del Proyecto”

Esta etapa se la conoce también como etapa inicial o cero, que está relacionada con la planeación partiendo desde el guion, haciendo énfasis en la compra y registro de derechos que realiza el productor. Además, su rol es fundamental puesto que ahí se busca auspiciantes o métodos para adquirir presupuesto para la producción. De igual forma, se considera quienes serán el equipo de trabajo, profesionales responsables de las fotografías, diseño de vestuario, el equipo de edición y el reparto principal. Además, se realiza un bosquejo de las fases siguientes, una especie de ruta por las etapas de preproducción, grabación y posproducción (Ortiz, 2018).

En esta etapa, el trabajo del productor es arduo y constante, con el fin de reducir tiempo e inversiones. Una vez que haya identificado su equipo de trabajo, consolidado el financiamiento, así como el tiempo de ejecución, se prosigue con las siguientes fases.

2.2.2.1.2 La preproducción

La preproducción es la primera etapa formal de la producción audiovisual, puesto que conlleva la toma de decisiones, se trabaja desde el escritorio y no involucra el rodaje, pero en ésta se realizan todas las actividades de planeación esenciales y específicas para obtener una buena etapa de grabación y consecuentemente la posproducción (Antezana, 2017).

En esta fase, según Andreu (2016), el productor realiza constantes reuniones con el director para revisiones exhaustivas del guion, además, coordinar la forma en que se piensa hacer el rodaje, identificar las necesidades generales y específicas de la grabación y sus

secuencias. Posteriormente, se realiza encuentros con cada jefe de equipo, de acuerdo a cómo se van incorporando en el proyecto.

Por ello, resulta relevante mencionar que, en esta fase, se realiza el trabajo escrito, mediante una lluvia de ideas, sinopsis, el guion literario, técnico, plan de rodaje, técnicas que permitan llevar a cabo la redacción. Así mismo, se desglosa la planeación de la producción, mediante una lista de todos los elementos que aparecen en la secuencia, incluyendo locaciones, diseño de producción, actores, diseño de vestuario y maquillaje, efectos especiales, música, etc. Es decir, lo que cada departamento debe realizar (Antezana, 2017).

De igual modo, para cada secuencia se debe tener en cuenta del siguiente equipo de trabajo (ver tabla 2).

Tabla 2: *Equipo de trabajo en la producción audiovisual*

Jefe de equipo	Función
Director	Es el encargado de coordinar las actividades tanto del equipo técnico como artístico, además, de ser el máximo responsable de la puesta en escena.
Productor	Se encarga de establecer los medios y personas necesarias para realizar una obra audiovisual.
Guionista	Es la persona responsable de la elaboración del contenido del guion, en base a la idea principal del director.
Escenografía	Persona destinada a la realización del diseño, armado y montaje de las escenografías dentro del set de filmación.
Director de fotografía	Se asegura que el cuadro de la escena sea acorde a los lineamientos estéticos.
Camarógrafo	Es el responsable de los equipos de cámara y registro de imágenes.

Iluminador	Es la persona que se encarga del armado y montaje de los equipos de iluminación acorde lo establecido en el guion técnico.
Sonidista	Persona responsable de los equipos de sonido necesarios en base a lo establecido en el guion técnico.
Continuista	Persona encargada de la coherencia entre las tomas, en base a los actores, gestos, vestimenta y peinado.
Editor	Es la persona responsable del proceso de edición y montaje del material que se registró para la elaboración del producto audiovisual.

Fuente: Mena (2013)

Por otra parte, Soto (2015) expone que, en esta fase, se toma en cuenta una previsión de gastos, las localizaciones a utilizar, la realización de reuniones, pruebas, diversos ensayos, así como la contratación de equipos técnicos, artísticos, sumado a servicios de iluminación y sonido. En definitiva, es una etapa centrada en las actividades previas claves para que la obra audiovisual, siendo un trabajo de planificación y revisión de los elementos necesarios para obtener una obra audiovisual de calidad.

A continuación, se presentan en la tabla 3, los pasos que conlleva la etapa de preproducción:

Tabla 3: *Pasos de la etapa pre producción*

Aspectos	Descripción
Control Presupuestario	<ul style="list-style-type: none"> • Es llevado a cabo por el área de Producción, que involucra al productor ejecutivo, director de producción o jefe de producción, cuyas funciones son organizar y controlar los ingresos y egresos económicos. • Requiere de un formato con diseño claro para evitar confusiones, dado que cada rubro, tiene su sub rubro, que involucra a personas, entidades, proveedores, fundaciones, entre otros. • Entre los aspectos que involucra el presupuesto, están: rol técnico, cantidad de semanas que va a trabajar, el cobro por semana, y el total del trabajo.

**Convocatorias
Personal Técnico**

- Corresponde a los llamados que se realiza a todas las personas cuyo oficio o profesión, sea necesaria para la ejecución de la producción.
- El personal de producción hará uso de su conocimiento y experticia en el medio audiovisual.
- Para la contratación del personal, el productor se guiará del presupuesto para saber con quienes se cuenta, contando con personal secundario adecuado.
- En esta etapa, los profesionales de las diversas especialidades, ponen en marcha sus funciones y responsabilidades.

**Convocatorias
Personal Artístico
Casting**

- El personal artístico o los actores, son esenciales para el proyecto, suelen ser personas con mucha sensibilidad, dado que la profesión exige ocupar el cuerpo como instrumento.
- La responsabilidad le corresponde al equipo de Dirección.
- Las convocatorias, pueden darse por diversas formas, una de ella es la comunicación con los representantes de profesionales reconocidos, en caso de necesitarlos.
- En caso de requerir otros personajes, llamará a casting y realizará entrevistas para seleccionar al actor idóneo.

**Contrataciones
(Personal Técnico –
Artístico –
Proveedores e
Industrias
Auxiliares)**

- Luego de la selección de los profesionales que van a formar parte del equipo de trabajo, se prosigue con la etapa de contrataciones.
- En la industria audiovisual, existen diferentes entidades encargadas de regular las condiciones laborales tanto de técnicos como artistas, que deberán tener claro los diferentes modelos de contrato y cláusulas.

Guion técnico

- Se refiere al acto de interpretar, valorar o evidenciar las necesidades de producciones manifiestas o latentes en el guion, y escena por escena.
- El guion técnicamente corresponde a la parte oficial de la preproducción, porque sin este no se puede empezar ninguna actividad.
- Se procederá a revisiones con los directores del equipo de trabajo, para la realización de anotaciones y preguntas que surjan durante su revisión.
- El guion técnico, corresponde a la expresión de planos en cada unidad de acción dramática.
- Se incluye, el story board, un cortometraje animado.

Desgloses	<ul style="list-style-type: none"> • Es una etapa que permite analizar las escenas del guion literario, los requerimientos, necesidades, recursos materiales y humanos.
Plan de rodaje	<ul style="list-style-type: none"> • Corresponde a la planilla en el que se coloca, los días en que se va a filmar, las decoraciones, la contratación de actores, extras, los recursos que se va a ocupar, estimación de tiempo.
Ensayos	<ul style="list-style-type: none"> • Los ensayos realizados por los actores son parte fundamental para alcanzar una buena interpretación en la fase de producción. • Tiempo en que el director y su equipo, guíen y brinden pautas a los personajes en cada escena. • Se parte de una lectura del guion en presencia de todos los personajes.
Relevamiento de Locaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Corresponde a la identificación del espacio ideal para adelante y atrás de la cámara, no solo se requiere de una locación perfecta, sino también una infraestructura que en el rodaje contenga todo el personal y equipamiento para las diferentes escenas.
Realización y Armado de Decorados	<ul style="list-style-type: none"> • En caso de requerir construir los escenarios y decorados, se partirá de un boceto, seleccionados por el director. • Cuando se han seleccionado, se procede a la ambientación, incluyendo utilería que corresponda a las características seleccionadas, tomando en cuenta el carácter de los actores que lo van a utilizar. • La ambientación de los decorados, se los realiza en locaciones seleccionadas, acorde al guion literario.
Pruebas de vestuario, maquillaje y peinado	<ul style="list-style-type: none"> • El equipo de Arte, se encarga de escoger la ropa, accesorios, colores, el maquillaje y el peinado, mediante pruebas para alcanzar el efecto deseado en cada rol.
Rendiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Los ingresos de dinero facilitan realizar las rendiciones, dar cuenta y demostrar con evidencia los gastos realizados.

Fuente: Mónaco (2014); Soto (2015)

2.2.2.1.3 La producción

La producción, también llamada rodaje o grabación, corresponde a la fase siguiente, después de la preproducción, una vez aprobado los requisitos. Ésta es el comprobante de si se realizó una correcta planificación del trabajo, puesto que se pone en marcha el rodaje o filmación de lo previamente establecido, entre en juego todos los esfuerzos intelectuales, equipo de trabajo, con el fin de obtener un producto audiovisual (Antezana, 2017)

En esta etapa se busca plasmar las escenas que fueron descritas en el guion. La duración del rodaje varía dependiendo al producto que se desea obtener, y en base a la extensión del guion previamente realizado. Durante la producción o rodaje se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos, que se presentan a continuación en la tabla 4.

Tabla 4: *Pautas para el desarrollo de la producción o rodaje*

Pautas	Descripción
Preparación del rodaje	<p><i>Estudio del Guion:</i> Es importante que el director haga una revisión de las líneas del texto, en conjunto con el autor-guionista, para que ambos tengan claro la idea y lo que se va a realizar. Posteriormente realizar reuniones con los equipos de trabajo para socializar la idea que se pretende transmitir.</p> <p><i>Decorados y localizaciones:</i> La dirección artística y de producción, serán los encargados de establecer los sets de la escenografía del rodaje, sea elaborada, montada o en lugares reales.</p> <p><i>Casting de actores y figuración:</i> En esta etapa se busca a los actores del rodaje, mediante la programación de pruebas actorales.</p> <p><i>Reuniones sectoriales:</i> Serán realizadas por los coordinadores de los distintos equipos de trabajo en conjunto con el director para realizar revisiones al guion, así como escuchar intenciones y necesidades que se presenten, así como inconvenientes con la finalidad de buscar soluciones entre los integrantes.</p> <p><i>Ensayos:</i> Cada actor se centrará en repasar sus líneas, y el equipo de dirección se encargará de dar seguimiento y llamar a repasos de determinadas escenas de la película. Todo esto, para asegurarse de que, en el rodaje, cada una de las escenas salgan lo más perfectas posibles, por ello, es importante el ensayo constante con los actores del reparto.</p>

El rodaje En esta parte, las escenas serán representadas, plasmadas a través del dibujo de la puesta en escena para ampliar y tener claro lo que se desea lograr en cada secuencia.

Además, se realizará una planificación que tome en cuenta planos, encuadres, composición interna, ángulos, movimientos de cámara.

La puesta en escena En esta parte, se pone en escena lo ensayado y el plan de trabajo previamente elaborado, respetando las normas ya establecidas.

Fuente: Andreu (2016).

Por lo tanto, la fase de producción o rodaje, se refiere a la filmación o grabación del proyecto como tal (Soto, 2015). A continuación, en la tabla 5, se muestran los pasos que se debe seguir.

Tabla 5: *Pasos de la etapa producción*

Aspectos	Descripción
Unidades de Rodaje	<ul style="list-style-type: none"> • Se refiere al espacio o lugar donde el personal trabajará, involucrando tanto al técnico como artístico. • Se dividen en: 1) delante de cámara, consiste en trabajar el espacio previsto, colocando cada elemento en el lugar establecido por el guion técnico; 2) detrás de cámara, correspondiente a la infraestructura necesaria para la filmación, incluyendo áreas para catering, vestuario, maquillaje, descanso de actores, etc.
Puestas de Luces	<ul style="list-style-type: none"> • El director se encarga de indicar el tipo de luces y el posicionamiento correcto.
Ambientación	<ul style="list-style-type: none"> • El escenógrafo en conjunto de su equipo de trabajo, utilizarán el equipo delante de cámara, con la utilería y aspectos diseñados en el cuadro de cada plano.
Posicionamiento de cámara	<ul style="list-style-type: none"> • El camarógrafo es el encargado de ubicar la cámara para el respectivo registro de imagen establecido por el director, en base al guion técnico, dibujado en storyboards.

Posicionamiento de actores	<ul style="list-style-type: none"> • Los encargados de direccionar a los actores el posicionamiento y movimientos a realizar en cada plano a filmar, serán el asistente de dirección y su equipo de trabajo.
Presentación Encuadre	<ul style="list-style-type: none"> • Una vez realizado los movimientos anteriores, se presentará el resultado el encuadre para la aceptación del director y los demás jefes de unidad de área.
Captación de imagen	<ul style="list-style-type: none"> • Corresponde al momento en que será leída y registrada la imagen en el cuerpo de la cámara.
Control presupuestario	<ul style="list-style-type: none"> • Verificar los egresos., así como ingresos en caso de existir.
Control plan de rodaje	<ul style="list-style-type: none"> • El director y el equipo de producción controlarán que las actividades se cumplan en el tiempo estipulado.
Control material virgen	<ul style="list-style-type: none"> • El equipo de producción llevará el registro adecuado del material empleado, los tiempos de registro de imagen para la planificación de los tiempos en posproducción.
Llamados diarios de filmación (Call Sheet)	<ul style="list-style-type: none"> • Corresponde a una planilla diaria, donde se establece todas las necesidades de cada día de rodaje, contando con horas de citación con los técnicos, actores y proveedores, registro laboral
Rendiciones	<ul style="list-style-type: none"> • Los ingresos de dinero facilitan realizar las rendiciones, dar cuenta y demostrar con evidencia los gastos realizados.

Fuente: Mónaco (2014).

En esta etapa se pone en escena todo lo planificado en las etapas previas, ya sea días, semanas e incluso meses de planificación constante, se ven resumidas en esta fase. Por ello, es importante que se tome en cuenta los aspectos que la involucran para asegurarse de brindar soluciones certeras a los posibles conflictos que puedan ir apareciendo.

2.2.2.2 La postproducción

Es la última etapa de la producción audiovisual y se caracteriza por la presencia de un equipo de edición, tanto en el área audiovisual, de sonido y colorimetría, que en conjunto se encargarán de presentar un buen producto final. Por tanto, esta etapa se ejecuta una vez culminada la filmación, y se procede a la realización de la edición, montaje y sonido de lo filmado, de modo que el productor ejecutará una revisión minuciosa, dado que deberá estar atento a posibles inconvenientes que puedan ocurrir y se necesite rodar de nuevo (Soto, 2015).

En esta fase, se van puliendo detalles, revisando los cortes audiovisuales, tomando en cuenta los tiempos de duración, la narración necesaria, así como también la grabación de la música original, regrabación de la voz, en caso de ser necesaria, sumado a la corrección del color, darle calidad a la imagen, tomando en cuenta la textura, contraste y nitidez, y la integración de manera orgánica del sonido en relación a las imágenes. Para posterior comercializarla, previamente haber registrado la obra ante el instituto nacional del derecho de autor (Mena, 2013).

De modo que, a continuación, se presentan los pasos que conlleva dicha etapa (ver tabla 6).

Tabla 6: *Pasos de la etapa posproducción*

Aspectos	Descripción
Armado de imagen y sonido	<ul style="list-style-type: none">• Se refiere a la sección de tomas correctas de cada plano a insertar y construir la secuencia de escenas.• El responsable del sonido se encargará de armar la banda mediante la mezcla e interposición de los diversos sonidos en cada plano.• El director verifica constantemente el trabajo de posproducción para obtener el producto deseado.
El proceso de Laboratorio	<ul style="list-style-type: none">• Se refiere a procesos químicos de laboratorio, en el que se incluye efectos especiales, o simples como fundidos, encadenados, corrección de colorimetría, filmación de títulos, etc.

- Se realiza proyecciones para la corrección de imagen y sonido.

Rendiciones

- Los ingresos de dinero facilitan realizar las rendiciones, dar cuenta y demostrar con evidencia los gastos realizados.

Fuente: Mónaco (2014).

En este sentido, la etapa de posproducción corresponde a la visualización y escucha de todo el material recopilado en el rodaje, para escoger las tomas, unificarlas acorde a lo que se desea transmitir en cada escena y como producto final, que no solo implica un trabajo con imágenes y sonidos, sino que incluye el empleo de efectos especiales, fondos animados, insertar archivos de sonidos, composiciones de música, doblajes, etc (Mónaco, 2014).

Sin embargo, una vez finalizada esta fase se da paso a la etapa de comercialización, distribución o exhibición del producto realizado, dependiendo de la obra audiovisual, dado que corresponde al inicio de la cadena de explotación, es decir, si es una película, cuándo se la va a estrenar, las salas, o a qué hora y el canal de televisión, así como también la transmisión por plataformas como Netflix u otras (Soto, 2015), que incluye los siguientes pasos (ver tabla 7).

Tabla 7: *Pasos de la comercialización del producto*

Aspectos	Descripción
Distribución	<ul style="list-style-type: none"> • Se refiere al lazo entre la producción y exhibición, es decir, el punto medio entre el producto concretado y la llegada al público
Lanzamiento	<ul style="list-style-type: none"> • Corresponde al proceso de difusión del producto, requiriendo de materiales para entregar como los pressbook, fotografías, trailer, teasers, que sean de interés para el público. • Se sugiere la contratación de un jefe de prensa para la estrategia de difusión y lanzamiento. • Se diseñará campañas publicitarias, a través de afiches, banners, etc.
Exhibición	<ul style="list-style-type: none"> • Significa dar a conocer el producto, es la etapa final del proceso de organización de la producción.

- En esta etapa el objetivo se ha cumplido, y se lo comercializa en cine, televisión, pantalla, computadora, etc.

Fuente: Mónaco (2014).

2.2.3 Videoclip

Para el cumplimiento de los objetivos, se consideró oportuno abordar el tema relacionado al videoclip, sus tipos y los géneros musicales, dentro del cual se pone énfasis al género urbano puesto que es el culmen del proyecto de investigación, la creación de uno de ellos, desde el género urbano. Siendo de tal forma, que se abarcó dichas temáticas para tener una idea clara de qué se pretende realizar y cuáles son las características que enmarca el género urbano, así como los distintos videoclips que existen.

Se parte de los antecedentes del videoclip en la década de los cuarenta, denominado *panoram*, cuya función era similar a una caja musical, compuesta por una pantalla en blanco y negro, proyectando imágenes que los artistas seleccionaban para representar su canción (Monedero, 2020). Sin embargo, con la aparición de la televisión, la industria discográfica descubre la importancia de este medio, generando programas para la promoción de discos, y videoclips (Gifreu, 2009). Tiempo después, los artistas empezaron a interesarse por el cine y década más tarde, The Beatles, realizaron su primera película, convirtiéndola en un antecedente clave para el videoclip. En este recurso se empleó recursos como efecto cortina, cuadro dentro de cuadro, filmación fotograma, fotocollage, materiales tonales, materia ficcional y documental, así como dinamismo (Leguizamón, 2001).

En el año 1970, aparece el filme-performance direccionado por Donal Camel, pretendiendo mostrar al artista desde diferentes ángulos, dividiendo la historia para dar el papel protagónico al cantante y su presentación. Luego, en el sencillo de The Beatler “Captain beefheart and his magic band”, se convirtió en el primer sencillo presentando en formato de video a través de televisión. Sin embargo, a partir de 1975, se empieza a hablar de videoclip con la presentación del video del sencillo “Bohemian Rhapsody” de Queen, con excelentes resultados, promocionando la canción y el álbum (Gifreu, 2009).

Este fenómeno continuo su extensión en los años 80's dando importancia en 1981 al canal de televisión *MTV*, destinado a la transmisión de videoclips musicales durante 24 horas, seguido del lanzamiento de "Thriller" de Michael Jackson, en 1981, brindando una forma nueva de narrar la video música, aproximándose al video concepto y dejando de lado al video *performance* (Sherman & Dominick, 1986).

De hecho, el videoclip ha sido objeto de estudio por varios años atrás, definiéndole como una herramienta audiovisual transmisora de mensajes, que incluye una combinación de elementos de música e imagen (Sánchez & Fonseca, 2019).

Otra definición, lo asocia como un género audiovisual, que busca gestionar materias expresivas tanto de imagen y música, con una intención global de transmitir un mensaje mediante recursos estables y uniformes (Sedeño, 2007).

Por su parte, según la Real Academia Española, conceptualiza al videoclip como un cortometraje que tiene como finalidad la publicidad y promoción de una canción o pieza musical (RAE, 2019).

De igual forma, Vargas (2021), señala que el videoclip combina imágenes, texto y sonido, que permita su difusión de manera inmediata y llamativa para el espectador, interviniendo elementos de diversas formas, movimientos, colorimetría, dimensiones etc, sin requerir un aprendizaje o preparación previa para su percepción, es decir, como es una secuencia visual que favorece a la percepción intensa y rápida de un mensaje en un corto lapso de tiempo, adelantándose al texto escrito, que implica un mayor tiempo y conocimientos en relación a los procesos de lecto-escritura

Martínez (2017), añade que los videoclips musicales contienen imágenes y significados para un tiempo determinado, basado en una corporeidad y estetización de una imagen narrada como medio de comunicación, construido tomando en consideración aspectos sociales, culturales y artísticos. Su objetivo, dentro de la producción de videoclips en la industria musical, no es crear un arte estilizado y que involucre consensos con el espectador, sino que busca favorecer espacios de interacción social que genere una cultura común que perdura en la historia. En tanto, que tiene la capacidad de

modificar la realidad a través de significados, y contenidos que reflejen y proyecten las vivencias de la colectividad (Vargas, 2021).

En concordancia con Martínez (2017), argumenta que la influencia del video musical, modifica la realidad circundante, por aproximarse a la realidad de los espectadores, porque su interés traspasa lo que el artista y entorno transmite, sino que entabla relaciones con diversas categorías como el género, etnia, clase social, creencias, etc, transformando su percepción.

Entre las características novedosas del videoclip audiovisual, es la invitación continua a las interacciones entre espectadores con las historias narradas con el fin de generar experiencias nuevas (Sedeño Valdellós et al., 2016).

Un autor que coincide con estas posturas, es Connor (1996), señalando que el videoclip musical es un producto cultura de la postmodernidad, de modo que la cultura de las masas tiene relación directa con la comunicación tecnológica, para simular la presencia real del artista con el espectador.

2.2.3.1.1 Tipos de Videoclips

Resulta relevante el análisis de los distintos tipos de videoclips que servirán para entender y sobre todo identificar cuales aparecen dentro del género urbano. Los videoclips se van a clasificar según su estructura o forma, la producción empleada, contenido, etc. Sin embargo, a continuación, se darán a conocer los principales (ver tabla 8).

Tabla 8: *Clasificación de los videoclips*

Tipo	Descripción
Narrativo	Tiene la finalidad de contar una historia, con un nudo, desarrollo y desenlace. Siendo uno de los más complejos porque se requiere de un guion más elaborado para lograr que la historia tenga sentido y coherencia

Descriptivo	Se centra en mostrar al artista interpretando o bailando una canción, no hay una narración, ni contextos musicales.
Descriptivo - narrativo	Es la combinación de los dos anteriores, conjugando una historia y la representación del cantante o grupo musical en una situación ficticia o actuada.
Dramático - narrativo	Se presenta una serie de escenas donde narran historias basadas en el enfoque dramático-clásico, hay una relación de la imagen y música.
Musical o performance	Existe una interpretación de la música por parte de una banda o cantante en entornos musicales (escenarios, estudio)
Conceptual	Se basa en la creación de ambientes estéticos y de tipo abstracto.
Mixto	Consiste en la combinación entre las clasificaciones señaladas

Fuente: Donet, (2019); Sedeño (2007)

La clasificación de los videoclips resulta importante identificar y establecer diferencias puesto que si se pretende elaborar un videoclip es necesario saber qué se va a hacer y otorgarle una categoría correspondiente, para asegurarse de que se cumpla las características propias.

A nivel de videoclips musicales, Connor (1996) en su obra, “Cultura Posmoderna. Introducción a las teorías de la contemporaneidad da a conocer una clasificación de los videoclips musicales de Kaplan (1987), siendo los siguientes:

1. **Romántico:** centra su atención en la narración de historias con temáticas de pérdidas y reencuentro, sumado a relaciones sexuales.
2. **Nihilistas:** no cuenta con una línea de narración, sino giran en torno al erotismo, sado-masochismo, homoeroticismo y androginia.

3. **Clásicos:** centra su interés en la figura masculina de Hollywood, a manera de un voyeur, que mira a la mujer como objeto de deseo, o a su vez, involucra miedo, ciencia ficción y suspenso.

4. **Pormoderno:** No cuenta con características propias, sino que asume múltiples interpretaciones que carecen de coherencia con las imágenes que se presentan. Estos videos son los más empleados en la cultura de masas, dado que tiene implicaciones feministas.

En esta misma línea, Fiske (1987), define al videoclip posmoderno como una recopilación de imágenes que sale del contexto original, que guio el sentido a transmitir, reduciéndolo a un significado común de libertad, pero distantes del sentido original.

Así lo señala Sedeño Valdellós et al. (2016), es difícil establecer una teoría que aborde el videoclip musical contemporáneo, debido a los constantes cambios y transformación que se producen a nivel de la industria musical, visto como un formato de producción musical.

2.2.4 Géneros Musicales

El ser humano, desde la antigüedad ha sido participe del ritmo musical, mediante el canto, los hombres transmitían sus sentimientos, emociones, y pasiones (Arana & Toledo, 2015).

La música se encuentra en evolución constante, sumado a la interacción entre personas y su entorno, lo que hace muy poco probable que existan personas con alguna preferencia musical, dado que se ha convertido en un elemento de la vida del ser humano. Dichas preferencias van a depender de factores como el idioma, la letra, sonido musical, el contenido de la música, pero va a estar vinculado la elección de música con los sentimientos y emociones que experimenta el sujeto mientras la escucha (Restrepo Betancur & Ocampo Quiceno, 2020).

Debido a la variedad de música que existe, se ha visto necesario agruparlos en grupos en base a características similares o propias de cada uno de ellos. Pero se partirá de una definición, planteada por Guerrero (2012), señalando que el género musical es un conjunto

limitado de normas aceptados por la sociedad, así como reglas que lo definen, es decir, corresponde a una categoría o estilo que está formado de composiciones musicales que tienen características en común o aspectos de afinidad como la función, los instrumentos y el contexto en el que se desarrollan.

Por lo tanto, con el pasar del tiempo, se fueron clasificando acorde a diversas características, a continuación, se presentan algunos de los géneros musicales:

Tabla 9: *Clasificación de los géneros musicales*

Género Musical	Descripción
Hip-Hop	<ul style="list-style-type: none"> • Nace a partir de los años 70's, en las comunidades hispano américas y afroamericanas. • Se lo denomina rap, caracterizado por bailes movidos. • La vestimenta de los artistas está compuesta de ropa ancha, gorra y collares llamativos. .
Rock	<ul style="list-style-type: none"> • Nace de la fusión de diversos estilos del folclore de Estados Unidos, en la década de los cincuenta. • Se caracteriza por sus mensajes que denotan rebeldía, y el uso de guitarra eléctrica para generar tonalidades elevadas.
Reggaetón (Urbano)	<ul style="list-style-type: none"> • Proviene del reggae, por la presencia de temáticas eróticas y sexuales. • Originario de Puerto Rico. • Caracterizado por su contenido violento, ofensivo, su baile excesivo, es producto de la mezcla de géneros.
Pop	<ul style="list-style-type: none"> • Surge en el siglo XX en Inglaterra, en los años 60's.

- Interpretada tanto en inglés como el español.
- Contenido en relación a temas de amor, vida y pocos temas sociales.
- Los artistas tienen una personalidad marcada, así como su estilo y atractivo visual.
- Exponentes: Madonna – Michael Jackson, etc.

Salsa

- Tiene orígenes en la bairrada, miseria.
- Fusión de rasgos melódicos cubanos, jazz y música latina.
- Contenido en torno a experiencias de vida, sentimentalismo y baile en pareja

Fuente: Arana & Toledo (2015); García (2009); Taringa (2007).

2.2.4.1 Género Urbano

Surge de forma clandestina y empieza a posicionarse y difundirse a través de los medios de comunicación a raíz del año 2000, en países como España, Estados Unidos, Venezuela, Puerto Rico y Costa Rica (Gallucci, 2008). No obstante, acorde a la tradición, se cree que surgió por el intercambio cultura y musical que se dio en los años 80's (Gallucci, 2008). Aunque, Martínez (2014), entre los géneros y ritmos que lo componen se encuentra el reggae, rap, hip-hop, salsa, merengue, visto como género urbano híbrido.

Así mismo, el género urbano ha pasado por cambios evolutivos que va desde la escuela norteamericana con artistas como 2pac, 50cent, etc, hasta artistas actuales como Bad Bunny, Daddy Yankee, Maluma, Balvin, entre otros, influyentes en jóvenes, caracterizada por un lenguaje agresivo y contenido explícito. Por lo que se puede conceptualizar como ritmos que se encuentran en la actualidad, vinculado a la calle, con letras provocativas. Surgen en barrios de bajos recursos económicos, convirtiéndose en una expresión de los marginados como afroamericanos o inmigrantes (Vives, 2020).

Así lo señala, Delgado (2020), el género surgió como un grito frente a la marginalidad a la que estaban expuestos los barrios urbanos y pobres de Latinoamérica y el

Caribe. No obstante, en la actualidad, los reguetoneros hacen referencia que, aunque nacieron en barrios humildes, su trabajo les ha permitido una mejor posición económica, que impide preocupaciones de dinero. Esto es representado a través de su vestimenta, caracterizadas por la marca y lujo. Sin embargo, Martínez (2014b), deduce que producto de la exclusión, ausencia de educación y énfasis en la sexualidad, el reggaetón se ha convertido en un medio de refugio, identificación y compartición, frente a la admiración de íconos.

Por lo tanto, es una música que se acerca a la sociedad mediante letras que tratan temas cotidianos de la ciudad y de sus habitantes, problemas ordinarios que las personas de las urbes tienen. Esto hace que las personas se sientan identificadas con unas canciones que realmente les representan. Además, tratan el sexo y las drogas, algo tabú para los demás géneros musicales. (Saldaña & Reyes, 2019).

Entre los factores que contribuyen a la delimitación del reggaetón como género musical, de acuerdo a Arias (2020) , quien toma como referencia a Franco Fabbi, se muestran a continuación:

Tabla 10: Reglas del género musical del reggaetón

1) Convenciones sonoras	Ritmo de dembow	
	Parte vocal rapeada y/o cantada	
	Producción electrónica	
2) Convenciones performativas	Baile (perreo), cultura de discotecas	
	Letras en español	
	Estética bling bling ^f (del hip hop)	
3) Convenciones de "envoltorio"	Mainstream (actualidad)	
	Etiquetas industria musical	Música urbana
		Música latina
4) Valores que encarna (ideología)	Sexo, fiesta, clases bajas, latinidad	

Fuente: Arias (2020)

Como se puede observar en la tabla, a nivel sonoro, lo característico del reggaetón es su ritmo dembow, combinación de kick y snare, es decir, es la médula espinal de la canción, que guía la construcción del resto de la canción. Se baila el perreo, que es un baile con contenido alto sensual y sexual, muy vinculado a las culturas de discotecas. El

reggaetón, se rapea y canta en español, empleando jergas específicas, aunque en otros casos se mencionan terminologías del idioma inglés, referidos al bling bling. Otro elemento que permite la delimitación del reggaetón, es el éxito comercial con el que cuenta, partiendo del año 2000, llegando al consumo masivo en todos los países de habla hispana.

De tal modo que, el reggaetón es visto como una manifestación mainstream de la música urbana latina, presentando polémicas en cuanto a su autenticidad, calidad musical, contenido sexual explícito en sus letras y videoclips (Arias, 2020). Así mismo, Marshall (2008) argumenta que, a nivel simbólico, este género trae consigo varios valores, en relación al sexo, fiesta, mundo marginal y latinidad, aunque sus orígenes fueran vinculados a la negritud.

2.2.4.1.1 Características del género urbano

Se caracteriza principalmente por contar historias relacionada a la urbe o a la calle, como una manera de expresión de los marginados, con mensajes feministas y comprometedores, acompañado de temáticas relacionadas a las drogas, sexo y violencia (Vives, 2020).

Otra de las características está la agresividad que suele presentar, un lenguaje vulgar y con falta a la ética y moral. Así como también, al ser una forma de expresión que se vincula con la sociedad, muestra ideas relacionadas a la lucha contra el racismo, en pro de los derechos humanos, aliada de movimientos pacifistas y corroborando con Vives (2020), temas de drogas y sexualidad. Además, los videoclips son de corta duración, por lo que necesita del apoyo constante de la industria discográfica y conciertos, sumado a la utilización de medios de comunicación masiva y suelen emplear tecnologías de punta para la grabación y reproducción de sonido, y para la creación y manipulación del mismo (Allauca & Guamán, 2018).

Por su parte, Jaramillo Escobar (2019), señala que los cantantes, suelen vestirse con prendas extravagantes, sobrecarga de ropa o al otro extremo exhibición de los cuerpos. Así mismo, Arias (2020), expone que el reggaetón despierta interés por su base rítmica el dembow, que resuena en la actualidad, invitando a bailar.

Entre las características musicales de este género, según Iturbe (2008) son:

- Es un género que cuenta con un ritmo que facilita el bailar, generando movimientos muy sensuales.
- Tiene un ritmo repetitivo casi en todas las canciones, que los espectadores lo reconozcan con facilidad, sumado a la referencia para el baile.
- El baile es sensual, cuerpos pegados hasta llegar al llamado perreo.
- Letras sencillas y poco trabajadas, empleando ritma para alcanzar que la canción se torne pegadiza.
- En un inicio las temáticas eran en orden a la denuncia social, detalles de situaciones violentas, pero el pasar de los años, ha empleado letras comerciales, en relación al sexo. Hecho de denuncias y críticas por sexistas.
- El léxico empleado está compuesto de modismos populares.
- En relación al aspecto de voces, el cantante tiene su grupo llamado corillo, compuesto de voces estridentes, distorsionadas, acompañadas de un eco suave, otorgándole poder a cada palabra pronunciada.

Por su parte, Pinto et al. (2018) señala que se destaca por su ritmo pegajoso, repetitivo y sensual, en compañía de letras fuertes con doble sentido, con énfasis en la picardía al género. Así mismo, los mensajes de las canciones se vinculan a las relaciones sexuales, disfrute, con énfasis en el vocabulario del rol masculino y la mujer vista como objeto sexual mediante su cuerpo, denotando la mentalidad machista de Latinoamérica. A la vez, contenido en orden a las parejas, seducción femenina, consumo de alcohol y problemas familiares.

En concordancia, Ramírez (2012), argumenta que este tipo de música tiende a incitar al sexo y la mujer vista como objeto del hombre para la obtención de satisfacción sexual con el apoyo del reggaetonero.

Otra de las características es la cosificación de los sujetos o actores, generalmente hombre y mujer, dentro de un proceso de cotejo, definido como ver a la persona como un objeto en orden a la connotación sexual, sexismo, tendencia discriminatoria producto del

sexo. Adicionado la variedad de vocablos empleados por la diversas culturas y regiones, adaptando el significado al entorno (Pinto et al.,2018).

2.2.4.1.2 El Reggaetón como Industria Cultural

Dentro del ámbito cultural urbano, el reggaetón es uno de los géneros musicales que mayor ganancia económica deja, esencialmente en sus inicios.

El reggaetón nace como género musical clandestino, y empieza a tomar auge mediante la difusión de los medios de comunicación a partir del año 2000, en países europeos, como España, pero también en Estados Unidos, Venezuela, Puerto Rico y República Dominicana (Piñón & Pulido, 2020).

Esto se da gracias a la radio, cine y televisión, medios que han impulsado en el pasado con mucha fuerza varios artistas. Existen muchos que echan la culpa a estos medios de comunicación por dar apertura a intérpretes y autores del género para que este estilo musical se dispare y genere miles y miles de dólares, incluso más que el Hip-Hop o el reggae que son predecesores del reggaetón (Vives, 2020).

Además, no se puede descargar las formas narrativas con las que llega a las audiencias, como son los planos, movimientos de cámara, ángulos, tratamientos temporales, el montaje, sumado a efectos especiales, en tanto que la expresión siempre dependerá del autor, cuyo sentido toma en consideración la construcción y forma de organización dentro del producto audiovisual e interpretación del espectador (Rivera, 2020).

2.2.4.1.3 Creatividad del Reggaetón

Frente a esta situación, varias personas han criticado drásticamente al reggaetón, al señalar que no existe creatividad, no hay un trabajo intelectual para la redacción de canciones sino únicamente para la parte de la producción y rodaje, cayendo en ideas de que solo se basa en la copia y gente sin escrúpulos que canta cosas sin coherencia y sentido, únicamente tienden a adaptar canciones a este tito y ritmo sin emplear la creatividad para realizar producciones de buena calidad (F. Guarderas, 2019).

Por otro lado, hay personas que tiene una visión diferente en lo que respecta al reggaetón como el caso de Residente Calle 13, afirmando que el intelecto va de la mano de la creatividad en sus canciones de género urbano, y para una producción de calidad, requiere de grandes esfuerzos tanto cuali y cuantitativo al igual que otros géneros musicales, cuentan con inspiración, concluyendo que existe creatividad dentro del reggaetón (Guarderas, 2019).

2.2.4.1.4 Corporalidad en el Reggaetón

La corporalidad está asociada a las expresiones y gestualidades, que se pueden observar en el baile, deporte o en las diversas actividades cotidianas, puesto que corresponde a un lenguaje no verbal, parte de las interacciones sociales, dado que lo que no se dice con las palabras se lo expresa mediante el cuerpo (Jaramillo Escobar, 2019).

Es así que, dentro del reggaetón, se observa que la gestualidad que más se emplea es la seducción a través del baile, entendiendo al verbo seducir como una conducta de enamoramiento o conquista, aunque en nuestra sociedad está vinculada a una amenaza o a la sexualidad como tal, cuya presentación está ligada al erotismo relacionada a la exhibición de cuerpos o a la sobrecarga de prendas de vestir (Martínez, 2013).

La seducción es una de las gestualidades que más se expone en el baile del reggaetón. Por esa razón, la cita anterior se vuelve muy descriptiva e interesante. Seducir, es quizá un sinónimo de enamorar o una de las tantas maneras de conquistar. Sin embargo, es muy notorio que la corporalidad vinculada a la seducción, son términos que en nuestra sociedad están cuestionados y representan cierta amenaza. Cada sujeto es un mundo diferente y el movimiento corporal que cada uno ejecuta en el baile, será juzgado simbólicamente y socialmente, manteniendo siempre su nivel de individualidad que le permita dar una expresión corporal acorde a su estado de ánimo (Baldeón, 2019).

Por tanto, la forma de bailar en el reggaetón se sustenta en teorías, como la de Pérez (2014), al señalar que la práctica del baile denominado perreo, tiene la intención de imitar la postura de penetración sexual del perro, siendo un término popular en el lenguaje juvenil en su forma infinitiva perrear. Por su parte, Villagrán (2014), habla del perreo como una forma de baile empleado en el reggaetón y sus variantes, siendo un baile lento, agresivo o a su vez rápido, sumado a movimientos sensuales, que proyectan posiciones sexuales. En

concordancia, Martínez (2013) expone que el perreo indica la simulación del “coito de los perros, con los cuerpos pegados” (p. 123).

De tal modo, la corporalidad en el reggaetón implica el uso del cuerpo como medio de representación y comunicación, acompañado de movimientos sensuales, ligados a temas de relaciones sexuales, acompañado de conductas de enamoramiento o conquistas, en la que se observa la predominancia del hombre sobre la mujer y esta última figura como objeto sexual y de lujuria, mostrando temas de machismo y denigración hacia la figura femenina, con un cuerpo sujeto a manipulación, materialista y con poderes de decisión limitadas (Piñón & Pulido, 2020).

Así mismo, Guarderas (2019), expone que, en el caso de las mujeres, se presenta su cuerpo esbelto, mientras que los hombres, muestran el *flow*, a través del movimiento de sus manos acompañado de la vestimenta característica. Dentro de la corporalidad, se encuentran los gestos, dado que artistas expresan mediante sus manos de arriba hacia abajo, conocido como *you you*, estableciendo que se basa también en la identidad.

En las mujeres se muestra sus “hermosos” cuerpos, los hombres muestran su *flow*, especialmente con el movimiento de las manos jugueteando con su vestimenta, movimiento de dedos. Dentro de la ideología del reggaetón también se presenta constantemente los gestos; por ejemplo, los artistas suelen gestualizar sus manos de arriba hacia abajo; este movimiento de manos es el “you you”. El cogerse la parte baja media del pantalón y alzar un pie es otro de los movimientos gestuales del género del reggaetón. Por esta razón me atrevo a decir que la ideología de este género musical también está basada en la identidad

2.2.4.1.5 Relaciones

El reggaetón ocupó y desplazó muchos espacios. Pero esto no es en realidad elaborado en una forma negativa como muchos lo ven, ha llegado a fusionarse con varios ritmos musicales, ha logrado contaminar con su versatilidad estos espacios artísticos; por lo que es quizá el punto del porque muchos lo rechazan, pues no todos los géneros musicales tienen la capacidad de combinarse con otros sin dejar un mal sabor a algo que no suena bien o que no fue muy bien producido.

CAPÍTULO III

3 Metodología

3.1 Tipo de investigación o tipo de estudio predominante en la investigación

El presente estudio tuvo un enfoque mixto donde se empleó un enfoque cuantitativo y cualitativo porque permitió corroborar y entrelazar datos numéricos con experiencia propia y profesional del área, en este caso, productores audiovisuales, además facilitó la comprensión de conceptos acorde a la investigación y también proporcionó resultados descriptivos que contribuyeron al cumplimiento de los objetivos del estudio.

Sin embargo, se considera oportuno otorgar una definición de la investigación cualitativa, conceptualizándola como una metodología de investigación que “permite comprender el complejo mundo de la experiencia vivida desde el punto de vista de las personas que la viven” (Taylor y Bogdan, 1984. p.38). De igual forma, es cuantitativo ya que se valió de datos estadísticos para medir y comparar los resultados obtenidos de las encuestas realizadas referentes al video que se realizó y los videos urbanos en los premios MTV desde el 2009 hasta el 2019.

Este enfoque es conceptualizado por Hernández, Fernández y Baptista (2014) como: “este enfoque usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (p.54).

Por lo que la presente investigación, está orientada a recibir la percepción de expertos en relación al contenido y características de los videoclips, pero también se considerara los valores obtenidos en los instrumentos de recolección de datos, a fin de establecer parámetros de percepción.

3.2 Tipo de diseño propuesto para desarrollar la investigación

Se empleó el método proyectual según Munari (2019), “consiste en una serie de operaciones necesarias, dispuestas en un orden lógico dictado por la experiencia. Su finalidad es la de conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo” (p. 23).

Objetivo del método proyectual es conseguir un máximo resultado con el mínimo esfuerzo. El método proyectual no es absoluto ni definitivo. Se puede cambiar el orden de alguna operación si se encuentran valores objetivos que mejoren el proceso.

a. Definición del Problema: En todo problema lo primero que hay que hacer es definir el problema en su conjunto. Servirá para definir los límites en los que deberá moverse el diseñador. En la investigación se analizó diversas problemáticas sociales que están incrementando con el paso del tiempo, sin embargo, se consideró oportuno el tema del maltrato hacia la mujer, debido a los elevados casos que existen y en varios de ellos, la imposibilidad de romper con el círculo de la violencia. La creación de productos comunicacionales exige de componentes como: trabajo, capital, niveles organizativos y la combinación de diversas técnicas de manejo de escenarios y filmación; lo que se conoce con el nombre de “Producción Audiovisual”. Requiere de gran cantidad de mano de obra calificada, lo que hace de esta industria un segmento de elevado nivel de especialización y costo.

b. Definición del tipo de solución: Definido el tipo de problema se decidirá entre las distintas soluciones: una solución provisional o una definitiva, una solución puramente comercial o una que perdure en el tiempo, una solución técnicamente sofisticada o una sencilla y económica. Se brindó posibles soluciones o herramientas que permitan que la mujer identifique otros caminos para hacer frente a la situación en la que se encuentran. La importancia de este proceso dentro de la investigación radica en la determinación de la factibilidad de inversión para la puesta en marcha de un proyecto de producción audiovisual, ya que independientemente del resultado que arroje el proceso investigativo, su producto tiene una finalidad práctica que en el mejor de los casos puede ser la implementación del proyecto y en el peor la no implementación, aunque este último pudiere parecer desalentador.

c. Elementos del problema: Descomponer el problema en sus diversos elementos. Esta operación facilita la proyección ya que tiende a descubrir los pequeños problemas particulares que se ocultan tras los subproblemas ordenados por categorías. Una vez resueltos los pequeños problemas de uno en uno (y aquí empieza a intervenir la creatividad, abandonando la idea de buscar una idea), se recomponen de forma coherente a partir de

todas las características funcionales de cada una de las partes. El principio de descomponer un problema en sus elementos para poder analizarlo procede del método cartesiano. Se identificó los elementos que intervienen en la problemática a estudiar siendo estos, el lugar, la relación de pareja, creencias religiosas, entre otros, que se plasmaron dentro de la propuesta, así como elementos que se muestra a continuación:

- Entretenimiento
- Expresión Cultural
- Expresión artística
- Industria
- Comercio

d. Recopilación de datos: Recoger los datos necesarios para estudiar los elementos del problema uno por uno. Se empleó una revisión bibliográfica para indagar a profundidad los factores que generan el problema, sus características, efectos y así tener una visión más amplia de lo que se va a trabajar, así como también, la aplicación de encuestas, entrevistas y lista de cotejo que permitieron obtener respuestas relacionadas al videoclip y el género urbano, por parte de productores audiovisuales.

e. Análisis de los datos recopilados: Luego, en una sucesiva operación, todos estos datos deberán ser analizados para ver cómo se han resuelto en cada caso algunos subproblemas. Se realizó una lista con los datos recopilados y se planteó posibles soluciones para cada uno de ellos. Se identificó el escenario en el que se desenvuelve el sector de la producción audiovisual en el género urbano, y pudimos determinar las condiciones y del entorno que posibiliten la aplicación del proyecto. Por otra parte, los datos recopilados fueron analizados mediante software especiales para cada instrumento aplicado.

f. Creatividad: Reemplaza a la idea intuitiva o solución por arte de magia. Así la creatividad ocupa el lugar de la idea y procede según su método. Mientras la idea vinculada a la fantasía, puede proponer soluciones irrealizables, la creatividad se mantiene en los límites del problema. La creatividad antes de decidirse por una solución, considera todas las operaciones necesarias que se desprenden del análisis de datos. En esta sección se empleó la creatividad al momento de darle otro sentido al género urbano, haciendo uso de un

lenguaje inclusivo, basado en la equidad de género y la dignidad de la mujer. Por estar relacionada a niveles de implementación se utilizarán herramientas de modelación y simulación en un proceso de investigación experimental donde se proyectan e identifican posibles problemas de operación durante la ejecución de la propuesta en distintas condiciones y escenarios. Con la finalidad de identificar los lineamientos que garanticen la aplicabilidad del proyecto de producción y comercialización de productos audiovisuales como alternativa a la producción del género urbano

g. Materiales y tecnologías: Otra recopilación de datos relativos a los materiales y tecnologías que el diseñador tiene a su disposición para realizar el proyecto. Se realizó una lista de los materiales con los que se cuenta para la realización del videoclip, con el fin de que se obtenga un producto audiovisual de alta calidad, tomando en cuenta los modelos, verificación, esta última se lo realizó mediante una lista de cotejo, con el fin de determinar la validez de la propuesta. En los equipos y elementos para una producción audiovisual se emplearon:

- Cámaras
- Equipo de audio y sonido
- Iluminación escénica
- Ordenador
- Elaboración de un buen guion
- Un plan de producción bien estructurado
- Planificación de medios y recursos
- Cuidado en la post producción

h. Modelos: Soluciones parciales a escala o a tamaño real de dos o más soluciones. La propuesta tuvo como objetivo posicionar a las personas una alternativa de lenguaje audiovisual en el género urbano como uno de los principales oferentes de productos audiovisuales en el mundo. Se partió de la demanda insatisfecha centrándonos en este nicho de mercado detectado en el proceso de análisis e investigación realizado.

i. Verificación Los modelos deberán ser sometidos a verificación para controlar su validez. En este momento conviene un control económico del costo de producción. Se tuvo

en cuenta que para iniciar un proceso productivo hay que determinar la capacidad económica disponible para comprometer al momento de implementar y elaborar un proyecto, por lo que se realizó un presupuesto para establecer costos económicos de la elaboración de la propuesta, tomando en cuenta los elementos del lenguaje audiovisual como de la producción, así como también, la lista de cotejo para validar la propuesta.

j. Dibujo constructivo Sirven para comunicar a personas no entendidas de informaciones útiles para confeccionar un prototipo. Deben ser claros, legibles y suficientemente detallados (Munari, 2019). El producto estuvo enfocado a cambiar la ideología de las personas en cuanto a la creencia de que un video musical del género urbano debe ser siempre sexista, por lo que se realizó un bosquejo, especie, cómic para detallar cada escena.

También se utilizó la Metodología Desarrollo de Proyectos Audiovisuales, propuesta por Del Teso (2011), siendo un procedimiento aplicable al desarrollo de proyectos audiovisuales de cualquier escala para poder disminuir el tiempo y recursos.

Durante la etapa de desarrollo de proyecto, se lleva a cabo un conjunto de procesos a los cuales podemos agrupar en cuatro áreas: Procesos Artísticos, Procesos Administrativos, Procesos de Marketing y Procesos de Producción.

Dentro de los Procesos Artísticos se incluye, todo lo relacionado con el desarrollo del guion cuyo objetivo es contar una buena historia que resulte interesante para un público determinado. Para lograr este objetivo, muchas veces es necesario realizar una investigación. En el caso de un proyecto de ficción, la investigación es muy importante ya que permitirá conocer más acerca del contexto de la historia y lograr mayor credibilidad. Pero si se trata de un documental, la investigación es un paso obligatorio ya que, sin conocer nada acerca del tema a tratar, es imposible escribir el guion. El resultado final de los procesos artísticos se verá plasmado en la elaboración de los documentos de guion, siguiendo estas fases: premisas, sinopsis, tratamiento, escaleta y guion.

La propuesta se la realizó en base a la metodología desarrollo de proyectos audiovisuales, porque permitió una reducción de costos y tiempo. En su primera etapa, Procesos Artísticos, se definió el objetivo del videoclip, que estuvo relacionado con el

maltrato a la mujer, mediante un lenguaje que no la denigre, sino que restituya su dignidad, ya que se ha convertido en uno de los problemas sociales con mayor auge. Además, en vista de que el género urbano muestra una tendencia hacia el empleo de un lenguaje soez hacia el género femenino, se pretendió dar un giro de 180 grados y cambiar dicha realidad, y el objetivo del video, es hacer un llamado de atención ante las soluciones no asertivas que pueden ser tomadas por las víctimas. Dicho diseño, estuvo acompañado de un guion.

Por otra parte, los Procesos Administrativos se refieren a las tareas relativas al control y al cumplimiento de aspectos administrativos, legales y contables para permitir el funcionamiento del proyecto en términos empresariales (Del Teso, 2011).

Se tomó en cuenta los procesos administrativos, para evitar inconvenientes a futuro, por ello, los protagonistas resultan ser mayores de edad, se pidió su consentimiento informado, así como también la autorización para grabar en la localidad que se señala en la propuesta.

Los Procesos de Marketing comprenden las actividades que se realizan con vistas a mejorar la comercialización del producto a través de la correcta combinación de las cuatro variables de marketing: precio, comunicación, distribución y producto (Del Teso, 2011).

En los procesos de marketing, se idéntico su difusión a través de la plataforma YouTube, puesto que es un medio digital de libre acceso, razón por la que se adaptó los ajustes del video y audio a sus ajustes preestablecidos, para su posterior publicación.

Por último, dentro de los Procesos de Producción encontramos todas las actividades que se relacionan con la producción de campo; desde la elaboración de un presupuesto de producción bajo la línea hasta la organización de la producción de un pre-trailer o un piloto del proyecto. (Del Teso, 2011).

Finalmente, en los procesos de producción, permitieron la grabación como tal, mediante el guion técnico, que detalla claramente la toma a realizar, así como también los planos, movimientos y encuadres de cámara de los protagonistas que se emplea en cada escena, para de esta forma garantizar un producto de calidad. Además, esta fase permitió la

planificación del rodaje, considerando factores de iluminación, empleando equipo propio y realizando una edición profesional.

3.3 Tipo de muestreo seleccionado y población y muestra

La muestra para la aplicación de las encuestas, entrevistas y lista de cotejo, se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Este muestreo es una técnica no probabilística ni aleatoria, y se emplea en base a los criterios del investigador, tomando en cuenta la facilidad de acceso, disponibilidad de los participantes y características específicas que se requiera (Arenal, 2019). El investigador seleccionó a los participantes de acuerdo a sus criterios y requerimientos y de esta forma, no todos tuvieron la probabilidad de formar parte de la investigación, dado que se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia a través de criterios de inclusión:

- Profesionales dedicados a la producción audiovisual
- Especialistas en género urbano.
- Más de 5 años de trayectoria en el ámbito de la producción audiovisual.
- Participación voluntaria en la investigación.

La población estuvo conformada por 400 videoclips a nivel mundial desde los Premios MTV 2009 hasta el 2019. Para la obtención de la muestra se empleó un muestreo probabilístico y la fórmula para el cálculo, obteniendo así 197 videoclips, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%.

Cálculo:

La fórmula para calcular el tamaño de muestra cuando se conoce el tamaño de la población es la siguiente:

$$n = \frac{Nz_{\alpha}^2 p q}{d^2(N - 1)Z_{\alpha}^2 p q}$$

En donde:

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza (será 1.96 ya que es el 95%)

p = probabilidad de éxito, o proporción esperada (será 0.05 ya que es 5%)

q = probabilidad de fracaso (en este caso $1-0.05 = 0.95$)

d = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción 5%).

La muestra para la aplicación de las encuestas, entrevistas y lista de cotejo, se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Este muestreo es una técnica no probabilística ni aleatoria, y se emplea en base a los criterios del investigador, tomando en cuenta la facilidad de acceso, disponibilidad de los participantes y características específicas que se requiera (Arenal, 2019). Se seleccionó a los participantes de acuerdo a sus criterios y requerimientos y de esta forma, no todos tuvieron la probabilidad de formar parte de la investigación, dado que se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia a través de criterios de inclusión.

- Profesionales dedicados a la producción audiovisual
- Especialistas en género urbano.
- Más de 5 años de trayectoria en el ámbito de la producción audiovisual.

Por otro lado, para las encuestas se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia bajo criterios de inclusión

- Personas que tengan conocimiento en género urbano
- Productores Audiovisuales
- Ser mayores de edad
- Personas con conocimiento en producción audiovisual

3.4 Propuesta de técnicas e instrumentos a utilizar para la recopilación de datos

Tabla 11: *Técnicas e Instrumentos*

TÉCNICA	INSTRUMENTO	DESCRIPCIÓN	PROPÓSITO
---------	-------------	-------------	-----------

<i>Revisión Bibliográfica</i>	Fichas Bibliográficas	Análisis antecedentes	de	Comparar investigaciones que tengan el objetivo similar
<i>Análisis De Contenido</i>	Observación	Videoclips		Tener relación con la investigación a ejecutar, tomando en cuenta los elementos del lenguaje audiovisual presentes.
<i>Encuestas</i>	Cuestionario	Productores Audiovisuales		Tener todas las características en la cual ellos se fijan al momento de las producciones.
<i>Entrevista</i>	Lista de preguntas	De 10 a 15 productores audiovisuales a nivel nacional seleccionados por muestreo no probabilístico con criterios de inclusión.		Extraer algún dato no evidenciado en la encuesta.
<i>Lista de Cotejo</i>	Validación	5 docentes de universidades del país que se dedican a impartir la materia de producción audiovisual.		Validar el videoclip realizado después de toda la investigación.

Fuente: Correa (2020)

3.5 Técnicas de procedimientos para el análisis

En el siguiente apartado se dará a conocer las técnicas empleadas con sus respectivos instrumentos.

Revisión Bibliográfica: Esta técnica permitió, recolectar información segura y confiable de repositorios de universidades, y de esta forma crear una base de datos que fue

de referencia a la investigación, realizando fichas bibliográficas, la cual, se llevó a cabo en el *Software de Microsoft Word*, desde el mes de junio hasta agosto del 2020.

Análisis de contenido: Se basó en una lectura visual como instrumento para recolectar información de manera objetiva y válida, en este caso es la observación de los videoclips, la cual, se realizó desde el 21 de septiembre hasta el 30 de octubre. Esta información se utilizó para determinar las características que se encuentran en los videoclips.

Encuestas: Se empleó una encuesta a los productores audiovisuales, con el fin de conocer su percepción frente al género urbano y las características propias de dicho género. Se lo aplicó en el mes de marzo y fueron procesados los datos en el *Software de Microsoft Excel*.

Entrevistas: Conjunto de preguntas que se realizaron a Productores Audiovisuales a nivel Nacional para obtener mayor información sobre el tema de estudio, y que no se pudieron recopilar en la encuesta. Esto se lo llevó a cabo en el mes de marzo y la información fue procesada para la interpretación de resultados correspondientes.

Lista de cotejo: Instrumento de verificación que tiene un listado de aspectos para ser evaluados, el cual, se realizó a cinco docentes, entre ellos de la Espoch, UNAMI, ISTR, UNACH y UNIVERSIDAD DE AZUAY expertos en el tema cuando una vez culminada la propuesta, esto se ejecutó a finales del mes de marzo del 2022. La información fue procesada en el *Software de Microsoft Excel*, para la interpretación de resultados correspondientes. El rango de calificación para la validación se tomó en cuenta de la siguiente manera:

Del 1 al 5 Regular

Del 6 al 10 Bueno

Del 11 al 15 Muy Bueno

Del 16 al 20 Excelente

CAPÍTULO IV





4 RESULTADOS Y DISCUSION

En este apartado se va a dar a conocer los resultados obtenidos, de los instrumentos empleados y detallados en el marco metodológico.






4.1 Resultados del análisis de contenido




El siguiente apartado, se realizó con el apoyo de personas que conozcan del tema tanto de producción audiovisual como del género urbano, tomando como referencia los videos más escuchados de las épocas que se presentan a continuación. Cabe señalar que el análisis se realizó en las dimensiones de lenguaje audiovisual, contenido y producción característica de videos de los años de estudio.

Tabla 12: Análisis de Contenido de los videoclips de género urbano 2009-2019

Fuente	Años	Número de Videos	Imagen Visual	Dimensiones	Detalles
MTV	2009	1. Virtual Diva – Don Omar		Lenguaje audiovisual	<u>Planos:</u> generales, medios, planos, detalles. primeros planos
		2. Sexy Robótica – Don Omar			
		3. Besos Mojados – Wisin & Yandel			
		4. Qué tengo que hacer – Daddy Yankee			

		5. La Santa – Reykon				
		6. 5 letras - Alexis & Fido				
		7. Na de Na – Angel y Khriz			Contenido	Mujer como objeto sexual, rupturas amorosas
		8. Fiel amiga - Daddy Yankee				
		9. No me dejes solo - Daddy Yankee				

		10. Contra la pared – Kevin Roldan			
		11. Web Cam – Farruko			
		12. Amor Genuino – Zion y Lennox			
		13. Te regalo amor – RKM & KEN-Y Ft. Ivy Queen		Producción	<u>Colorimetría:</u> tonos azulados
		14. El Doctorado - Tony Dize			<u>Mensaje:</u> se puede comprar una mujer





		<p>15. Nadie Te Amará Como Yo - Dyland & Lenny</p>			<p><u>Letra:</u> machismo, feminismo, sexualidad.</p> <p><u>Look:</u> mujeres casi desnudas, ropa ajustada al cuerpo, cantante: ropa holgada y negra, joyería extravagante, uso de gafas, peinados no extravagantes y color de cabello natural</p> <p><u>Escenografías:</u> artificiales, es decir, escenarios</p>
		<p>16. Ella me cautivo – J Balvin</p>			
		<p>17. Hasta Abajo – Don Omar</p>			

					prefabricados. Elementos futuristas
MTV	2010	1. Don Omar - Danza Kuduro		Lenguaje audiovisual	<u>Planos:</u> generales, medios, primeros planos, planos detalles. <u>Ángulos:</u> picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir
		2. Chino y Nacho - Tu Angelito			
		3. RKM and Ken- Y - Te Ame En Mis Suenos			
		4. Alexis & Fido - Ojos Que No Ven			





		5. Daddy Yankee - La Despedida			
		6. Jowell & Randy – Loco			
		7. Plan B - Si No Le Contesto		Contenido	Mujer como objeto sexual, lujo, dinero, machismo
		8. Zion y Lennox - Como Curar			
		9. Don Omar - Hasta Abajo			




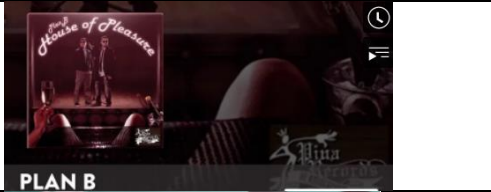

		10. J King y Maximian - Cuando, Cuando Es?			
		11. Daddy Yankee - Gasolina			
		12. Solo Por Ti ft. Cultura Profética			
		13. Plan B - Es un secreto		Producción audiovisual	<u>Colorimetría:</u> tonos oscuros (escalas de grises).
		14. Daddy Yankee - Descontrol			<u>Mensaje:</u> se puede comprar una mujer.

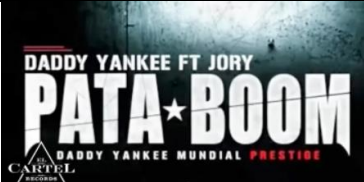


		<p>15. Bien Loco – Nova y Jori</p>			<p><u>Letra:</u> machismo, feminismo, sexualidad. Bailes eróticos.</p> <p><u>Look:</u> mujeres con poca ropa, ropa ajustada, semidesnudas, cantante: ropa holgada y negra, joyería extravagante, uso de gafas, peinados no extravagantes y color de cabello natural.</p>
		<p>16. Gata Oficial - Luigi Plus Ft Arcangel</p>			
		<p>17. En Venezuela – El Potro Álvarez</p>			
		<p>18. Daddy Yankee – Gasolina</p>			

					<u>Escenografías</u> artificiales, es decir, escenarios prefabricados. Elementos futuristas	
MTV	2011	1. Estoy enamorado – Danny Fornaris		Lenguaje audiovisual	<u>Planos:</u> generales, medios, primeros planos, planos detalles.	
		2. Llama al sol – Tito el Bambino				<u>Ángulos:</u> picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir
		3. Energía – Alexis & Fido				
		4. Contéstame el teléfono –				





		Alexis & Fido/Flex			
		5. Automóvil remix – Ñejo & Dalmata			
		6. El ritmo no perdón – Daddy Yankee		Contenido	Mujer como objeto sexual, semidesnudas, sexualidad, lujo, dinero.
		7. Zun zun rompiendo caderas – Wisin & Yandel			
		8. Hoy lo siento – Tony Dize			



	9. Mi corazón está muerto – RKM & ken-y			Producción audiovisual	<u>Colorimetría:</u> natural <u>Mensaje:</u> se puede comprar una mujer <u>Letra:</u> machismo, feminismo, sexualidad. Poses eróticas
10. Si tu no estas – Cosculluela					
11. Ven conmigo – Daddy Yankee & Prince Royce					
12. Taboo – Don Omar					




		<p>13. Pa que te quites la ropa – J-King & Maximan</p>					<p><u>Look:</u> mujeres con poca ropa, ropa ajustada, semidesnudas, cantante: ropa holgada y negra, joyería extravagante, uso de gafas, peinados no extravagantes y color de cabello natural</p> <p><u>Escenografías</u> artificiales, es decir, escenarios prefabricados, aunque otros cuentan con escenarios reales. Se reduce los elementos futuristas</p>
		<p>14. Perreame – Jowell & Randy</p>					
		<p>15. Me enamore – Khris & angel</p>					
		<p>16. Por qué te demoras – Plan B</p>					
		<p>17. Muerte en hawaii – Calle 13</p>					



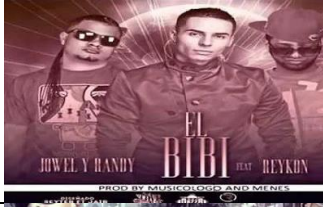

		18. Pata-boom – Daddy Yankee				
MTV	2012	1. La noche de los dos – Daddy Yankee		Lenguaje audiovisual	Planos: generales, medios, primeros planos, planos detalles. Ángulos: picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir	
		2. Lovumba – Daddy Yankee				
		3. La dupleta – Arcangel – Daddy Yankee				
		4. Hipnotizame – Wisin y Yandel ft Daddy Yankee				

		<p>5. Algo me gusta de ti – Wisin & Yandel ft Chirs Brown, T-Pain</p>			
		<p>6. Me prefiere a mi - Arcangel</p>			
		<p>7. Cositas locas – Michael ft Nicky Jam</p>		<p>Contenido</p>	<p>Mujer como objeto sexual, semidesnudas, sexualidad.</p>
		<p>8. Nos matamos bailando – J Alvarez ft Daddy Yankee</p>			





		<p>9. Dile a tu amiga - Dalmata</p>			
		<p>10. Me Tienes Loco – J Alvarez Ft Jory</p>			
		<p>11. La Difícil – Baby Rasta & Gringo</p>			
		<p>12. Arcangel – Tiene Un Piquete</p>			
		<p>13. Amor De Antes – Plan B Ft.</p>			



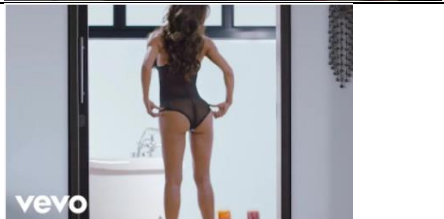
		Amaro & Nengo Flow			
		14. Flow Violento (Arcangel)			Producción audiovisual
		15. Llevo tras de ti (Feat. Daddy Yankee y Arcangel)			
		16. Dutty Love (Feat. Don OMAR)			
					<p><u>Colorimetría</u>: natural</p> <p><u>Mensaje</u>: sexismo</p> <p><u>Letra</u>: sexualidad.</p> <p>Poses y baile eróticas.</p> <p><u>Look</u>: mujeres semidesnudas, ropa ajustada, cantante: ropas más extravagantes, denotando sexualidad, joyería extravagante, sin gafas, cabello más corto.</p>




		17. Dandole - Gocho			Escenografías artificiales, es decir, escenarios prefabricados, aunque otros cuentan con escenarios reales. Se reduce los elementos futuristas
		18. La pregunta (J Alvarez)			
MTV	2013	1. Lo bueno se tarda / Jowell y Randy Ft Nengo Flow, Jory y J Alvarez		Lenguaje audiovisual	<p><u>Planos:</u> generales, medios, primeros planos, detalles.</p> <p><u>Ángulos:</u> picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir</p>





		<p>2. Chulo Sin H / Jowell y Randy Ft de la Ghetto</p>			
		<p>3. Loco y bien suelto /Jowell y Randy</p>			
		<p>4. El bibi- Jowell y Randy Ft Reykon</p>			
		<p>5. Si te enamoras no /Geda Ft Alexis, El Pitbull y Franco EL Gorila</p>			





		6. Amores como el nuestro- Yelsid				
		7. Sin ti- de Farruko			Contenido	Se incluye paulatinamente a la mujer como artista principal, no como objeto sexual, ni solo destinada al baile, sino que tiene un papel más estelar.
		8. Fantasías y más- Dyland & Lenny				
		9. Fue un placer- Yoseph The One FT J Alvarez				





		<p>10. Necesito que me digas- Kervin FT Gotay El auténtiko</p>			
		<p>11. La difícil – Baby Rasta & Gringo</p>			
		<p>12. Hable de ti – Yandel</p>			
		<p>13. 6am - J Balvin ft Farruco</p>			





		14. Candy – Plan B		Producción audiovisual	<u>Colorimetría:</u> natural <u>Mensaje:</u> resentimiento hacia la mujer, hombre desde una postura de víctima, sufridor, que es la mujer quien lo lastima. <u>Letra:</u> hombre dolido Se reduce paulatinamente las poses y baile eróticas. <u>Look:</u> la vestimenta de la mujer va variando, en algunos se muestran semidesnudas, pero en otras con ropa con estilo más sensato, los artistas se presentan
		15. Es un secreto – Plan B			
		16. Amor a primera vista - Alkilados			
		17. Mi vecinita – Plan B			





		18. La fórmula sigue - Zio, Ancángel, Lennox, RKM, Chencho, Maldy, Ken – Y-			<p>con ropa casual, cabello natural, joyería menos extravagante</p> <p><u>Escenografías:</u> se emplea mayoritariamente escenarios naturales, aunque se mantiene los artificiales. No hay elementos futuristas</p>
MTV	2014	1. Adrenalina” – Wisin Ft. JLO y Ricky Martin		Lenguaje audiovisual	<p><u>Planos:</u> generales, medios, primeros planos, detalles.</p> <p><u>Ángulos:</u> picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir</p>
		2. Travesuras RMX” – Nicky Jam Ft. Varios Artistas			





		<p>3. Voy a Beber RMX 2” – Nicky Jam Ft. Varios artistas</p>			
		<p>4. Suena CABRR” – Daddy Yankee Ft. Kendo Kaponi</p>			
		<p>5. Sábado Rebelde” – Daddy Yankee Ft. Plan B</p>			
		<p>6. Noche de Fantasia RMX” – Jory, Farruko y J. Alvarez</p>			

		<p>7. Amor en Práctica RMX” – J. Alvarez Ft. Varios Artistas</p>		<p>Contenido</p>	<p>Regresa la mujer como objeto sexual, temas eróticos y sexualidad.</p>
		<p>8. Ay Vamos – J Balvin</p>			
		<p>9. La nueva y la ex – Daddy Yankee</p>			
		<p>10. El Bus – Yelsid</p>			





		11. Prometo Olvidarte – Tony Dize y Yandel			
		12. La rompe carros – Daddy Yankee			
		13. Dándote calor – J Alvarez			
		4. Boomboneo – Farruko		Producción audiovisual	<u>Colorimetría:</u> natural <u>Mensaje:</u> se puede comprar a la mujer, la figura de la mujer





		15. Bailando – Enrique Iglesias			<p>pasa a ser únicamente objeto sexual.</p> <p><u>Letra:</u> sexismo.</p> <p>Se retoman las poses y bailes eróticas.</p> <p><u>Look:</u> mujeres con poca ropa, ropa ajustada, semidesnudas, cantante: ropa holgada y negra, joyería extravagante, uso de gafas, peinados no extravagantes y color de cabello natural</p> <p><u>Escenografías:</u> son naturales pero modificados.</p>
		16. Moviendo caderas – Yandel y Daddy Yankee			
		17. Claro- Wisin ft Jory Boy			
		18. 6 am J Balvin ft Farruko			

MTV	2015	1. Ginza – J Balvin		Lenguaje audiovisual	<u>Planos:</u> generales, primeros planos, detalles. <u>Ángulos:</u> picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir
		2. Te recordaré - Bailando – Don Omar			
		3. Sígueme y te sigo – Daddy Yankee			
		4. Te busco ft – Nicky Jam			


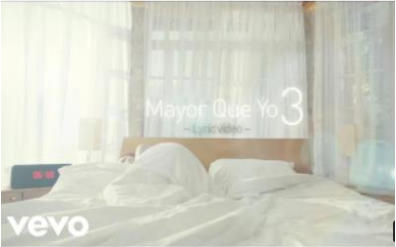


		5. Como lo hacía yo – Ken Y ft Nicky Jam			
		6. Ven a mí – Baby Rasta &Gringo. Nicky Jam			
		7. Aventura – Tomas the Latin Boy ft Maluma			
		8. Mi ángel – Maluma		Contenido	Regresa la mujer como objeto sexual, temas eróticos y sexualidad.



		9. Fanática Sensual – Plan B			
		10. Mejor Que él – Andy rivera			
		11. El perdón – Nicky Jam ft Enrique Iglesias			
		12. Quítate la ropa – Farruko			

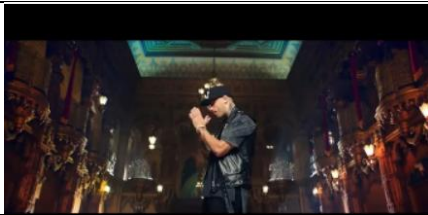
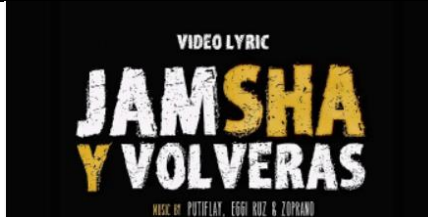


		13. Nota de amor – Wisin, Carlos vives ft Daddy Yankee			
		14. Imaginándote – Reykon – Daddy Yankee			
		15. Quédate conmigo – Jory Boy ft. Zion & Wisin		Producción audiovisual	<u>Colorimetría:</u> natural <u>Mensaje:</u> se puede comprar a la mujer, la figura de la mujer pasa a ser únicamente objeto sexual.
		16. Me voy enamorando – Chino y Nacho			<u>Letra:</u> sexismo. Se retoman las poses y bailes eróticos.



		17. Piquete Wisin ft Plan B			<u>Look:</u> mujeres semidesnudas, ropa ajustada, cantante: ropa casual, joyería menos extravagante, peinados no extravagantes y color de cabello natural <u>Escenografías:</u> son naturales modificados.
		18. Un beso – Baby Rasta & Gringo ft Plan B			
MTV	2016	1. Hasta el amanecer – Nicky Jam		Lenguaje audiovisual	<u>Planos:</u> generales, medios, primeros planos, detalles. <u>Ángulos:</u> picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir
		2. Dile que tú me quieres – Ozuna			





		<p>3. Andas en mi cabeza – Chino y Nacho ft Daddy Yankee</p>			
		<p>4. Reggaetón Lento – CNCO</p>			
		<p>5. Si ella quisiera – Justin Quiles</p>			
		<p>6. Corazón Acelerado – Wisin</p>			

		7. Hasta el amanecer – Nicky Jam			
		8. Mejor que yo – Don Omar, Daddy Yankee, Wisin & Yandel		Contenido	Regresa la mujer como objeto sexual, temas eróticos y sexualidad.
		9. No sales de mi Mente – Yandel ft Nicky Jam			
		10. Una en 1 millón – Alexis & Fido			





		11. Borro Cassette – Maluma			
		12. Tírate al medio – Don Omar ft Daddy Yankee			
		13. Te tengo que decir – Falsetto & Sammy			
		14. 50 sombras de Austin- Arcangel		Producción audiovisual	<u>Colorimetría</u> : natural con juego de luces. <u>Mensaje</u> : se puede comprar a la mujer, la figura de la mujer




		15. Te busco ft. Cosculluela – Nicky Jam			<p>pasa a ser únicamente objeto sexual.</p> <p><u>Letra:</u> sexismo más explícito. Se retoman las poses y bailes eróticos.</p> <p><u>Look:</u> mujeres con ropa ajustada, cantante: ropa casual, joyería menos extravagante, peinados no extravagantes y color de cabello natural</p> <p><u>Escenografías:</u> son naturales modificados.</p>
		16. Y volverás – Jamsha			
		17. Antioqueño – Nicky Jam			
		18. Encantadora - Yandel			





MTV	2017	1. Felices los 4 – Maluma		Lenguaje audiovisual	<u>Planos:</u> generales, primeros planos, detalles. <u>Ángulos:</u> picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir
		2. El Amante – Nicky Jam			
		3. Despacito – Luis Fonsi ft Daddy Yankee			
		4. Reggaetón lento. CNCO			

		5. Casi nada Karol – G				
		6. Me rehusó - Danny Ocean				
		7. Mis planes son amarte – Juanes			Contenido	Se reduce la figura de la mujer como objeto sexual, temas eróticos y sexualidad.
		8. Criminal – Natty Natasha X Ozuna				

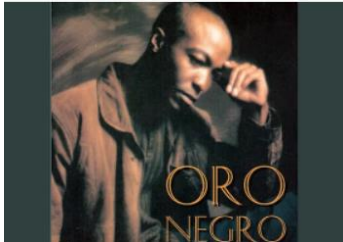



		9. Gente de zona – La Gozadera			
		10. La bicicleta - Carlos Vive			
		11. Escápate conmigo – Wisín			
		12. Bonita – Koweel & Randy			

		13. Báilame – Nacho		Producción audiovisual	<p><u>Colorimetría:</u> natural</p> <p><u>Mensaje:</u> se reduce el mensaje de la figura de la mujer pasa a ser únicamente objeto sexual.</p> <p><u>Letra:</u> se reduce el sexismo, la mujer va apareciendo y posicionándose.</p> <p><u>Look:</u> se reduce las mujeres con ropa ajustada, cantante: ropa casual, joyería menos extravagante, peinados no extravagantes y color de cabello natural</p> <p><u>Escenografías:</u> son naturales</p>
		14. Lumbra – Cali y el Dadee			
		15. Ahora me llama – Karol G			
		16. Si tú la ves – Nick Jam			





		17. Tu foto – Ozuna				
		18. Mi gente – J Balvin				
MTV	2018	1. Déjala que vuelva – Piso 21 ft Manuel Turizo		Lenguaje audiovisual	Planos: generales, medios, primeros planos, planos detalles. Ángulos: picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir	
		2. Morirme (feat. Harryson)				

		<p>3. Corazón – Maluma ft Nego do Borel</p>			
		<p>4. Amigos y enemigos – Copor, Noriel ft Bad Bunny</p>			
		<p>5. Amorfoda – Bad Bunny</p>			
		<p>6. Mayores – Becky G, Bad Bunny</p>			





		7. Dura – Daddy Yankee			
		8. Ojalá - El Negrito, DJ Unic, Manu Manu, El Kokito			
		9. Tu carita – El Enviado		Contenido	Se retoma la figura de la mujer como objeto sexual, temas eróticos y sexualidad. Tendencia del estilo trap.
		10. Échame la culpa -Grupo Oro			





		<p>11. El baño – Grupo Oro</p>			
		<p>12. Toma – Grupo Extra</p>			
		<p>13. El Corazón – Dj Unic, Qva Libre</p>			
		<p>14. Una señal - Harryson</p>			




		15. Nos fuimos lejos – Grupo Oro		Producción audiovisual	<u>Colorimetría:</u> natural <u>Mensaje:</u> se puede comprar a la mujer, la figura de la mujer pasa a ser únicamente objeto sexual. La mujer se auto percibe como objeto sexual. <u>Letra:</u> sexismo, la mujer va apareciendo y posicionándose. <u>Look:</u> las mujeres con ropa ajustada, semidesnudas cantantes: ropa casual, joyería menos extravagante, peinados no extravagantes y color de cabello natural
16. Tiemblo – El pocho					
17. Amorfoda – Bad Bunny					
18. Corazón - Maluma					

		19. No es justo – Zion & Lenox			<u>Escenografías:</u> son naturales pero modificadas.
MTV	2019	1. No me acuerdo – Thalia, Natti Nathasha		Lenguaje audiovisual	<u>Planos:</u> generales, medios, primeros planos, detalles. <u>Ángulos:</u> picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir
		2. No me conoce – Jhay Cortez, J Balvin, Bad Bunny			
		3. Pineapple - Karol G			

		4. Noche de sexo – Wisin & Yandel			
		5. Casi nada Sin pijama - Bekcy G Y Natti Natasha			
		6. Punto G– Karol G			
		7. Ahora es – Wisin & Yandel		Contenido	Se retoma la figura de la mujer como objeto sexual, temas eróticos y sexualidad.

		8. Dile – Don Omar			
		9. El Teléfono – Wisin & Yandel			
		10. Ahora me llama – Karol G, Bad Bunny			
		11. Muñeco de lego – Karol G			

		12. Suena el Dembow- Joey Montana, Sebastián Yatra				
		13. Salió el sol – Don Omar			Producción audiovisual	<u>Colorimetría:</u> natural <u>Mensaje:</u> se puede comprar a la mujer, la figura de la mujer pasa a ser únicamente objeto sexual. La mujer se auto percibe como objeto sexual. <u>Letra:</u> sexismo explícito, la mujer va apareciendo y posicionándose. <u>Look:</u> las mujeres con ropa ajustada, semidesnudas
		14. Con altura - Rosalia				
		15. Con calma – Daddy Yankee				

		16. Qué pena – Maluma part J BALVIN			cantantes: ropa casual, joyería extravagante, peinados no extravagantes, algunos artistas muestran vestuarios extravagantes <u>Escenografías:</u> son naturales pero modificadas.
		17. China – Anuel AA - (part. Daddy Yankee, Karol G. Ozuna y J. Balvin			
		18. Callaita – Bad Bunny			
TOTAL		197 videos			

En general, se puede establecer que los videoclips de género urbano tienen un lenguaje audiovisual que incluye colorimetría en diversas tonalidades, iniciando en colores azulados y oscuros, para en lo posterior emplear tonos naturales, más cercanos a la realidad y en el 2016 se adicionó juego de luces, además el mensaje que manejan en común y en la mayoría de los años, se asocia con el comprar a una mujer, sumado al sexismo, machismo, relaciones amorosas, acompañados de bailes y poses eróticas y sensuales, dado que los videos muestran mujeres semidesnudas, con ropa ajustadas y en la mayoría de casos, solo en papel de bailarina, dándoles el papel protagónico como estereotipo de sensualidad y sexismo.

Sin embargo, en el 2013 se da un giro total al género y presentan dentro del mensaje el resentimiento hacia la mujer, desde la postura de víctima de los hombres, como sufridor, además la mujer toma papel protagónico e incluso en el 2019 empieza a auto percibirse como objeto sexual, empieza a aparecer y posicionarse ya no solo como complemento o acompañante, sino solista y artista principal.

El *look* característico de los artistas se centra en una vestimenta con joyería llamativa, cabello de tono natural, la vestimenta va desde ropa holgada de tonos oscuros, acompañado de gafas, hasta ropa casual, más ligera. En cuanto al contenido, hay una predominancia de la figura de la mujer como objeto sexual, temas eróticos y de sexualidad, sumado a lujos y dinero, mostrando predominancia y superioridad del hombre sobre la mujer. Aunque en el 2018, se marca una tendencia del *trap*, en el que el contenido se puede ver afectado al no existir un entendimiento a simple vista.

Por otra parte, en la dimensión de producción audiovisual ha evolucionado desde el 2009 hasta el 2019, dado que las escenografías en un inicio son artificiales, es decir, escenarios prefabricados, pero con el pasar del tiempo a partir del 2011, empieza a aparecer escenarios más realistas y reducción de elementos futuristas, apareciendo escenarios naturales pero modificados, representando lugares lujosos y presencia de dinero en la mayoría. En el tema de planos, los videoclips cuentan con planos generales, medios, primeros planos, planos detalles, así mismo ángulos picados, contrapicados, cenitales y ángulo nadir, que hacen que se vuelva llamativo y tenga elevados niveles de aceptación por parte de los espectadores.

Tabla 13: *Características relevantes*

Dimensiones	Detalles
Lenguaje Audiovisual	<p><u>Planos:</u> usualmente se utilizaba planos estáticos, y actualmente ya pueden tener más movimiento y ser más cinemáticos.</p> <p><u>Ángulos:</u> no eran muy utilizados como en la actualidad, donde podemos dar más movilidad.</p>
Contenido	<p>Se realizaban videos más sexuales, donde la mujer tomaba un papel dándoles el papel protagónico como estereotipo de sensualidad y sexismo, acompañados de bailes y poses eróticas y sensuales. Por lo cual se dio un giro al contar una historia que actualmente se vive.</p>
Producción Audiovisual	<p><u>Colorimetría:</u> tonos muy oscuros ya que no contaban con el equipo adecuado, hoy en día se nota tonos naturales con más vida</p> <p><u>Mensaje:</u> el mensaje que manejan en común y en la mayoría de los años, se asocia con el comprar a una mujer, sumado al sexismo, machismo, relaciones amorosas, en la propuesta se da un mensaje de conciencia, estando en contra de la violencia a la mujer.</p> <p><u>Letra:</u> años anteriores eran más callejeras donde hablaban de la vida cotidiana del artista o a su vez historias de otros, actualmente sigue este tipo de letras pero se quiere dar un mensaje positivo.</p> <p><u>Look:</u> en los años 2009 hasta el 2019 la mujer siempre tenía que tener una vestimenta muy provocativa para llamar la atención; en la propuesta presentada aparece con ropa casual, no hay</p>

exhibicionismo, maquillaje natural, no hay extravagancias.

Cantante: su manera de vestir era más extravagante y callejera, mostrando joyería para impresionar, el giro que se da ahora es con ropa casual, joyería, color de cabello natural

Escenografía: antes realizaban en barrios o lugares de procedencia de los artistas, ahora se quiere mostrar escenarios naturales y más trabajados



Para realizar tomas aéreas se utilizaba helicóptero y cámara en mano, actualmente se tiene la posibilidad del uso de *drone*

Fuente: Correa (2022)

4.1.1 Comparación con la propuesta realizada

En este apartado se van a indicar las características de la propuesta realizada en las tres dimensiones que se presentó el análisis de contenido de los videoclips del género urbano, para en lo posterior realizar una comparación.

Tabla 8: *Análisis de Contenido de la propuesta realizada*

Dimensiones	Imagen Visual	Detalles
Lenguaje audiovisual		<u>Planos:</u> generales, medios, panorámicos, primeros planos, planos detalles. <u>Ángulos:</u> picados, contrapicados, cenitales, ángulo nadir
Contenido		Maltrato a la mujer, machismo, existencia de soluciones frente al dolor desde la postura de la mujer, cuyas decisiones no

siempre son acertadas frente a estas situaciones, cantada por un hombre, indicando que no vale la pena llorar por lo que se fue.

Ruptura de silencio femenino.



Producción



Colorimetría: tonos naturales

Mensaje: llamado de atención a la sociedad para actuar frente a la problemática social, de modo que invita a las mujeres a hablar y buscar ayuda



Letra: solución de penas con alcohol y rumba frente a una ruptura amorosa, además de soltar el pasado y avanzar, va desde la postura de la mujer, cantado por un hombre.

Look: la mujer aparece con ropa casual, no hay exhibicionismo, maquillaje natural, no hay extravagancias



Cantante: ropa casual, joyería no extravagante, color de cabello natural

Escenografía: escenarios naturales

Uso de *drone*

Fuente: Correa (2022)

De modo que se puede establecer que al analizar los videos propios del género urbano, presentados en MTV en relación a la propuesta planteada muestra características que los diferencian, sin dejar de lado el estilo del género de estudio, encontrando similitudes

en la colorimetría, dado que ambos grupos: grupo 1 (videos MTV) y grupo 2 (propuesta); hay discrepancias en la colorimetría, siendo que el primer grupo (videos MTV) al igual que el de la propuesta (grupo 2), cuentan con colorimetrías en tonalidad natural

En la dimensión de producción, se encuentran discrepancias en la escenografía, la propuesta cuenta con escenarios naturales sin modificarlos, mientras que los de MTV son naturales pero modificados, en algunos casos con elementos futuristas, lujosos y prefabricados. Hay similitudes en planos y ángulos, otorgando una producción de calidad.

En la producción propuesta se puede notar claramente la diferencia tanto en el lenguaje audiovisual como en la producción y la letra con los videos tradicionales de género urbano; la diferencia radica desde la locación que se ocupa en la propuesta pues el escenario principal es una iglesia en donde el artista desarrolla toda la canción lo cual emite un mensaje desde el primer segundo del video en una toma general es la iglesia por fuera que este será apto para todo público en contraste con los las producciones tradicionales que en su mayoría desde el inicio se muestran chicas en biquini lanzando la premisa que será un video sexista; lo que se ratifica en todo el video tanto en lenguaje audiovisual como en la letra de la canción que durante todo el tiempo se observa imágenes fuertes tanto en el ámbito sexista como en el ámbito de violencia y se demuestra que este contenido no es para todas las personas debido a que emite muchos mensajes a favor de la violencia de genero.

En segunda instancia el video propuesto como alternativa, muestra al artista dentro de la iglesia y se ratifica la accesibilidad, al ser un video que lo pueden ver personas de cualquier edad, no tiene restricciones. Además, se proyecta una historia paralela a la canción que ayuda con la comprensión de la letra una historia con un mensaje implícito en contra de la violencia de género, clave para la comprensión de la propuesta, que centra su interés en transmitir un mensaje en contra del machismo y sexismo, indicativo de que el lenguaje audiovisual es nuevo, cuenta con un tipo de contenido lanzado como propuesta, en oposición a lenguaje audiovisual y producción tradicional del género urbano.

Sin embargo, en la parte del contenido se encuentran similitudes en orden al machismo, aunque el mensaje vería, el grupo 1 habla de una predominancia de la figura de la mujer como objeto sexual, temas eróticos y sexismo, sumado a lujos y dinero, y el grupo

2 en el maltrato hacia la mujer, temas de violencia de género, y la toma de decisiones poco acertadas en estas situaciones, sumado a la ruptura del silencio.

De igual forma, el *look* de la mujer en la propuesta es con vestimenta casual, no hay exhibicionismo ni extravagancias, sino un maquillaje natural y ropa decorosa, en cambio en los videos de MTV muestran mujeres semidesnudas, con ropa ajustada y exhibicionista, con poses y bailes eróticos y sensuales. Por otra parte, la letra en el grupo 2, es interpretado desde la postura de una mujer, aunque es cantada por un hombre, en cambio en el grupo 1 se interpreta desde la postura masculina.

4.2 Resultados de las entrevistas en torno al género urbano, lenguaje y producción audiovisual

Las entrevistas se realizaron a 15 productores audiovisuales nacionales con una media de edad de 33,4 años, un promedio de 9.8 años en el ejercicio de la producción audiovisual, de distintas partes del Ecuador, pero también internacionales, país Colombia, cuyas aportaciones contribuyeron al establecimiento de características propias del género urbano, así como elementos técnicos tanto del lenguaje audiovisual como producción audiovisual, sumado a la aceptación del videoclip elaborado.

Lenguaje Audiovisual

Pregunta 1: ¿Cuál es su trayectoria en la producción audiovisual?

Productor 1: He realizado varios videoclips urbanos, cortometrajes, largometrajes.

Productor 2: He trabajado en productoras, publicidad para coca cola, como editor, videos urbanos con artistas locales e internacionales como trébol clan.

Productor 3: Primero saber lo que quieres comunicar, hacer un guion y elementos que dispones para realizar tu idea.

Productor 4: Empecé trabajando independientemente con cosas pequeñas, videos educativos y eventos, luego formamos asociación con amigos grabación diseño y ahora la productora.

Productor 5: Inicialmente empecé con entrevistas, luego animación videos explicativos, videos 3D y actualmente videos musicales urbanos.

Productor 6: Llevo muchos años en la producción de videoclips urbanos, videos corporativos, bodas tipo cine, etc.

Productor 7: Primero comencé con eventos sociales, luego corporativos con empresas nacionales y videos musicales urbanos nacionales.

Productor 8: Yo inicio con la música urbana, luego de cumbia, merengue. Grabé a Lápiz Consiente esto me dio a conocer internacionalmente.

Productor 9: Empecé trabajando en televiso, en Fama o Drama de TC; transmisiones deportivas, director de posproducción, director corporativo, productor audiovisual.

Productor 10: Inicie haciendo videos sobre eventos, corporativos y actualmente tengo mi productora audiovisual donde trabajo para varios artistas urbanos.

Productor 11: Mis inicios fueron como trabajador para otras empresas, hasta que pude independizarme y formar mi propia productora audiovisual. Trabajé videos de género urbano en su mayoría.

Productor 12: He realizado varios videoclips urbanos, videos publicitarios, cobertura de eventos, todo lo que tiene que ver con producción audiovisual.

Productor 13: Siempre me ha gustado la producción audiovisual pero mi mayor enfoque son los videoclips de género urbano.

Productor 14: Inicie como editor de videos, corporativos de eventos, dándome cuenta que me gustaba mucho esto. Pude independizarme y decidí realizar videos musicales me gusta mucho realizarlos.

Productor 15: Siempre he trabajado de manera independiente, hasta conseguir capital para mis equipos empecé con videos de eventos, corporativos, luego me llamo mucho la atención de la producción de videos musicales y es a lo que actualmente me dedico.

Análisis: La muestra estuvo conformada por 15 productores audiovisuales de larga trayectoria, permitió conseguir datos más precisos entorno a la producción audiovisual, pero con la característica particular que se han centrado en la realización de videoclips urbanos. De tal modo, que el productor audiovisual es el responsable de controlar los diferentes recursos para la creación de una pieza comunicativa ya sea grabada o en directo. Su trabajo comienza cuando el audiovisual es apenas una idea en la mesa de los guionistas y directores. Se extiende hasta que está listo el producto para realizar su promoción, transmisión y comercialización. El productor audiovisual es el gestor de recursos y controlador de los

gastos. Es además un supervisor artístico con la atención puesta en conseguir una razonable relación calidad precio en los insumos que se compran y contratan, su rol es bastante elástico y multifacético, tal como muestran los entrevistados, se han dedicado desde aspectos sencillos como entrevistas, videos educativos, eventos, para llegar a la realización y edición de videos de diversos estilos, no solo urbanos, sino también de otros géneros musicales, adicionalmente, videos corporativos, bodas, cine. Sin embargo, otros productores han ejercido su profesión en canales televisivos, transmisiones deportivas, etc. Todos estos datos, permiten establecer que los productores cuentan con experticia en videoclips del género urbano, tanto en la fase de preproducción, la producción como tal pero también en edición, considerándolos idóneos para este proyecto de investigación.

Pregunta 2: ¿Cómo se construye el lenguaje audiovisual en un video?

Productor 1: Sentir lo que pide el tema, en la parte visual Inicio – Desenlace y Final

Productor 2: Primero la construcción de audio y video, composición, valores de plato, color y sonido.

Productor 3: Primero saber lo que quieres comunicar, hacer un guion y elementos que dispones para realizar tu idea.

Productor 4: Siempre por un guion, los lentes, los encuadres es lo más importante.

Productor 5: Partimos de la esencia de lo que se quiere mostrar, pensando en los consumidores, realizando una construcción a lo que se quiere mostrar.

Productor 6: Se construye a partir de la esencia, de lo que se quiere mostrar o cual es la intención, concentrándose en la pulpa de la idea.

Productor 7: Comenzando desde una idea, luego al guion con lo que quieres transmitir.

Productor 8: Es cuestión de la percepción y mensaje que se quiere dar. Si quieres mostrar algo triste pues hasta el color debe mostrar tristeza.

Productor 9: Distintos procesos para contar la historia y también depende de los países.

Productor 10: Está constituido por todo lo que se puede visualizar.

Productor 11: Se constituye por la imagen y el sonido principalmente.

Productor 12: Se construye con normas de utilización y símbolos.

Productor 13: Se puede decir que construye por lo que se ve y se escucha.

Productor 14: Se construye mediante imágenes para poder plasmar una idea.

Productor 15: Siempre se parte de un guion, lentes, encuadres, lo más necesario e importante.

Análisis: En base a las respuestas dadas por los entrevistados, se establece que el lenguaje audiovisual se construye a partir de una idea, de lo que se quiere comunicar y transmitir, es decir, la percepción y mensaje que se quiere dar. Para ello, se considera diversos aspectos o dimensiones tales como: aspectos morfológicos, que incluye elementos visuales, imágenes y símbolos y sonoros, en relación al sonido, audio; aspectos sintácticos tomando en cuenta lentes, encuadres, composición; aspectos semánticos que se centran en la interpretación de los elementos que conlleva la producción audiovisual; aspectos estéticos además de la función narrativa-descriptiva y semántica, todos los elementos formales de un producto audiovisual tienen una función estética; aspectos didácticos, cuando el material audiovisual tenga una intencionalidad pedagógica, además considerará la inclusión de recursos didácticos que faciliten la comprensión y aprendizaje de sus contenidos y finalmente los recursos didácticos que facilitan la comprensión y la asimilación de los contenidos de los mensajes audiovisuales destacando los organizadores previos, los resúmenes y la formulación de preguntas que aseguran más el aprendizaje y mantienen la atención. Sin embargo, todos concuerdan que para la construcción del lenguaje audiovisual en un video se parte de una idea central, de la esencia que se quiere mostrar y al público al que se quiere llegar, haciendo uso de los guiones.

Pregunta 3: ¿Cuáles son los elementos del lenguaje audiovisual?

Productor 1: Narrativo, visual y sonora

Productor 2: Composición, color y sonido.

Productor 3: Responde evadiendo la respuesta

Productor 4:

- Audio
- Cinematografía
- Puesta en escena
- Calidad de actuación
- Edición

Productor 5: Desde el concepto, concepto musical serían la línea de desarrollo.

Productor 6: La parte técnica, del equipo, el guion las cámaras, lentes y la parte creativa y humana.

Productor 7: La semiótica

Productor 8: La más importante es la imaginación

Productor 9:

- El sonido
- La imagen
- El color

Productor 10: Los elementos principales son los visuales y sonoros.

Productor 11: Se constituye por varios elementos, pero los principales son los sintácticos y morfológicos, ya que cada uno abarca a muchos más.

Productor 12: Son los visuales y sonoros principalmente.

Productor 13: Serían los elementos sonoros y visuales principalmente.

Productor 14: Creo que los principales son los morfológicos, semánticos y estéticos.

Productor 15 Los más importantes son los elementos visuales y sonoros.

Análisis: De acuerdo a los entrevistados, esta pregunta está relacionada con la pregunta 2, al analizar los elementos del lenguaje audiovisual se encuentran aspectos morfológicos, semánticos, sintácticos y estéticos, que van a permitir construir la producción con todos los elementos para que el mensaje pueda ser transmitido y entendido de manera adecuado, pero ponen énfasis en los elementos principales imágenes y sonidos.

Las imágenes se basan en puntos, líneas, formas y colores, que pueden ir desde una representación exacta de la realidad, hasta la abstracción total, un claro ejemplo son las fotografías, que corresponde al grado más alto de fidelización a la realidad, que, sin los retoques o ediciones, no correspondería exactamente a la realidad que se desea plasmar. Por otra parte, algo más sencillo como la elección del encuadre, habrá condicionado y añadido su propio sentido a la imagen.

Por su parte el sonido tiene tres aspectos principales: 1) Diálogo: es el hilo conductor de las narraciones, proporcionando el tono narrativo y la verosimilitud. 2) Ambiente: ayuda a representar la realidad, mediante el empleo de silencios para crear grandes tensiones. Así también, utilizan música y efectos sonoros: la música tiene un papel fundamental en la

creación de ambientes y ha de conectar con la información que se quiere comunicar. La música puede cumplir diversas funciones: 1) música documental: se corresponde directamente al sonido de la historia narrada, 2) música incidental: se usa para potenciar una situación dramática, 3) música asincrónica: se usa como contrapunto. Estos son los aspectos más relevantes que componen el lenguaje audiovisual, que en conjunto permiten y contribuyen a la transmisión del mensaje que van a guiar la forma en que se desea comunicar la historia.

Pregunta 4: ¿Cuáles son las diferencias entre la producción audiovisual y el lenguaje audiovisual?

Productor 1: Producción audiovisual son las técnicas que se usan y el lenguaje audiovisual son los medios para comunicar algo.

Productor 2: Producción audiovisual basta con tener la cámara puedes hacer algo y el lenguaje audiovisual son los recursos que se utilizan.

Productor 3: El lenguaje audiovisual es lo que se quiere dar a conocer.

Productor 4: La producción audiovisual todo el trabajo que se hace y el lenguaje audiovisual es el medio a través del cual va ese mensaje.

Productor 5: La producción audiovisual conlleva muchas cosas siendo parte de la ejecución, por lo tanto, primero se debe tomar en cuenta el lenguaje audiovisual.

Productor 6: La producción audiovisual es la parte técnica, el lenguaje viene con el mensaje que quieres dar a conocer.

Productor 7: La producción es la ejecución y el lenguaje es transmitir.

Productor 8: El lenguaje audiovisual no sabe cómo decir las cosas por ejemplo hay cine mudo y la producción la realización de una idea.

Productor 9: El lenguaje audiovisual es como lo contamos, los planos el movimiento y la producción audiovisual es la parte que no se ve es decir la parte organizativa.

Productor 10: La producción audiovisual es la elaboración de una idea y el lenguaje todo lo que incluye la idea.

Productor 11: La producción audiovisual es la presentación de la idea y el lenguaje audiovisual todo lo que está dentro de la idea.

Productor 12: El lenguaje audiovisual constituye todo lo que tiene que ver con la idea a plasmar y la producción audiovisual es la idea ya realizada.

Productor 13: La producción audiovisual es presentar la idea ya plasmada y el lenguaje todo lo que se utilizó para llegar a cumplir la idea.

Productor 14: La producción es ya el producto terminado y el lenguaje lo que utilizamos para dar a conocer este producto.

Productor 15: La producción audiovisual son las técnicas que se usan y el lenguaje audiovisual son los medios para dar a entender algo.

Análisis: En base a las respuestas dadas por los entrevistados, se establece que la diferencia principal radica en que la producción audiovisual es la presentación de la idea, el medio para comunicar algo, mediante el uso de recursos, que involucra movimientos, planos, es decir, el lenguaje audiovisual es todo lo que está dentro de la idea. El lenguaje audiovisual está integrado por un conjunto de símbolos y unas normas de utilización que hacen posible esta particular manera de comunicación. Contiene elementos morfológicos, una gramática particular y determinados recursos estilísticos que en conjunto conforman el lenguaje audiovisual, es así que este término se relaciona con la pregunta 1, al indicar que se centra en la trasmisión del mensaje, la idea que se quiere dar a conocer. Por otro lado, la producción audiovisual es el proceso por el cual se lleva a cabo la elaboración de contenidos de diversos géneros para medios de comunicación audiovisuales, estableciendo que la presentación de la idea, llevar a la práctica y la realidad la idea que se quiere emitir. Por lo tanto, la diferencia clave entre lenguaje y producción audiovisual, es que la primera corresponde al contenido y mensaje que dirige toda la parte operativa, la presentación de la idea, el plasmarla a través de la producción audiovisual.

Pregunta 5: ¿Qué géneros musicales conoce?

Productor 1: Género urbano, salsa, rock, merengue, tropical y balada

Productor 2: Todos los géneros se complementan, en este tiempo ya no son géneros sueltos.

Productor 3: Todos, pero los que mayormente he trabajado es el reggaetón.

Productor 4:

- Rock música clásica
- Reggaetón
- Salsa
- Salsa choque

- Electrónica
- Metal

Productor 5: Muchísimos, salsa, merengue, vallenato, cumbia, rock, reguetón.

Productor 6: Conozco la gran mayoría ya que soy ingeniero musical, pero lo más fuerte la parte urbana y el pop.

Productor 7:

- Salsa
- Trap
- Rap
- Bachata
- Reguetón

Productor 8: Son varios géneros, pero ahora todo es una fusión

Productor 9: Bastantes géneros, pero la más sonada salsa, reguetón, cumbia.

Productor 10: Es muy complicado detallar porque hay varios géneros, pero ahora todo es una mezcla de géneros.

Productor 11: Hay varios generemos musicales entre ellos: el reguetón, la salsa, cumbia, bachata, pop, etc.

Productor 12:

- Bachata
- Merengue
- Pop
- Regué
- Reguetón
- Salsa

Productor 13: En la actualidad siento que ya los géneros no están divididos, más bien mientras más se fusionan mayor acogida tienen.

Productor 14: Existen varios géneros urbanos, pero los más fuertes y conocidos son:

- Regué
- Rap
- Pop
- Reguetón

- Salsa
- Bachata

Productor 15: Muchos géneros entre ellos:

- Rock música clásica
- Reggaetón
- Salsa
- Salsa choque
- Electrónica
- Metal

Análisis: En esta interrogante se puede determinar que lo importante no es conocer la cantidad de géneros musicales existentes lo más importante es saber cuáles son los géneros más consumidos en Ecuador en América latina y en el mundo y sin duda alguna el género urbano se encuentra en los primeros lugares de consumo a nivel mundial y es el que tiene mayor dominio por parte de los productores audiovisuales encuestados, especialmente el reguetón, aunque otros, exponen que ya no se habla de distinciones, sino más bien es una fusión de los diversos estilos, que brindan mayores acogidas de los espectadores, razón por lo que se ha vuelto característico escuchar y observar videoclips de cantantes de un género determinado, que lo ha fusionado y unido a otro con mayores niveles de rating.

Pregunta 6: ¿Qué piensa del género urbano?

Productor 1: Es una cultura, una forma de vivir y sustentar la economía ya que mueve mucho dinero.

Productor 2: Es un género fuerte ya que se ha logrado respeto siendo el que más lidera.

Productor 3: Siento que ya no es el mismo de antes, ya que ahora hay varios artistas nuevos que no tienen el mismo concepto del reggaetón antiguo. En 10 años será Bad Bunny el líder y ya no Daddy Yankee

Productor 4: Incluye varias cosas, varias mezclas no solo reggaetón, nacen de las poblaciones marginadas iniciando con el rap y hip hop

Productor 5: Es un género en crecimiento desde hace 20 años teniendo como pionero a Daddy Yankee, siendo un género rítmico por eso tienen mucha acogida.

Productor 6: En la actualidad es un género vigente, que tiene bastante pegue en todo ámbito en eventos sociales nunca faltan y es un género que se ha dado para realizar uniones.

Productor 7: Es muy importante, se identifica con muchas generaciones y vino a llenar vacíos y evolucionar con nuevos géneros.

Productor 8: A nivel mundial es el género millonario, en Ecuador vamos atrasado ya que no hay mucho apoyo y por la dolarización. Desde el 2000 se levantó con cuentos de la cripta y ecualizate. Aquí nos falta unión porque podemos llegar muy lejos.

Productor 9: Es el género que más ha crecido hace 20 años, también es la mezcla de varios géneros que le gusta a la mayoría de la gente.

Productor 10: Es un género fuerte que tiene mucha acogida, y también genera mucho trabajo.

Productor 11: Es uno de los géneros que desde que apareció se ha posesionado muy alto, y se sigue viendo nuevos talentos así que este género sigue de largo.

Productor 12: Es un referente de la música de la calle, un género muy fuerte actualmente.

Productor 13: Es uno de los géneros más fuertes del mundo, gracias a este tipo de música se ha podido ver la evolución de la música.

Productor 14: Es uno de los géneros más escuchados, a pesar de que digan que es un estilo muy fuerte es el más sonado actualmente.

Productor 15: Es difícil definir este género, pero puedo decir que es el más fuerte, que está muy presente y estará por mucho tiempo.

Análisis: Con las respuestas a esta interrogante se determina que el género urbano es uno de los pocos géneros que ha conservado su popularidad desde sus inicios; desde que apareció este género se ha posicionado muy alto en la palestra musical tanto en televisión en radio y en la actualidad es el género más visto en plataformas digitales como YouTube; es un género que se lo consume mucho más allá de la producción y el lenguaje audiovisual.

La fiebre musical, que ha provocado que este género llegue a todo el mundo, ha sido causada por sus exponentes más representativos. Entre ellos, Luis Fonsi le ha sacado máximo provecho a su viraje musical: junto a Daddy Yankee y la compositora panameña Erika Énder, creó la canción Despacito, con la cual se rompieron todos los récords de reproducciones al alcanzar 4 300 millones en YouTube.

La fiebre urbana sigue y Madonna, la Reina del Pop, reclutó al colombiano Maluma para la canción Medellín. El tema será parte del próximo álbum de la carismática artista, que a lo largo de su carrera se ha mantenido vigente gracias a su habilidad para situarse en la cresta de la ola de lo más popular. El video de la canción Medellín se estrenó en MTV.

Además, establecen que este género se centra en historias de las poblaciones marginadas, temas de callejización, iniciando con el rap y hip-hop, pero a su vez, es un género que sigue creciendo y aumentando en niveles de rating, escuchado en todo tipo de eventos sociales, indicativo de una evolución del mundo musical y escuchado por las generaciones actuales, permitiendo que los productores audiovisuales tengan experticia en este tipo de videoclips.

Marco Teórico

Pregunta 7: ¿Cómo define el lenguaje audiovisual?

Productor 1: Es un medio donde se puede comunicar algo.

Productor 2: Lo que sienten los personajes.

Productor 3: Es algo muy importante al momento de una producción.

Productor 4: Son los símbolos que se utilizan para transmitir información y sentimientos a través de imágenes.

Productor 5: La expresión de lo que se quiere plasmar.

Productor 6: Responde evadiendo la respuesta

Productor 7: Una comunicación de audio y video.

Productor 8: En cuestión técnico es plasmar algo que lo vas a ver con imágenes y comprender.

Productor 9: Lo defino como una secuencia de planos, de imágenes.

Productor 10: Es una comunicación que se trasmite por medio del oído y la vista.

Productor 11: Considero que es una forma de expresión.

Productor 12: Yo pienso que el lenguaje no es más que todo lo que podemos utilizar en una producción.

Productor 13: Yo le defino como algo muy importante por las herramientas que nos brinda al momento de producir.

Productor 14: Se define como una forma de expresión.

Productor 15: Se puede definir como las herramientas que nos permiten construir una idea.

Análisis: Está pregunta se asocia con la número 2 y 3, que giran en torno al lenguaje audiovisual, su concepción que implica la transmisión del mensaje, y la idea central en función de la que se va a plasmar, así como la presencia de elementos morfológicos, semánticos, sintácticos, recursos didácticos y estéticos que lo componen, estableciendo que de acuerdo a la entrevista se puede definir al lenguaje audiovisual como una forma de expresión un sistema de comunicación visual y auditiva donde los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales, promueve un procesamiento global de la información que proporciona al receptor una experiencia unificada, es un lenguaje sintético que origina un encadenamiento de mosaico en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto y moviliza la sensibilidad antes que el intelecto. Suministra muchos estímulos afectivos que condicionan los mensajes cognitivos, es decir, hace uso de las emociones, operando de la imagen a la emoción y de esta emoción a la idea que se pretende transmitir.

Pregunta 8: ¿Qué me permite entender el lenguaje audiovisual?

Productor 1: La narrativa que tiene un video, y la clase de historia que se cuenta.

Productor 2: Lo defino en una sola palabra, complejo.

Productor 3: Me permite transmitir una historia

Productor 4: Lo que me permite entender es la repetitiva exposición.

Productor 5: Es la expresión de lo que nosotros queremos mostrar.

Productor 6: Lo que se quiere dar a conocer.

Productor 7: Me permite entender muchas más cosas en movimiento.

Productor 8: Depende desde que perspectiva lo quieres ver porque hay periodistas y el lenguaje audiovisual es distinto.

Productor 9: Te permite entender la idea que quieres plantear.

Productor 10: Permite entender una idea, la idea que quiere plasmar el artista.

Productor 11: Me permite entender y mostrar una idea.

Productor 12: Permite entender una historia o algo que se quiere contar.

Productor 13: Nos permite plasmar ideas con el fin de dar a conocer algo.

Productor 14: Permite apreciar el mensaje que queremos dar, por medio de los personajes y la música.

Productor 15: Me permite entender el mensaje que quieren dar a conocer en la producción.

Análisis: Podemos determinar que el lenguaje audiovisual permite entender y mostrar una idea; está claro que los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación (vale más una imagen que 1.000 palabras), resultan motivadores y aproximan la realidad a las personas. Por lo tanto, su utilización en los entornos educativos resulta muy recomendable. Ahora bien, hay que ser crítico frente a la alienación que genera un consumo masivo, disperso e irreflexivo de imágenes. Así mismo, se considera oportuno vincularlo con las preguntas previamente planteadas entorno al lenguaje audiovisual, corroborando información y determinando que el lenguaje audiovisual tiene la función de transmitir el mensaje, es decir, es la manera en la que se cuenta la historia, mediante los elementos señalados anteriormente que permitirán movilizar emociones de los espectadores y llegar a ellos con un mensaje o idea central, plasmada en imágenes y sonidos.

Pregunta 9: ¿Qué son los aspectos morfológicos en el lenguaje audiovisual?

Productor 1: Responde evadiendo la respuesta

Productor 2: Son los que dan forma a la composición.

Productor 3: Responde evadiendo la respuesta

Productor 4: Son los aspectos de forma, todo lo que se puede manipular como el vestuario, el maquillaje, etc.

Productor 5: Considero que es parte de la estructura de la cual queremos técnicamente reflejar la composición audiovisual.

Productor 6:

- Aspectos técnicos
- Herramientas
- Equipo
- Producción

Productor 7: Responde evadiendo la respuesta

Productor 8: Se refiere a cómo llegar a la gente sin herir pensamientos.

Productor 9: Responde evadiendo la respuesta

Productor 10: Creo que compone los elementos sonoros y visuales

Productor 11: Todo lo que está dentro del sonio y la imagen

Productor 12: Responde evadiendo la respuesta

Productor 13: Al escuchar morfología, creo que serían lo que nos permite ver y oír

Productor 14: Entre los morfológicos tenemos el sonido y la visión.

Productor 15: Responde evadiendo la respuesta

Análisis: En esta pregunta resulta llamativo las respuestas inconsistentes frente a este tipo de pregunta, posiblemente porque no se cuenta con este término técnico, pero quizá se tenga presente los aspectos de imagen y sonido, que son mencionados en los elementos que compone el lenguaje audiovisual. Por otra parte, al analizar las repuestas contestadas a esta interrogante, se puede establecer al igual que la elaboración de los mensajes a través del lenguaje verbal utilizando nombres, verbos, adjetivos y otros elementos morfológicos, los mensajes audiovisuales se construyen utilizando los siguientes elementos morfológicos: elementos visuales (las imágenes) y elementos sonoros (música, efectos de sonido, palabras, silencio), en cualquier caso, las funciones de los elementos morfológicos son básicamente tres: 1) informativa, testimonial, formativa, 2) recreativa, expresiva y 3) sugestiva: publicidad (relacionada con las cosas), propaganda (relacionada con las ideas y los valores de las personas).

Pregunta 10: ¿Cuáles son los elementos Visuales del lenguaje audiovisual?

Productor 1: Narrativa, la historia, recursos de la imagen y composición de imagen

Productor 2: Encuadres, líneas y narrativas.

Productor 3:

- Imagen
- Color
- Encuadre

Productor 4: La composición, el encuadre, puesta en escena, iluminación, las líneas.

Productor 5:

- Iluminación
- Colerización, todos los que se pueden ver.

Productor 6: Responde evadiendo la respuesta

Productor 7:

- Composición
- Encuadre
- Narrativo

Productor 8: Todo lo que se puede ver en la historia.

Productor 9: Pueden ser el trabajo de arte, todos los elementos de composición como la fotografía, personajes.

Productor 10: La narrativa principalmente ya que es el eje de la idea.

Productor 11: Pueden ser los recursos estilísticos.

Productor 12:

- Color
- Imagen
- Narrativa

Productor 13: A mi manera de entender, serían todos los que nos permiten ver algo nuevo en la producción.

Productor 14: Las figuras, los esquemas.

Productor 15: Creo que serán los que nos permiten ver algo distinto.

Análisis: Entre los elementos visuales que se muestran en las respuestas dadas por los productores audiovisuales se encuentran las imágenes, en primera instancia, acompañado de la composición de la imagen, la narrativa, historia, líneas, encuadres, colorimetría, en concordancia con los elementos que conforman el lenguaje audiovisual, siendo la dimensión morfológica, la que contiene a las figuras, imágenes, etc. También, establecen elementos estructurales sintácticos, expresiva compuesta de planos, ángulos, composición, profundidad de campo, iluminación, colores, movimientos del objetivo: físicos, ópticos, recursos estilísticos significado de los elementos morfosintácticos. Sin embargo, los elementos visuales son aquellos que están vinculados con el sentido de la vista, de modo que dichos elementos pueden permitir ver algo nuevo en la producción.

Producción

Pregunta 11: ¿Cómo se construyen las producciones de género urbano?

Productor 1:

- Escucho la canción (si no me gusta no la hago)
- Lluvia de ideas
- Guion, desglose, casting (Producción)
- Plan de rodaje
- Post producción

Productor 2:

- Parte musical
- Parte visual
- Campaña de marketing
- Industria musical

Productor 3:

- Escuchar la letra
- Escribir un guion
- Elementos a utilizar
- Producción

Productor 4: Veo mucha predominancia en el lenguaje, presencia en las cámaras, hay veces que hay una historia y muy repetitivo el lujo con casas y carros grandes y mucha sensualidad.

Productor 5: Algunos por el ritmo o por la letra. Depende lo que se quiere mostrar.

Productor 6: Se construye a partir de una idea del artista, y el conjunto de todos los que van hacer parte de esta producción.

Productor 7: Lo principal tener una idea y lo que se quiere dar a conocer

Productor 8: Hace 10 años atrás se hizo producciones como Guayaqueo. Pero actualmente cada quien realiza cosas diferentes en mi caso primero ver lo que se quiere plasmar.

Productor 9: La construcción se empieza por una idea, el guion y la producción.

Productor 10: Se construye principalmente con una lluvia de ideas, teniendo en cuenta lo que se quiere plasmar.

Productor 11: Primero saber que quiere dar a conocer el artista, pero también saber lo que nos está diciendo en la canción.

Productor 12: Se construye mediante la puesta en escena de una idea que tenga que ver con el arte musical.

Productor 13: Yo empiezo preguntando al artista, su presupuesto y que idea tiene.

Productor 14: Primero escuchando las músicas y posterior ver cuál sería la idea que se quiere dar a conocer.

Productor 15: Independientemente del género creo que toda producción parte de una idea que se quiere plasmar.

Análisis: En base a las respuestas otorgadas por los productores audiovisuales, se establece que la producción parte de una idea de lo que se quiere plasmar, para lo cual se continua con la escritura de un guion o el análisis de la letra de la canción, y un diálogo con el artista para establecer los puntos y el fin de la producción, de modo que se resalta la importancia del lenguaje audiovisual, descrito en párrafos anteriores, puesto que de la idea central o medular, surge toda la parte operativa o la producción como tal, que incluye las fases de producción, preproducción, producción o rodaje y postproducción o edición. Por tanto, se puede concluir que sin lenguaje audiovisual y la lluvia de ideas, para identificar el mensaje y contenido que se quiere transmitir, siendo clave y fundamental antes de la producción como tal, luego de esto si se incluye elementos como la música, etc.

Pregunta 12: ¿Cuál es la diferencia entre composición y encuadre?

Productor 1: Composición es como se comunica y encuadre lo que está dentro de la cámara.

Productor 2: Composición tiene una historia y encuadre una composición simple.

Productor 3: Responde evadiendo la respuesta

Productor 4: La composición está dentro del cuadro y el encuadre lo que va y lo que no va.

Productor 5: Responde evadiendo la respuesta

Productor 6: Esta función cumple el director de fotografía, la composición está dentro de la regla de los tercios y el encuadre es la ubicación de la cámara, planos.

Productor 7: El encuadre es lo que ves por el visor y la composición es lo que entra dentro del cuadro.

Productor 8: El encuadre es la fotografía y la composición es cuestión de la iluminación para poder componer las escenas. Pero al unir sale la producción

Productor 9: El encuadre es cuál va a ser nuestro plano y la composición como está estructurado.

Productor 10: La composición es lo que enfocamos en la fotografía y el encuadre nos ayuda para ajustar a un marco.

Productor 11: La composición es todo lo que se va a reflejar y el encuadre lo que podemos ver mediante el lente.

Productor 12: Creo que la composición es todo lo que va en la idea y el encuadre una parte de la idea.

Productor 13: Con la composición se puede transmitir sensaciones mientras que el encuadre delimita lo que va y lo que no va.

Productor 14: La composición será lo que se quiere transmitir y el encuadre lo que podemos ver mediante el lente de la cámara.

Productor 15: El encuadre es lo que ves por el lente y la composición es lo que entra dentro del cuadro.

Análisis: En relación a las respuestas dadas por los entrevistados, se establece que el encuadre corresponde a todo lo que se observa en el cuadro del video, es decir, todo lo que aparece en la pantalla de la cámara, así como la perspectiva, en la que la foto o imagen fue tomada, razón por la que incluye la ubicación de la cámara, planos, así como la delimitación de lo que va dentro de una imagen, fotografía o escena. Por otra parte, la composición, se refiere a todos los elementos que va dentro del encuadre, tomando en cuenta las posiciones, gestos, iluminación, etc, permitiendo la transmisión de sensaciones y ubicado dentro de la regla de los tercios.

Pregunta 13: ¿Cómo empezar a escribir un guion literario y posteriormente un guion técnico?

Productor 1: Para el guion literario se tiene una idea, pero se me hace más fácil saber cómo termina la historia, los 15 puntos de narrativa y puntos de giro.

Productor 2: La parte más difícil es empezar. Depende del artista y costumbres. Podemos hacer premisas, ver la inspiración la escena y los personajes.

Productor 3: Responde evadiendo la respuesta

Productor 4: Depende del producto. Sacar la información o puntos importantes donde se crea la narración, luego de tener todo voy asignando imágenes que van de acuerdo a lo que se quiere mostrar.

Productor 5: En el guion técnico va todo lo que relaciona la producción y el literario es lo que va aparecer en el video.

Productor 6: Comenzar con el foco que es la parte literaria, y comenzar a armar todo lo que quieres conseguir, ahí entra la parte técnica.

Productor 7: El guion literario es la idea contada muy rápidamente con lluvia de ideas y el técnico que está el plan de rodaje, es decir ya la idea clara.

Productor 8: El guion literario es la temática de la canción siendo la estructura completa y el técnico ya realizar la producción.

Productor 9: Empezamos con una idea, y seguir desarrollando hasta que esté claro que se quiere mostrar cumpliendo las tres etapas de la producción.

Productor 10: Todo se empieza con una lluvia de ideas hasta tener claro lo que queremos mostrar, ahí seguimos con el guion técnico donde ya tenemos claro lo que se va hacer.

Productor 11: Independientemente de lo que se quiere mostrar, se debe tener en claro la idea principal de todo así iniciamos con el guion literario y al momento de tener claro lo que queremos mostrar finalizamos con el guion técnico.

Productor 12: Todo se debe iniciar con una idea, o una lluvia de ideas para poder finalizar con un guion técnico con todo claro, de lo que se quiere conseguir.

Productor 13: Con una lluvia de ideas empezamos, luego sacando las que mejor se ajustan para lo que vamos a representar y finalmente la ejecución.

Productor 14: Debemos empezar por una idea, desglosar las ideas para ver la más adecuada y luego tener claro lo que se va a plasmar.

Productor 15: Se inicia con una lluvia de ideas claras, posterior se van anotándolas mejores y finalmente el guion técnico es todo lo que ya está listo para la producción.

Análisis: Para realizar un trabajo de producción audiovisual, es importante que se parte de la creación de un guion literario, dado que parte de una idea e historia que se pretende rodar, analizando ideas principales, secundarias destinadas a la creación de la narración, que puede estar sujeta a modificaciones, hasta alcanzar el objetivo que se pretende plasmar. Una vez que se tenga listo el guion literario y las ideas claramente definidas e incluso lo que se pretende transmitir, correlacionándolo con las preguntas del lenguaje audiovisual, el contenido. Se prosigue con el guion técnico, caracterizado por el plan de rodaje, la parte operativa, involucrando la parte de la producción audiovisual, que sirve para que el director

logre visualizar el video, película, lo que se pretenda realizar, antes de pasar al rodaje, añadiendo imágenes acordes a lo que se quiere mostrar, sumado a la descripción de tomas que permitirán contar la historia.

Pregunta 14: ¿Cómo saber si estoy realizando bien mi producción?

Productor 1: Con el producto final se ve reflejado.

Productor 2: Seguir las normas de producción, sonido, color e imagen.

Productor 3: Siguiendo la partitura, la parte técnica y el producto final.

Productor 4: Buscar personas con criterio y tener claro de que yo voy a cumplir las metas que planteé al inicio.

Productor 5: Lo que se está proyectado debe ser lo que quiero mostrar, y se cumpla con el objetivo.

Productor 6: Por la sensación que causa en el público, o filtros en la parte de audio y video, sería como un estudio de mercado.

Productor 7: Si da a entender es una buena señal de que está bien

Productor 8: Uno debe ser analítico y uno mismo calificarse, al momento de editar ya se puede ir cambiando y mejorando.

Productor 9: La única forma de saber que estas realizando bien es cumplir con todas las etapas.

Productor 10: No podemos saber hasta tener el producto terminado, pero siempre hay que tener seguridad de lo que hacemos.

Productor 11: Es muy complicado al inicio saber si está bien o mal la producción, esto se verá reflejado con la acogida que tenga el videoclip.

Productor 12: Si nos planteamos objetivos al inicio, mediante vamos avanzando sabremos si estamos cumpliendo o no.

Productor 13: Siempre confiando en uno mismo, y el tipo de trabajo que se realiza.

Productor 14: Al ver el producto final se puede comprobar si se cumplió o no con lo que se esperaba.

Productor 15: Voy a comprobar al momento de ver mi producción final.

Análisis: En base a las respuestas dadas por los 15 entrevistados, se establece que una forma de identificar si la producción está bien realizada, es primero siguiendo la partitura, las

normas de producción, sonido, colorimetría, imagen, cumpliendo con los parámetros que conlleva una producción, permitiendo relacionarlo con la pregunta anterior (13), partiendo de una idea central que será plasmada en el guion literario clave para la creación de la narración y una vez definida con el objetivo y mensaje a transmitir esté claro, proceder con el cumplimiento del guion técnico, que va a guiar todo el proceso de rodaje, de tal modo que es importante y esencial que cumplir con todas las etapas. Sin embargo, también se logrará determinar una vez finalizada la producción y la obtención del producto, no sólo desde la óptica del profesional y personas expertas en el tema, sino por la acogida del público.

Pregunta 15: ¿Qué tipo de localizaciones se necesita para la producción? (La historia tiene que ser grabada en: un estudio / localizaciones naturales

Productor 1: Prefiero buscar una locación para que no sea monótono, también depende de la historia.

Productor 2: Todo depende del guion o lo que se quiere reflejar en el video.

Productor 3: En locaciones naturales para que tenga más éxito.

Productor 4: Depende lo que más sirve para la historia, y depende del presupuesto.

Productor 5: Depende del guion técnico que esta propuesto.

Productor 6: Todo depende de la idea, se puede dividir en dos partes una para el artista y otra para lo que se quiere contar.

Productor 7: Depende mucho del presupuesto, en exterior tienes más cosas por mostrar.

Productor 8: Depende del presupuesto, del artista y de lo que se quiere enseñar.

Productor 9: Eso depende de la historia que se quiere proyectar.

Productor 10: La localidad depende mucho de lo que se va a mostrar, puede ser en interiores o exteriores.

Productor 11: La localización es parte importante de la producción ya que es lo que más se va a observar, por ende, mientras mejor sea está bien, sea interior o exterior.

Productor 12: Eso sería depende lo que se va a representar

Productor 13: Depende del presupuesto y lo que se quiere mostrar.

Productor 14: Se puede realizar en cualquiera de las dos locaciones, pero dependerá de lo que se quiere mostrar.

Productor 15: Depende de lo que se quiere plasmar, puede ser interior o exterior, y el presupuesto también es algo muy importante.

Análisis: La elección de las locaciones va a depender del mensaje que se pretenda transmitir, de la historia que se va a narrar, sumado a lo que esté estructurado en el guion y sobre todo del presupuesto con el que se cuente, dado que locaciones naturales o externas implica mayores rubros no solo por el alquiler del escenario, si fuese el caso, sino por toda la movilización de equipo de trabajo y técnico. Existen entrevistados que prefieren localidades externas y con naturaleza porque se puede presentar mayores cosas, escenas, enfoques, aunque todos convergen en el mismo punto, que depende del contenido que se quiera contar y lo que se busque proyectar, independiente de las localizaciones internas, como el caso del estudio o el exterior.

Pregunta 16: ¿Cómo saber qué equipo técnico es adecuado para la producción que necesito?

Productor 1: Es según lo que quieras contar, que vas a transmitir y la plataforma a la que vas a subir el contenido.

Productor 2: Depende de las necesidades del producto y lo que se quiere hacer.

Productor 3: Depende la proyección que se quiera dar. Todo depende a que quieres llegar.

Productor 4: Depende de la idea que se quiere mostrar, cual es el propósito y también se puede adaptar con los recursos.

Productor 5: También depende del guion técnico, si se graba en el bar se debe llevar todo lo adecuado ya depende de lo que se va a elaborar.

Productor 6: Saber mucho del presupuesto del artista, pero ahora todo es accesible a lo que queremos dar a conocer.

Productor 7: Se debe partir desde el guion literario, es decir lo que se quiere contar.

Productor 8: Tiene mucho que ver la producción que se va a realizar, a mí me gusta trabajar con filtros.

Productor 9: Tú debes estar seguro de lo que vas a plasmar sin importar los recursos es muy importante estar seguro de lo que se sabe.

Productor 10: El equipo va a depender del presupuesto con el que se cuenta.

Productor 11: No siempre va a ser necesario contar con lo más top para los videos, a veces es más cosa de la creatividad que le pongas en el momento de la producción y el proceso de post producción.

Productor 12: De igual manera será depende de lo que queremos dar a conocer.

Productor 13: Cuando adquirimos equipo técnico debemos saber que debe ser apto para todos estos trabajos.

Productor 14: También dependerá del trabajo que se quiere realizar.

Productor 15: Debemos tratar de adaptarnos a los equipos con los que contamos y realizar una buena producción y post producción para tener un producto de calidad.

Análisis: En este punto se engloba y convergen las preguntas anteriores, relacionadas con el guion técnico, literario, lenguaje audiovisual. El tema en torno al equipo técnico adecuado para la producción que se pretende elaborar, va a depender del lenguaje audiovisual, el mensaje que se pretende transmitir y proyectar, así como también del guion técnico, pero a la vez, dependerá del presupuesto con el que se cuenta, para la adquisición de equipos acorde a las ideas a desarrollar. Sin embargo, el tema de la creatividad juega un papel importante para la creación de videos y sobre todo en la producción y post producción.

Pregunta 17: ¿Qué elementos se deben estudiar del género para acercarse lo que más se pueda la propuesta audiovisual?

Productor 1: Debemos saber cómo va el *flow* y ayuda también la experiencia.

Productor 2:

- Presupuesto para plasmar tu idea
- Acogida
- Trayectoria

Productor 3: La principal es el presupuesto con lo que se cuenta y que se va a plasmar.

Productor 4: Yo creo que no hay que encerrarse en el género, más bien ser innovador ya que no hay reglas.

Productor 5: La acogida y también la trayectoria.

Productor 6: En la parte de video sería el vestuario ya es muy relevante, también el sonido que está en vigencia.

Productor 7: La iluminación y el ritmo de edición es decir que las tomas sean rápidas.

Productor 8: Ser auténtico, no hacer lo que hace el resto.

Productor 9: El género ha evolucionado tanto que no hay que cumplir algo simplemente se da la idea y ya está.

Productor 10: Los elementos principales serán el presupuesto, ya que dependerá de todo lo que vamos a utilizar en la producción.

Productor 11: Creo que se debe estudiar el mercado, o a quien va dirigido el mensaje.

Productor 12: Principalmente el presupuesto, para poder ver con lo que podemos contar.

Productor 13: Independientemente de la idea, se debe ver el presupuesto para la producción.

Productor 14: El presupuesto para plasmar tu idea y también ayuda la trayectoria

Productor 15: Depende de lo que se quiere plasmar, puede ser interior o exterior, y el presupuesto también es algo muy importante.

Análisis: En base a las respuestas dadas por los entrevistados, se determina que los elementos que se debe estudiar del género urbano a tomar en cuenta para la propuesta, se establecen que se parte de la idea que se quiere transmitir, sumado a los elementos del lenguaje audiovisual establecidos en preguntas anteriores, que involucra las imágenes y palabras, que difieren en su potencial semiótica y la eficiencia comunicativa. Para las imágenes, se requiere un espacio visual bidimensional, mientras que las palabras se perciben en una secuencia lineal, misma que es transmitida en un espacio acústico construido en un contexto visual, transmitido mediante una comunicación no verbal.

De igual forma, determinan incluye el presupuesto para tema de escenario, iluminación, vestuario, y demás elementos que incluyen una producción, dado que el reggaetón mediante sus letras y el acompañamiento de la estética, va armando un concepto de ideal del cuerpo, definiendo parámetros particulares tanto para hombres y mujeres, de modo que influye en la configuración de identidad de género, pero establece también estereotipos sociales.

Aceptación del video

Pregunta 18: ¿Le gustó esta alternativa de contenido para videos de género urbano y por qué?

Productor 1: Si porque rompes la línea del típico video urbano ya que se cuenta una historia, me gusta mucho la idea.

Productor 2: Me encanta porque se cuenta una historia.

Productor 3: Me gustó mucho ya que es algo nuevo a diferencia de las producciones urbanas que siempre sacan lo mismo.

Productor 4: Me gustó más bien el mensaje y que el cantante hombre está hablando por la mujer.

Productor 5: Sí, realmente veo dentro de la producción un trabajo impecable, porque el género urbano siempre indica los vehículos las mujeres y eso gusta mucho.

Productor 6: Yo soy fanático de este tipo de contenido, miro que se lleve un mensaje constructivo siempre en los videoclips.

Productor 7: Si de echo me gustan los videos que se salen del esquema del perreo y chicas bailando como en la mayoría de videos.

Productor 8: Me gustó mucho la historia, no es la misma historia de siempre. Es una propuesta con una historia distinta.

Productor 9: Es un tema como que de moda y hay grupo de personas que les gustaría y otras que les gusta lo de siempre. Pero a mí me parece muy positivo porque son temas que están pasando, lo está realizando un artista argentino sobre violencia de genero.

Productor 10: Es muy interesante, el hecho de presentar una historia llama mucho la atención.

Productor 11: La verdad llama mucho la atención ver algo nuevo en este género, por lo general siempre se ve reflejado el dinero y los lujos.

Productor 12: Me ha llamado mucho la atención que una canción urbana deje un mensaje tan claro.

Productor 13: La verdad me gustó mucho esta nueva alternativa en videos urbanos. Ya que solo los he podido ver en artistas internacionales como Chino y Nacho.

Productor 14: Me parece muy interesante ver algo innovador y no lo mismo de siempre.

Productor 15: La verdad me ha gustado mucho esta alternativa ya que estamos viendo un mensaje a través de una historia.

Análisis: En referencia a la propuesta planteada desde el género urbano, los productores audiovisuales concuerdan que es una propuesta bastante viable en cuanto al lenguaje audiovisual y también existe un buen trabajo en producción siempre será importante en la generación de este tipo de contenido un buen trabajo de creación tanto en producción como en lenguaje audiovisual para lograr llegar al público con el mensaje que se quiere transmitir y que este contenido sea aceptado. Además, exponen que es contiene un mensaje distinto a los videoclips que caracterizan al reggaetón dentro del género urbano, partiendo de la narrativa al contar una historia, y la figura de la mujer no recae en objeto

sexual, sino que transmite el mensaje que muestra un problema social, el maltrato a la mujer, cantada por un hombre, rompiendo esquemas y estereotipos impuestos a la sociedad., sino por el contrario, un llamado de atención acerca de la realidad en la que se encuentra la sociedad actualmente, violencia de género.

Pregunta 19: ¿Se puede ver reflejado las tres etapas de la producción audiovisual?

Productor 1: Sí, hay un trabajo dentro del video. Hay una idea buena con preparación.

Productor 2: Si se ve reflejado un trabajo no improvisado.

Productor 3: Si está reflejado, de hecho, me ha gustado desde la primera toma.

Productor 4: Si se ven reflejadas claramente, se nota la planificación.

Productor 5: Si se ve el trabajo realizado con las tres etapas hay un buen manejo de cámara.

Productor 6: Si se ve reflejado porque se ve el lugar, la historia, la edición.

Productor 7: Si está claramente evidenciado que cumple con las tres etapas.

Productor 8: Si se ve reflejado, el sentido de drama es muy bueno.

Productor 9: Se puede ver reflejado las tres etapas, es un buen trabajo.

Productor 10: Evidentemente se ve un trabajo que contiene las tres etapas de producción.

Productor 11: Evidentemente se observa que si hay un buen trabajo detrás de esta producción.

Productor 12: Claramente podemos darnos cuenta que se realizó con un proceso adecuado.

Productor 13: Si, se nota la utilización de las tres etapas.

Productor 14: Evidentemente se ve un trabajo detrás de esta producción.

Productor 15: Si cumple con las tres etapas.

Análisis: De acuerdo a las respuestas dadas, el videoclip propuesto cumple con las fases de producción, indicando un trabajo planificado y con preparación, ausente de improvisación, cumpliendo con las tres fases, que se presentan a continuación:

Por tanto, se puede determinar que cumple con una Preproducción: Allí donde nace la idea. Para empezar, una producción audiovisual se necesita de una historia que se pueda contar, es decir, el guionista deberá preparar un primer guion literario que ayudará a identificar las necesidades técnicas, artísticas y narrativas. Además, desde el primer momento, el promotor deberá contar con un plan de financiación donde se especifique de

donde saldrán los recursos (inversores, ayudas, fuentes propias...) y cómo se distribuirán (primer presupuesto).

Rodaje: El arte de adaptarse al imprevisto, es la parte clave de la producción porque consiste en plasmar la idea central y transmitir el mensaje. Sin embargo, hay quienes consideran que la fase de rodaje, es la más estresante y que implica mayores esfuerzos, debido a las largas jornadas de grabación donde intervienen un gran número de profesionales, de distintas áreas, que deben coordinarse para conseguir cumplir sus objetivos y, sobre todo, no perjudicar al resto. Aquí los imprevistos deben solucionarse con rapidez ya que atrasar el rodaje un solo día puede tener elevadas consecuencias económicas.

En la fase de Postproducción es la edición del rodaje, conocido también como montaje, se ajusta al detalle, última fase de la producción audiovisual, porque permite revisar la calidad del material grabado y convertirlo en una narración fluida donde las distintas escenas fragmentadas cobren sentido. Es un proceso que puede durar meses dado que requiere ajustar las imágenes (color, luz...) y se trabajará el sonido (reducción de ruidos...) para conseguir aprovechar toda su capacidad comunicativa.

Pregunta 20: ¿Piensa que el video tiene un contenido adecuado para niños?

Productor 1: Como son de cristal no, pero el mensaje es fuerte y puede ayudar a chicas que pasen por la historia contada.

Productor 2: Sí, porque desde niño puedes ver lo que puede pasar en relaciones, pueden ver sin privarlos.

Productor 3: Pienso que es un video para indicarles lo que no se debe hacer, o dejarse hacer.

Productor 4: Yo creo que sí, porque no hay demasiado explícito y hay cosas de la vida real.

Productor 5: Creería que no, porque no se debe mostrar violencia. Aquí en Colombia en vez de ser un mensaje es como que los motiva hacer eso.

Productor 6: No por el segmento, es más social.

Productor 7: Para mi está bien, pero para niños puede censurarse por el tiempo en el cual estamos viviendo que no les gusta ver estas realidades.

Productor 8: Si porque los niños han visto cosas más crudas y esto es una realidad y lo vas a ver en la vida real, mientras no haya desnudos está bien.

Productor 9: Al ver una persona que se muere, creo que dependería la edad, sería como que de 12 años a más.

Productor 10: Depende de la mentalidad de cada niño, actualmente no todos cogen la parte buena del mensaje.

Productor 11: Si puede ser adecuado para que ellos vayan viendo los problemas que se presentan actualmente y que es muy común.

Productor 12: Si es un video con una historia, contando un mensaje que actualmente se vive, por tal razón sería bueno que los niños lo tomen como un ejemplo.

Productor 13: Depende desde que ángulo lo vean, si lo ven como algo que no deben hacer si sería apto, pero hay personas que lo verán como algo que se puede hacer.

Productor 14: Creo que ara niños no está adecuado ya que hoy por hoy todo les parece mal.

Productor 15: Si sería bueno que los niños los vean, hay videos que no aportan nada y los miran sin problema.

Análisis: En base a las respuestas señaladas, se determina que puede ser un contenido para niños, pero no al 100%, se podría censurar ciertas partes explicitas en el video, dado que es un contenido que no necesariamente debe ser expuesto a niños tanto por la letra y por el contenido que si bien es cierto es un contenido para concienciar en ciertos momentos muestra explícitamente violencia, mostrando la realidad de mujeres, ya no desde la perspectiva de sexismo y objeto sexual, pero conservando el machismo, generando maltrato, contenido que para la mentalidad de un niño, dado que sus procesos cognitivos no están completamente desarrollados, así como la abstracción y análisis, sino más bien receptan las cosas y contenidos al pie de la letra, podría ser un video no apto para esa edad, tomando como referencia las palabras textuales de un productor audiovisual Colombiano “aquí en Colombia en vez de ser un mensaje es como que les motiva hacer eso”.

Pregunta 21: ¿Le parece adecuado este tipo de contenido para el género urbano (explique)?

Productor 1: Si, ya que no es lo básico, siendo importante contar una historia.

Productor 2: Hablando de números creo que no porque estamos acostumbrados a lo contrario. Para causa social esta adecuado.

Productor 3: Me parece muy interesante, es muy fresco y llama la atención.

Productor 4: Yo creo que sí, porque no hay demasiado explícito y hay cosas de la vida real.

Productor 5: Si claro es muy bueno

Productor 6: Si es muy adecuado ya que si hay personas que les gusta este tipo de contenido, donde se ve un mensaje.

Productor 7: Si porque el género urbano permite un poco más a diferencia de música romántica.

Productor 8: Si porque es una realidad que se está viviendo actualmente porque no tenemos una guía como personas.

Productor 9: Los proveas sociales siempre fueron el fuerte del rap, es su esencia.

Productor 10: Si es muy adecuado, fuera de lo común.

Productor 11: Sería bueno ver este tipo de contenido donde nos llama a la conciencia de varios problemas que se ven reflejados en la sociedad.

Productor 12: Me parece muy adecuado ya que cabe recalcar que lleva un mensaje muy bueno.

Productor 13: Es algo muy llamativo la verdad, pero la mayoría está familiarizada con lo mismo de siempre.

Productor 14: Si me parece muy adecuado ya que la mayoría en este género solo dan a conocer el dinero, los lujos, las mujeres el alcohol y las drogas

Productor 15: Me parece muy llamativo en este género, al mostrar un mensaje a la sociedad.

Análisis: Los productores audiovisuales concuerdan que es una buena alternativa y se debería intentar la inclusión dentro del género actual que tiene mayores niveles de rating y seguidores a nivel mundial: el reggaetón. La tarea no es sencilla, dado que los videoclips de este tipo de música, continúan trascendiendo por su composición sencilla y ritmo pegadizo, a pesar de los contenidos que aborda a la mujer como objeto sexual, sumado al machismo, acompañado de lujos y dinero, estableciendo estereotipos tanto para mujeres como hombres, colocando al reggaetón entre los géneros más populares a nivel mundial. Sin embargo, a pesar de la evolución de su estilo y el éxito aumentativo, la preocupación constante e indignación frente a este, prolifera también, razón por la que la propuesta tiene

como finalidad dar un giro de 180 grados al género urbano, representando a la mujer desde una visión no sexual, que incluya erotismo y sexualidad, sino como un llamado de atención a la sociedad, para modificar esquemas de pensamiento y patrones conductuales del machismo, sembrando respeto por la dignidad humana. Además, resulta relevante señalar la gran acogida que ha tenido el trap latino, considerado como un hermano sin filtros del estilo reggaetón, sin tomar en cuenta el contenido y letra, siendo consumidores de estos temas, la población juvenil.

Pregunta 22: ¿Qué plataforma de internet utiliza con mayor frecuencia para ver videos y por qué?

Productor 1: Utilizo YouTube ya que está a la mano y todos la usan.

Productor 2: YouTube, netflix, tik tok ya que son plataformas actuales y en tendencia.

Productor 3: Facebook porque son cortos y YouTube para más información.

Productor 4: YouTube

Productor 5: YouTube es o que más utilizo porque se encuentra todo tipo de contenido.

Productor 6: YouTube es la plataforma más global y actualmente tik tok también se puede ver contenido musical.

Productor 7: Yo utilizo por mi edad Facebook, Instagram, y YouTube

Productor 8: YouTube porque es gratis e ilimitado, pero como productor YouTube es la mejor.

Productor 9: Se puede ver reflejado las tres etapas, es un buen trabajo.

Productor 10: YouTube porque te da variedad y mucho contenido.

Productor 11: Yo personalmente utilizo más YouTube, ya que es una plataforma muy completa.

Productor 12: YouTube que es la más completa, actualmente también es una buena plataforma tik tok.

Productor 13: Me gusta mucho YouTube, ya que se puede encontrar todo tipo de contenido.

Productor 14: Yo utilizo principalmente YouTube, Instagram y actualmente tik tok

Productor 15: Yo utilizo con mayor frecuencia YouTube, ya que se encuentra desde música hasta documentales y tutoriales que si son útiles.

Análisis: El internet en la actualidad brinda un sin número de posibilidades para el entretenimiento, siendo las redes sociales porque permiten mayores conexiones personales y sociales, pero a la vez, como medio para hacer negocios. Se determina que por estadística las plataformas que más se utilizan son:

- WhatsApp
- YouTube
- Facebook
- Instagram
- Twitter

Sin embargo, de acuerdo a los entrevistados, exponen que la plataforma más idónea para transmitir videos es la YouTube, por su alta capacidad de interacción con las demás redes sociales, sumado al boom de los influencers o los Youtubers, indicando que es una de las redes que crece con mayor número de usuarios y seguidores, además que es utiliza no solo para temas de música, sino documentales e incluso tutoriales, razón por la que es común escuchar la siguiente frase: “YouTube lo tiene todo”.

Pregunta 23: ¿Es adecuado el tiempo que dura el video (explique)?

Productor 1: Un poco largo, ya que hacer lo más corto para que la gente vea el video.

Productor 2: Si es adecuado para toda la idea que se quiso plasmar.

Productor 3: Si es perfecto, yo nunca me aburrí de ver el video.

Productor 4: Sí, no me aburrí y me pareció perfecto

Productor 5: No importa el tiempo, es más lo que quiere transmitir y esta súper bien.

Productor 6: Es adecuado, está dentro del rango ya que más de 4 es mucho.

Productor 7: Como lo vi tan interesante no me fije ni en el tiempo, lo que quiere decir que es muy aceptable.

Productor 8: Si es muy adecuado, y la historia no te hace aburrir.

Productor 9: Si es adecuado no está ni mucho ni poco es muy aceptable. Por ejemplo, calle 13 (René) hace video súper largos y son muy aceptables.

Productor 10: Esta entre el rango normal, no es muy corto ni muy largo, la verdad es muy aceptable.

Productor 11: Sí, no me parece mal el tiempo utilizado.

Productor 12: Si es muy adecuado, pese a que tiene más de 3 minutos, no aburre al verlo.

Productor 13: Esta dentro del rango aceptable.

Productor 14: Si esta adecuado, ya que hay videos más largos e igualmente lo ven.

Productor 15: Si es muy aceptable el tiempo que tiene el video.

Análisis: Se pudo determinar que la duración de un video es algo subjetivo y realmente depende de la necesidad tanto de producción como de lo que realmente se necesita transmitir en el lenguaje audiovisual, de modo que cada video tendrá realmente el tiempo que sea prudente tanto para contar su letra como su historia lo cual permitirá enganchar al público desde el comienzo hasta el final cuando un video está bien realizado tanto en producción como en lenguaje el consumidor en lo que menos se fija es en el tiempo. Concluyendo que el video presenta un rango de tiempo aceptable.

Pregunta 24: ¿Piensa que podría tener éxito esta alternativa de videos en la música urbana (argumente su respuesta)?

Productor 1: Sí, porque mucha gente se sentirá identificada con el contenido.

Productor 2: Es difícil predecir el éxito de un videoclip.

Productor 3: Yo creo que sí, es muy innovador a diferencia de otros videos de genero urbano.

Productor 4: Si ya que tiene cosas muy buenas

Productor 5: Sí, incluso se puede trabajar con otros tipos de contenido fuera de lo común que siempre se muestra.

Productor 6: Si puede tener mucho éxito, como referencia es Bruno Gómez que realiza este tipo de producciones.

Productor 7: Si sería muy bueno, tal vez sea más costoso, pero es muy buena la idea.

Productor 8: Si porque son historias que algunas personas no quieren contar y hay muchas personas que se identifican.

Productor 9: Puede ser depende de los gustos, pero si vemos bien un nicho estará para ser un éxito.

Productor 10: Todo video que tenga algo importante que mostrar va a llegar hacer un éxito.

Productor 11: Puede llegar a tener mucho éxito, es una buena idea.

Productor 12: Si puede llegar a tener éxito, todo depende de cómo lo quiere ver la gente.

Productor 13: Claro que si puede llegar a tener éxito porque lo bueno de lo urbano es que siempre será innovador, aunque no todos lo hagan.

Productor 14: El éxito no se puede predecir, pero la idea es muy buena.

Productor 15: Si todos quisieran dar un mensaje en vez de mostrar chicas desnudas, evidentemente sería de éxito.

Análisis: Los encuestados, concluyen que sería una propuesta muy interesante en contra de la violencia de género, siendo la erradicación de la violencia de género, a nivel nacional, una de las prioridades del Estado, que vienen funcionando desde el 2007. De modo, que exponen que podría tener éxito, además de abrir oportunidades a productores ecuatorianos e incrementar los materiales nacionales, sumado a la temática que se propone, que permitiría que el público se identifique con la temática e innovadora que caracteriza al género urbano, aunque no todos los artistas lo hagan.

4.3 Resultados de la encuesta

La encuesta estuvo estructurada de 10 preguntas relacionadas con las temáticas de lenguaje audiovisual, marco teórico, género urbano y aceptación de la propuesta realizada. La muestra estuvo compuesta de 25 productores audiovisuales, seleccionados por criterios de inclusión, descritos en la metodología de la investigación.

Aceptación Audiovisual:

Pregunta 1. ¿Qué es lo primero que percibe en el video?

Tabla 14 *Percepción del video*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Coherencia (imagen-letra)	6	24%
Música	7	28%
Calidad de contenido	12	48%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

Como se puede observar en la tabla 6, de los 25 encuestados, la mayoría, es decir, 12 personas consideran que lo que primero que perciben en el video es la calidad de contenido, de manera que, de acuerdo a los datos referidos por los productores, se logra

apreciar el mensaje que se desea transmitir con el videoclip. Así mismo, señalan en segundo lugar la apreciación de la música (7 personas), seguido de la coherencia entre la imagen y la letra (6 personas), de modo que existe una relación entre lo que se observa y escucha. Por tanto, los resultados correspondientes a la primera pregunta, se muestran resumidos en porcentajes en el gráfico 1:

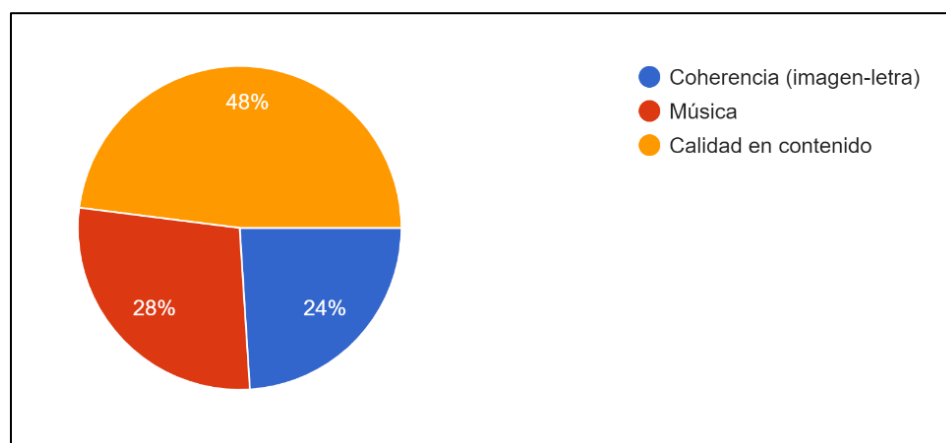


Gráfico 1. Porcentajes en relación a lo primero que se percibe en el video

Fuente: Correa (2022)

Pregunta 2: ¿Aceptaría este contenido para el género urbano?

Tabla 15 Aceptación del contenido para el género urbano

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	24	96%
No	0	0%
Se puede mejorar	1	4%
No es acorde con el género urbano	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

Como se puede observar en la tabla 7, la aceptación del video se encuentra en un 96% correspondiente a 24 personas de los 25 encuestados, permitiendo interpretar que la propuesta planteada se asemeja a los estándares del género urbano, pero con una distinción del mensaje, mismo que en base a la pregunta 1, la mayoría de los participantes concuerdan que lo primero que perciben es la calidad del contenido, una explicación tentativa sería que

mediante éste, se logró movilizar las emociones de los participantes y acercarse a la realidad de la sociedad en tiempos actuales, de modo que generó aceptación en los encuestados. Sin embargo, el 4% expone que se podría mejorar, de tal modo que se podría realizar modificaciones para que el videoclip alcance el 100% de aceptación de los encuestados, para lo cual en futuras investigaciones se puede ampliar dicha temática para determinar qué aspectos se consideran a realizar adaptaciones. De igual forma, en el gráfico 2, se muestran los porcentajes y la distribución de resultados en torno a la aceptación del contenido.

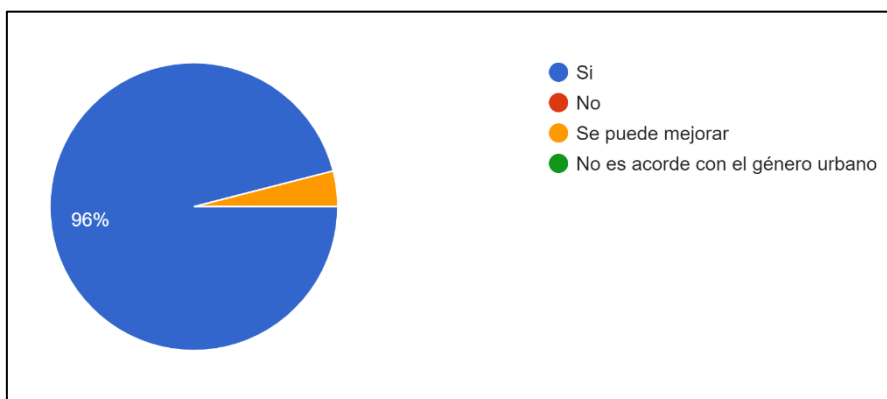


Gráfico 2. Porcentajes en relación a la aceptación del contenido del videoclip

Fuente: Correa (2022)

Pregunta 3: ¿Recomendaría el video a otras personas?

Tabla 16 Recomendaciones del video a otras personas

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si es recomendable	25	100%
No es recomendable	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

Como se muestra en la tabla 8, los datos reflejan que el 100% de los participantes, correspondiente a las 25 personas encuestadas, concuerdan que el video es recomendable, indicando que se cuenta con un producto audiovisual de buena calidad, en concordancia con el género urbano, pero a la vez, transmite un mensaje apegado a la realidad de la sociedad que es la problemática del maltrato a la mujer, sin necesidad de empelar terminologías que la denigren o afecten la dignidad del ser humano, así como hace un llamado de atención,

permitiendo con estos resultados, se puede explicar que para que un videoclip tenga una aceptación buena, sea recomendable para que otras personas también puedan verlo, no requiere de imágenes provocativas, sexismo, y falta de respeto hacia las personas, dado que va más allá de eso, sino que se toma en cuenta todo lo que conlleva el lenguaje audiovisual y una buena producción, partiendo del establecimiento de un guion. En el gráfico 3, se puede observar los porcentajes y respuestas en torno a esta pregunta.

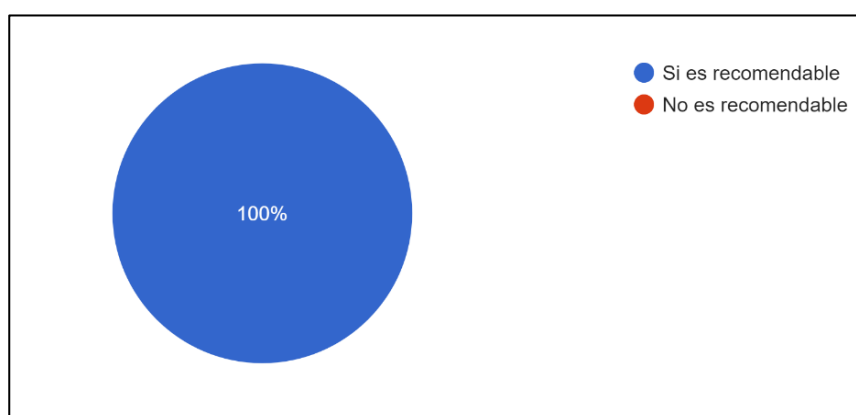


Gráfico 3. *Recomendación del videoclip a otras personas*

Fuente: Correa (2022)

Cabe señalar, que esta pregunta cuenta con una explicación de las razones que justifiquen su respuesta, sea si es recomendable o no el video para otras personas. Sin embargo, al contar con el 100% de participantes que contestaron que sí es recomendable, las respuestas del porqué se muestran a continuación en la tabla 9.

Tabla 17 *Razones por las que el video es recomendable*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Es bueno e interesante	4	16%
Cuenta una historia	2	8%
Buena producción audiovisual	6	24%
Nueva propuesta en género urbano	6	24%
Claridad en el contenido	6	24%
Crecimiento del artista	1	4%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

La tabla 9, muestra las razones que justifican la respuesta de la pregunta 3, indican que el video es recomendable porque cuenta con buena producción audiovisual, es una nueva propuesta en género urbano y existe claridad en el contenido, con un 24% cada uno de ellos, indicativos que no solo aportan razones de la elección de respuesta, sino por el contrario, permite establecer concordancia con las preguntas antes seleccionadas, ya que lo primero que perciben del video, la mayoría de encuestados expuso que es la calidad del contenido, siendo una de las explicaciones de por qué es recomendable el video, así como también con la pregunta 2 acerca de la aceptación del contenido para el género urbano, al señalar que es una nueva propuesta para este género, dado que posiblemente se aporta positivamente a este género con temáticas que dignifiquen al ser humano, empleo de otros elementos que no son los comunes, como las escenas, la letra y música, sumado a la narrativa y una buena producción audiovisual que en conjunto permiten obtener un producto de calidad. Seguido se encuentra que el video es bueno e interesante en un 16%, correspondiente a 4 personas, luego con un 8%, cuenta una historia, podría relacionárselo con el contenido, puesto que la finalidad es dejar un mensaje en los espectadores y, por último, el crecimiento del artista, que aporta significativamente al videoclip, favoreciendo la recomendación a las demás personas, pero a la vez, brindando oportunidades para el desarrollo de una carrera profesional y artística. Estos datos, se muestran resumidos, en el gráfico 4.

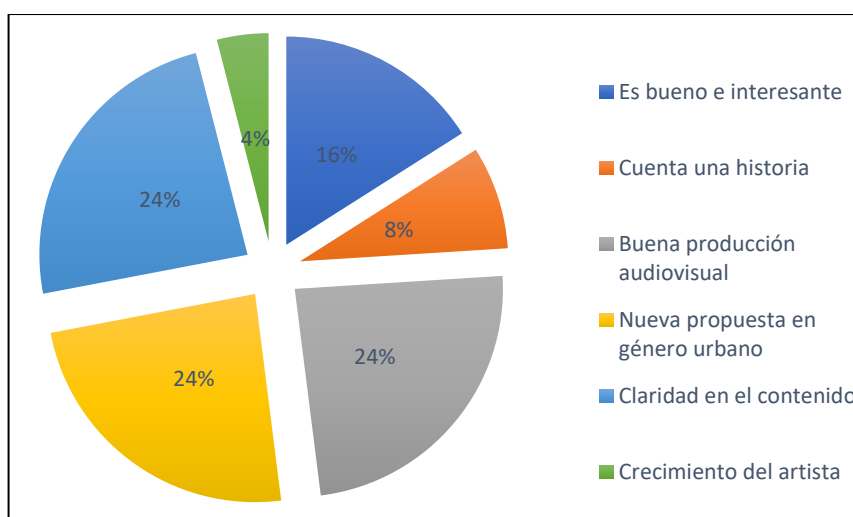


Gráfico 4. Razones por las que el videoclip es recomendable

Fuente: Correa (2022)

Lenguaje Audiovisual

Pregunta 4: ¿Cree que los elementos sonoros, visuales y estéticos son adecuados para este género musical?

Tabla 18 *Adecuados elementos sonoros, visuales y estéticos para el género urbano*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	76%
No	0	0%
Se puede mejorar	6	24%
No es acorde con el género urbano	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

Los datos arrojados de la encuesta, muestran que el 76% de los participantes, correspondiente a 19 encuestados, coinciden que los elementos del lenguaje audiovisual tanto sonoros, incluyendo la voz, música, efectos del sonido; visuales, imágenes, y estéticos son adecuados para este género urbano, partiendo de que los videoclips de este género, requieren el apoyo constante de la industria discográfica y conciertos, así como tecnologías de punta para la grabación y reproducción de sonido. Sin embargo, el 24% expresa que se podría mejorar estos aspectos, razón por lo que se considera oportuno para investigaciones posteriores establecer cuáles aspectos se puede mejorar. De igual forma, en el siguiente gráfico 5 se presenta un resumen de los resultados obtenidos.

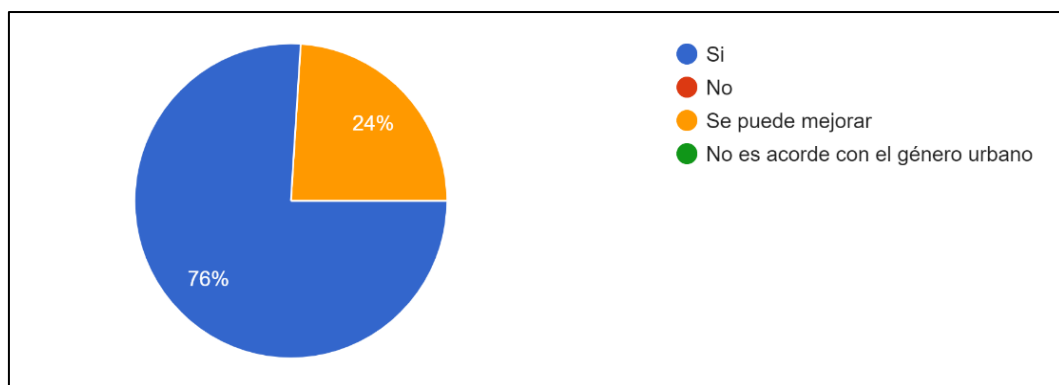


Gráfico 5. *Razones por las que el videoclip es recomendable*

Fuente: Correa (2022)

Pregunta 5: ¿Cree que la historia narrativa está acorde con la letra de la canción?

Tabla 19 Relación ente la historia narrativa y la letra de la canción

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	76%
No	1	4%
Se puede mejorar	5	20%
No es acorde con el género urbano	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

En la tabla 11 se puede observar que el 76% de los encuestados, correspondiente a 19 personas, expresan que existe una relación entre la historia narrativa y la letra de la canción, dado que es un elemento clave que contribuye a la interpretación del mensaje y su transmisión, puesto que es característico que la letra vaya acorde a la narrativa para que en conjunto empleen un mismo lenguaje audiovisual y logren movilizar al público espectador, y en base a los datos obtenidos, aparentemente se alcanzó con la propuesta, la conexión entre la historia y letra. Se lo puede asociar con la calidad de contenido y sobre todo con la coherencia entre la imagen y letra, correspondiente a la percepción del video, de la pregunta 1. No obstante, el 20% manifiesta que se puede mejorar y el 4% que no, indicativos de que a pesar de que la mayoría considera que existe relación, es importante tomar en cuenta que se puede realizar modificaciones que contribuyen a obtener un producto de calidad y exista ese vínculo entre estos dos aspectos dado que la letra suele ser interpretada también en compañía de la historia que la acompaña, permitiendo su comprensión. Lo expuesto en este párrafo, se muestra en el gráfico 6 a manera de resumen.

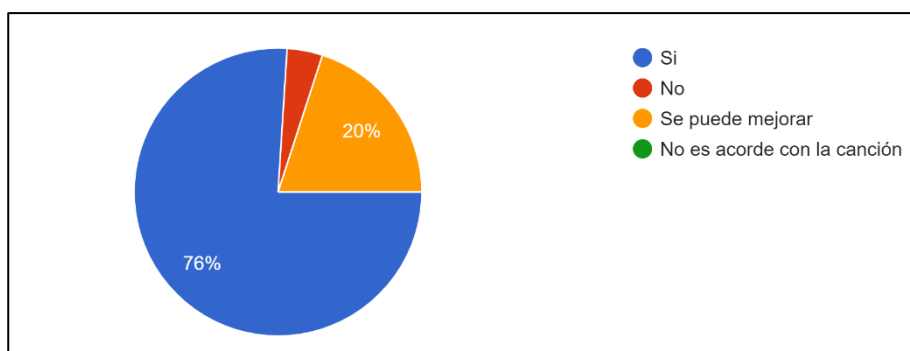


Gráfico 6. *Coherencia entre la historia narrativa y la letra de la canción*

Fuente: Correa (2022)

Pregunta 6: ¿Qué le transmite al ver este videoclip?

Tabla 20 *Aspectos que transmite el videoclip*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Una historia	12	48%
Un mensaje	13	52%
Nada	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

Entre las respuestas seleccionadas por los encuestas, se encuentra que el 52%, equivalente a 13 personas expresan que el videoclip transmite un mensaje, que se asocia con un buen lenguaje audiovisual, que tiene por finalidad lograr la comprensión y recepción del mensaje, que es la finalidad de los videos, acompañado de la producción audiovisual, que en conjunto permiten alcanzar estos fines. Además, se puede relacionarlo con la pregunta 1, dado que la mayoría de los encuestados la primero que perciben al verlo es la calidad de contenido, sumado a la pregunta 2, al contar una buena aceptación del contenido para este género urbano, así como las razones del porque recomendar el videoclip, se encuentra una buena producción audiovisual y claridad en el contenido, que favorece a la transmisión del mensaje. Por otro lado, el 48% manifiesta la recepción de una historia, correspondiente a 12 personas, de modo que concuerda con la pregunta anterior, al relacionar la historia narrativa con la letra de la canción, sumado al ser una de las razones de recomendación del videoclip. En tanto, que podría establecerse que se ha cumplido con el objetivo de la propuesta, al dar

a conocer no solo una nueva versión del género urbano, sino la acogida de ésta y el contenido que transmite, que hace que las personas se vinculen con el mensaje pero también con la historia que narra, asociada al maltrato a la mujer, de modo, que posiblemente logre generar modificaciones en el pensamiento de las personas, quizá no en su totalidad, pero si utilizar como un recurso didáctico para talleres y campañas de no a la violencia.

En el gráfico 7, se observa los resultados obtenidos

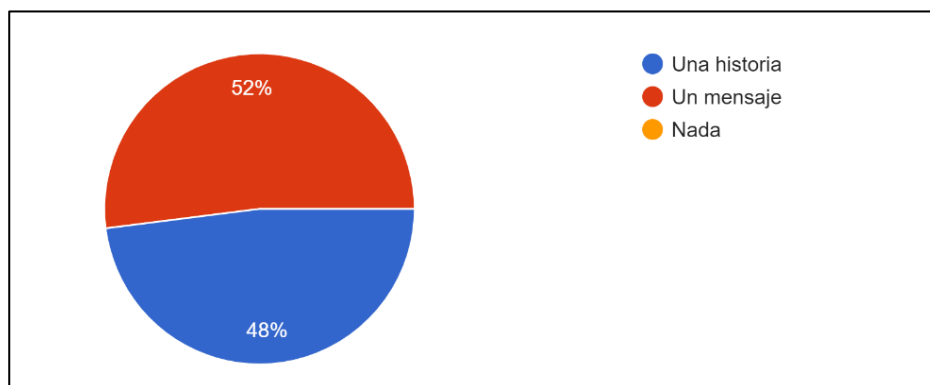


Gráfico 7. Aspectos que transmite el video

Fuente: Correa (2022)

Producción Audiovisual

Pregunta 7: ¿La producción tiene la calidad necesaria para ser publicada?

Tabla 21 Calidad de la producción para su posterior publicación

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	23	92%
No	0	0%
Se puede mejorar	2	8%
No es acorde con el género urbano	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

Los encuestados exponen que la producción cuenta con la calidad necesaria para su publicación, en un 92% correspondiente a 23 personas, de modo que en esta pregunta, se integran los aspectos señalados anteriormente, que permiten generar una buena calidad de

contenido, buena producción audiovisual, sumado a una buena propuesta en este tipo de género, y los elementos adecuados del lenguaje audiovisual, como son visuales, sonoros y estéticos, que en conjunto favorecen a la obtención de un producto de calidad, no solo por lo señalado, sino también que el 100% manifestó que recomendaría el video a otras personas. Sin embargo, a penas el 8%, equivalente a 2 personas, establecen que se puede mejorar. En términos generales se puede concluir que se cuenta con una buen producto. Así mismo, en el gráfico 8, se indica el resumen de los resultados obtenidos.

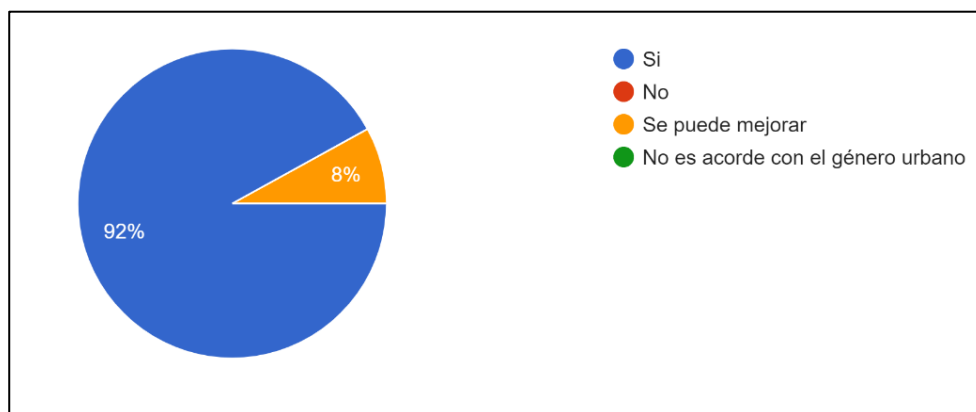


Gráfico 8. *Calidad de la producción para su publicación*

Fuente: Correa (2022)

Pregunta 8: ¿Cree que cada una de las tomas utilizadas en la producción tiene el encuadre correcto?

Tabla 22 *Encuadre de las tomas empleadas en la producción*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	20	80%
No	1	4%
Se puede mejorar	4	16%
No es acorde con el género urbano	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

En base a los datos que se encuentran en la tabla 14, se establece que el 80% de los encuestados consideran que las tomas empleadas en la producción, poseen un encuadre correcto, el mismo que favorece a un adecuado lenguaje audiovisual y permite la transmisión

de un mensaje, de acuerdo a la pregunta 6, al contestar que lo que transmite el video es un mensaje. No obstante, el 16% expone que se podría mejorar los encuadres y apenas el 1 persona, equivalente al 4%, manifiesta que no es adecuado el encuadre para las tomas realizadas. Estos resultados, se muestran a continuación, en el gráfico 9.

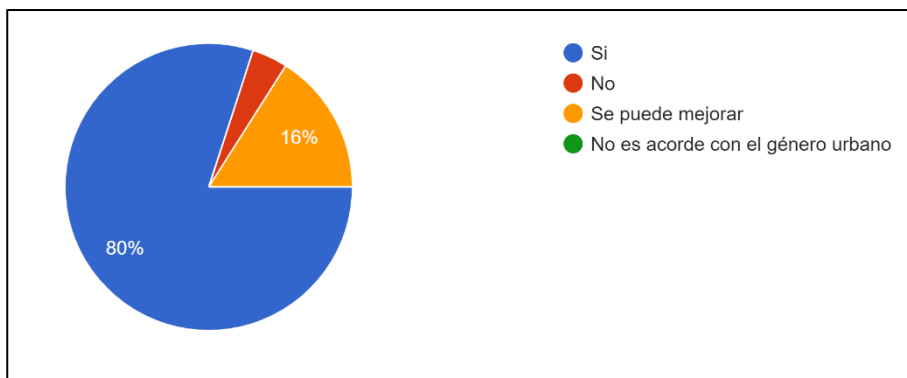


Gráfico 9. *Encuadres correctos en las tomas utilizadas en la producción*

Fuente: Correa (2022)

Pregunta 9: Al ver el videoclip ¿Cree que se elaboró mediante un guion literario?

Tabla 23 *El videoclip fue elaborado mediante un guion literario*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	21	84%
No	2	8%
Se puede mejorar	2	8%
No es acorde con el género urbano	0	0%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

Al analizar la tabla 15, se muestra que el 84% de los encuestados, correspondiente a 21 personas, refieren que el videoclip si muestra la realización de un guion literario, dado que este permite relatar la acción que se va a realizar una historia audiovisual, tomando en cuenta los diálogos, así como las acciones que van a realizar los personas, relacionado con la historia que se desea contar. Sin embargo el 8% refiere que no cuenta con guion literario, al igual que aquellos que manifiestan que se podría mejorar (ver gráfico 10).

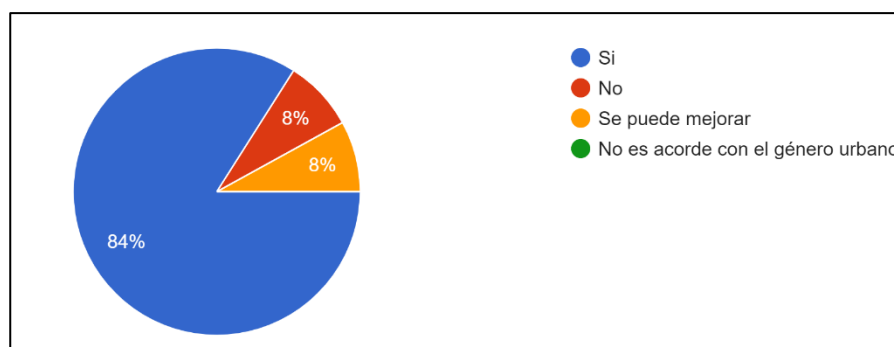


Gráfico 10. *Presencia de guion literario en el videoclip*

Fuente: Correa (2022)

Pregunta 10: ¿Qué parte del videoclip cree que se debe mejorar?

Tabla 24 *Aspectos a mejorar del videoclip*

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Música	3	12%
Narración	2	8%
Producción	6	24%
Nada	14	56%
Total	25	100%

Fuente: Correa (2022)

Como se puede observar en la tabla 16, los encuestados señalan que no realizarían modificaciones al videoclip en un 56%, correspondiente a 14 personas, seguido del 24% (6 personas), realizarían adecuaciones en torno a la producción como tal, es decir, la puesta en escena de la planificación previamente establecida, tomando en cuenta los encuadres, composición interna, planos, ángulos, movimientos de cámara, entre otros, que en conjunto permiten alcanzar un producto de calidad, relacionándose con la pregunta 8, sobre los encuadres presentes en la producción, al señalar que el 16% considera que se puede mejorar y el 4% indica que no son acordes.

Por otra parte, el 12% señala que se podría realizar mejoras, elementos que corresponde al lenguaje audiovisual, de modo que se logre transmitir un mensaje adecuado y el empleo idóneo de elementos sonoros y finalmente el 8% establece que se puede realizar

mejoras en el tema de la narración, asociándola con la historia narrativa, es decir, lo que se desea contar.

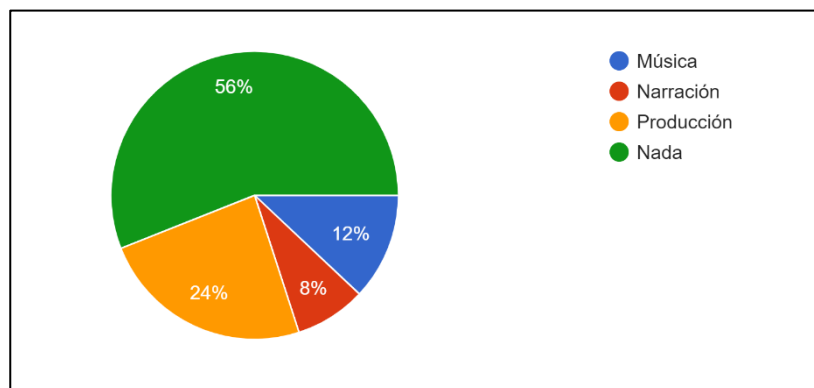


Gráfico 11. Aspectos a mejorar del videoclip

Fuente: Correa (2022)

Todos estos aspectos permiten tener presente no solo la aceptación que tiene la nueva propuesta de género urbano entre los productores, así como las modificaciones que se puede realizar para alcanzar un producto de calidad, desde la producción audiovisual, pero también del lenguaje audiovisual que es la manera en la que se cuenta la historia y el mensaje con el que se desea llegar al público. Además es importante señalar, que de acuerdo a las encuestas la propuesta planteada cuenta con gran aceptación por los espectadores y tiene características del género urbano, aunque a partir de una nueva visión.

4.4 Resultados de las listas de cotejo que validan la propuesta realizada

En este apartado, se presenta los resultados obtenidos de las evaluaciones realizadas por 5 docentes a nivel nacional que imparten la materia de producción audiovisual, señalando lo siguiente:

Tabla 25: Valoración del contenido del video

Preguntas	Puntajes				
	1	2	3	4	5

1. La conceptualización de la idea es clara, concisa, muestra originalidad y transmite un mensaje	20	20	19	18	19
2. El video presentado cumple con las características necesarias para pertenecer al género urbano	20	18	18	16	19
3. El argumento del video está relacionado a alguna problemática social y brinda posibles soluciones	20	15	20	19	20
Total por cada evaluador	20	17.66	19	17.66	19.33
Total global	18.73/20				

Fuente: Correa (2022)

Análisis: Como se puede observar en la tabla, los evaluadores consideran que el contenido del video cumple con los estándares establecidos, al presentar una idea clara y concisa, concuerdan que es una buena propuesta, fuera de lo que se observa comúnmente. Por otra parte, el video cumple con características del género urbano, sin embargo, establecen en cuanto al mensaje, señalan que se puede mejorar las posibles soluciones del problema, obteniendo un total de 18,73 sobre 20, indicativo de que el contenido del video es muy bueno.

Tabla 26: *Valoración de la localización del videoclip*

Preguntas	Puntajes				
	1	2	3	4	5
4. Las localidades son acordes al contenido del video	20	18	18	17	17
Total global	18/20				

Fuente: Correa (2022)

Análisis: En lo que respecta a la localidad utilizada en el videoclip, de acuerdo a los resultados de los cinco evaluadores, da un total de 18 puntos, indicativo de que es acorde al contenido del video, sin embargo, podría mejorarse e incluir otros escenarios que favorezcan a la transmisión del contenido y mensaje en base a las finalidades del productor.

Tabla 27: *Valoración del guion técnico del videoclip*

Preguntas	Puntajes				
	1	2	3	4	5
5. La producción audiovisual expresa los movimientos de cámaras, ángulos y planos en cada escena.	20	18	18	17	18
6. La producción audiovisual muestra un adecuado manejo de habilidades técnicas propias del arte audiovisual.	20	20	17	14	18
7. Las escenas muestran niveles adecuados de colorimetría e iluminación	18	19	16	15	17
Total por cada evaluador	19.33	19	17	15.33	17.66
Total global	17.66/20				

Fuente: Correa (2022)

Análisis: En la tabla 19, se puede observar que el guion técnico, obtuvo un puntaje total de 17.66, siendo bueno, pero con aspectos propios de la producción audiovisual a mejorar, en cuanto a la iluminación, expresando que existen momentos en los que la luz no es suficiente o es escasa, sumado a la rectificación de ángulos y movimientos de las escenas.

Tabla 28: *Valoración de la calidad del video*

Preguntas	Puntajes				
	1	2	3	4	5
8. El video muestra una buena calidad de imagen	20	19	16	18	19
9. La estabilización de la imagen estuvo acorde e idónea en las diferentes tomas	18	20	16	18	18
10. La calidad del audio del video es adecuada, volumen correcto y ajustable, no existe o es imperceptible los ruidos externos	20	20	19	18	18
Total por cada evaluador	19.33	19.66	17	18	18.33
Total global	18.46/20				

Fuente: Correa (2022)

Análisis: En base a la tabla 20, los resultados muestran un puntaje total de 18.46 sobre 20 puntos en calidad del video, dado que existen algunos aspectos que se pueden mejorar, de modo que contribuya a la obtención de un producto de calidad, manifestando que existen algunos saltos que se debe corregir, modifcaciones en el sonido de la escena del disparo, dado que los evaluadores señalan que debería tener un sonido más alto, y recomiendan aplicar técnicas de comprensión paralela para alcanzar este efecto deseado, sumado a la presencia de sonidos complementarios que deben reforzarse para que brinden mayor incidencia, tales como las campanas de la Iglesia que se muestran en un inicio, empleando tonos medios, pero en términos generales se cuenta con una buena calidad de video.

Tabla 29: *Valoración del lenguaje audiovisual del videoclip*

Preguntas	Puntajes				
	1	2	3	4	5
11. Ejecución correcta de planos, encuadres y tomas	20	19	18	17	18
12. Introducción correcta de música	20	15	17	16	17
13. El videoclip transmite un mensaje claro	20	15	20	18	20
Total por cada evaluador	20	16.33	18.33	17	18.33
Total global	17.99/20				

Fuente: Correa (2022)

Análisis: Los resultados obtenidos de la tabla 21, demuestran que la valoración del lenguaje audiovisual del videoclip tiene un puntaje total de 17.99 sobre 20 puntos, señalando la existen de ciertos errores que influyen en la transmición del lenguaje, argumentando que se requiere mayor presión, además de una modificación de la música que favorezca al mensaje que se prente transmitir, sumado al contraste existente entre la música y las escenas del video, al no encontrar congruencia entre estos dos aspectos, sugiriendo que se utilice otra canción acorde al emnsaje y la narrativa utilizada, concluyendo que existen fallos en el lenguaje audiovisual, pero que la propuesta es nueva y podrá contribuir al género urbano.

Tabla 30: *Valoración global del videoclip*

Preguntas	Puntajes				
	1	2	3	4	5
Total por cada evaluador	19.7	18.23	18.15	17	18.3
Total global	18.27/20				

Fuente: Correa (2022)

Análisis: En esta tabla 22, se muestra un puntaje total de 18.27 sobre 20, dando como resultado un producto muy bueno, que si bien es cierto, requiere de modificaciones que contribuyan a la obtención de un producto de calidad tanto en contenido como en producción audiovisual, de modo que este dato, se logra corroborar tanto con las encuestas como entrevistas, al señalar que el producto tiene futuro y es acorde al género urbano, pero con una visión diferente, dado que muestrta la realidad a la que se enfrenta al mujer en la actualidad y las barreras existentes aun en la sociedad, contando con aceptación por los espectadores.

CAPÍTULO V

5 Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

- Se analizó 179 videoclips de género urbano en los premios MTV desde el 2009 hasta el 2019, encontrando dentro del lenguaje audiovisual, la colorimetría caracterizada por tonos oscuros, azules y grises; la letra aborda temas de romance, sexualidad, sexismo, acompañada por la corporalidad, a través de expresiones y gestualidades del cuerpo, con expresiones de seducción, erotismo y sexualidad. A la vez, mujeres semidesnudas, con ropa ajustada, quienes cumplen, en la mayoría de los casos, el papel de bailarina y en otros es protagonista, representando el estereotipo femenino sensual, las cuales son interpretadas por el género masculino. Sin embargo, alrededor del 2019, la figura femenina, apareció como cantante y comenzó a posicionarse, siendo artista principal desde una autopercepción de objeto sexual. Por otra parte, en el contenido, se determinó la predominancia de la mujer como objeto sexual, sumado a lujos y dinero, mostrando superioridad del hombre. Finalmente, en la dimensión de producción audiovisual, los videos se desarrollaron bajo la fase de preproducción, abarcando todos los aspectos requeridos para la ejecución del rodaje. Se observó una adecuada ejecución y manejo de planos (generales, medios, primeros, detalles), ángulos (picados, contrapicados, cenitales, nadir), precisión en movimientos de cámara; y una buena postproducción que permitió la obtención de videos llamativos, con estímulos que captan la atención de los espectadores, como también la reducción de ruidos, y saltos de imágenes, que los convierte en productos de calidad.
- Se determinó que las características del género urbano desde las formas de expresión, se relacionaron con letras de temas cotidianos, representando a las personas de las urbes, con contenido que las vincula con su realidad, a manera de expresión de los marginados. Suelen emplear mensajes feministas, sexualidad, adicciones, drogas, violencia, entre otros; con un lenguaje soez y vulgar faltando a la ética y moral. Otra característica que estuvo inmersa es la creatividad, acompañada del intelecto. El aspecto de la corporalidad, se dio mediante expresiones de seducción (baile sensual), la mujer vista

como objeto sexual y su denigración. Además, estuvieron acompañados de composiciones simples y ritmos pegajosos, aumentando los niveles de raiting.

- Se estableció que el tipo de videoclip más empleado en el género urbano es el narrativo porque transmite la realidad de una situación o vivencias personales a manera de historia. En su mayoría, la mujer es presentada como cosa, es decir, únicamente como objeto sexual, mediante la narración de rupturas amorosas, infidelidades, la superioridad del hombre, y la figura femenina dentro de la sociedad. Sin embargo, pocos videoclips dieron un giro de 180 grados y restituyeron sus derechos y dignidad.
- Se determinó que los videoclips del género urbano, cuentan con elementos visuales como los artistas, cuerpo de baile, actores, escenografía, así como la parte simbólica, es decir, lo que transmiten, además de elementos sonoros, correspondiente a la música, letra de la canción, coros, y en la parte de edición, equivalente a la posproducción, se encuentran los cortes, transiciones, montaje, corrección del color, efectos de sonido.
- Se realizó una propuesta de videoclip desde el género urbano con temática de maltrato hacia la mujer, con el objetivo de transmitir dicha problemática social, con un lenguaje audiovisual enfocado en la actuación urgente de la sociedad y el apoyo oportuno en situaciones de esta índole, como un llamado de atención para actuar frente a la problemática e invitar a las víctimas a hablar y buscar ayuda, porque las decisiones que toman pueden ser poco acertadas. Se partió del guion de contenido donde se detalló la historia, y del guion técnico que direccionó el rodaje, compaginando los aspectos de sonido e imagen, para la obtención de un producto de calidad y sobre todo, que el contenido llegue a los espectadores. Cabe señalar que la propuesta fue validada por docentes, obteniendo un puntaje de 18.27 indicativo de que se cuenta con un producto muy bueno, pero que requiere modificaciones tanto a nivel de producción como contenido, corroborándolo con las encuestas y entrevistas, que concluyen que el video tiene futuro y se asemeja al género urbano, pero desde una visión diferente, sin ver a la mujer como objeto sexual, semidesnuda, con ropa apretada o poses eróticas y sensuales, sino como protagonista de la historia, rescatando su dignidad a pesar de que se mantiene el contenido de machismo, los participantes expusieron ser un videoclip aceptable por los espectadores.

5.2 Recomendaciones

En base a las conclusiones, se recomienda:

Sugerir a productores audiovisuales el análisis de contenido de videos urbanos previos al 2009, para visualizar las modificaciones que se han realizado desde sus primeros inicios y en qué cambian con los actuales.

Realizar un grupo focal entre productores audiovisuales para determinar desde su punto de vista las características propias del género urbano, así como los elementos de producción que intervienen en ellos.

Motivar a los profesionales que se dedican a la realización de producciones, para emplear la teoría y método proyectuales al momento de realizar una producción audiovisual, constando de fundamentación teórica que garantice un producto de calidad, sin desmerecer la experiencia de cada uno de ellos.

Diseñar una propuesta de video en otro formato (tipo de videoclip) para determinar comparaciones, y la aceptación de cada uno de ellos.

Validar la propuesta planteada con productores audiovisuales para conocer sus percepciones de tal modo que se pueda realizar una propuesta en base a sus especificaciones.

CAPÍTULO VI

6 Propuesta

El desarrollo del video clip se realizó mediante tres partes claras y diferentes. La Preproducción, Producción y Postproducción. A continuación, se presenta el método proyectual empleado:

Tabla 31: *Fases de producción y método empleado “Pablo del Teso”*

Fases	Método	Descripción
Pre producción	Procesos artísticos y Administrativos	Diseño del contenido de la historia hilvanando la interacción de cada uno de los personajes para lograr el objetivo final, a través del guion literario (procesos artísticos), guion técnico (detallado más adelante) y a la vez el presupuesto y cronograma del desarrollo del videoclip (procesos administrativos) (ver anexo VI)
Producción	Procesos de producción	Estructurar los complementos artísticos (música, escenografía, vestuario) con el contenido de la historia. Es el rodaje, detallado más adelante.

Post producción	Procesos de producción	Ajustes correspondientes al producto final en base a la historia.
	Procesos de Marketing	Elaboración de estrategias de marketing para la comercialización del videoclip

Fuente: Correa (2022)

6.1 Preproducción:

Siempre la parte principal y más importante para la producción audiovisual es la preparación previa. Por ello se planificó todo el tiempo y aspectos necesarios para llevar a cabo el mismo, y así evitar tener inconvenientes al momento de realizarlo.

La preproducción es la base del proyecto, permitiendo aligerar el trabajo posterior y teniendo una buena producción audiovisual. Seguidamente se dará a conocer los pasos que se realizó.

6.1.1 Conceptualización de la idea:

La intención de este video clip es contar una historia donde se observa el maltrato a la mujer, por distintos motivos; se quiere llevar un mensaje a todas esas mujeres que se dejan maltratar y finalmente toman decisiones no muy acertadas. También se quiere dar un giro al ver un video clip urbano sin necesidad de ofender, ni denigrar a la mujer para que pueda llamar la atención y pueda darse a conocer.

Se realizó la grabación en dos días, dividiendo de la siguiente manera:

6.1.2 Búsqueda de Locaciones

Se realizó una búsqueda de localidades cercana a Chimborazo, Chambo, está cerca de Riobamba y tiene unos paisajes que ayudan mucho para transmitir nuestra propuesta.

Figura 1: Localización



Fuente: Google

La finalidad fue encontrar un pueblo pequeño, que nos brinde lugares adaptables a la idea de la producción, llegando a la Iglesia de Catequilla en Chambo.

Aquí se pudo realizar tomas internas y externas a la Iglesia aprovechando la luz del día.

6.1.3 Guion Técnico

El guion técnico es la parte fundamental para cualquier proyecto audiovisual, donde está la planificación de la grabación.

Es este caso el guion literario no fue muy complicado, se basa en un paseo por la iglesia. Por lo tanto, la transcripción cinematográfica que define el guion técnico se centrará principalmente en movimientos y encuadres de cámara de los protagonistas.

A continuación, se muestran tablas con distintas secuencias, planos e indicaciones técnicas y descripciones técnicas:

Tabla 32: *Secuencia 1. Introducción. Interior casa día*

Plano	Indicaciones Técnicas	Descripción de la Escena
1	Plano medio corto	Plano medio corto: Actor entra por la puerta de la casa.
2	Plano medio largo	Plano medio largo. Actor se para frente a la actriz.

3	Plano medio corto	Plano medio corto. Actriz, discute con el actor.
4	Plano medio	Plano medio corto. Actor comienza a forcejear con la actriz
5	Plano medio contrapicado	Plano medio contrapicado. Actor mira hacia la cámara con escena de golpes
6	Plano medio. Picado.	Plano medio. Picado. Actor golpea con sus manos a la actriz en el piso.
7	Plano medio. Picado.	Plano medio. Picado. Actor golpea con sus pies a la actriz en el piso.
8	Plano medio contrapicado.	Plano medio contrapicado. Actor mira hacia la cámara con escena de golpes en el piso.
9	Plano medio. Picado.	Plano medio. Picado. Actor sostiene la mano de la actriz, mientras ella está en el piso boca arriba llorando.
10	Plano medio. Picado.	Plano medio. Picado. Actriz está en el suelo llorando boca arriba.
11	Primer plano	Primer plano. Actriz se levanta del suelo llorando, mientras ella se agarra la cara con las manos.
12	Primer plano	Primer plano. Actriz mira hacia la cámara mientras se maquilla, los golpes.
13	Primer plano	Primer plano. Actriz se encuentra en la cama con el actor, mientras ella tiene su mirada hacia a un lado, y pensante.

Realizado por: Correa, E(2022)

Tabla 33: *Secuencia 2. Interior Casa-Noche*

Plano	Indicaciones Técnicas	Descripción de la Escena
1	Plano general.	Plano general. Mientras ella esta pensativa, recuerda el momento de su boda (cura dando sus palabras, frente a ellos).
2	Plano medio.	Plano medio. La actriz se levanta de la cama y se sienta.
3	Plano general.	Plano general. Mientras ella esta pensativa, recuerda entrando a la iglesia.
4	Plano medio.	Plano medio. Mientras ella está sentada en la cama, pone sus manos sobre su cara y llora.
5	Plano medio picado.	Plano medio picado. Se levanta de la cama, y sale por la puerta de la habitación.
6	Plano medio.	Plano medio. Mientras sale la actriz de la habitación, se dirige hacia la cómoda a sacar un revolver.
7	Plano medio contrapicado.	Plano medio contrapicado. Mientras la actriz saca el arma, lleva el revolver hacia su cara, mientras recuerda que dijo acepto en el altar.
8	Plano medio.	Plano medio. Mientras sale la actriz de la habitación, se dirige hacia el baño con el revolver en la mano.

9	Plano medio.	Plano medio. La actriz entra al baño, y se sienta en el inodoro.
10	Primer plano.	Primer plano. ya sentada en el inodoro, lleva el revolver hacia su cara, mientras recuerda el momento de un beso. (IGLESIA)
11	Plano detalle.	Plano detalle. La actriz lleva el revolver hacia su mandíbula, y recordando el beso en el altar de la iglesia, se da un tiro, acabando con su vida.
12	Plano medio largo	Plano medio largo. El actor se levanta de la cama porque escucho el disparo.

Realizado por: Correa, E(2022)

Tabla 34: *Secuencia 3. Interior Casa-Noche*

Plano	Indicaciones Técnicas	Descripción de la escena
1	Plano medio largo	Plano medio largo. El actor se dirige hacia el baño, y ve a la actriz tirada en el suelo.
2	Plano medio picado.	Plano medio picado. El actor abraza a la actriz mientras ella está en el suelo tirada.
3	Plano medio.	Plano medio. El actor y la actriz se agarran de las manos, dentro de la iglesia.
4	Plano medio.	Plano medio. La última escena, salen de la iglesia agarrados de la mano.

Realizado por: Correa, E (2022)

Tabla 35: *Secuencia 3. Interior Casa-Noche*

Plano	Indicaciones técnicas	Descripción de la escena
1	Plano general. Drone. Zoom in. Transición y corte al ritmo de la música	Plano aéreo de iglesia y pueblo
2	Plano general.	Plano general. Actriz entra a la iglesia.
3	Plano medio corto.	Plano medio corto. Actriz caminando hacia la cámara.
4	Plano medio corto y amplio.	Plano medio corto. Actriz sube por las escaleras de la iglesia.

Realizado por: Correa, E.(2022)

6.1.4 Storyboard

Teniendo las localizaciones, personajes, instrumentos y el guion técnico se elaboró un buen *storyboard*, donde se representa gráficamente lo descrito en el guion técnico, permitiendo definir rápida y visual la idea del proyecto.

Figura 2: *Storyboard*

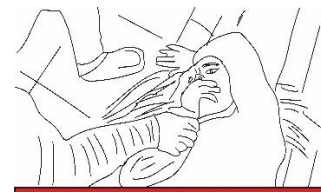




Plano medio. Prada. Ana gestiona por el tema de su...



Plano medio. Prada. Ana gestiona por el tema de su...



Plano medio. Prada. Ana gestiona por el tema de su...



Plano medio corto. Ana moviendo sus manos...



Plano medio corto. Ana moviendo sus manos...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



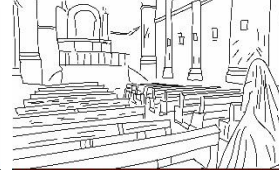
Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



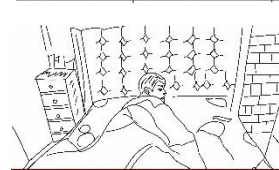
Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



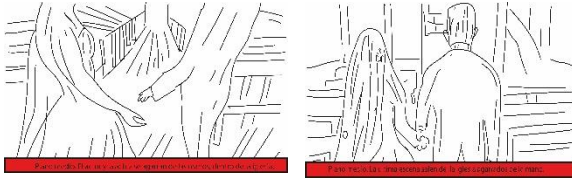
Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



Plano medio. Prada. Ana está en el punto de vista de...



6.1.5 Planificación del rodaje

Se elaboró un plan de rodaje, teniendo en cuenta los factores de iluminación, horas de luz. La luz del día natural nos ayudó mucho ya que la varias partes fue grabado en exteriores.

Día 1. 29 de enero de 2020

El primer día tuvo como locación la casa de los protagonistas. Empezando el rodaje en la mañana hasta la noche.

Día 2. 30 de enero de 2020

La localización para el segundo día fue en chambo, en la iglesia de Catequilla desde la mañana hasta la tarde dentro y fuera de la iglesia.

6.1.5.1 Equipo utilizado

Una de las ideas fue utilizar equipos y medios propios para la realización de este proyecto, sin necesidad de medios alquilados u otros profesionales audiovisuales y obtener un resultado de buena calidad. Detallamos a continuación materiales y equipos utilizados:

6.1.5.2 Captación de la imagen

Se dispone de una cámara Fujifilm x-t3 para la captación de la imagen, con Sensor X-Trans CMOS 4 de 26 megapíxeles. Procesador X Processor 4. Además, tiene la capacidad de grabar en FullHD y 4K.

Por otro lado, se utilizó el objetivo Rokinon 35mm para planos medios y cerrados; y Rokinon 14mm para planos abiertos, siendo ambos manuales. Además, se utilizó un Drone Dji Mavic

Air 2, contando con grabación FullHD y 4K, este elemento nos ayudó para planos aéreos generales y planos aéreos bajos.

Figura 3: *Equipo Utilizado*



Fuente: Correa, E (2022)

6.1.5.3 Estabilización de Imagen

Un sistema externo de ayuda fue un estabilizador para toma de imágenes más estables, ya que la cámara no posee estabilizador en el sensor. Utilizando un estabilizador electrónico Zhiyun Webill Labs que tiene tres ejes de estabilización y esto ayudó a estabilizar la imagen en los diferentes planos del videoclip y se usarán para dar diferentes tipos de expresividad de la imagen.

Figura 4: *Estabilizador eléctrico*



Fuente: Correa, E (2022)

6.2 Producción

Elaborado el plan del proyecto, se puso en práctica todo lo investigado y programado, materializando todas las decisiones de la fase de preproducción. Nos damos cuenta de que, si la planificación ha sido adecuada, se obtendrá un excelente resultado y en el tiempo propuesto.

A continuación, se detalla los aspectos de producción, que darán vida al proyecto:

6.2.1 Instrumentos del Lenguaje Audiovisual

El desarrollo del lenguaje audiovisual conseguido dentro de la producción, involucra los siguientes elementos:

6.2.1.1 Planos

Los planos aplicados se presentan a continuación:

- Gran Plano General o Panorámico: En este plano es importante resaltar el decorado de la escenografía
- Plano General: En este plano existe un equilibrio entre el espacio y la figura humana.
- Plano Medio
- Primer Plano: Se utiliza para enfatizar
- Primerísimo Primer Plano: Cumple el efecto de dar mayor intimidad.
- Plano Detalle

6.2.1.2 Composición

El fin primordial de la composición de la imagen en un encuadre es que la mirada del espectador encuentre con rapidez y precisión lo importante y comprenda suficientemente su significado. La composición debe establecer un centro de atención en el encuadre.

Se ha utilizado correctamente el encuadre para que el espectador sepa que ocurre dentro del mismo. Utilizando dos de los elementos más importantes como lo son lo simbólico y lo narrativo.

- Simbólico: Introduce en el encuadre elementos que subrayen y den una profundidad psicológica, moral, humana, religiosa, etc.
- Narrativa: Da al espectador los elementos necesarios para que entienda objetivamente la acción.

6.2.1.3 Iluminación

En el video encontramos 2 tipos de iluminación, la iluminación natural que se lo utiliza un el exterior de la iglesia y la iluminación artificial dentro de esta y en la dramatización esta luz ayuda a definir y modelar contornos y planos en los objetos, para crear impresiones de profundidad espacial, para producir ambientes emotivos e incluso ciertos efectos dramáticos.

En este sentido, la utilización de la luz presenta cuatro factores que se puede controlar:

- Calidad de la Luz.
- Dirección de la Luz.
- Intensidad de la Luz.

6.2.1.3.1 Instrumentos utilizados:

Se detalla los instrumentos que se utilizó:

Tabla 36: *Instrumentos utilizados*

Lenguaje	Observación
Primer Plano	Plano general – Drone plano aéreo
	Espacio – Exterior Iglesia
	Día

Último Plano	Iglesia – Matrimonio Espacio – Interior Iglesia Día
--------------	---

Espacios

Dormitorio

Espacio que nos emplaza en el pensamiento del personaje, representa su realidad.

Iglesia

Espacio de unión, el personaje acepta casarse con su agresor.

Explanada

Espacio abierto. Interpretación Musical.

	Primera parte	Segunda parte
	Se trata de entender la diferencia de amor y maltrato.	Se refleja la causa de aguantar agresiones.

Encuadres

Planos cerrados y abiertos.

Encuadres dinámicos

Composiciones

Cámara en mano.

Planos abiertos

Ángulos fijos.

Planos detalle

Estabilizador

Color	Colores sepías pasado. Colores HDR.	Sepias, recordar. Colores HDR, realidad.
Cámara	Planos fijos en interiores y exteriores.	Estabilizador interior y exterior.
Sonido	Sonido ambiente y realista.	
Montaje	Montaje pausado	Montaje caótico y rápido.

Fuente: Barriga y Correa, 2022

6.2.1.4 Captación de la Imagen

Se dividió el rodaje en dos días consecutivos. Al ser un proyecto con cosas que se posee propiamente se contó con un director/cámara y un ayudante donde se desempeñó en áreas de producción e iluminación. Como extras del video aparece un cura al momento del matrimonio eclesiástico.

Además, el director se encargó de las tomas con el dron y también siendo parte del videoclip ya que es el intérprete de la canción.

Día 1 - Rodaje en la casa de los protagonistas

El primer día de rodaje se realizó el sábado 29 de enero, en la casa de los protagonistas. Las previsiones meteorológicas fueron las adecuadas permitiendo una buena grabación. Se grabaron todos los planos previstos en la casa y quedando pendientes las tomas externas en la otra localidad ya detalla.

Este día de rodaje se finalizó revisando las tomas captadas por la cámara dándonos cuenta que se ha obtenido un buen material, tanto por calidad y cantidad de planos.

Figura 5: Rodaje



Fuente: Correa, E (2022)

Día 2 - Rodaje en Chambo Iglesia Catequilla

El segundo día de rodaje se realizó el día domingo 30 de enero desde las 5 am. En este caso las previsiones meteorológicas no estaban de acuerdo a nuestras necesidades ya que paso nublado la mayoría del tiempo.

Se grabó todos los planos previstos en el tiempo establecido y cumpliendo con todo lo planeado. Realizando las tomas externas con el drone y terminando el rodaje en los dos días propuestos.

Una vez revisado el material, se da por finalizado el rodaje, sabiendo que se han rodado varios planos para el contenido del proyecto.

Figura 6: Rodaje (día 2)



Fuente: Correa, E (2022)

6.3 Postproducción

Al tener todo el material ya grabado y almacenado, es el momento adecuado para procesar las imágenes y darle forma al videoclip. Realizando una selección de los mejores clips y editar hasta conseguir el resultado deseado.

6.3.1 Montaje

Al momento de realizar el montaje se utilizó el software ADOBE PRIMER PRO, escogiendo este programa ya que está orientado a la edición del video profesional.

Comenzando a ordenar los clips para su posterior edición, teniendo en cuenta la idea que se desea plasmar al momento de realizarlo. Los montajes que se emplearon fueron:

- Montaje narrativo al contar los hechos, de forma cronológica y al mezclarlos con saltos al pasado.
- Montaje expresivo porque es el encargado de marcar el ritmo de la acción, rápido en las aventuras y en acción, lento en el drama y en el suspenso. De esta forma, lo que hace el expresivo en la propuesta planteada es coadyuvar a la parte narrativa para que el lenguaje audiovisual sea más fácil de entender.

6.3.2 Corrección de color

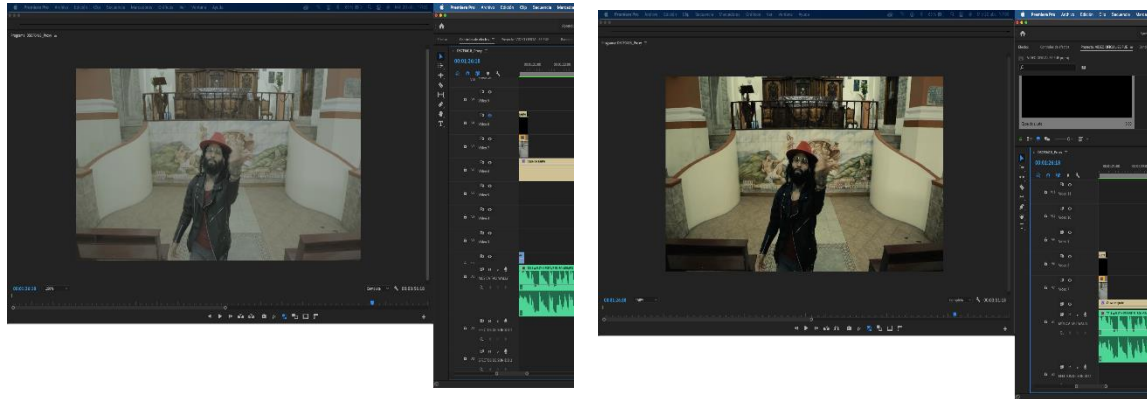
Una vez cortado y seleccionado todos los planos en base a la idea final del producto final del videoclip, continuamos con la corrección de color y luego al etalonaje.

El color es fundamental en el diseño, transmitiendo significado y ambiente a la narración visual. La corrección de color radica en igualar las escenas y que no se diferencien unas de otras, lo que quiere decir en otras palabras igualar la temperatura de color en los clips y se pueda ver una coherencia a lo largo de la secuencia.

El material obtenido en la grabación, no tuvo grandes cambios, pues el balance del que se partió el rodaje, fue muy decente y solo se corrigió algunos planos.

Al momento de corregir el color se utilizó herramientas muy útiles de Premier Pro en este caso fueron: Color de Lumetri y capas de ajuste siendo herramientas muy completas al momento de realizar las correcciones.

Figura 7: Corrección del color del videoclip en PREMIERE

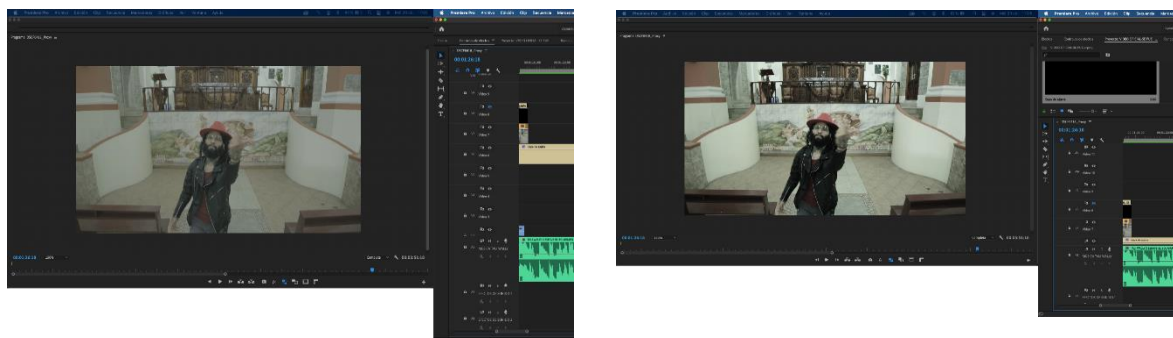


Fuente: Correa, E (2022)

A diferencia de la corrección de color, el etalonaje realiza un proceso de ajuste de color de manera estética, siendo así un proceso más artístico que técnico. En nuestro caso no es un cambio muy grande a las imágenes.

Se utilizó LUTS de ARRI con REC-709, con colores intensos HDR para que el video sea más llamativo al momento de verlo. Para realizar los retoques finales, se aplica en todos los clips para hacer un único ajuste y no tener mayor trabajo y así conseguimos que el videoclip tenga mayor estética.

Figura 8: Etalonaje en PREMIERE

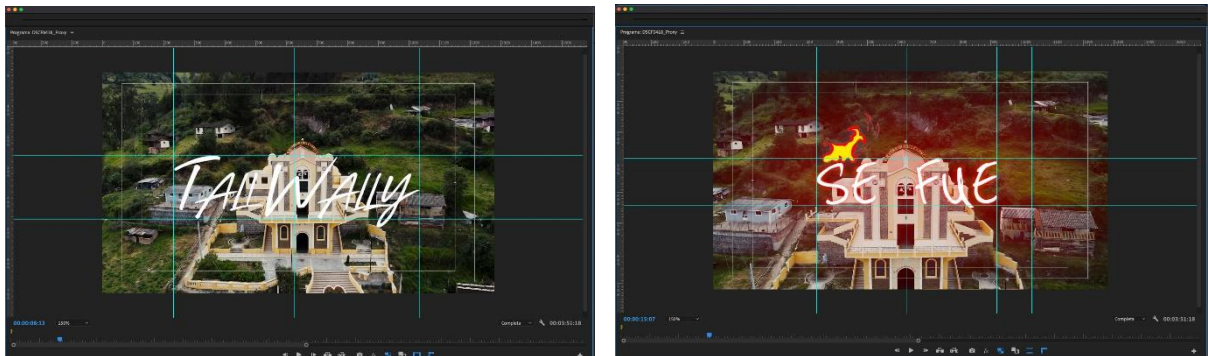


Fuente: Correa, E (2022)

Para dar por finalizado la edición del videoclip, se incluyó títulos animados al principio y al final con finalidad de caracterizar al videoclip.

Añadiendo al principio del vídeo un título simple con el nombre de la artista, el título de la canción y nombre del director. Y al finalizar el videoclip una frase en contra de la violencia a las mujeres.

Figura 9: *Títulos y composición en PREMIERE*



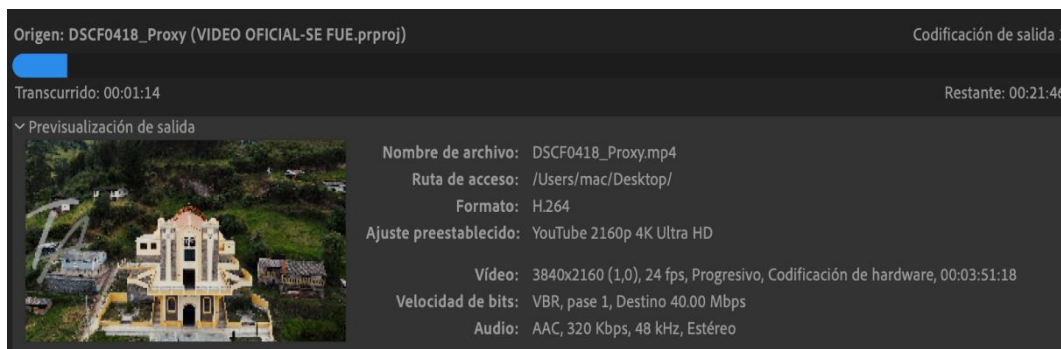
Fuente: Correa, E (2022)

6.3.3 Exportar Video

Cuando ya está montado, editado y corregido llegando a lo deseado, es momento de exportar el video. En *Primier Pro* se utilizó la función de exportar en diferentes resoluciones y codificadores.

Los ajustes de video y audio se escogieron de acuerdo a los ajustes preestablecidos para la plataforma de *YouTube*, ya que posterior se publicará en esta plataforma digital.

Figura 10: *Exportación*



Fuente: Correa, E (2022)

6.3.4 Codificación de Video

Los ajustes de vídeo son:

Formato: H.265

Velocidad de fotograma: 24 fps

Resolución: 4K

Codificación de velocidad: VBR, 1 pase

6.3.5 Codificación de Audio

Los ajustes de audio:

Codificación: AAC

Frecuencia de muestreo: 48kHz

Canal: Estéreo

6.4 Enlace de visualización del video

<https://drive.google.com/file/d/1rjyWl296fYmbb56DIGQMsR5WReJ53F4J/view?usp=sharing>

BIBLIOGRAFIA

- Acosta, E. (2019). *Spot social Animado para la Promoción de la Cultura del Reciclaje en la*. Obtenido de UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA DEL ECUADOR: <http://repositorio.unibe.edu.ec/bitstream/handle/123456789/314/ACOSTA%20CARPIO%20YHASMIN%20ELIZABETH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Alcantara, D. (2021). Análisis narrativo audiovisual de los videoclips de reggaetón de Karol G desde un enfoque de género. *Análisis narrativo audiovisual de los videoclips de reggaetón de Karol G desde un enfoque de género*.
- Allauca, J., & Guamán, X. (2018). *Música urbana y su influencia cultural: caso de los jóvenes de la parroquia San Juan de Chimborazo, periodo junio-diciembre 2017*. <http://dspace.unach.edu.ec/bitstream/51000/5154/1/UNACH-EC-FCP-COM-SOC-2018-0020.pdf>
- Antezana, C. (2017). LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA CIUDAD DE COCHABAMBA. *Punto Cero*, 22(35), 23–37. http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v22n35/v22n35_a03.pdf
- Arenal Carmen. (2019). *Investigación y recogida de información de mercados. UF1780. - Carmen Arenal Laza - Google Libros*. EDITORIAL, TUTOR FORMACIÓN. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=srenDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=El+muestreo+por+conveniencia+es+una+t%C3%A9cnica+de+muestreo+no+probabil%C3%ADstico+y+no+aleatorio+utilizada+para+crear+muestras+de+acuerdo+a+la+facilidad+de+acceso,+la+disponibilidad+de+las+personas+de+formar+parte+de+la+muestra,+en+un+intervalo+de+tiempo+dado+o+&ots=OW32_2n5dv&sig=xFSbCwO0ozGoDauclkEBw19Gz4#v=onepage&q&f=false
- Andreu, C. (2016). *Guía de creación audiovisual De la idea a la pantalla* (Punto Verde). <https://www.aecid.es/Centro-Documentacion/Documentos/Publicaciones%20AECID/guia%20audiovisual%20ok.pdf>

- Arana, E., & Toledo, J. (2015). *Incidencia de los géneros musicales en la formación cultural y del léxico de los estudiantes de 6to, 7mo y 8vo grado de la Escuela de Educación General Básica "Luis Amando Ugarte Lemus" de la ciudad de Machala, de la provincia de El Oro, periodo 2014-2015* [Universidad Técnica de Machala]. <http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/4609/1/CD00024-2016-TEISIS%20COMPLETA.pdf>
- Arenal Carmen. (2019). *Investigación y recogida de información de mercados. UF1780. - Carmen Arenal Laza - Google Libros*. EDITORIAL, TUTOR FORMACIÓN . https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=srenDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA7&dq=El+muestreo+por+conveniencia+es+una+t%C3%A9cnica+de+muestreo+no+probabil%C3%ADstico+y+no+aleatorio+utilizada+para+crear+muestras+de+acuerdo+a+la+facilidad+de+acceso,+la+disponibilidad+de+las+personas+de+formar+parte+de+la+muestra,+en+un+intervalo+de+tiempo+dado+o+&ots=OW32_2n5dv&sig=xFSbCwO0ozGoDaucIlkEBw19Gz4#v=onepage&q&f=false
- Arévalo, K., Chellew, E., Figueroa-Cofré, I., Arancibia-Villablanca, A., & Schmied, S. (2018). Ni pobre diablo, ni candy: Violencia de género del reggaetón. *Revista de Sociología*, 33(1), 7–23. <https://doi.org/10.5354/0719-529X.2018.51797>
- Arias, M. (2020). Rasgos estilísticos del reggaetón mainstream, una aproximación desde la producción musical - Dialnet. *Etno*, 15(2), 130–156. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7913528>
- Baldeón, F. G. (2019). *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR*. Recuperado el 22 de Agosto de 2020, de Imagen y corporalidad: imaginarios del reggaeton en el: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18851/1/T-UCE-0009-CSO-173.pdf>
- Baque, R. (2017). *Análisis semiótico visual del movimiento ñengositos a partir de la recepción del reggaetonero Ñengo Flow en adolescentes de 12 a 16 años en el Colegio Héroes del Cenepa en el año 2016*". <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21018/1/TEISIS%http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/21018/1/TEISIS%20RUTH.pdf20RUTH.pdf>

- Barriga, S., Astudillo, A., Isín, M., & Fray, Z. (2018). Festival de cortometrajes Tinku como prunto de partida para el análisis de la narrativa y la puesta en escena . In G. Nieves, C. Vasguillas, H. Moscoso, S. Zúñiga, & E. Torres (Eds.), *Comunicación, género y construcción social: Vol. 1era Edición* (pp. 1–141). http://obsinvestigacion.unach.edu.ec/obsrepositorio/libros/COMUNICACION_GENERO_Y_CONSTRUCCION_SOCIAL.pdf
- Caro, A. (2014). *Elementos Narrativos en el videoclip: desde el nacimiento de la MTV a la era en YouTube (1981-2011)* . Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/63957/P_T.D._PROV33.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Clavero, S. (S/A). *Lenguaje Digital Medios Digitales*. Obtenido de <https://aturuxofilms.files.wordpress.com/2010/01/ud-lenguaje-audiovisual.pdf>
- CONAIE 2012. (21 de julio de 2015). *Confederación de Nacionalidades Indígenas del Ecuador*. Obtenido de <https://conaie.org/2015/07/21/proyecto-politico-conaie-2012/>
- Connor, S. (1996). *Cultura Postmoderna. Introducción a las teorías de la contemporaneidad*. Akal.
- Crucellas, L. (1 de Marzo de 2017). *Blog de Formación Audiovisual*. Obtenido de Noticias y tendencias sobre el sector audiovisual: <https://www.formacionaudiovisual.com/blog/artes-escenicas/cuales-son-los-elementos-del-lenguaje-audiovisual/>
- Del Teso, P. (2011). *Desarrollo de Proyectos Audiovisuales: Su documentacion por Metodologia DPA*. Buenos Aires: Nobuko.
- Delgado, V. (2020). *Análisis del reguetón desde una perspectiva de género* [Universidad de La Laguna]. <https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/21392/Analisis%20del%20regueton%20desde%20una%20perspectiva%20de%20genero.pdf?sequence=1>

- Desarrollo, C. N. (31 de julio de 2018). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021*. Obtenido de http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCTFINAL_0K.compressed1.pdf
- Donet, C. (2019). “*Videoclips interactivos: características y tendencias*” *TRABAJO FINAL DE GRADO*. <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/128873/Donet%20-%20El%20videoclip%20interactivo%3A%20caracter%20C3%ADsticas%20y%20tendencias..pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Eco, Umberto. (1995). *Tratado de Semiótica General*. Barcelona: Editorial Lumen S.A.
- Experience, W. (2 de julio de 2016). *¿Cuál es tu tipo de fotografía preferido?* Obtenido de <https://www.workshoexperience.com/tipo-fotografia/>
- Fernandez, D. (s.f.). *El Análisis del videoclip o video musical como texto audiovisual*. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/79825/TFG_HIDALGO%20FERN%2081NDEZ%20DIEGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Fiske, J. (1987): *Television culture*. Londres: Routledge.
- Gallego, P. (2021). *Música urbana: Arquitectura y escenografía. Música urbana: Arquitectura y escenografía*.
- Gallucci, M. J. (2008). Análisis de la imagen de la mujer en el discurso del reggaeton. *Opción*, 24(55), 84–100. <https://www.redalyc.org/pdf/310/31005506.pdf>
- García, J. (2015). *Medios de Comunicación, Publicidad y Adicciones*. Mexico: Edaf.
- Gastaminza, F. d. (1993). *El Análisis Documental de la Fotografía*. Obtenido de <http://200.2.12.132/SVI/images/stories/fotoperiodismo/pdf/delvalle.pdf>
- Gertrúdíx, M., Gertrúdi, F., & García, F. (2017). *El lenguaje sonoro en los relatos digitales interactivos*. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/935/93552794012.pdf>

- Ghinaglia, D. (2009). *Taller de diseño editorial*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/encuentro2007/02_auspicios_publicaciones/actas_diseno/articulos_pdf/CE-121.pdf
- Gifreu, A. (2009). *Seminario Historia del Videoclip* [La Casa del Cine]. http://www.agifreu.com/docencia/seminario_videoclip.pdf
- Guarinos-Galán, V. S.-V. (2020). El videoclip social. Análisis de su narrativa y estética. . *El videoclip social. Análisis de su narrativa y estética. .*
- Guarderas, F. (2019). *Imagen y corporalidad: imaginarios del reggaeton en el sector de Chimbacalle, líricas y baile* . <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/18851/1/T-UCE-0009-CSO-173.pdf>
- Guerrero, J. (2012). El género musical en la música popular: algunos problemas para su caracterización. *Revista Transcultural de Música*, 16, 1–22. <https://www.redalyc.org/pdf/822/82224815008.pdf>
- Henríquez, O. (s.f.). *Los derechos humanos y la polémica entre iusnaturalismo e iuspositivismo*. Obtenido de México: <http://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/2635/1/PND%202017%20-%202021%20y%20Derechos%20Humanos.pdf>
- Hidalgo, D. (2018). *El Análisis del videoclip o video musical como texto audiovisual*. Obtenido de [https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/79825/TFG_HIDALGO%20FERN%
c3%81NDEZ%20DIEGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/79825/TFG_HIDALGO%20FERN%c3%81NDEZ%20DIEGO.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Illescas-Martínez, J. (2017). *El contenido del videoclip dominante como reproductor cultural e ideológico*. *Revista Mediterránea de Comunicación*. Obtenido de El contenido del videoclip dominante como reproductor cultural e ideológico. *Revista Mediterránea de Comunicación*: <https://doi.org/10.14198/MEDCOM2017.8.2.6>

- INEC. (noviembre de 2001). *El Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Estudios/Estudios_Socio-demograficos/Poblacion_Indigena_del_Ecuador.pdf
- Iturbe, B. (2008). Estilo musical: reggaeton. *Padres Y Maestros* , 135. <https://revistas.comillas.edu/index.php/padresymaestros/article/view/1548>
- Jaramillo Escobar, L. F. (2019). *Construcción de la apariencia erótica de los cantantes de reggaetón de Medellín, para la puesta en escena de su cuerpo-vestido*. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/9133>
- Jaramillo, S. (2021). El videoclip en Colombia : Propuesta para un nuevo modelo de producción. *El videoclip en Colombia : propuesta para un nuevo modelo de producción*. Colombia.
- Jaramillo Escobar, L. F. (2019). *Construcción de la apariencia erótica de los cantantes de reggaetón de Medellín, para la puesta en escena de su cuerpo-vestido*. <https://repository.upb.edu.co/handle/20.500.11912/9133>
- Jorquera-Trascastro, N., Patricio, J., & Rufí, P. (2021). Videoclips queer: diversidad y discurso de género en los clips de la última década. *Razón y Palabra*, 25(110). <https://doi.org/10.26807/RP.V25I110.1734>
- Ley Orgánica de Comunicación. (2019). *Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador*. Quito, Ecuador: Asamblea Nacional.
- Leguizamón, J. (2001). *El videoclip como formato o género* [Tesis Doctoral]. <http://www.fortunecity.co/victorian/bacon/1244/Leguiz.html>
- Marshall, W. (2008). DEM BOW, DEMBOW, DEMBO: Traslacion and transnation in reggaeton. *Lied Und Populäre Kultur*, 53. <http://del.icio.us/wayneandwax/reggaeton+messageboard+debate>.

- Martínez, D. A. (2013). *Música y Representaciones Sociales de la Sexualidad: un Estudio de Caso Sobre los Jóvenes Reggaetoneros en el Distrito Federal* [Tesis Doctoral], Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Azcapotzalco
- Martínez, D. (2014). Música, imagen y sexualidad: el reggaetón y las asimetrías de género. *El Cotidiano*, 186, 63–67. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32531428010>
- Martínez, S. (2017). Las divas del pop y la identidad feminista: reivindicación, contradicción y consumo cultural. *Investigaciones Feministas*, 8(2), 475–492. <https://doi.org/10.5209/INFE.55079>
- Mena, R. (2013). Obtenido de <http://132.248.9.195/ptd2013/agosto/0699804/0699804.pdf>
- Mena, R. (2013). *Nuevas tecnologías y procesos de producción de videoclips corporativos*. Obtenido de <http://132.248.9.195/ptd2013/agosto/0699804/0699804.pdf>
- Mónaco, M. (2014). *El ABC de la producción audiovisual: Manual Instructivo* (1ra edición). Buenos Aires: Fundación CICCUS
- Monedero, C. (2020). View of A Proposal for the Analysis of Female Stereotypes in Reggaeton Videoclips: Case Study of the Four most Viewed Videos in 2018 on YouTube. *VISUALreview*, 7(1). <https://journals.gkacademics.com/revVISUAL/article/view/2280/1490>
- Morales, C. D. R. M. (2020). A proposal for the analysis of female stereotypes in reggaeton videoclips: Case study of the four most viewed videos in 2018 on youtube. *VISUAL Review. International Visual Culture Review / Revista Internacional de Cultura*, 7(1), 13–26. <https://doi.org/10.37467/GKA-REVVISUAL.V7.2280>
- Munari, B. (2019). *El Metodo Proyectual*.
- Noa, K. (2018). *El reggaetón y violencia contra la mujer en la Asociación Juventud Emprendedora para el desarrollo e innovación del Distrito de Cabanillas-San Román-Puno 2017* [Universidad Nacional del Altiplano].

http://repositorio.unap.edu.pe/bitstream/handle/UNAP/7448/Noa_Calla_Katherin_Duanis.pdf?sequence=1

Ortíz, M. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. Alicante. Obtenido de https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/73827/1/2018_Ortiz_Produccion-y-realizacion-en-medios-audiovisuales.pdf

Ortíz, M. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales*. Recuperado el 22 de Agosto de 2020, de RUA Universidad de Alicante: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/73827/1/2018_Ortiz_Produccion-y-realizacion-en-medios-audiovisuales.pdf

PLAN NACIONAL PARA EL BUEN VIVIR. (13 de julio de 2017). *Plan Nacional para el Buen Vivir 2017-2021*. Obtenido de <https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>

Piñón, M., & Pulido, A. (2020). La imagen de la mujer en el reggaetón: Un análisis crítico del discurso | Revista Iberoamericana de Comunicación. *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 38. <https://ric.ibero.mx/index.php/ric/article/view/67>

Pinto, J., Daza, D., Godoy, A., & Monge, A. (2018). *Estereotipos de la mujer en las letras de reggaetón* [Universidad Santo Tomás]. https://cdn-cms-f-static.com/uploads/1469539/normal_5be77a0ee6b29.pdf

Profesionales, R. d. (2017). Clases de catalogo. *TuTareaEscolar.com*.

RAE. (2019). Recuperado el 10 de Agosto de 2020, de <https://dle.rae.es/videoclip>

Ramírez, V. (2012). El concepto de mujer en el reggaeton: análisis lingüístico - Dialnet. *Lingüística y Literatura*, 2012, 227–243. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4236110>

- Ramos Quispetupa, J. R., & Valverde Vizcarra, K. V. (2019). *El aporte del lenguaje audiovisual a la divulgación de las investigaciones académicas en la UNSAAC*. <http://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/20.500.12918/4674>
- Restrepo Betancur, L. F., & Ocampo Quiceno, M. F. (2020). Géneros musicales preferidos por universitarios de la ciudad de Medellín, Colombia. *Revista Virtual Universidad Católica Del Norte*, 59, 150–165. <https://doi.org/10.35575/RVUCN.N59A9>
- Rivera, L. (2020). *El poder del reggaetón. Análisis crítico del video Banana Papaya, en la perspectiva semiótica* [Corporación Universitaria Minuto de Dios]. https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/10505/1/T.C._RiveraLeidy_202.
- Robles, H. C. (13 de Junio de 2011). Obtenido de <https://hectorcastillor.wordpress.com/2011/06/13/el-lenguaje-audiovisual/>
- Rodriguez, C. (2012). *Reggaeton, mujeres e indetidades “Yo quiero bailar...eso no quiere decir que pa’la cama voy”* [Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales Sede Ecuador]. www.flacsoandes.edu.ec
- Roncallo, S., & Uribe, E. (2017). *La estética de los videoclips: propuesta metodológica para la caracterización de los productos audiovisuales musicales*. Obtenido de <https://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/8938/4012.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Salas, D. (2013). *Análisis del mensaje y lenguaje audiovisual de los materiales comunicativos del proyecto Quito, Hábitat Silvestre desde el enfoque de la educocomunicación*. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10935/10.23.000084.pdf?sequence=4&isAllowed=y>.
- Saldaña, D., & Reyes, I. (2019). *La música urbana a través de los medios de comunicación*. Obtenido de <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/91190/tfg%20final%202.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gill, SL.
- Sánchez, M., & Fonseca, M. (2019). Círculo de Lingüística Aplicada a la Comunicación Videoclip y Emociones en el Aprendizaje de Español como Lengua Extranjera. *Círculo de Lingüística Aplicada a La Comunicación*, 78, 255–286. <https://doi.org/10.5209/CLAC.64381>
- Sedeño. (Abril - Mayo de 2007). *Narración y Descripción en el Videoclip Musical*. Recuperado el 10 de Agosto de 2020, de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/asedeno.html>
- Sedeño-Valdellós, A. (2020). Cultura visual y música popular. *Novos Olhares*, 9(1), 40–49. <https://doi.org/10.11606/ISSN.2238-7714.NO.2020.171990>
- Sedeño, A. (2016). *Videoclip Musical: Desarrollo Industrial y Últimas Tendencias Internacionales*. Obtenido de http://www.agifreu.com/docencia/lectures_obligatorias/desarrollo_industrial.pdf
- Sedeño, A., Rodríguez, J., & Roger, S. (2016). El videoclip postelevisivo actual. Propuesta metodológica y análisis estético - Dialnet. *Revista Latina de Comunicación Social*, 3(71), 332–348. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5414049>
- Selva, D. (2014). El Video Clip. Comunicación Comercial en la Industria Musical. *El Video Clip. Comunicación Comercial en la Industria Musical*. Sevilla, España: Ediciones Alfar.
- Sherman, B. & Dominick, J. (1986). Violence and Sex in Music Videos: TV and Rock'n'Roll. *Journal of Communication*, 36(1), 79-93.
- Sierra, G. (2010). *Instituto Provincial de Administración Pública del Chaco*. Obtenido de <http://ipap.chaco.gov.ar/uploads/publicacion/adf1df06789db5dc518c3b8082faceec eacfb717.pdf>
- Soto, J. A. (2015). *Manual de producción audiovisual*. Ediciones Universidad Católica de Chile

[.https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FintDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=produccion+audiovisual+&ots=n_t45hNUhj&sig=mXOeJB05tn9MoI_KsgdOlhlO5zM#v=onepage&q&f=false](https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=FintDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=produccion+audiovisual+&ots=n_t45hNUhj&sig=mXOeJB05tn9MoI_KsgdOlhlO5zM#v=onepage&q&f=false)

Soto, M. (2015). *Manual de producción audiovisual*. Pontificia Universidad Católica de Chile.

<https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=4JxTDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=producci%C3%B3n+audiovisual+&ots=haShmrd64R&sig=WDszfuQwQPtCdIoTJxUaIvAze8k#v=onepage&q=producci%C3%B3n%20audiovisual&f=false>

Ucha, F. (agosto de 2009). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/catalogo.php>

Urdaneta, M. (2010). El reggaetón, invitación al sexo. Análisis lingüístico . *Temas de Comunicación*, 20, 141–160.
<https://revistasenlinea.saber.ucab.edu.ve/index.php/temas/article/view/417>

Vargas, N. (2021). *Yo perreo sola: perspectiva de género en las letras y videoclips actuales de reggaetón* [Universidad de Sevilla]. <https://idus.us.es/handle/11441/127319>

Velita Tinoco, M. del C. (2019). *Relación entre el lenguaje audiovisual y el aprendizaje significativo de los estudiantes de tercero de secundaria del colegio Raymond Clark a través del programa ciencia, tecnología y ambiente, canal USMPTV, año 2019*. https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/6054/VELITA_VF.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Vernallis, C. (2014). *Experiencing Music video: Aesthetics and Cultural Context*. *Experiencing Music video: Aesthetics and Cultural Context*. New York, Estados Unidos de America: Columbia University Press.

Vives, J. (2020). *Guía de estilos de las músicas urbanas*. La Vanguardia. <https://www.lavanguardia.com/vida/junior-report/20201126/49726495125/guia-estilos-musicas-urbanas.html>

Villagran, C. (2014). *Influencia de los Mensajes Subliminales*. Universidad Autónoma de Ciudad de Juárez, Juárez.

Winship, V. (1960). Fotografía. *FN15*, 13.

Zunzunegui, Santos. (1998). *Pensar la Imagen*. Madrid: Ediciones Cátedra S.A.

ANEXOS

Anexo I: Formato de Entrevista



Esta entrevista tiene como objetivo conocer la adecuada forma de realizar una producción audiovisual con profesionales, y poder saber su punto de vista respecto a la elaboración del videoclip urbano realizado.

Nombre del productor:

Edad:

Tiempo dedicado a la producción audiovisual:

Lenguaje audiovisual

- 1. ¿Cuál es su trayectoria en la producción audiovisual?**
.....
- 2. ¿Cómo se construye el lenguaje audiovisual en un video?**
.....
- 3. ¿Cuáles son los elementos del lenguaje audiovisual?**
.....
- 4. ¿Cuáles son las diferencias entre la producción audiovisual y el lenguaje audiovisual?**
.....
- 5. ¿Qué géneros musicales conoce?**
.....
- 6. ¿Qué piensa del género urbano?**
.....

Marco Teórico

7. ¿Cómo define el lenguaje audiovisual?

.....

8. ¿Qué me permite entender el lenguaje audiovisual?

.....

9. ¿Qué son los aspectos morfológicos en el lenguaje audiovisual?

.....

10. ¿Cuáles son los elementos Visuales del lenguaje audiovisual?

.....

Producción

11. ¿Cómo se construyen las producciones de genero urbano?

.....

12. ¿Cuál es la diferencia entre composición y encuadre?

.....

13. ¿Cómo empezar a escribir un guion literario y posteriormente un guion técnico?

.....

14. ¿Cómo saber si estoy realizando bien mi producción?

.....

15. ¿Qué tipo de locaciones se necesita para la producción? (La historia tiene que ser grabada en: un estudio / localizaciones naturales

.....

16. ¿Cómo saber qué equipo técnico es adecuado para la producción que necesito?

.....

17. ¿Qué elementos se deben estudiar del género para acercar lo que más se pueda la propuesta audiovisual?

.....

Aceptación del video

18. ¿Le gustó esta alternativa de contenido para videos de género urbano y por qué?

.....

19. ¿Se puede ver reflejado las tres etapas de la producción audiovisual?

.....

20. ¿Piensa que el video tiene un contenido adecuado para niños?

.....

21. ¿Le parece adecuado este tipo de contenido para el género urbano (explique)?

.....

22. ¿Qué plataforma de internet utiliza con mayor frecuencia para ver videos y por qué?

.....

23. ¿Es adecuado el tiempo que dura el video (explique)?

.....

24. ¿Piensa que podría tener éxito esta alternativa de videos en la música urbana (argumente su respuesta)?

.....

Anexo II: Formato de Encuesta



Objetivo: Conocer la aceptación de Productores Audiovisuales, sobre la propuesta de videoclip urbano

Aceptación del Video

1. ¿Qué es lo primero que percibe en el video?

- a. Coherencia (imagen letra) ()
- b. Música ()
- c. Calidad en contenido ()

2. ¿Aceptaría este contenido para el género urbano?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Se puede mejorar ()
- d. No es acorde con el género urbano ()

3. ¿Recomendaría el video a otras personas?

- a. Si es recomendable ()
- b. No es recomendable ()

Porqué:

Lenguaje Audiovisual

4. ¿Cree que los elementos sonoros, visuales y estéticos son adecuados para este género musical?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Se puede mejorar ()
- d. No es acorde con el género urbano ()

5. ¿Cree que la historia narrativa está de acuerdo con la letra de la canción?

- a. Si ()
- b. No ()

- c. Se puede mejorar ()
- d. No es acorde con la canción ()

6. ¿Qué le transmite ver este videoclip?

- a. Una historia ()
- b. Un mensaje ()
- c. Nada ()

Producción audiovisual

7. ¿La producción tiene la calidad necesaria para ser publicado?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Se puede mejorar ()
- d. No es acorde con el género urbano ()

8. ¿Cree que cada una de las tomas utilizadas en la producción tiene el encuadre correcto?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Se puede mejorar ()
- d. No es acorde con el género urbano ()

9. Al ver el videoclip ¿Cree que se elaboró mediante un guion literario?

- a. Si ()
- b. No ()
- c. Se puede mejorar ()
- d. No es acorde con el género urbano ()

10. ¿Qué parte del videoclip cree que se debe mejorar?

- a. Música ()
- b. Narración ()
- c. Producción ()
- d. Nada ()

Anexo III: Lista de Cotejo



Nombre:

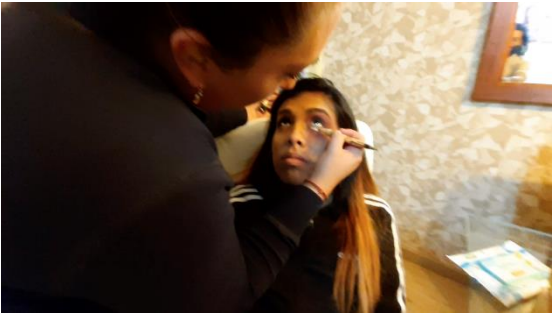
Objetivo: Validar la elaboración del videoclip

Instrucción: Cada criterio de evaluación se califica sobre un total de 20 puntos, posterior a ello se suma el total obtenido en los ítems y se divide para los 13 criterios obteniendo un puntaje total.

No.	Criterio de evaluación	Puntos /20	Observaciones
1	La conceptualización de la idea es clara, concisa, muestra originalidad y transmite un mensaje		
2	El video presentado cumple con las características necesarias para pertenecer al género urbano		
3	El argumento del video está relacionado a alguna problemática social y brinda posibles soluciones		
4	Las localidades son acordes al contenido del video		
5	La producción audiovisual expresa los movimientos de cámaras, ángulos y planos en cada escena.		

6	La producción audiovisual muestra un adecuado manejo de habilidades técnicas propias del arte audiovisual.		
7	Las escenas muestran niveles adecuados de colorimetría e iluminación		
8	El video muestra una buena calidad de imagen		
9	La estabilización de la imagen estuvo acorde e idónea en las diferentes tomas		
10	La calidad del audio del video es adecuada, volumen correcto y ajustable, no existe o es imperceptible los ruidos externos		
11.	Ejecución correcta de planos, encuadres y tomas		
12.	Introducción correcta de música		
13	El videoclip transmite un mensaje claro		
Total			

Anexo V: Detrás de cámara





Anexos VI: Procesos artísticos y administrativos

Guion Literario

SE FUE

Dicen que las penas se olvidan con el tiempo, pero yo prefiero olvidarla con alcohol,

Esta noche voy a tomar, me voy a emborrachar y por ti voy a brindar.

Que si se fue, se fue, se fue, se fue, pues que le vaya bien por ti no llorare.

Que si se fue, se fue, se fue, se fue, pues que le vaya bien por ti no llorare.

Y si se fue, si se fue, que se vaya, vete pal carajo que tu no me das la talla, yo a ti te buscaba mientras me rechazabas, pero cariño tu eres historia pasada, ya lo pasado pisado, y nunca recordado, te la dabas de polo y yo di el caso cerrado, no toques la puerta que ya mi cuarto ocuparon ni mandes mensajes que ya me tienes mariado.

Dicen que en la vida, nadie muere de amor, y que estar soltero es mucho mejor, pásame ese trago que esto se descontrola, que esta noche pasamos con rumba y alcohol.

Que si se fue, se fue, se fue, se fue, pues que le vaya bien por ti no llorare.

Que si se fue, se fue, se fue, se fue, pues que le vaya bien por ti no llorare.

Dicen por allí, malas lenguas que mejor estar solo, que mal acompañado, ya sufrí de amor, por eso me la paso enrumbado, bebiendo solo rumbiando solo, no sufro de amor, bebiendo solo rumbiando solo, porque solo es mejor.

Dicen que las penas se olvidan con el tiempo, pero yo prefiero olvidarla con alcohol,

Que si se fue, se fue, se fue, se fue, pues que le vaya bien por ti no llorare.

Que si se fue, se fue, se fue, se fue, pues que le vaya bien por ti no llorare.