

VIDEOCLIP CINEMATográfico EN EL FORTALECIMIENTO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE ESTUDIANTES

CINEMATOGRAPHIC VIDEOCLIP IN THE STRENGTHENING OF STUDENTS' AUDIOVISUAL PRODUCTION

Denis Rubén García Gutiérrez

Universidad César Vallejo. Facultad de Ciencias de la Comunicación
denisrubeng@gmail.com

Recibido: 01 diciembre 2017 - Aceptado: 08 febrero 2018

DOI: [dx.doi.org/10.18050/Cientifi-k.v6n1a5.2018](https://doi.org/10.18050/Cientifi-k.v6n1a5.2018)

RESUMEN

La presente investigación, tiene como fundamento a la teoría funcionalista de la comunicación y a la teoría de usos y gratificaciones. Asimismo, a la teoría cinematográfica contemporánea, en lo que refiere a la ciencia cinematográfica. Este trabajo científico se configura como cuantitativo, no experimental y descriptivo propositivo. La muestra poblacional son los estudiantes de las escuelas académico profesionales de Ciencias de la Comunicación de las principales universidades de Trujillo: Universidad César Vallejo, Universidad Católica de Trujillo, Universidad Nacional de Trujillo, Universidad Privada Antenor Orrego y Universidad Privada del Norte. Se aplicó un cuestionario para conocer el nivel de conocimiento de producción audiovisual y cinematografía de los estudiantes; guías de análisis documental audiovisual y cinematográfico para conocer los formatos producidos y sus componentes narrativos y lingüísticos. Finalmente, se fundamenta que la propuesta de un modelo estructural de videoclip basado en el discurso cinematográfico fortalecerá significativamente la producción audiovisual de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Trujillo, construyendo un videoclip cinematográfico, siendo el objetivo general de esta contribución.

Palabras clave: Producción audiovisual, discurso cinematográfico, videoclip.

ABSTRACT

This research was based on the functionalist theory of communication and the theory of uses and gratifications. Also, to the contemporary cinematographic theory, as far as cinematographic science is concerned. This scientific work was configured as quantitative, non-experimental and descriptive propositional. The population sample was made up of the students from the professional academic schools of Communication Sciences of the most important universities of Trujillo: *Universidad César Vallejo, Universidad Católica de Trujillo, Universidad Nacional de Trujillo, Universidad Privada Antenor Orrego and Universidad Privada del Norte*. A questionnaire to get to know the students' level of knowledge about audiovisual production and cinematography was applied; audiovisual and cinematographic documentary analysis guides to know the formats produced and their narrative and linguistic components. Finally, it was found that the proposal of a structural model of video clip based on cinematographic discourse would significantly strengthen the audiovisual production of the students of Communication Sciences of Trujillo, by constructing a cinematographic video clip, which was the general objective of this contribution.

Keywords: Audiovisual production, cinematographic discourse, video clip.

I. INTRODUCCIÓN

La producción audiovisual es concebida como la ciencia de la comunicación especializada en la producción de contenidos para radio, televisión, cine y, ahora, en diversas plataformas virtuales, que se vienen adaptando a las exigencias de un público cada día más estricto en cuanto a calidad discursiva como en calidad de definición de la imagen. Ello debido a la constante evolución de las herramientas tecnológicas. En nuestro país, podemos identificar que a diario consumimos material audiovisual diversificado, por ejemplo: en los medios radiales priman los programas magazine, en su gran mayoría; en los medios televisivos aún permanecen programas intrascendentes en horarios estelares; y, respecto a la producción cinematográfica nacional, recientemente están apostando por temas desligados al sexo, drogas y alcohol, como se venían trabajando desde prolongado tiempo atrás. Se puede afirmar que comienzan a tomar en serio la construcción de un mensaje con una narrativa sólida, lenguaje filmico apropiado y creativo para poder llegar a la mente del espectador, dependiendo del género. Para reforzar lo antes mencionado, Céspedes (2017), reconocido director audiovisual peruano, experto en videoclips a nivel nacional e internacional, manifiesta:

“En lo últimos años los estándares de calidad en los medios nacionales han decaído tanto que el público no percibe un mensaje audiovisual, no codifica, no procesa, no entiende (...) porque los medios nacionales desde 1990 transmiten una información visual muy baja y eso condiciona al televidente a aprender a reconocer ese nivel como 'calidad' y no lo es”.

Esto, notablemente, refiere a la falta de construcción de formatos audiovisuales que se basen en la codificación planificada en base a un análisis previo, reincidiendo en la cultura del facilismo y sensacionalismo. Por otro lado, García (2017), director de fotografía español, afirma: “cualquier avance tecnológico (...) sólo puede beneficiar las posibilidades creativas de los nuevos profesionales. No hay avances que nos impidan crear de modos más variados y con mensajes tan contundentes y directos como los que están apareciendo en la actualidad”.

Habiendo expuesto la realidad general de nuestro

país y, al encontramos inmersos, como parte de la comunidad científica, ¿qué podemos hacer para elevar el nivel de las producciones audiovisuales realizadas? Quizá sea una interrogante muy general, pero es posible contribuir en la formación de los próximos responsables de construir mensajes audiovisuales. Es en las aulas universitarias donde radica la importancia de una adecuada formación de aquellos estudiantes de la Carrera Académico Profesional de Ciencias de la Comunicación, de la especialidad Producción Audiovisual, por ser los inmediatos responsables de la creación y codificación de mensajes audiovisuales en sus diferentes formatos. Ante ello, “es importante que el estudiante universitario entienda y procese lo que es una producción de (alto) nivel” (Céspedes, 2017). Y, si hablamos de formatos en específico, en nuestro contexto local, el videoclip, formato cual se trabaja en gran parte de las principales universidades trujillanas, está sufriendo inapropiada construcción narrativa y lingüística.

Ciertamente no existe una fórmula exacta para producir material audiovisual, pero es válido proponer alternativas y soluciones para poder contribuir con el desarrollo del país, desde el campo audiovisual, iniciando en nuestra localidad. Por ello, respecto al problema descrito con anterioridad, en el ámbito de las Ciencias de la Comunicación, se propone diseñar la estructura del formato videoclip basado en el discurso cinematográfico. El objetivo es fortalecer la producción audiovisual de los alumnos de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de Trujillo, enfatizando los niveles de tensión de la narrativa y el lenguaje cinematográfico, interpretación del artista y musicalización a lo largo del desarrollo y la duración del video. Es así que, se propone el diseño del formato audiovisual, cual pormenoriza el proceso de análisis, concepción y construcción del formato, dando origen conceptual al videoclip cinematográfico o cinematographic music video, siendo la terminología para su denominación internacional.

Entonces, al proponer un modelo estructural de videoclip basado en el discurso cinematográfico, es preciso diagnosticar el nivel

de conocimiento de producción audiovisual y cinematografía; identificar los formatos de producción audiovisual y sus componentes, e identificar los componentes del discurso cinematográfico en los formatos cinematográficos producidos. Ello para diseñar la propuesta y validarla por expertos en el ámbito audiovisual cinematográfico contemporáneo.

Ante la naturaleza de la investigación, es oportuno señalar que Jiménez (2017) afirma: “producción audiovisual es algo muy amplio que en realidad puede ser cualquier cosa que involucre audio e imagen. (...) Todo depende del mensaje que se transmita por esos medios”, resaltando al mensaje como esencia del

audiovisual. De igual manera, el videoclip es “una herramienta profesional audiovisual para potencializar la imagen de un artista, vender una canción y expandir su concepto artístico” (Céspedes, 2017).

Además, Kroll et al. (2015) define al discurso cinematográfico como “una expresión audiovisual que cumple la función de transmitir un mensaje, cual previamente ha sido creado y perfilado por productores, guionistas y directores”. Tal como hemos afirmado, este es el fundamento para la construcción del mensaje fílmico en base a sus componentes: narrativa cinematográfica y lenguaje cinematográfico.

II. MATERIAL Y MÉTODOS

El enfoque fue cuantitativo, del tipo no experimental y de alcance descriptivo propositivo. La muestra poblacional estuvo constituida por los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Universidad César Vallejo, Universidad Católica de Trujillo, Universidad Nacional de Trujillo, Universidad Privada Antenor Orrego y Universidad Privada del Norte; bajo un muestreo no probabilístico, por juicio del investigador.

Los criterios de inclusión establecidos para la unidad de análisis N° 1 se enfocaron en estudiantes matriculados en el semestre 2017-II, de ambos sexos, que pertenezcan a escuelas de Ciencias de la Comunicación de universidades que tengan más de 10 años de creación, que hayan cursado materias de producción audiovisual y desempeñado una función dentro de equipos de producción. En caso de la unidad de análisis N° 2 fueron videoclips producidos por los estudiantes entre el periodo 2013-I al 2016-II, trabajados como vídeo oficial del artista, bajo

construcción narrativa y cumpliendo con las tres fases de la producción audiovisual. Asimismo, para la unidad de análisis N° 3 fueron cortometrajes producidos por los estudiantes en el periodo antes mencionado, los cuales cumplan con criterios fotográficos, artísticos, y las tres fases de la producción audiovisual. Por último, se excluyó a todo aquello que no cumplió con los criterios de inclusión señalados. Las técnicas de recolección de datos desarrolladas fueron la escala de Likert y el análisis documental. Los instrumentos aplicados fueron un cuestionario y dos guías de análisis documental audiovisual y cinematográfico, debidamente validados a juicio de expertos. Además, se empleó la estadística descriptiva para elaborar los gráficos estadísticos de sistematización y descripción de datos a través del software Excel 2013. Asimismo, se empleó el análisis de contenido cuantitativo para interpretar la información obtenida.

III. RESULTADOS

III. 1. EJECUCIÓN DE INSTRUMENTOS

Tabla 1.

Escala valorativa del cuestionario aplicado respecto a la contención de los elementos formales del mensaje audiovisual en un guion literario.

Valoración escala	Valoración general	Valoración particular		
		Universidad César Vallejo	Universidad Privada Antenor Orrego	Universidad Privada del Norte
Nunca	0%	0%	0%	0%
Casi Nunca	12%	5%	10%	20%
Ni Nunca Ni Siempre	5%	5%	0%	10%
Casi Siempre	25%	30%	30%	15%
Siempre	58%	60%	60%	55%
Total	100%	100%	100%	100%

Respecto al cuarto ítem del cuestionario (guion literario), del total de los estudiantes participantes, el 58% refiere que un *guion literario* contiene *siempre* elementos formales del mensaje audiovisual. Y, en específico, tanto el 60% de estudiantes de UCV y UPAO, y el 55% de UPN resaltan notablemente su importancia.

Tabla 2.

Escala valorativa del cuestionario aplicado respecto a la fundamentalidad de la elaboración de un guion técnico para pormenorizar la calidad audiovisual.

Valoración escala	Valoración general	Valoración particular		
		Universidad César Vallejo	Universidad Privada Antenor Orrego	Universidad Privada del Norte
Nunca	0%	0%	0%	0%
Casi nunca	0%	0%	0%	0%
Ni nunca ni siempre	2%	0%	5%	0%
Casi siempre	23%	30%	30%	10%
Siempre	75%	70%	65%	90%
Total	100%	100%	100%	100%

Referente al quinto ítem del cuestionario (guion técnico), del total de los estudiantes participantes, el 75% afirma que la elaboración de un *guion técnico* es *siempre* crucial en la preproducción de todo formato audiovisual. Y, particularmente, tanto el 70% de estudiantes de UCV, 65% de UPAO, y 90% de UPN resaltan notoriamente la importancia de siempre contruirlo para pormenorizar la calidad audiovisual.

Tabla 3.

Escala valorativa del cuestionario aplicado respecto a la elementalidad de registrar el vídeo bajo principios fotográficos.

Valoración escala	Valoración general	Valoración particular		
		Universidad César Vallejo	Universidad Privada Antenor Orrego	Universidad Privada del Norte
Nunca	0%	0%	0%	0%
Casi nunca	0%	0%	0%	0%
Ni nunca ni siempre	5%	10%	5%	0%
Casi siempre	35%	30%	50%	25%
Siempre	60%	60%	45%	75%
Total	100%	100%	100%	100%

En cuanto al noveno ítem del cuestionario (principios fotográficos), del total de los estudiantes participantes, el 60% afirma que la aplicación de *principios fotográficos* es *siempre* fundamental en la producción de todo formato audiovisual. Y, concretamente, tanto el 60% de estudiantes de UCV, 50% de UPAO, y 75% de UPN resaltan la elementalidad de registrar el vídeo bajo composición de imagen en todo rodaje.

Tabla 4.

Escala valorativa del cuestionario aplicado respecto a la distribución del corte final del formato audiovisual producido en los canales de comunicación de las universidades.

Valoración escala	Valoración general	Valoración particular		
		Universidad César Vallejo	Universidad Privada Antenor Orrego	Universidad Privada del Norte
Nunca	8%	5%	5%	15%
Casi nunca	15%	0%	30%	15%
Ni nunca ni siempre	30%	35%	10%	45%
Casi siempre	45%	55%	55%	25%
Siempre	2%	5%	0%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

En relación al catorceavo ítem del cuestionario (distribución), del total de los estudiantes encuestados, el 45% afirma que los productos audiovisuales realizados *casi siempre* son *distribuidos*, como parte final de la postproducción de sus formatos. Específicamente, tanto el 55% de estudiantes de UCV y de UPAO afirman que *casi siempre* se distribuyen, frente a un 45% de UPN quienes aseveran que *ni nunca ni siempre* se distribuyen los formatos producidos en su escuela. El porcentaje restante señala que *no se distribuyen*.

Tabla 5.

Escala valorativa del cuestionario aplicado respecto a la exhibición del corte final del formato audiovisual producido en espacios, festivales locales, nacionales o internacionales.

Valoración escala	Valoración general	Valoración particular		
		Universidad César Vallejo	Universidad Privada Antenor Orrego	Universidad Privada del Norte
Nunca	3%	0%	5%	5%
Casi nunca	18%	15%	20%	20%
Ni nunca ni siempre	42%	35%	25%	65%
Casi siempre	32%	40%	45%	10%
Siempre	5%	10%	5%	0%
Total	100%	100%	100%	100%

Acerca del quinceavo ítem del cuestionario (exhibición), del total de los estudiantes encuestados, el 42% afirma que los productos audiovisuales realizados, en sus respectivas escuelas, *ni nunca ni siempre* se exhiben. En concreto, el 40% de estudiantes de UCV y el 45% de UPAO señalan que *casi siempre* se exhiben, pero el 65% de UPN señala que *ni nunca ni siempre* se exhiben sus productos finalizados en diversos espacios o festivales.

Síntesis de análisis documental audiovisual

Los videoclips estudiados de la Universidad César Vallejo aplicaron los componentes composición y estética, interpretación del artista y musicalización, evidenciando ausencia de títulos o subtítulos incorporados en el formato, así como de diálogos y sonido ambiental. Además presentaron los siguientes criterios del discurso cinematográfico: referente a la narrativa un tema definido, trama concreta, personajes medianamente contruados, acción, causalidad, tiempo y espacio; y respecto al lenguaje, encuadres compuestos, planos, ángulos y movimientos de cámara definidos, labor de

continuidad, transiciones, desvanecimientos y fundiciones aplicadas, escenografías obradas, iluminación esquematizada, montajes acordes, edición, música y estilo apropiado. Se advirtió, nuevamente, la ausencia de títulos o subtítulos referentes a los contextos abordados, efectos de audio y sonido ambiental. Por otro lado, los videoclips analizados de la Universidad Privada Antenor Orrego plasmaron, de igual manera, composición y estética, interpretación del artista y musicalización, ignorando similarmente a los videoclips producidos por estudiantes de UCV el uso de títulos o subtítulos, diálogos y sonido

ambiental. Y respecto al discurso, ausencia de tema definido, trama construida, acción y

causalidad establecida, títulos o subtítulos y sonido ambiental.

Síntesis de análisis documental audiovisual cinematográfico

Los cortometrajes estudiados de la Universidad César Vallejo, Universidad Privada Antenor Orrego y Universidad Privada del Norte, aplican en gran medida los criterios formativos del discurso cinematográfico, refiriendo a los componentes narrativos: tema y trama conciso, personajes redondos con evolución durante el desarrollo del formato, mayormente, acción, causalidad, tiempo y espacio; y respecto al lenguaje: encuadres compuestos bajo principios fotográficos, planos y ángulos definidos,

movimientos de cámara, tiempos narrativos, trabajo de continuidad, transiciones sutiles, aforados de escenografía, aplicación de esquemas de iluminación, enfáticamente dramáticos, montaje continuo y rítmico, edición y estilos apropiados al formato, pero aun mostrando la ausencia el uso de títulos o subtítulos, en ciertos casos, y falta de composición musical, banda sonora o soundtrack para el filme.

III. 2. PROPUESTA ESTRUCTURAL VIDEOCLIP CINEMATográfico

La estructura del videoclip cinematográfico se compone de cuatro partes, cuales configuran la narratividad del discurso cinematográfico en base al potencial 'in media res', que debido a la inmediata captura de atención del espectador resulta objetivamente favorable para el

desarrollo diegético de las propuestas de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, trabajando los niveles de tensión del discurso, refiriendo a narratividad y lenguaje, la interpretación artística y la musicalización para la construcción de la atmósfera cinemática.

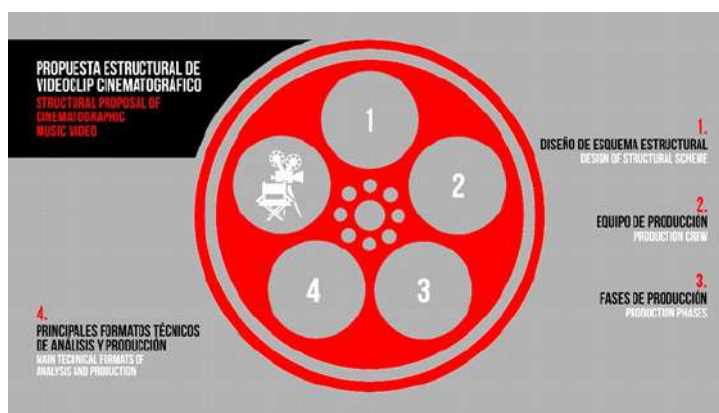


Figura 1. Esquema general de la propuesta estructural del videoclip cinematográfico.

1. Diseño de esquema estructural del videoclip cinematográfico:

Considerando el ritmo dinámico del videoclip, por su esencia y duración, el *opening* del formato plantea iniciar con parte relevante del desarrollo de la historia, desplegando estilo y marcando intriga, por lo que desde el comienzo se traza un breve espacio denominado 'blank' el cual puede ser usado para insertar una advertencia de contenido violento o inapropiado para menores de edad, si fuese el caso, o simplemente permitir

ser un espacio de respiración anticipada para el espectador, potenciando curiosidad y concentración. Se continúa con fragmentos del desarrollo de la historia, con altos niveles de tensión dramática, pasando inmediatamente a la breve presentación, donde se entrelazan fragmentos del cantante o agrupación y los personajes de la historia rápidamente para, por último, darle pase al título del vídeo, siendo el nombre del single y el artista. El nombre del director y casa realizadora, al principio o en los

créditos finales del filme, según sea conveniente. *Planteamiento*, refiere al inicio de la historia, presentando al o los personajes, tema, trama y marcando personalidades. El aumento de la intensidad del discurso, la interpretación del artista o agrupación y la musicalización es progresivo, para ir envolviendo al espectador en el mundo diegético. En *desarrollo* se va mostrando el conflicto y las acciones respectivas de los personajes, donde la intensidad dramática del discurso se eleva, buscando generar ciertos quiebres para matizar la historia y dar respiro tanto en interpretación y musicalización, e

inmediatamente se retoma y apunta hacia el momento cumbre, el clímax, donde la historia llega al pico más alto de tensión. En el *final* se asigna una terminación momentánea para intempestivamente dar un giro de 180° y culminar el filme de manera inesperada, técnica conocida como plot twist, generando posible consternación en el público espectador y favoreciendo, estratégicamente, al objetivo audiovisual, publicitario y mercadológico del artista, bajo retención de la historia, mensaje y performance por parte del observador.

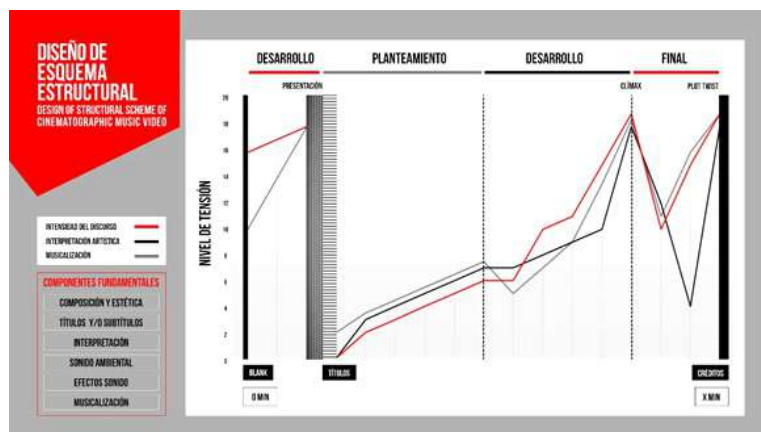


Figura 2. Diseño de esquema estructural del videoclip cinematográfico.

1. Equipo de producción

Lograr contar una historia que pueda calar en la mente del público es un reto para los comunicadores, y en especial, los audiovisuales, por ello es preciso contar con las herramientas necesarias para conseguirlo. Es así que, para ejecutar la propuesta estructural de videoclip cinematográfico es fundamental contar con el equipo de producción idóneo, basto e indispensable, donde cada función que la componga sea desempeñada con la mayor precisión y responsabilidad. A continuación se detallarán los cargos o funciones que conforman el equipo de producción para el videoclip cinematográfico, partiendo desde el rango

ejecutivo, responsable de la administración del presupuesto asignado, gestión documentaria, promoción y difusión del producto; rango creativo, responsables del análisis de referencias audiovisuales tanto del género como el perfil del artista, estudio de reportes del target, la creación diegética, búsqueda del estilo apropiado y propuesta técnica y estético-artística; rango artístico, responsables de dar vida a los personajes considerando los perfiles planteados en la historia; rango técnico, encargados de operar equipos y construir atmósfera ante cámara; y de producción, el principal soporte para el correcto despliegue de cada área.



Figura 3. Equipo de producción para videoclip cinematográfico.

3. Fases de producción:

Se establecen las tres fases de producción del formato, siendo una secuencia ordenada y minuciosa, cual debe cumplirse a totalidad para

lograr la construcción del producto esperado, iniciando desde el *análisis* previo del entorno y finalizando con el elemental *feedback*.



Figura 4. Fases de producción del videoclip cinematográfico.

4. Principales formatos de análisis y producción:

Finalmente, para ejecutar efectivamente el diseño estructural del videoclip cinematográfico, sin perder noción de las funciones, se establecen los formatos principales para emprender la etapa

de análisis, y luego continuar con la producción del filme. Demás formatos no figurantes en la propuesta pueden ser creados a juicio del responsable de cada función.

FICHA DE ANÁLISIS DOCUMENTAL AUDIOVISUAL

NOMBRE DEL ANÁLISIS O ATRIBUCIÓN: _____

TÍTULO DEL VIDEO: _____

DIRECCIÓN: _____

PRODUCCIÓN: _____

FECHA DE PUBLICACIÓN: _____

DURACIÓN: _____

CAMPO	CRITERIOS	INDICADORES	SI		OBSERVACIONES	
			SI	NO		
VIDEOCLIP	IMPACTO	COMPOSICIÓN Y ESTÉTICA				
	TEXTO / SONIDO	TÍTULO DE CORTINILLAS				
	TEXTURAS	DIALOGO				
	TEXTIFICACIÓN	INTERPRETACIÓN				
	PLANO	SINCRONIZACIÓN				
DESCRIPCIÓN CINEMÁTICA	MÚSICA	MUSICALIZACIÓN				
	INDICADORES CINEMÁTICOS	TEMA				
		TRAMA				
		PERSONAJES				
		ACCIÓN				
		CANALIDAD				
		ESPACIO				
		TIEMPO				
		ENCUADRE				
		PLANOS				
		ANÁLISIS				
	ELEMENTOS CINEMÁTICOS	MOVIMIENTO DE CÁMARA				
		TIEMPO NARRATIVO				
		CONTINUIDAD				
		TRANSICIONES				
		ESCRIBIDURA				
		ILUMINACIÓN				
		MONTAJE				
		EDICIÓN				
		FX				
TÍTULO DE CORTINILLAS						
SONIDO						
EFECTOS DE SONIDO						
MÚSICA						
ESTILO						

Figura 5. Ficha de análisis de videoclips aplicable en etapa inicial.

SCREENPLAY
GUION LITERARIO

FILM TITLE
TÍTULO

BY
Escrito por:

REVISION PRODUCTION DRAFT
REVISIÓN POR EQUIPO DE PRODUCCIÓN
(DD/MM/AA)

Figura 6. Portada principal del guion literario.

1.

FRAME INICIAL FADE IN/ON:

Descripción contenido inicial. CUT TO:

ENCABEZADO: EXT/INT. LUGAR. DÍA/TARDE/NOCHE

Descripción de la escena: posición, acciones y recorrido del o los personajes.

PERSONAJE 1
(Acción)
Texto/Parlamento

INDICA CORTE/TRANSICIÓN/FUNDIDO/FADE

ENCABEZADO: EXT/INT. LUGAR. DÍA/TARDE/NOCHE

Descripción de la escena: posición, acciones y recorrido del o los personajes.

PERSONAJE 2
(Acción)
Texto/Parlamento

INDICA CORTE/TRANSICIÓN/FUNDIDO/FADE

ENCABEZADO: EXT/INT. LUGAR. DÍA/TARDE/NOCHE

Descripción de la escena: posición, acciones y recorrido del o los personajes.

PERSONAJE 1
(Acción)
Texto/Parlamento

PERSONAJE 3
(Acción)
Texto/Parlamento

INDICA CORTE/TRANSICIÓN/FUNDIDO/FADE

ENCABEZADO: EXT/INT. LUGAR. DÍA/TARDE/NOCHE

Descripción de la escena: posición, acciones y recorrido del o los personajes.

PERSONAJE 3
(Acción)
Texto/Parlamento

PERSONAJE 2
(Acción)
Texto/Parlamento

INDICA CORTE/TRANSICIÓN/FUNDIDO/FADE

1

Figura 7. Primera hoja pautada del guion literario.

GUION TÉCNICO

SERIE, ESCENA, PLANOS, CÁMARA, SONIDO, EFECTOS DE SONIDO, MONTAJE, MÚSICA, EDICIÓN, FX

#	TÍTULO	INDIC	VEED	RE-ESTRUC	ALER	FX
SCEN						
II	Plan 1	Plan 1	Plan 1	Plan 1	Plan 1	Plan 1
SCEN I						
III	Plan 2	Plan 2	Plan 2	Plan 2	Plan 2	Plan 2
SCEN II						
IV	Plan 3	Plan 3	Plan 3	Plan 3	Plan 3	Plan 3
SCEN III						
V	Plan 4	Plan 4	Plan 4	Plan 4	Plan 4	Plan 4
SCEN IV						

Figura 8. Formato pautado de guion técnico para preproducción de videoclip cinematográfico.

IV. DISCUSIÓN

En relación al diagnóstico del nivel de conocimiento referente a producción audiovisual y cinematografía de los estudiantes de las escuelas de Ciencias de la Comunicación de Trujillo, nos basamos en las etapas de preproducción, producción y postproducción (Kindem & Musburger, 2007).

En la etapa de preproducción el 58% de los estudiantes aseguró que un guion literario contiene los elementos formales del mensaje audiovisual (véase tabla 1), y un 75% consideró imprescindible elaborar un guion técnico para asegurar la calidad del producto audiovisual (véase tabla 2), con lo que se demuestra la importancia del trabajo pormenorizado de cada herramienta para el proceso de producción, partiendo desde la concepción de una idea y la construcción de un story line, lo cual es parte inicial del proceso creativo de preproducción cada formato. Ante ello, Jiménez (2017) señala, “en cuanto a la calidad de las producciones (...) el rey del tablero es el mensaje, la historia, y absolutamente todas las demás cosas son solo ayudas para este mensaje”, reforzando los resultados obtenidos.

Referente a la etapa de producción, el 60% de los estudiantes señaló la elementalidad de registrar el vídeo bajo principios y técnicas fotográficas, lo cual fortalece la composición y estética del encuadre (véase tabla 3). De esta manera, Gomes (2017) afirma que “la fotografía influye en la percepción audiovisual de la audiencia, puedes manipular las emociones de una persona a través de la fotografía, y eso es (...) un recurso fundamental para lograr los objetivos que tienes en tu mente, en lo que tú quieres plasmar a nivel visual”. Además, en línea de los resultados, el 87% reafirmó que el registro de continuidad siempre le atribuye coherencia al mensaje audiovisual, lo cual es indispensable en toda producción.

En relación a postproducción, el 45% de los estudiantes refirieron que el corte final del formato audiovisual producido casi siempre es distribuido por los distintos canales de comunicación de la universidad donde se educan (véase tabla 4). Asimismo, el 42% precisó que el corte final del formato audiovisual ni nunca ni siempre se exhibe en distintos espacios, eventos o festivales locales, nacionales o internacionales, (véase tabla 5),

exponiendo la falta de socialización del material audiovisual producido por los estudiantes de las mismas escuelas, y esto supone notable deficiencia.

Después de haber señalado los resultados obtenidos, Kindem & Musburger (2007) precisan que “las tres etapas de la producción sólo se separan en un sentido cronológico. La eficiencia en una etapa del proceso de producción requiere un conocimiento suficiente de las otras etapas. Un director o guionista no puede visualizar las posibilidades de rodaje de una secuencia en particular sin estar precavido de cómo se van a combinar las imágenes durante el montaje”, reafirmando la relevancia de conocer cada paso en cada etapa para lograr construir mensajes adecuados, “capturando imágenes de narrativa real o ficción”, (Castillo, 2012).

En cuanto al discurso cinematográfico, de manera general, se obtuvo la respuesta de un menor índice representativo de los estudiantes participantes, quienes lo definen como la construcción de un mensaje audiovisual que requiere de imagen y audio para ser mostrado al espectador, cual es construido por un director cinematográfico y un guionista; por otro lado, las respuestas en blanco y las no acertadas revelan un significativo nivel de desconocimiento de teoría y técnica cinematográfica, lo cual es de vital importancia dentro de la formación de todo comunicador social, por referir a la construcción de la imagen en movimiento y la adquisición e incorporación del sentido crítico de análisis y criterio compositivo en la mente de todo comunicador audiovisual, dentro y fuera del ámbito profesional. Por ello, éste resultado merece especial atención por parte de la comunidad universitaria para su pronta y fáctica resolución. Por otro lado, se puede afirmar que los videoclips analizados de las universidades cumplen con la mayoría de los componentes del videoclip en sí mismo, siendo la imagen, el texto escrito, el texto cantado y la música, notando la ausencia del texto hablado y el ruido, siendo componentes establecidos por Selva (2014). Asimismo, se cumplen con ciertos criterios del discurso cinematográfico, y específicamente los productos analizados de la Universidad César Vallejo cumplieron con la mayoría de los

componentes tanto del videoclip propiamente y del discurso cinematográfico, pero falta aún incidir en el fortalecimiento de la construcción de diálogos, los títulos y subtítulos para la contextualización del espectador, y así fortalecer la historia. En cuanto a la Universidad Privada Antenor Orrego, los productos presentaron gran énfasis en la construcción de mensajes narrativos, pero notaron ausencia de diálogos y, por ende, sonido ambiental. De igual manera, aún expusieron falencias en la construcción de la narrativa, mostrando temas planteados regularmente, historias inestables o vacías y personajes planos. Por parte de la Universidad Privada del Norte no se contó con material para analizar por inaccessibilidad a estos por las políticas de privacidad de la propia casa de estudios.

Asimismo, se pudo apreciar que, de manera general, las tres universidades que cumplieron con los criterios de inclusión, cumplieron, también, con la gran parte de componentes del discurso cinematográfico, constituida por la narrativa y el lenguaje cinematográfico. Particularmente, los cortometrajes analizados, tanto de la Universidad César Vallejo, Universidad Privada Antenor Orrego y la Universidad Privada del Norte, cumplieron con casi todos los componentes de la narrativa cinematográfica, siendo el tema, trama, personajes, acción, causalidad, tiempo, espacio; y del lenguaje cinematográfico, el encuadre, planos, ángulos, movimientos de cámara, tiempo narrativo, continuidad, transiciones, escenografía, iluminación, montaje, edición, títulos o subtítulos, sonido, música y estilo. Además se evidenció débil potencia narrativa por ausencia de musicalización o banda sonora para cada filme y títulos o subtítulos de contexto, dificultando la comprensión parcial del mensaje.

El diseñar un modelo estructural de videoclip basado en el discurso cinematográfico permitirá a los estudiantes desarrollar su creatividad, capacidades comunicativas y estrategias audiovisuales, ya que el videoclip es un formato producido dentro de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación. Asimismo, es válido especificar que la presente propuesta es una herramienta funcional para emitir un mensaje, en línea al proceso de comunicación, basándonos en la teoría funcionalista. Referente a la teoría de usos y gratificaciones, esta se dispone a ser aplicada a libre elección de los estudiantes interesados, quienes busquen factibilidad de construcción y codificación del mensaje en base a técnicas cinematográficas para conseguir la probable gratificación esperada. Y, en relación a la teoría de Jean Mitry, la cinematografía contemporánea está en constante aplicación de la estética y búsqueda por elevar el nivel artístico de cada producción, tal como se perfila este caso.

Por último, “estructurar un videoclip con un discurso cinematográfico aporta un matiz mucho más relevante al producto final, y (...) dignifica el videoclip como disciplina artística dentro del campo audiovisual” (García, 2017). Además, el producir un videoclip cinematográfico eleva el potencial artístico y creativo, manifestando que “el arte logra que las piezas se vuelvan reales, que la audiencia (...) se involucre en la historia y pueda meterse emocionalmente dentro de la trama del vídeo (...) a través de los vídeos uno puede narrar historias que conmuevan, que conecten, que impacten y que tengan un sentido a nivel social” (Gomes, 2017), lo cual soporta y fortalece significativamente la confiabilidad de la propuesta planteada, cual contribuye a la ciencia audiovisual en formación profesional.

V. CONCLUSIONES

1. El nivel de conocimiento diagnosticado referente a producción audiovisual y cinematografía de los estudiantes de las escuelas profesionales de Ciencias de la Comunicación de Trujillo es considerable en mayor índice, pero se expone bajo conocimiento respecto a teoría, técnica y lenguaje cinematográfico.
2. Se identificó al videoclip como formato de mayor producción en las escuelas, y sus componentes cumplen, en gran parte, con criterios propios del formato y, a su vez, con

criterios de la narrativa y lenguaje cinematográfico, demostrando interés por elevar el nivel de producción audiovisual, más el conocimiento aún es débil.

3. Se identificaron componentes del discurso cinematográfico en los cortometrajes producidos por los estudiantes, demostrándolo, en gran medida, pero ignoran la importancia de la incorporación de composición musical para la solidificación de la atmósfera generada, así como el empleo de títulos o subtítulos de contextualización, limitando el decodificado parcial o total del mensaje por parte del espectador.
4. Se diseñó un modelo estructural de videoclip basado en el discurso

cinematográfico, cual contribuirá en el desarrollo de capacidades estratégicas y de codificación audiovisual de los estudiantes, enfatizando en la técnica de construcción narrativa y lingüística de la ciencia cinematográfica.

5. Se validó la propuesta de modelo estructural de videoclip basado en el discurso cinematográfico por expertos de la industria audiovisual local, nacional e internacional, asegurando fortalecerá capacidades de codificación audiovisual y elevará el nivel técnico estético y artístico de la producción audiovisual de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación de Trujillo

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Castillo, J. M. (2012). *Cultura audiovisual*. Madrid, España: Paraninfo.
- Céspedes, P. (25 de Mayo de 2017). (R. García, Entrevistador)
- García, A. (20 de Noviembre de 2017). (R. García, Entrevistador)
- Gomes, N. (5 de Diciembre de 2017). (R. García, Entrevistador)
- Jiménez, R. (5 de Julio de 2017). (R. García, Entrevistador)
- Kindem, G., Musburger, R. (2007). *Manual de producción audiovisual digital* Barcelona, España: Ediciones Omega

- Kroll, N., Elwyn, J., Ward, K., Hibbard, M., Case, R., Maher, M. . . . Greer, N. (2015). *101 Filmmaking Tips + Tricks*. New York, Estados Unidos: PremiunBeat & Shutterstock.
- Selva, D. (2014). *El videoclip: Comunicación comercial en la industria musical*. España: Ediciones Alfar