

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**CARRERA:
COMUNICACIÓN SOCIAL**

**Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

**TEMA:
VIDEO DOCUMENTAL SOBRE LAS NUEVAS TENDENCIAS
AUDIOVISUALES EN INTERNET**

**AUTOR:
BRYAN DANIEL ENRÍQUEZ VEGA**

**TUTORA:
CRISTINA SATYAVATI NARANJO DELGADO**

Quito, septiembre del 2016

Cesión de derechos de autor

Yo Bryan Daniel Enríquez Vega con documento de identificación N° 1723823595, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud de que soy autor del trabajo de titulación intitulado: Video documental sobre la nuevas tendencias audiovisuales en internet, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de: Licenciado en Comunicación Social, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia, suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.



Nombre: Bryan Daniel Enríquez Vega

Cédula: 1723823595

Fecha: 8 de septiembre de 2016

Declaratoria de coautoría del docente tutora

Yo declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo de titulación Video documental sobre las nuevas tendencias audiovisuales en la web. Realizado por Bryan Daniel Enríquez Vega, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana, para ser considerados como trabajo final de titulación.

8 de septiembre de 2016



Cristina Satyavati Naranjo Delgado

1714208384

Índice

Introducción	1
Objetivo General	3
Objetivos Específicos	3
Metodología	4
Empezando como YouTuber	7
El Proceso Creativo	11
La lluvia de ideas	11
La estructura	12
La Audiencia	18
La Estética	19
Plataformas de video web	19
Resultados	23
Construcción del Documental	28
Conclusiones	29
Referencias	30

Índice de tablas

Tabla 1. Tipos de Plataformas Web	20
Tabla 2. Análisis de Contenido En4.....	23
Tabla 3. Estructura Dramatúrgica Serie Web	26

Índice de anexos

Anexo 1. Guion del Documental.....	32
Anexo 2. Permisos de uso de imagen	54
Anexo 3. Preguntas de Entrevista	59

Resumen

La búsqueda de canales de distribución para que los productores audiovisuales den a conocer sus trabajos se ha expandido hacia el internet. Este hecho obedece a diferentes razones, entre ellas, el evitar la censura impuesta por los canales televisión; la libertad creativa que las plataformas de video web ofrecen; o simplemente como catapulta para darse a conocer al mundo. Poco a poco, se ha ido construyendo un lenguaje determinado para este tipo de productos, por ello, es necesario conocerlo e identificar las ventajas y desventajas de su aplicación.

El presente documental es una herramienta para los productores audiovisuales que deseen crear contenidos para la web, de tal modo que enseñará las estrategias tomadas por creadores de contenido web y la construcción narrativa que han desarrollado para sus productos, con el objetivo de que el contenido audiovisual web que se produzca en el Ecuador, adquiera mejor calidad. Conocer las características que hacen exitoso a un contenido audiovisual en la web es de gran ayuda para tener una mejor visión sobre el proceso creativo que se debe poner en marcha para este tipo de contenidos. Este documental cubre cada uno de estos enfoques, además de contar los inicios de los canales de YouTube más representativos del país, encaminando a los productores para la realización de contenidos web adecuados para las distintas plataformas que ofrece el ciberespacio.

Palabras clave: audiovisual, internet, narrativas, plataformas

Abstract

Finding new distribution channels for audiovisual producers to exhibit their work has expanded to the Internet. This is due to various reasons, including avoiding censorship imposed by television channels; the creative freedom that web video platforms offer; or simply as a catapult to make themselves known to the world. Gradually, a specific language for such products has been developed, it's necessary to know and identify the advantages and disadvantages of its implementation.

This document is a tool for audiovisual producers who want to create content for the web, in a way that it will teach strategies taken by creators of web content and narrative construction that has been developed for their products. The aim is to improve the quality of audiovisual material developed in Ecuador. Keeping in mind the properties and characteristics that make a successful audiovisual content on the web is always helpful to have a better insight into the creative process to be put in place for this type of content. This documentary covers each of these approaches, in addition to narrating the beginnings of the most representative YouTube channels the country, directing producers to carry out appropriate web content for various platforms offered by cyberspace.

Keywords: audiovisual, internet, narratives, platforms

Introducción

La producción audiovisual ha ganado importancia en la web, actualmente se crean contenidos que llegan a millones de usuarios alrededor del mundo, sin embargo, no todos los productores conocen un modelo estructural adecuado para un contenido audiovisual exitoso en las plataformas web, ya que a lo largo de los últimos años se ha construido un nuevo lenguaje y experimentado con diferentes narrativas, consiguiendo que los productos en la Web 2.0 sean completamente diferentes a lo que se ha visto en los medios convencionales.

[...] Internet se encuentra en un estado temprano de desarrollo y todavía depende de géneros derivados de tecnologías más antiguas, pero lo más revelador del proceso abierto es, sin duda, la vía de futuro que se intuye, el cambio significativo que puede producirse en el panorama audiovisual con la creación de contenidos concebidos y realizados teniendo en cuenta al máximo las especificidades del medio electrónico y en concreto la interactividad [...]

(Romero, et. al. 2008, párr. 2).

No es lo mismo crear contenido audiovisual para cine o televisión que para Web, esto por muchos factores: la duración, el tipo de estructura, los elementos a usarse, etc. Así los productos para web, lejos de ser adaptaciones de otros formatos, se han convertido en otro tipo de narrativas, que utilizan herramientas ya existentes para su creación.

[...] De este modo, la dirección de fotografía, la captura del sonido y la actuación, entre otros, se ven radicalmente sacudidos por esta digitalización del aparato cinematográfico. Y frente a estos cambios radicales y las nuevas

posibilidades que ellos acarrearán, existen, [...] dos posibilidades: ocultarlos (simular el cine) o usarlos con fines creativos. [...] (Ferla, 2009, pág. 64).

Además, si se diseña un producto para la web, deben explotarse al máximo las ventajas que ofrece el ciberespacio, entre ellas, la interactividad, que es primordial para crear este tipo de contenidos. El productor audiovisual web, a diferencia de creadores de contenido de televisión o cine, tiene la suerte de contar con un feedback inmediato en sus creaciones, logrando que el proceso de mejora o cambio en sus productos se haga inmediatamente.

En Ecuador, a pesar de que se empezó a producir contenidos para la web desde hace poco tiempo, para YouTube hace 6 años (Heredia, 27 de noviembre 2015), no se ha evidenciado un manejo correcto del lenguaje audiovisual o un cierto estándar de calidad en todos los contenidos, a excepción de recientes propuestas que no abarcan un gran porcentaje de todos los contenidos producidos en el país. Conocer las características que hacen exitoso a un contenido audiovisual en la web, permitirá que los productores de contenido en Ecuador tengan una mejor visión sobre el proceso creativo de este tipo de narrativas, impulsando la creación de nuevos productos audiovisuales de calidad destinados para las plataformas web.

El documental mostrará los elementos de este tipo de narrativas, determinará el tipo de contenidos que más llaman la atención de los ciberusuarios, además de dar a conocer las características que los hacen exitosos. De esta manera los productores audiovisuales en el Ecuador tendrán una herramienta a la hora de plantearse la creación de contenidos Web.

Objetivo General

- Presentar un video documental sobre las nuevas tendencias audiovisuales en la web

Objetivos Específicos

- Determinar cuáles son las características que hacen exitoso a un producto audiovisual en la web.
- Lograr que los productores audiovisuales vean a la web como un nuevo medio para difundir sus trabajos y, a la vez, logren adaptarlos a esta tendencia.
- Mostrar a través del producto comunicativo los elementos esenciales que debe tener un producto para la web.

Metodología

En el marco metodológico, se trabajará bajo el paradigma de investigación naturalista, también llamado interpretativo, humanista o cualitativo, ya que estudia los significados de las acciones de las personas en determinados contextos sociales. Además, dentro de este producto: *Video Documental sobre las nuevas tendencias audiovisuales en la internet*; es necesario separar en todas sus partes a los productos que se analizarán en la investigación. El paradigma se fundamenta en la fenomenología y en la interpretación, elementos que aplicados ayudan a comprender, así como a decodificar los aspectos esenciales de los productos audiovisuales escogidos como estudio de caso; es decir, los videos del canal de YouTube *Piloto Automático*. De esta manera se expondrán sus características primordiales, así como los elementos necesarios para su construcción.

Como característica de este paradigma los resultados no serán generalizados, habrá un enfoque en la descripción y comprensión de cada uno de los videos que serán analizados, intentando descifrar qué elementos narrativos, visuales, de montaje o sonoros, son utilizados en cada una de las entregas del Canal *Piloto Automático*, que cuenta con la serie web *En4* y, para que funcione, es indispensable que se maneje con determinadas características en cada episodio: giros argumentales, elementos escondidos, promociones, actores y actrices con características determinadas, cierto tipo de lenguaje, etc. Las cuales tendrán como objetivo enganchar a los usuarios y conseguir nuevos suscriptores. Entonces, si se plantea un análisis más general se pueden perder elementos muy importantes que nos ayudarían en nuestra investigación y posteriores resultados.

La línea escogida para la creación del producto es la de comunicación, lenguajes y estructuración de contenidos; se pretende, entonces, analizar las narrativas que se utilizan en los productos web.

La teoría de la comunicación a utilizarse para la creación del *Video Documental sobre las nuevas tendencias audiovisuales en la internet* es la Educomunicación, la cual es un campo de estudio interdisciplinar y se relaciona con el tema, puesto que el documental cumple la función de herramienta pedagógica para los realizadores Web. Antes se pensaba que la comunicación y la educación eran disciplinas totalmente separadas, pero los teóricos, a través de la historia, han dado cuenta que las dos disciplinas pueden complementarse para llegar a ser lo que hoy en día es la educomunicación.

“La educomunicación es un campo de estudios interdisciplinar y transdisciplinar que aborda, al mismo tiempo, las dimensiones teórico – prácticas de dos disciplinas históricamente separadas: la educación y la comunicación” (Barbas, 2012, pág. 158).

La comunicación y la educación como diferentes disciplinas utilizan métodos propios, pero se apoyan entre ellas, se complementan y llegan a ser transdisciplinarias, porque comparten sus elementos metodológicos eventualmente para que confluya la una de la otra, estas se fusionan.

El tipo de investigación será cualitativa, pues permitirá abordar el proceso de realización de nuevas propuestas audiovisuales nacidas en la web, tomando como base el estudio de caso del canal de YouTube *Piloto Automático*, para de esta manera exponer sus características primordiales, así como los elementos necesarios para su construcción.

Las técnicas utilizadas para la investigación serán la de la observación de campo de los videos del canal *Piloto Automático*, desde noviembre de 2015 hasta diciembre del mismo año, enfocada directamente en la serie Web *En4*, la cual se sube a este canal por entregas semanales. Es decir, a lo largo de estos dos meses se analizarán ocho videos de 6 minutos aproximadamente, para sistematizar esta información construiré una tabla de análisis de contenido y otra de estructura dramática en la que mostraré los elementos esenciales y los tiempos determinados que se usaron para estructurar la *web serie*. Se entrevistarán a miembros del canal además de los principales productores web del Ecuador e, inclusive, para dar ciertos antecedentes a la investigación, también se entrevistarán a los jóvenes pioneros de la producción web en el país. Finalmente, se presentará un análisis bibliográfico de textos que se enfoque en las nuevas narrativas audiovisuales web.

Posteriormente, se sistematizarán los resultados obtenidos de entrevistas que los productores ceden; cada uno aportará con distintas herramientas narrativas utilizadas en sus productos y éstas ayudarán a construir una guía para futuros realizadores web. Además, en la observación de campo se pueden encontrar ciertos patrones en los videos que ayuden a descifrar los gustos e intereses de las personas por determinados productos web.

También se validarán las herramientas narrativas obtenidas en las entrevistas mediante el análisis de cada una de ellas, basándose en principios dramáticos, estéticos y comunicativos encontrados en el análisis bibliográfico. Un plus del Video Documental es que se usará bastante material propio de los entrevistados (con los permisos correspondientes) para ejemplificar de mejor manera, o de cierto modo, contextualizar a las personas que miren el producto terminado sobre cómo funciona

una propuesta audiovisual para la web. Esto hará del documental algo más didáctico y digerible.

Durante el proceso de rodaje del documental tuve que acomodarme a los tiempos de los productores que se entrevistaron y no hubo un cronograma determinado de rodaje, además de que se iban encontrando nuevos protagonistas durante este proceso y esto dificultó un poco la posibilidad de crear fichas de producción o de rodaje. Se incluye en los anexos el guion final del documental.

Finalmente, el documental podrá ser exhibido en universidades o talleres dirigidos a futuros realizadores web, tomándolo como recurso educativo, informativo y propiciando el debate; de esta manera, se busca que la producción audiovisual ecuatoriana en el internet mejore exponencialmente.

Empezando como YouTuber

Los productores audiovisuales han expandido la búsqueda de medios para dar a conocer sus trabajos hacia el internet, donde no existe la censura y los productos tienen mayor libertad para desarrollarse, así como para evolucionar en calidad y luego, dependiendo de las metas del creador, incursionar en el cine o en la televisión. Ahora todo el mundo tiene la libertad para crear contenidos en la web, por lo que, poco a poco, se ha ido construyendo un lenguaje determinado en la producción de estos contenidos, que los han hecho digeribles para el público en la web.

Sumado a estos factores se puede decir que existe un feedback inmediato de los productos audiovisuales subidos a las plataformas web, además de que hay la facilidad de medir y saber cuántas personas y en que partes del mundo se los consume. Todo esto gracias a las estadísticas que ofrecen redes sociales como Facebook y YouTube. En Facebook por ejemplo tenemos gráficas que nos presentan

el número de Me Gusta que tiene la página, el alcance las publicaciones y la participación de los fans. De esta manera se puede saber cuál es el target que tiene el producto y cuáles son las horas que más frecuenta la red social. Incluso en Facebook existe la opción de pagar para tener un mayor alcance de las publicaciones definiendo las características del target y su ubicación geográfica.

YouTube en cambio tiene su servicio de *YouTube Analytics* el cual consiste en arrojar estadísticas de ingresos a los videos, el tiempo de visualización de los mismos y la participación que los usuarios han tenido en cada uno de ellos. Así se puede saber qué tipo de contenido está funcionando y cuál hay que modificar. Recopilando y analizando este tipo de datos, se puede tener un correcto estudio de la audiencia a la que nos estamos dirigiendo y mejorar el contenido que subimos a la red.

A pesar de que existen varias plataformas para subir videos a la web, YouTube es la más popular de ellas.

La historia de YouTube comienza en febrero de 2005, cuando Chad Hurley, Steven Chen y Jawed Karim [...] crearon un sitio para que los usuarios pudieran subir, compartir y ver videos en línea. A mediados del 2006, YouTube anunció que la cantidad de videos vistos había llegado a los cien millones. [...] Actualmente, cada minuto se suben más de veinticuatro horas de video digital a YouTube. [...] (Huguet, 2013, pág. 16).

En el Ecuador, al igual que en el resto del mundo, los contenidos independientes más populares subidos a YouTube fueron los videoblogs. “Se define videoblog como una galería de videos publicados en la web de forma ordenada, ya sea mediante etiquetas (tags) o cronológicamente.” (Huguet, 2013, pág. 16) El videoblog consiste en que una persona se sienta frente a la cámara y hable sobre cualquier tema que se le

ocurra: su día, libros, películas, experiencias de vida, tutoriales de maquillaje o incluso haga monólogos.

Las fronteras de YouTube están dictadas por una lógica empresarial. Google pagó por el sitio 1,6 billones de dólares y esto significa que detrás hay un mercado aproximado de 100 millones de usuarios potenciales cada día, es decir, un mercado que debe ser cuidado de acuerdo a un perfil de consumo establecido (Bañuelos, 2008, pág. 21).

Se cita a Bañuelos para denotar la importancia que tiene YouTube dentro del mundo de las producciones web y, en este caso, el género, modalidad o como se lo quiera llamar, de los videoblogs nace y es exclusivo en esta plataforma. El videoblog es el ejemplo perfecto de la libertad para producir contenido que tienen los usuarios de la red.

Nosotros decíamos: hablemos, expresemos nuestra manera de pensar, para que de esa manera no se nos quede en el pecho ni en la garganta, sino sacarlo y ver si hay personas que se identifican con nosotros (Arias, 27 de septiembre 2015).

Los videoblogueros ven al YouTube como una herramienta para crear empatía con las personas, también como un desfogue para sacar todo lo que piensan sobre la sociedad o algún determinado gusto en especial. Esto, sumado a la caja de comentarios, convierte a esta modalidad en una de las principales representantes de la interactividad en la web 2.0. “Este nuevo espacio también cambió el modelo de los visitantes como usuarios o participantes, al presentar la posibilidad de intervenir en las discusiones de los contenidos, que da como resultado la interactividad.” (Mier & Porto-Renó, 2009, pág. 208)

En un inicio, los videoblogueros utilizaban cualquier cámara que tuvieran a la mano, ahora, el proceso se ha profesionalizado y existen varias personas que están detrás de la producción de estos contenidos, ya que gracias al sistema Partner de YouTube, en el que reciben cierta cantidad de dinero por las visitas que tengan en su canal, cientos de ellos han llegado a vivir sólo con hacer este tipo de videos.

Los elementos que se toman en cuenta para la construcción de un videoblog son los siguientes:

- a. **Fondo:** Grabar en un lugar adecuado, con correcta iluminación y agradable a la vista de los usuarios. Aquí se toma en cuenta el target y el contenido a ser mostrado. En muchos casos, debido a los pocos recursos que se utilizan en este tipo de producción, se lo graba con una cámara básica. “Creo que comenzamos como muchos YouTubers de la época, grabando con la cámara de la computadora” (Arias, 27 de septiembre 2015).
- b. **Contenido:** dependiendo del target que se tenga en mente, si es adolescente, el videobloguer hablará de temas concernientes a esa etapa de su vida (contenidos así son hechos por adolescentes). Si se busca por ejemplo un target cinéfilo, el contenido consiste en análisis de películas, noticias y si se consigue auspicios fuertes, entrevistas con actores o directores. Lo importante es tener en cuenta que “si es que te vas a grabar para YouTube, siempre debes tener algo que decir” (Ulloa, 14 de marzo 2016).
- c. **Fluidez:** evidentemente, si se va a hablar para millones de personas hay que tener un buen dominio de la palabra.
- d. **Dinamismo:** el estar frente a la cámara sin hacer mayor cosa puede aburrir a los suscriptores, por esta razón se debe dar dinámica al video. El videobloguer ha optado por hacer cortes en la edición de tal manera que en

cada corte cambia de lugar. Por ejemplo: si está sentado al lado derecho del cuadro, después de un corte pasará al lado izquierdo.

- e. **Brevedad:** El tiempo no debe exceder de los 4 minutos, a menos que ya sea un canal muy conocido y con grandes seguidores, de ser así, puede extenderse el tiempo que desee.
- f. **Constancia:** Se aplica para cualquier video en esta plataforma, mientras los videos se suban con más frecuencia, más fácil será ganar suscriptores. Lo recomendable es un video por semana.

El Proceso Creativo

Al igual que en cualquier producción audiovisual, los contenidos en la web requieren de un proceso previo antes de su filmación, y se deben tomar en cuenta varios aspectos creativos para lograr plasmar de forma correcta la idea “semilla” que se tiene y posteriormente subirla a la web. Una ventaja de crear contenido para las plataformas web, es que se maneja bastante la tendencia de producir lo que al realizador le gusta ver, basado en la necesidad de consumir nuevos tipos de contenidos; es decir, el realizador se pone en los zapatos del espectador y produce lo que necesita ver como espectador. Este principio rara vez se aplica en la televisión ecuatoriana, ya que los realizadores deben trabajar basados en puntos de rating, modas o lo que dicta el canal y no en lo que de verdad necesitan o necesita el espectador.

La lluvia de ideas

En las plataformas web siempre es conveniente mantener entregas periódicas para que los usuarios se vayan conectando con el canal, es decir que se debe subir contenido cada semana. Para ello es recomendable trabajar por bloques, grabando

bastantes episodios, videoblogs o sketches previos (los cuales corresponderán a una temporada) y mantenerlos como colchón para seguir reproduciendo la siguiente tanda de videos, así no se descuida al canal y siempre se tendrá material para ser subido cada semana.

Antes de empezar con un bloque de contenidos, es conveniente hacer una lluvia de ideas con todo el equipo creativo para definir los temas o conceptos de cada entrega.

[...] La lluvia de ideas tiene como el filtro de: esto es lo que quiero ver, esto es lo que quiero hacer, y esto es lo que les quiero mostrar a ustedes para ver si lo hacemos. Entonces, todos venimos con un montón de conceptos e ideas, después las cernimos con una tablita en donde están los 10 mandamientos de Enchufe Tv [...] (Ulloa, 14 de marzo 2016).

Al tener ya los temas y conceptos determinados, es conveniente hacerlos pasar por distintos filtros diseñados para poner a prueba la calidad de lo propuesto, en el caso de *Enchufe Tv*, canal de YouTube ecuatoriano, se crearon 10 mandamientos que deben cumplir todas los temas y conceptos para ser aprobados, entre estos están: el no ser sexista, el no ser racista, que no sea xenófobo, que se pueda compartir, que lo pueda disfrutar todo el mundo, etc. Estos filtros afianzan la estética y tipo de narrativa del canal, para que los productos vayan acorde al tipo de target escogido en un principio.

La estructura

Al momento de crear un producto para cine o televisión se cuenta con una estructura determinada: la Aristotélica; la cual se remonta a los escritos en la poética de Aristóteles, siglos después y con la colaboración de varios artistas que luego serían llamados dramaturgos, “la dramaturgia [...] es la organización de un relato

significativo para ser representado a través de personajes o tipos.” (García, 2003, p. 10) La estructura aristotélica se fue mejorando y a partir de esta nacieron varias teorías y paradigmas que forman actualmente el esqueleto para contar cualquier historia. Es así como una historia debe estar planteada en tres actos: el primer acto expone el conflicto, el segundo acto complica y desarrolla la trama, finalmente el tercer acto resuelve el problema planteado. La estructura en tres actos es la base de todo relato y es la más usada a nivel mundial “Una historia en tres actos requiere cuatro escenas memorables: el incidente incitador que comienza la narración y un clímax en el primer acto, un clímax en el segundo acto y un clímax en el tercer acto.” (Mackee, 2002, p.20).

Con el aparecimiento de internet era de esperarse que la estructura aristotélica pase a formar parte de la web, pero hay que tomar en cuenta que el público en el internet no pide lo mismo que pedía en la televisión; el usuario promedio de la web 2.0 tiene un límite de atención muy restringido en cuanto a contenido audiovisual, por esta razón, la duración de videos en internet es muy corta. “Hay que recordar que YouTube es una red social de vídeos. En ella podemos encontrar vídeos de todos los tamaños, pero si lo que queremos es impactar a nuestros usuarios, si tu vídeo se va de los 3 minutos ya deja de tener interés.”(Labrador, 2014, párr. 7) El reto consiste en crear un determinado producto para la web que logre transmitir lo que el productor se haya planteado pero en un límite de tiempo que no haga que el usuario abandone el video. “Intrínsecamente toda la gente tiende a digerir mucho mejor si es que es algo que ya lo conoces, si es que tiene una línea clásica aristotélica, es muy fácil de digerir y muy rico de ver.” (Ulloa, 14 de marzo 2016).

Naciendo de la estructura clásica y experimentando con ella, en la web se pueden encontrar este tipo contenidos:

Cortometrajes: la estructura aristotélica se debe adaptar a este tipo de contenido, no es por nada que la gran mayoría de cortometrajes empiezan por estrenarse en la web y existen cientos de canales en YouTube y Vimeo que se caracterizan por producir, subir y lanzar historias cortas. Un ejemplo es el canal ecuatoriano de YouTube de la escuela de cine *INCINE*, que lanza un cortometraje cada semana y todo el contenido es producido por los estudiantes, de esta manera se promociona la escuela y dirige al público a otras redes sociales. A raíz del masivo lanzamiento de cortometrajes para la web, se han creado varios concursos on – line como por ejemplo: Salt Lake City Festival, Less Than 1 Minute, Second Film Festival, The Sync on line Film Festival. Que buscan premiar contenidos concebidos especialmente para la web. Construidos con calidad profesional, tomando en cuenta el lenguaje cinematográfico tanto en iluminación, narrativa, dirección, actuación, arte y producción, los cortometrajes para la web no se alejan tanto de la calidad a la que ya estamos acostumbrados en la televisión o el cine.

Micro – relatos: se puede forzar aún más a la estructura y crear historias muy cortas, este es el caso del micro - relato y es el género preferido por los usuarios de la web.

Restringiendo al máximo la duración del relato, nos encontramos con un subgénero surgido de lleno por y para la red, el micro-relato. No superando casi nunca el minuto de duración se ha convertido, junto con los anuncios publicitarios, los videoclips o los trailers en uno de los géneros audiovisuales preferidos por la gran mayoría de cibernautas (Romero, et. al., 2008, p.10).

El micro – relato es el más compartido en redes sociales, videos sumamente cortos creados con el fin de entretener a las personas y su construcción no tiene mucho de complejidad, incluso la calidad de video no sería para nada adecuada en el cine o la

televisión. Basta con contar con un celular con cámara para crear propuestas en redes sociales de videos como Vine, que desarrolla videos con un límite de tiempo de 6 segundos. La imaginación de las personas es tan compleja que, aunque parezca imposible, en pocos segundos logran adaptar la estructura y crear una historia, aunque en este caso el usar el principio aristotélico se torna más complicado, es así como existen *Vines* de tan sólo un acto (que sólo exponen) o de dos actos (exponen, desarrollan pero no resuelven). Aquí la calidad varía bastante, existen videos con una calidad cinematográfica, un buen manejo de los elementos que la conforman y varias personas detrás tanto en preproducción, producción y post producción. Así como en su gran mayoría videos sin mucha ciencia, grabados con un Smartphone. Los creadores de contenido son los mismos usuarios de la web.

Dentro de la categoría del micro – relato, hay un tipo de género que ya existía en la televisión y en el teatro desde hace mucho tiempo, pero con su incursión en la web ha ganado más adeptos y ha logrado experimentar con diferentes narrativas, contextos e interacción con los recursos de la Web 2.0. Se trata de los *sketches* que generalmente son una escena humorística “Las narrativas de los videos que se presentan en formato “sketch”, evidencian discursos cotidianos que permiten un ejercicio comunicacional adecuado para generar viralidad¹ en su contenido” (Buenaño, et. al., 2013, p. 5). Uno de los principales exponentes de este género en el Ecuador es el canal de YouTube *Enchufe Tv*, que ya cuenta con más de un millón de suscriptores. Su humor, a pesar de ser ecuatoriano, ha logrado trascender las barreras de los países y se ha vuelto uno de los canales más populares a nivel mundial. Cumplen con la estructura de tres actos y su calidad es la propia de un producto cinematográfico, se guían bastante por el feedback y la base de su éxito es presentar

¹ Se conoce como viralidad en internet cuando cierto documento, video, imagen, etc. Ha tenido un nivel de difusión masivo.

en sus videos situaciones cotidianas, que se pueden presentar a cualquier persona, el público se siente identificado y comparte el contenido en redes.

Su idea consiste realizar sketches semanales de humor sarcástico utilizando expresiones cotidianas y jerga; y contar historias cortas que permitan un nivel de identificación con los usuarios de la web. Uno de los hilos conductores de las historias está fundamentado en el ritual de la festividad, lo cual ha permitido que todos sus videos se propaguen rápidamente a nivel nacional e internacional, de manera viral (Buenaño, et. al., 2013, p. 5).

Además, se ha logrado profesionalizar al *sketch* en YouTube, logrando que el usuario se encuentre con excelentes actuaciones, un buen guion, videos digeribles de 4 minutos como máximo, una calidad de video muy bien lograda y un proceso de preproducción, producción y postproducción cuidado meticulosamente.

Web series: este género es bastante explotado en Europa, especialmente en España desde hace algunos años, en este país, la producción web ha tomado una gran importancia, ya que series de hasta 40 minutos hechas por productores independientes mantienen a la expectativa a todos sus usuarios y, posteriormente, llegan a ser compradas incluso por la televisión.

Las web series abiertamente de ficción buscan sus modelos en las películas o en las series, jugando con sus códigos, pero recorriendo al mismo tiempo todas la reglas de la sintaxis cinematográfica (*raccords* de mirada, ley de los 180°, demarcación de las secuencias, etc.), todo esto recurriendo a múltiples efectos especiales, concretamente para hacer aparecer o desaparecer a los personajes... (François, 2014, pág. 44).

Las web series encuentran su inspiración en las series de televisión, pero su narrativa es diferente, al tener poco tiempo de atención por el usuario (especialmente si no son conocidas) deben comprimir su historia a tan sólo unos pocos minutos, dejando conflictos abiertos para siguientes episodios, solucionando la estructura de los tres actos utilizando más de un episodio, o cumpliendo esta estructura como si se tratara de un cortometraje.

En el caso del canal ecuatoriano *Piloto Automático*, los elementos narrativos que lo conforman tienen sus raíces en las *sitcoms*² televisivas, para ser exactos las series norteamericanas *Friends* y *How I meet your mother*, ya que se maneja el concepto de los amigos que se reúnen en una cafetería o bar y utiliza el recurso de los *flashbacks* o analepsis para agilizar la historia.

Originariamente, la mayoría de las *sitcoms* eran comedias de situación domésticas protagonizadas por una familia nuclear. Sin embargo, poco a poco se fueron incorporando otras temáticas, como por ejemplo, las profesionales. Por tanto, se observa cómo las *sitcoms* han sido un fiel reflejo de la evolución que sufría la sociedad (Moya, 2013, pág. 21).

Es evidente la fusión de la narrativa para televisión y la narrativa para la web que maneja el canal, ya que usando la libertad del internet presenta temas más delicados de tratar abiertamente en televisión, como los *amigos con derecho* o los *ligues de una noche*. Sintetizado en 6 minutos por episodio. “Se identifican modificaciones al lenguaje audiovisual que no implican cambiar los elementos que determinan la morfología y la sintaxis, sino complementarlos con narrativas propias de los medios digitales” (Giraldo, 2014, pág. 41).

² Comedia de situación, poca duración, el conflicto se cierra en cada episodio.

Una de las formas interactivas propias de la Web que se usan para producir una serie es la de usar al público como juez del rumbo de la serie, al final del episodio se deja un conflicto abierto con algunas opciones de cómo se lo podría resolver. Los usuarios escogen una de las opciones y el siguiente episodio se centrará en solucionarlo de la manera escogida.

La Audiencia

Antes de continuar es necesario resaltar el comportamiento de la audiencia del canal que escogí como estudio de caso *Piloto Automático*. Al ser un canal que aborda temáticas sexuales se puede concluir que su target es un público entre los 17 y 32 años. A diferencia de lo que se creería y al descartar de su público objetivo a los *Millenials*, el canal ha contado con gran acogida sobrepasando los 100 mil suscriptores y llegando a más de 200 mil visitas en sus videos, en redes sociales como Facebook cuenta con 55 mil likes y gran movimiento en su caja de comentarios. Un factor que ha influido para el crecimiento vertiginoso del canal es que la mayoría de sus integrantes fueron actores y actrices que participaron en el canal *Enchufe Tv* y la gente los reconoce.

Al haber acostumbrado a su audiencia a un contenido más adulto y tener buena acogida del mismo, se han arriesgado a hacer series web con temáticas más abiertas, tal es el caso de *El clóset* la cual aborda el tema de la homosexualidad de una manera cómica pero que a la vez es educativa. Al tener una aceptación moderada de su público, lograron terminar una temporada completa e incluso hay comentarios que exigen una segunda. También el canal (bajo la misma premisa del público adulto) incursionó en temas políticas y de coyuntura, con su programa de opinión *El kabreo de la semana* que ha tenido una acogida impresionante al igual que los Top Ten que han llegado a viralizarse.

El punto de todo esto es que se debe tener en cuenta a tu target en todo momento, conocerlo y entenderlo, para que se pueda experimentar con ciertos productos que vayan acorde a las necesidades del público objetivo y dependiendo de la aceptación seguir en ellos o innovar nuevamente.

La Estética

“Si visualmente no llamas la atención, eres una noticia más en el muro de la gente, en el newsfeed de la gente o en la página de suscripciones de YouTube” (Arteaga, 2 de marzo 2016). En la etapa de preproducción se debe definir una visualidad para el producto, con el objetivo de que pueda diferenciarse del resto. Debe recordarse que hay infinidad de videos en la plataforma de YouTube y cada minuto se suben miles más, así que para lograr conquistar suscriptores, se debe enfatizar en el punto estético.

Encontrar referentes es algo que puede ayudar bastante en definir una estética, por ejemplo, en el caso del Canal de YouTube *La Incubadora Cósmica* su principal referente es el MTV de los noventa, utilizan bastantes colores intensos, luces de neón, paredes pintadas con objetos psicodélicos, y los conductores interactúan con un par de conejos extrarrestres que vendrían a ser los productores del programa. Esto ha logrado que en un mes de existencia del canal, hayan alcanzado a un número razonable de suscriptores.

Plataformas de video web

A pesar de que YouTube es la plataforma más popular de video web y que ha sido cuna de muchos de los exponentes audiovisuales predilectos por los usuarios, también hay que conocer que no es la única que ofrece este tipo de servicios. Dado

que la clave para triunfar en el mundo virtual es siempre la innovación, hay que conocer también servicios de video online como Vimeo, Vine o Daily Motion.

Si se quiere ser innovador en la creación de productos audiovisuales en la web, o se quiere encontrar uno acorde con el mensaje que se quiere impartir, es muy importante conocer las plataformas de video online que existen y diferenciar los lenguajes narrativos que resultan beneficiosos en cada una de ellas.

Tabla 1.
Tipos de Plataformas Web

Plataforma	Característica
DailyMotion	Trabaja con compañías de medios de comunicación como Mashable, BuzzFeed y Showtime, éstas suben sus contenidos a la plataforma. Ideal para productos informativos.
Wistia	Wistia es una plataforma de video para empresas. Ayuda a sus clientes a poder subir sus videos a su página web y no a una plataforma central donde muchos miembros suben su material.
Vzaar	Similar a Wistia en algunas características. Sus planes comienzan con precios bajos como 20 \$ al mes e incluyen una prueba gratuita. Sus estudios de casos incluyen una larga lista de empresas que dependen de videos

	informativos y educativos, a partir de los campos de la educación, la edición, las agencias, y el comercio electrónico.
Veoh	Se basa en el material de videos musicales, no cambia el formato original del video y mantiene su calidad.
Viddler	Este servicio también va dirigido a empresas, pero cuenta con una característica especial de crear videos interactivos. Con este tipo de videos se logra más espectadores que pueden tener una mejor experiencia ya que hace más atractivo el video.
Kaltura	Ha creado la primera plataforma de código abierto, permitiendo la gestión de video, así como su creación, interacción y colaboración. Este servicio permite a los grupos de usuarios crear conjuntamente y al editor tener acceso a material reutilizable.
Ooyala	Esta plataforma está diseñada para ser modular y proporciona a sus clientes la capacidad de análisis en tiempo real. Es así que actualmente trabaja con Adobe, Microsoft, Yahoo Japón, entre otros.

Vine	Pertenece a twitter y permite subir toda clase de video con 6 segundos de duración.
Vimeo	Plataforma similar a YouTube, pero es usada para mostrar trabajos con mayor calidad en imagen. No permite subir ninguna clase de publicidad.

Nota: Información tomada de Romocca (2015).

Resultados

Para analizar los videos del canal *Piloto Automático* se diseñaron fichas que registran las características principales de la serie *En4* tanto en estructura narrativa, uso de lenguaje coloquial y referencias a temas sexuales. Se observaron 4 videos pertenecientes al mes de noviembre del 2015.

Tabla 2.
Análisis de Contenido En4

Nombre del video y Fecha	Punto de arranque	¿Qué sucede en el Giro?	¿Qué sucede en el Clímax?	Uso de lenguaje coloquial	Referencias a temas sobre sexualidad
Cólico de huevos (y ovarios) 01/11/2015	Se explica el subtexto del episodio. (Yayo se entera que besó borracho a Susy, los sentimientos despiertan en él). 40 seg.	Llega un pretendiente italiano de Susy con el cual no puede tener sexo durante 7 días por recomendación del doctor. 1 min. 15	Yayo golpea por error en los testículos al italiano en el octavo día, así se evita que consuma su relación con Susy. 5 min 10	6	9
De tal palo, tal palito. 8/11/2015	Se explica el subtexto del episodio. (Llega el papá de	Marco se da cuenta de que sus amigos son fans de su	Marco confronta a su padre mostrándole unos exámenes que encontró, su padre	9	15

	Marco y se queda con un ligue de él. Marco siente celos de su padre). 35 seg.	padre. 1 min. 40	está enfermo. 5 min. 44		
Cuando ganan las ganas 15/11/2015	Se explica el subtexto del episodio. (Yayo y Susy quieren tener sexo)	Susy se va a ir del país por una semana en unos días. Ella y Yayo deben hacerlo antes de que se vaya. Sus amigos interrumpen. 1 min. 23.	Susy y Yayo se enfrentan a sus amigos y piden que los dejen en paz para poder hacerlo. 4 min. 10	7	13
Novia Psycho 29/11/2015	Se explica el subtexto del episodio.(Elena se entera de que un pretendiente se enamoró de ella y ahora piensa que es su novio.)	Todo el grupo está saliendo con alguien Psycho pero Marco llega con su ligue Psycho al bar. 2 min. 30	Marco se comporta como un hombre sucio para liberarse de las garras de su novia Psycho. 5 min. 49	8	11

Nota: Tabla de contenido basada en videos del mes de diciembre del 2015.

Los resultados arrojados en este cuadro muestran que en los aproximadamente 6 minutos de duración de cada episodio de la serie *En4*, el tiempo está muy bien distribuido para lograr contar una historia. En los primeros segundos de cada episodio se muestra el subtexto del episodio, o para que sea más entendible: lo que está detrás de la historia. Son prácticamente 40 segundos en los que se ven a los personajes enterándose de algo que repercutirá en la historia, conociendo a alguien que complicará la trama, ejemplificando una situación general que luego influirá en la narración. El objetivo de este punto de arranque es mostrar al espectador algo que no todos los personajes saben, un recurso muy utilizado en la dramaturgia e ideal para que el público se enganche a la historia.

El cuadro también muestra que en los primeros dos minutos del episodio se presenta el giro de la historia, lo que agiliza la narración y lanza al espectador de lleno al conflicto. El desarrollo del segundo acto dura aproximadamente 3 minutos, los cuales son muy bien manejados con cortes rápidos en edición y una avalancha de situaciones que hacen parecer al episodio más largo de lo que es.

La resolución del conflicto y el clímax se dan aproximadamente en el minuto 5. La serie muestra situaciones comunes que no son tan complicadas de resolver, de esta manera logra tener un clímax de un minuto y después deja con una resolución cómica que no conecta directamente con el siguiente episodio.

A pesar de que cada episodio cierra su conflicto (característica principal de las sitcoms) el arco argumental de la historia a lo largo de la temporada es bien definido y se va resolviendo de a poco a medida que avanzan los episodios, ejemplo: en la segunda temporada el arco argumental busca resolver el amorío entre Yayo y Susy.

Se puede decir que *En4* da una muy buena clase de manejo de tiempos en la web, queda más o menos así:

Tabla 3.
Estructura Dramatúrgica Serie Web

Exposición	Desarrollo	Resolución
Punto de Arranque: Primeros 40 segundos Exposición: Dura 1 minuto con 20 segundos Giro: Aparece a los 2 minutos y dura 30 segundos	Duración: Tres minutos aproximadamente	Clímax: Aparece al minuto 5 Desenlace: Transcurre en el último minuto.

Nota: Duración de episodio aproximadamente 6 minutos (tiempo ideal para un video en la web)

Hay que recordar que los tiempos son aproximados, pero esta estructura es la ideal para un video en la Web.

Finalmente, el uso en gran medida de lenguaje coloquial atrae al público ecuatoriano a visitar el canal, pero a pesar de ello también llama la atención de los usuarios de otros países, que en cambio ven los videos por los temas abordados, los cuales son en su gran mayoría sexuales y de vivencias comunes.

Basándose en las entrevistas a productores audiovisuales para la web, se diseñaron 3 principios importantes a la hora de subir un producto a la plataforma de YouTube:

- a) **Brevedad:** los videos subidos no deben exceder de los 7 minutos, ya que es el tiempo estimado de atención de los usuarios de la web.

- b) **Constancia:** si cuenta con un canal y se quiere tener cientos de suscriptores, es recomendable subir un video a la semana, para que el canal se mantenga en constante movimiento.
- c) **Calidad:** se debe tener muy buena calidad tanto en imagen, narrativa, estética y actuaciones (ya sea para cualquier tipo de producto: serie web, videoblog, comercial, informativo, etc.) Así como el tener como base un buen guion.

También se logró llegar a ciertos consejos para los nuevos realizadores web:

- a) **Ya no se consume mucha televisión:** los entrevistados son conscientes y piden que los próximos realizadores también estén conscientes de que ahora las personas no miran televisión, sino que consumen más productos para la web. Por ello, y si incluso se produce para la televisión, se podría tener más alcance, pero es difícil llegar al público deseado. Por el contrario, en la web se puede segmentar de mejor manera el público objetivo.
- b) **Aprovechar el espacio:** en el internet hay ventaja y espacio para todo tipo de productos, no existe la competencia del rating o de horarios determinados en la programación, porque los videos quedan subidos a la web y el público puede tener todo el tiempo para verlos como quiera, cuando quiera y en el orden que quiera.
- c) **Explorar:** buscar siempre la innovación y explorar más géneros y narrativas es necesario para llenar otro tipo de necesidades que exige el consumidor audiovisual web, no todos buscan comedia o videoblogs y abrir las opciones es también captar más público.

Construcción del Documental

Para diseñar la estructura y estética de un documental de este tipo, era necesario acoplarlo también al tema del que se habla, es decir, lo que caracteriza a los productos audiovisuales para web es el entretenimiento y la brevedad, ya que la mayor parte de su público objetivo son *Millenials*. Entonces se buscó que el documental también contuviera este tipo de elementos, para ello se usó bastante material de archivo de los realizadores involucrados, haciendo que el proceso de reflexión sobre el tema sea más digerible y entretenido.

El material grabado sólo fue de entrevistas de varias horas con los realizadores. Manejando una edición yuxtapuesta, todas las opiniones se enlazan y complementan, esto sumado al material de archivo que sirve para ejemplificar lo que están hablando, ayuda a que el documental no canse y sea fácil de entender.

Para mejorar la comprensión del producto, se lo dividió en 5 partes. La primera sirve como introducción al tema tratado, la segunda parte que lleva el título de *Los personajes* presenta a los realizadores involucrados, cuáles son sus oficios y cómo incursionaron en el mundo del audiovisual web. La tercera parte lleva el título de *Empezando como YouTuber* y está centrada en los videoblogueros, ya que éstos fueron los primeros en realizar propuestas audiovisuales para la web, además de que en la plataforma de YouTube es en donde más han tenido relevancia los contenidos audiovisuales en el país. La cuarta parte *El proceso creativo* ayuda a conocer mejor la creación de los contenidos, los pasos a tomar, los recursos utilizados y aborda también la estética de cada producto. Finalmente en la quinta parte *Consejos para un Realizador Web* se dan unas últimas recomendaciones de lo que se debe hacer para crear este tipo de contenidos.

Conclusiones

Antes de crear un producto para la web, es necesario conocer toda la teoría que conlleva el crear un producto audiovisual, es decir la estructura, porque únicamente dominando la técnica se logrará alterarla para acoplar el lenguaje audiovisual que se ha visto o utilizado, a la web.

Luego de esto se debe hacer un análisis exhaustivo del tipo de productos que se crean para el internet y cuál es la mecánica de cada uno de ellos, de esta manera se determinará qué funciona y que no. Además de hacer un estudio de mercado que diga qué es lo más popular en determinado contexto. Se debe determinar el tipo de contenido que llama más la atención del público web, ya que a través del mismo se puede identificar el tipo de construcción narrativa que lo hace especial, estudiar estéticas y crear una propia para que producto llame la atención.

Entre los contenidos web más populares se encuentran los videoblogs y las web series. Dichos productos cuentan con un lenguaje determinado para cada uno y es necesario dominar el que más nos interese, además hay que recordar que siempre hay espacio para todo en la web y explorar otro tipo de narrativas y géneros también es válido e incluso necesario. Actualmente en el Ecuador la producción web se ha estancado en la comedia, tal vez buscando emular un producto que tuvo éxito o creyendo que es lo más popular para el ecuatoriano, pero hay que estar conscientes de que también hay demanda de otro tipo de géneros, como el terror, la fantasía, la ciencia ficción e incluso otras propuestas como el documental. No hay que cerrarse a un sólo modelo que supuestamente implicará éxito, porque si no, se caería en el mismo error de la televisión y se desaprovecharían las miles de ventajas, libertades y el gigantesco espacio que ofrece la web.

Referencias

- Arias, T. (27 de Diciembre de 2015). Psicólogo Clínico y YouTuber. (B. Enríquez, Entrevistador)
- Arteaga, A. (2 de Marzo de 2016). Cineasta y Creador de "La incubadora Cósmica". (B. Enríquez, Entrevistador)
- Bañuelos, J. (2008). YouTube como plataforma. *Razón y Palabra*.
- Barbas, Á. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Foro de Educación*, 157-175.
- Buenaño, D. E., & Polo, F. J. (2013). Del carnaval de la Edad Media a Enchufetv: nuevas concepciones de los antiguos rituales en internet. *Oficios Terrestres*, 1(29).
- Ferla, J. L. (2009). *Cine (y) digital: Aproximaciones a posibles convergencias entre el cinematógrafo y la computadora*. Buenos Aires: Manantial.
- Fleur, M. L., & J. Ball - Rokeach, S. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.
- François, J. (2014). Webseries y series de tv: idas y venidas. Narraciones en tránsito. *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, 39 - 51.
- García, G. F. (2003). *Dramaturgia: método para escribir o analizar una obra dramatizada*.
- Giraldo, J. E. (2014). Lenguaje y contenido audiovisual de los programas en Internet frente a los programas de. *Revista Lasallista de Investigación*, 36 - 42.

Heredia, V. (27 de noviembre de 2015). Presidenta YouTube Ecuador. (B. Enríquez, Entrevistador)

Huguet, M. (2013). *El documental en el entorno digital*. UOC.

Labrador, R. C. (21 de marzo de 2014). *Rafael C. Labrador*. Obtenido de <http://www.rafaelclabrador.com/cuanto-debe-durar-un-video-para-compartir-en-redes-sociales/>

Mackee, R. (2002). *El Guión: sustancia, estructura, estilo y principios de la escritura de guiones*. Barcelona: Alba Editorial.

Mier, C., & Porto-Renó, D. (2009). Blogosfera y YouTube como espacios para la exhibición de productos audiovisuales interactivos. *Palabra Clave*, 207 - 214.

Moya, L. H. (2013). *Desarrollo de un formato de serie sitcom para televisión e internet*.

Pañi, J. (24 de enero de 2016). YouTuber y Creativo en EnchufeTv. (B. Enríquez, Entrevistador)

Romero, N. L., & Canet Centellas, F. (2008). Nuevos escenarios, nuevas formas de expresión narrativa: La Web 2.0 y el lenguaje audiovisual [en línea]. *Hipertext*(6). Obtenido de <http://www.hipertext.net>

ROMOACCA, M. (2015). *10 plataformas de videos alternativas a YouTube para negocios*. Obtenido de webespacio: <http://www.webspacio.com/plataformas-videos-alternativas-youtube-negocios/>

Ulloa, J. (14 de Marzo de 2016). Director Creativo EnchufeTv. (B. Enríquez, Entrevistador)

Anexo 1. Guion del Documental

NUEVAS TENDENCIAS AUDIOVISUALES EN INTERNET

Tema: Las nuevas tendencias audiovisuales en la Web, los nuevos retos que deben afrontar los productores audiovisuales en el país ante las nuevas plataformas web de distribución de contenidos. Estudio de caso: Canal de YouTube Piloto automático. Apoyado por las experiencias de otros 5 productores audiovisuales en la Web.

Argumento:

El Documental empieza con el extracto de un episodio de la serie web En4. En esta primera parte que sirve como introducción, los protagonistas: Ave Jaramillo, Jorge Ulloa, Alejo Lalaleo, Julio Pañi, Tito Arias y Andrés Arteaga. Dan un breve punto de vista de la situación de la televisión ecuatoriana frente a la Web. Después de esto sale el título: Nuevas tendencias Audiovisuales en la Web. Y a partir de este punto, el documental se dividirá en cuatro partes:

1. Los personajes

En la primera parte del documental, los seis realizadores Web contarán sobre sus inicios, experiencia y una explicación del canal al que pertenecen. Todo esto enlazado con videos de sus propios canales.

2. Empezando a ser YouTuber

Los protagonistas de esta segunda parte serán Tito Arias y Julio Pañi. Ambos empezaron su camino en la Web haciendo Video blogs. Tito con su canal Valga la Rebusnancia y Julio con su canal Yque Chuchas. En esta parte se intenta abordar los inicios de la producción audiovisual en la Web, en la que los realizadores usaban simplemente la cámara de sus computadoras. Esto con el objetivo de mostrar los cambios que ha tenido esta plataforma.

3. El proceso creativo

En esta parte se tienen como protagonistas a Ave Jaramillo, Jorge Ulloa, Alejo Lalaleo y Andrés Arteaga. Todos ellos tienen canales con contenidos como Sketches, series Web o Talk shows. Hablarán sobre la manera correcta de plantear un producto para la web, tanto en duración, estética, guion, etc. Las entrevistas se enlazarán una con otra y también con videos de sus respectivos canales para contextualizar.

4. Consejos para los realizadores Web

En la última parte aparecerán todos los realizadores del documental, dando consejos a los nuevos realizadores Web. También se usarán videos para contextualizar

Guion:

Secuencia 1: Los protagonistas, productores y realizadores audiovisuales web, sentados frente a la cámara: Ave Jaramillo, Jorge Ulloa, Alejo Lalaleo, Julio Pañi, Tito Arias y Andrés Arteaga. Se encuentran en sus casas o en sus oficinas de trabajo. Las entrevistas son entrelazadas con imágenes de archivo.

VIDEO	PLANO	AUDIO
Sobre blanco aparece el logo de la Universidad Politécnica Salesiana, se desvanece muy despacio. Video de archivo: episodio 17 de la serie Web en4 Sobre impresión: Descripción del episodio. Esc 1. INT. CASA AVE – DÍA Ave Jaramillo, guionista del canal de YouTube “piloto Automático” sentado en un sofá habla sobre la televisión ecuatoriana.	PM: Ave Jaramillo	– Ambiente

web y sus inicios. Video de archivo: Videoblog “YqueChuchas” Sobre impresión: Descripción del video. Esc 4. INT. Casa Julio Pañi– DÍA Julio Pañi, creativo de enchufetv y youtuber creador del canal “YqueChuchas” habla sobre los referentes en la Web. Video de archivo: Videoblog “Valga la rebuznancia” Sobre impresión: Descripción del video.	PM: Alejo Lalaleo PM: Julio Pañi	– Ambiente – Ambiente
---	--	-------------------------------------

Esc 5. INT. Casa Tito Arias– DÍA Tito Arias, Youtuber y creador del canal “Valga la rebuznancia” habla sobre la nueva manera de expresarse en YouTube. Video de archivo: Sketch “EnchufeTv” Sobre impresión: Descripción del video. Esc 6. INT. Oficinas Touché Films– DÍA Jorge Ulloa, director creativo Touché Films, habla sobre lo democrático del internet.	PM: Tito Arias PM: Jorge Ulloa	– Ambiente – Ambiente
---	--	-------------------------------------

Secuencia 2: Los protagonistas, productores y realizadores audiovisuales web, sentados frente a la cámara: Ave Jaramillo, Jorge Ulloa, Alejo Lalaleo, Julio Pañi, Tito Arias y Andrés Arteaga. Se encuentran en sus casas o en sus oficinas de trabajo. Las entrevistas son entrelazadas con imágenes de archivo.

VIDEO	PLANO	AUDIO
Sobre fondo rojo aparece el título: Nuevas Tendencias Audiovisuales en la Web. Se desvanece y sobre el mismo fondo aparece el subtítulo: 1 Los personajes. Esc 1. INT. Casa Tito Arias– DÍA Tito Arias, Youtuber y creador del canal “Valga la rebuznancia” se presenta. Sobre impresión: Tito Arias, psicólogo clínico y YouTuber. Video de archivo: Videoblog “Valga la rebuznancia” Sobre impresión: Descripción del video.	PM: Tito Arias	- Música Libre de derechos alegre, como de videoblog + Respuesta Tito: - ¿Quién es Tito Arias? - ¿Cómo nace Valga la Rebuznancia?

Esc 2. INT. CASA AVE – DÍA Ave Jaramillo, guionista del canal de YouTube “piloto Automático” sentado en un sofá habla se presenta. Sobre Impresión: Ave Jaramillo, comediante y Realizador Web. Video de archivo: episodio 18 de la serie Web en4 Sobre impresión: Descripción del episodio.	PM: Ave Jaramillo	- Música Libre de derechos alegre, como de videoblog + Respuesta Ave: - ¿Quién es Ave Jaramillo? - ¿Cómo nace Piloto Automático?
--	---------------------------------	--

Esc 3. INT. Oficinas Piloto Automático – DÍA Alejo Lalaleo, director de la serie Web En4, habla sobre su experiencia en la web. Sobre Impresión: Alejandro Lalaleo, cineasta y realizador Web. Video de archivo: episodio 18 de la serie Web en4 Sobre impresión: Descripción del episodio.	PM: Alejo Lalaleo.	- Música Libre de derechos alegre, como de videoblog + Respuesta Alejo: - ¿Quién es Alejo Laleo? - ¿Cómo nace Piloto Automático? - Háblanos sobre tu experiencia en la web y en la producción en general.
---	----------------------------------	--

Esc 4. INT. Sala de post producción Incine – DÍA Andrés Arteaga, Director del Talk Show web “La incubadora cósmica” habla sobre cómo nace el canal y su experiencia en la producción. Sobre Impresión: Andrés Arteaga, cineasta y realizador web. Video de archivo: Incubadora cósmica. Sobre impresión: Descripción del video.	PM: Andrés Arteaga	
Esc 5. INT. Casa Julio Pañi– DÍA Julio Pañi, creativo de enchufetv y youtuber creador del canal “YqueChuchas” habla sobre cómo empezó a hacer videos. Sobre Impresión: Julio Pañi, realizador Web.	PM: Julio Pañi	- Música Libre de derechos alegre, como de videoblog + Respuesta Andrés: - ¿Quién es Andrés Arteaga? - ¿Cómo nace La incubadora Cósmica? - Háblanos sobre tu experiencia en la web y en la producción en general.

		como de videoblog + Respuesta Jorge: - ¿Quién es Jorge Ulloa? - ¿Cómo nace EnchufeTv? - Háblanos sobre tu experiencia en la web y en la producción en general.
VIDEO	PLANO	Secuencia 3: Los protagonistas, productores y realizadores audiovisuales web que empezaron como YouTubers manejando el formato de videoblog, sentados frente a la cámara: Julio Pañi y Tito Arias. Se encuentran en sus casas o en sus oficinas de trabajo. Las entrevistas son entrelazadas con imágenes de archivo.
Sobre fondo rojo aparece el subtítulo: 2. Empezando Como YouTuber. Video de archivo: Videoblog “Valga la rebuznancia” Sobre impresión: Descripción del video. Esc 1. INT. Casa Tito Arias– DÍA Tito Arias, Youtuber y creador del canal “Valga la rebuznancia” cuenta sobre sus inicios y su opinión sobre la producción Web. Todo esto entrelazado con videos de archivo y la intervención de Julio Pañi.	PM: Tito Arias	
		- Música Libre de derechos Jazz, como de videoblog + Respuestas Tito: - ¿Qué opinas sobre la producción Web en el país? - ¿Cuánto ha cambiado YouTube

		Ecuador desde tus inicios hasta ahora? – ¿Qué crees que le falta a la producción web en el país?
Secuencia 4: Los protagonistas, productores y realizadores audiovisuales web, sentados frente a la cámara: Ave Jaramillo, Jorge Ulloa, Alejo Lalaleo y Andrés Arteaga. Se encuentran en sus casas o en sus oficinas de trabajo. Las entrevistas son entrelazadas con imágenes de archivo.		

VIDEO	PLANO	AUDIO
Sobre fondo rojo aparece el subtítulo: 3. El proceso creativo. Video de archivo: Sketch “EnchufeTv” Sobre impresión: Descripción del video. Esc 1. INT. Oficinas Touché Films– DÍA Jorge Ulloa, director creativo Touché Films, habla sobre el proceso creativo de EnchufeTv. La entrevista será entrelazada con el resto de entrevistas.	PM: Jorge Ulloa	- Música Libre de derechos, como de videoblog + Respuesta Jorge: - ¿Cuál es el proceso creativo para cada uno de tus productos? - ¿Cómo se hace la escritura de un guión para web? - ¿Cuál la estructura estética y dramática de tus productos?

Esc 2. INT. CASA AVE – DÍA Ave Jaramillo, guionista del canal de YouTube “piloto Automático” sentado en un sofá habla sobre el proceso creativo de Piloto Automático. La entrevista será entrelazada con el resto de entrevistas. Video de archivo: episodio 14 de la serie Web en4 Sobre impresión: Descripción del episodio. Esc 3. INT. Oficinas Piloto Automático –	PM: Ave Jaramilo	- Música Libre de derechos, como de videoblog + Respuesta Ave: - ¿Cuál es el proceso creativo para cada uno de tus productos? - ¿Cómo se hace la escritura de un guión para web? - ¿Cuál la estructura estética y dramática de tus productos?
--	--------------------------------	--

DÍA Alejo Lalaleo, director de la serie Web En4, habla sobre el proceso creativo de piloto automático. La entrevista será entrelazada con el resto de entrevistas.	PM: Alejo Lalaleo	
Esc 4. INT. Sala de post producción Incine – DÍA Andrés Arteaga, Director del Talk Show web “La incubadora cósmica” habla sobre el proceso creativo de la incubadora cósmica. La entrevista será entrelazada con el resto de entrevistas.	PM: Andrés Arteaga	- Música Libre de derechos, como de videoblog + Respuesta Alejo: - ¿Cuál es el proceso creativo para cada uno de tus productos? - ¿Cómo se hace la escritura de un guión para web? - ¿Cuál la estructura estética y dramática de tus productos?

Video de archivo: Incubadora cósmica. Sobre impresión: Descripción del video.		
Secuencia 5: Los protagonistas, productores y realizadores audiovisuales web, sentados frente a la cámara: Ave Jaramillo, Jorge Ulloa, Alejo Lalaleo, Julio Pañi, Tito Arias y Andrés Arteaga. Se encuentran en sus casas o en sus oficinas de trabajo. Las entrevistas son entrelazadas con imágenes de archivo.		- Música Libre de derechos, como de videoblog + Respuesta Andrés: - ¿Cuál es el proceso creativo para cada uno de tus productos? - ¿Cómo se hace la escritura de un guión para web? - ¿Cuál la estructura estética y dramática de tus productos?
VIDEO	PLANO	AUDIO
Sobre fondo rojo aparece el subtítulo: 4. Consejos para un realizador Web. Esc 1. INT. Casa Tito Arias– DÍA Tito Arias, Youtuber y creador del canal “Valga la rebuznancia” da unos últimos consejos. Será entrelazado con el resto de	PM: Tito Arias	

Esc 5. INT. Casa Julio Pañi– DÍA Julio Pañi, creativo de enchufetv y youtuber creador del canal “YqueChuchas” da unos últimos consejos. Será entrelazado con el resto de consejos de los protagonistas. Video de archivo: Videoblog “YqueChuchas” Sobre impresión: Descripción del video.	PM: Julio Pañi	
Esc 6. INT. Oficinas Touché Films– DÍA Jorge Ulloa, director creativo Touché Films, da unos últimos consejos. Será entrelazado	PM: Jorge Ulloa	- Música Libre de derechos como de videoblog + Respuesta Julio: - ¿Qué consejos les darías a los futuros productores Web?

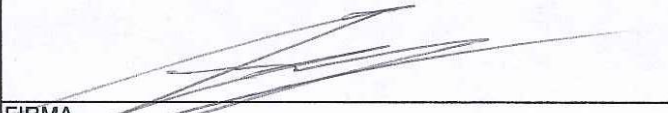
con el resto de consejos de los protagonistas. Video de archivo: Sketch “EnchufeTv” Sobre impresión: Descripción del video. Créditos. Fin.		- Música Libre de derechos como de videoblog + Respuesta Julio: - ¿Qué consejos les darías a los futuros productores Web?
---	--	--

Anexo 2. Permisos de uso de imagen

Jorge Ulloa (Enchufe Tv)

PROYECTO: NUEVAS TENDENCIAS AUDIOVISUALES EN LA WEB	
PRODUCTOR: Bryan Daniel Enríquez Vega	
AUTORIZACION DE USO DE IMAGEN Y VOZ	
NOMBRE COMPLETO:	
CEDULA	DIRECCION:
EDAD	
FECHA NACIMIENTO:	TELEFONO
R FAVOR LEA Y FIRME LAS CONDICIONES PARA AUTORIZAR EL USO DE SU IMAGEN Y VOZ	
Al firmar este formulario acepto y entiendo todas y cada una de las siguientes condiciones: 1.- La informacion que he escrito en este formulario es correcta y veraz. 2.- Al firmar este formulario autorizo expresamente al productor, a sus sucesores, concesionarios, cesionarios, y a cualquier otra persona o compañía que pudiese obtener propiedad o derechos sobre la Producción, a utilizar, difundir y exhibir las imágenes y la voz en las cuales el que suscribe esta autorización o su representado aparezca, y a emplearlas en cualquier tiempo y en cualquier tipo de formato y/o medio de difusión (papel, web, comunicación, video, etc) dentro de reportajes, artículos y/o material periodístico de los diferentes productos del medio. 3.- El Productor tiene el derecho a filmarme y grabar mi voz, utilizar, doblar y transformar tales filmaciones y grabaciones con cualquier motivo relacionado con la Producción, y podrá utilizar las imágenes para los fines mencionados, en la forma en que considere conveniente y se compromete a que la utilización de estas imágenes en ningún caso supondrán un menoscabo de la honra y reputación, ni será contraria a los intereses del que expresamente autoriza el uso de su imagen, respetando la legislación vigente. 4.- Así mismo libero al medio de cualquier tipo de responsabilidad por el uso de las imágenes y voz conforme lo que aquí explícitamente he consentido y manifiestamente acepto el contenido del presente convenio, renunciando a presentar cualquier reclamo o acción en virtud del presente instrumento. 5.- Esta autorización se la realiza en estricto cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación en su Art.10.- Normas deontológicas, por el cual todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones: 1. Referidos a la dignidad humana: A. respetar la honra y la reputación de las personas; B. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y C. Respetar la intimidad personal y familiar, en concordancia con lo preceptuado en el Art. 66 de la Constitución de la República del Ecuador en relación a los Derechos de Libertad. 6. También autorizo el uso de cualquier video subido por Enchufe Tv para contextualizar lo dicho en la entrevista y ser usado con fines meramente académicos y no comerciales.	
	
FIRMA	
C.I. 1719532705	
NOMBRE: JORGE ULLOA	

Andrés Arteaga (La incubadora cósmica)

PROYECTO: NUEVAS TENDENCIAS AUDIOVISUALES EN LA WEB	
PRODUCTOR: Bryan Daniel Enríquez Vega	
AUTORIZACION DE USO DE IMAGEN Y VOZ	
NOMBRE COMPLETO:	
CEDULA	DIRECCION:
EDAD	
FECHA NACIMIENTO:	TELEFONO
R FAVOR LEA Y FIRME LAS CONDICIONES PARA AUTORIZAR EL USO DE SU IMAGEN Y V	
Al firmar este formulario acepto y entiendo todas y cada una de las siguientes condiciones: 1.- La información que he escrito en este formulario es correcta y veraz. 2.- Al firmar este formulario autorizo expresamente al productor, a sus sucesores, concesionarios, cesionarios, y a cualquier otra persona o compañía que pudiese obtener propiedad o derechos sobre la Producción, a utilizar, difundir y exhibir las imágenes y la voz en las cuales el que suscribe esta autorización o su representado aparezca, y a emplearlas en cualquier tiempo y en cualquier tipo de formato y/o medio de difusión (papel, web, comunicación, video, etc) dentro de reportajes, artículos y/o material periodístico de los diferentes productos del medio. 3.- El Productor tiene el derecho a filmarme y grabar mi voz, utilizar, doblar y transformar tales filmaciones y grabaciones con cualquier motivo relacionado con la Producción, y podrá utilizar las imágenes para los fines mencionados, en la forma en que considere conveniente y se compromete a que la utilización de estas imágenes en ningún caso supondrán un menoscabo de la honra y reputación, ni será contraria a los intereses del que expresamente autoriza el uso de su imagen, respetando la legislación vigente. 4.- Así mismo libero al medio de cualquier tipo de responsabilidad por el uso de las imágenes y voz conforme lo que aquí explícitamente he consentido y manifiestamente acepto el contenido del presente convenio, renunciando a presentar cualquier reclamo o acción en virtud del presente instrumento. 5.- Esta autorización se la realiza en estricto cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación en su Art.10.- Normas deontológicas, por el cual todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones: 1. Referidos a la dignidad humana: A. respetar la honra y la reputación de las personas; B. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y C. Respetar la intimidad personal y familiar, en concordancia con lo preceptuado en el Art. 66 de la Constitución de la República del Ecuador en relación a los Derechos de Libertad. 6. También autorizo el uso de cualquier video subido por la incubadora digital para contextualizar lo dicho en la entrevista y ser usado con fines meramente académicos.	
	
FIRMA	
C.I. 200046937	
NOMBRE: Andrés Arteaga B	

Esteban Jaramillo (Piloto Automático)

PROYECTO: NUEVAS TENDENCIAS AUDIOVISUALES EN LA WEB	
PRODUCTOR: Bryan Daniel Enríquez Vega	
AUTORIZACION DE USO DE IMAGEN Y VOZ	
NOMBRE COMPLETO: Nelson Esteban Jaramillo Falconí	
CEDULA: 170784195-5	DIRECCION: Est-022 Nueva Floresta
EDAD: 34	TELEFONO:
FECHA NACIMIENTO: 16-Mayo-1981	
R FAVOR LEA Y FIRME LAS CONDICIONES PARA AUTORIZAR EL USO DE SU IMAGEN Y V	
Al firmar este formulario acepto y entiendo todas y cada una de las siguientes condiciones: 1.- La información que he escrito en este formulario es correcta y veraz. 2.- Al firmar este formulario autorizo expresamente al productor, a sus sucesores, concesionarios, cesionarios, y a cualquier otra persona o compañía que pudiese obtener propiedad o derechos sobre la Producción, a utilizar, difundir y exhibir las imágenes y la voz en las cuales el que suscribe esta autorización o su representado aparezca, y a emplearlas en cualquier tiempo y en cualquier tipo de formato y/o medio de difusión (papel, web, comunicación, video, etc) dentro de reportajes, artículos y/o material periodístico de los diferentes productos del medio. 3.- El Productor tiene el derecho a filmarme y grabar mi voz, utilizar, doblar y transformar tales filmaciones y grabaciones con cualquier motivo relacionado con la Producción, y podrá utilizar las imágenes para los fines mencionados, en la forma en que considere conveniente y se compromete a que la utilización de estas imágenes en ningún caso supondrán un menoscabo de la honra y reputación, ni será contraria a los intereses del que expresamente autoriza el uso de su imagen, respetando la legislación vigente. 4.- Así mismo libero al medio de cualquier tipo de responsabilidad por el uso de las imágenes y voz conforme lo que aquí explícitamente he consentido y manifiestamente acepto el contenido del presente convenio, renunciando a presentar cualquier reclamo o acción en virtud del presente instrumento. 5.- Esta autorización se la realiza en estricto cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación en su Art.10.- Normas deontológicas, por el cual todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones: 1. Referidos a la dignidad humana: A. respetar la honra y la reputación de las personas; B. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y C. Respetar la intimidad personal y familiar, en concordancia con lo preceptuado en el Art. 66 de la Constitución de la República del Ecuador en relación a los Derechos de Libertad.	
	
FIRMA	
C.I. 170784195-5	
NOMBRE:	

Alejandro Lalaleo (Piloto Automático)



Quito, 22 de octubre del 2015

Yo, Andrés Alejandro Lalaleo Mosquera con C.I. 170737236 representante legal del canal de YouTube Piloto Automático. Autorizo a Bryan Daniel Enríquez Vega con C.I. 1723823595 estudiante de la carrera de comunicación social de la Universidad Politécnica Salesiana, utilizar el material audiovisual del canal para realizar su producto de titulación.

Alejandro Lalaleo
Cel. 0998578293
C.I. 170737236

Milton Arias (Tito) (Canal: Valga La Rebusnancia)

PROYECTO: NUEVAS TENDENCIAS AUDIOVISUALES EN LA WEB	
PRODUCTOR: Bryan Daniel Enríquez Vega	
AUTORIZACION DE USO DE IMAGEN Y VOZ	
NOMBRE COMPLETO: <i>Milton Patricio Arias Ortega</i>	
CEDULA <i>0103794699</i>	DIRECCION: <i>Pte. Roca y Republica</i>
EDAD <i>26 años</i>	TELEFONO <i>0992614822</i>
FECHA NACIMIENTO: <i>2 de Mayo de 1990</i>	
R FAVOR LEA Y FIRME LAS CONDICIONES PARA AUTORIZAR EL USO DE SU IMAGEN Y V	
Al firmar este formulario acepto y entiendo todas y cada una de las siguientes condiciones: 1.- La información que he escrito en este formulario es correcta y veraz. 2.- Al firmar este formulario autorizo expresamente al productor, a sus sucesores, concesionarios, cesionarios, y a cualquier otra persona o compañía que pudiese obtener propiedad o derechos sobre la Producción, a utilizar, difundir y exhibir las imágenes y la voz en las cuales el que suscribe esta autorización o su representado aparezca, y a emplearlas en cualquier tiempo y en cualquier tipo de formato y/o medio de difusión (papel, web, comunicación, video, etc) dentro de reportajes, artículos y/o material periodístico de los diferentes productos del medio. 3.- El Productor tiene el derecho a filmarme y grabar mi voz, utilizar, doblar y transformar tales filmaciones y grabaciones con cualquier motivo relacionado con la Producción, y podrá utilizar las imágenes para los fines mencionados, en la forma en que considere conveniente y se comprometo a que la utilización de estas imágenes en ningún caso supondrán un menoscabo de la honra y reputación, ni será contraria a los intereses del que expresamente autoriza el uso de su imagen, respetando la legislación vigente. 4.- Así mismo libero al medio de cualquier tipo de responsabilidad por el uso de las imágenes y voz conforme lo que aquí explícitamente he consentido y manifiestamente acepto el contenido del presente convenio, renunciando a presentar cualquier reclamo o acción en virtud del presente instrumento. 5.- Esta autorización se la realiza en estricto cumplimiento de lo dispuesto en la Ley Orgánica de Comunicación en su Art.10.- Normas deontológicas, por el cual todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones: 1. Referidos a la dignidad humana: A. respetar la honra y la reputación de las personas; B. Abstenerse de realizar y difundir contenidos y comentarios discriminatorios; y C. Respetar la intimidad personal y familiar, en concordancia con lo preceptuado en el Art. 66 de la Constitución de la República del Ecuador en relación a los Derechos de Libertad. 6. También autorizo el uso de cualquier video subido por Valga la Rebusnancia para contextualizar lo dicho en la entrevista y ser usado con fines meramente académicos y no comerciales.	
	
FIRMA	
C.I. <i>0103794699</i>	
NOMBRE: <i>Milton Patricio Arias Ortega</i>	

Anexo 3. Preguntas de Entrevista

1. ¿Quién es el entrevistado?
2. Háblame sobre tu experiencia en el mundo audiovisual
3. ¿Qué opinas sobre la producción audiovisual web en el Ecuador?
4. ¿Cuáles han sido tus trabajos en la producción web?
5. Háblame sobre tu paso por YouTube
6. ¿Por qué escoger a las plataformas web para lanzar nuevos productos audiovisuales?
7. Cómo nació tu proyecto
8. ¿Cuál es el proceso creativo que se lleva a cabo en cada producto de tu canal?
9. Según tu experiencia ¿Cómo debería ser la construcción de un producto audiovisual para web tanto visual, estéticamente y dramáticamente?
10. ¿Por qué crees que la mayoría de productos web creados en el país tienden a manejar como género predilecto a la farsa?
11. ¿Qué le falta a la producción web en el país?
12. ¿Qué consejos les darías a los futuros productores web en el país?