



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE
DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO

CARRERA DE PERIODISMO

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A
LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO(A) EN PERIODISMO**

TEMA

**LA CRISIS SANITARIA Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCCIÓN
AUDIOVISUAL.**

TÍTULO

**Análisis de la incidencia de la pandemia en la producción audiovisual de las
productoras RECORPTV PRODUCCIONES y del canal de televisión de la UCSG**

AUTOR

**HILLARY LESLI MARURI FLORES
CHRISTIAN ALFREDO TUMBACO GUZMÁN**

TUTOR

EVELYN LISSETH CADENA CHILA

GUAYAQUIL

2022

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA	
FICHA DE REGISTRO DE TESIS	
<p>TÍTULO Y SUBTÍTULO: LA CRISIS SANITARIA Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.</p> <p>Análisis de la incidencia de la pandemia en la producción audiovisual de las productoras RECORPTV PRODUCCIONES y del canal de televisión de la</p>	
<p>AUTOR/ES: Maruri Flores Hillary Lesli Christian Alfredo Tumbaco Guzmán</p>	<p>REVISORES O TUTORES: Evelyn Lisseth Cadena Chila</p>
<p>INSTITUCIÓN: Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil</p>	<p>Grado obtenido: LICENCIADO EN PERIODISMO</p>
<p>FACULTAD: FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y DERECHO</p>	<p>CARRERA: PERIODISMO</p>
<p>FECHA DE PUBLICACIÓN:</p>	<p>N. DE PÁGS: 90</p>
<p>ÁREAS TEMÁTICAS: PERIODISMO E INFORMACIÓN</p>	
<p>PALABRAS CLAVE: Streaming, Producción, Redes Sociales, Televisión</p>	
<p>RESUMEN:</p> <p>El presente estudio analiza una temática acerca de la producción audiovisual y las productoras y canales de televisión a raíz de la pandemia por el Covid 19. En este sentido, el objetivo planteado buscó analizar la eficacia de las estrategias de innovación que implementaron los productores audiovisuales de Record TV Producciones y el Canal de la Católica. Frente a esta problemática se han observado muchos cambios para poder salir adelante con sus programas y no optar por la opción de cerrarlos, para poder lograr tuvieron que acoplarse a los nuevos métodos que nos brinda la tecnología y de esa manera seguir generando contenido audiovisual para sus televidentes. La metodología planteada tuvo un enfoque mixto y se aplicaron entrevistas y encuestas direccionadas a personas que utilizan mucho las plataformas digitales, entre ellas: Instagram, Facebook, Twitter, entre otras. El streaming es muy utilizado como: Netflix, Spotify, Amazon y son muy utilizados en los jóvenes son plataformas de diversos contenidos de entretenimientos y uno de los principales para que un programa pueda tener éxito y cantidades de visualizaciones.</p>	

<p>Por ello, se resalta entre las conclusiones la incidencia de la pandemia afecto a muchos canales televisivos, mientras otras productoras independientes tuvieron que cerrar por falta de contenido, sin embargo, otros se mantuvieron al aire y cambiaron la metodología de buscar información, todo fue vía online y la importancia de saber manejar las redes sociales y la oportuna ayuda de las redes sociales.</p>		
N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	N <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTOR/ES: Hillary Lesli Maruri Flores Christian Alfredo Tumbaco Guzmán	Teléfono: 0962619716 0991263766	E-mail: hmarurif@ulvr.edu.ec ctumbacog@ulvr.edu.ec
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	<p>Decana: Mgtr. Diana Almeida Aguilera Teléfono: (04) 259 6500 Ext. 250 E-mail: dalmeidaa@ulvr.edu.ec</p> <p>Director de carrera: Mgtr. José Villavicencio Santillán Teléfono: 04) 259 6500 Ext. 233 E-mail: jvillavicencios@ulvr.edu.ec</p>	

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO

TESIS TUMBACO MARURI

INFORME DE ORIGINALIDAD

5% INDICE DE SIMILITUD	6% FUENTES DE INTERNET	0% PUBLICACIONES	6% TRABAJOS DEL ESTUDIANTE
----------------------------------	----------------------------------	----------------------------	--------------------------------------

FUENTES PRIMARIAS

1	www.lexis.com.ec Fuente de Internet	3%
2	www.telecomunicaciones.gob.ec Fuente de Internet	2%

Excluir citas Apagado Excluir coincidencias < 2%
Excluir bibliografía Activo


Fuente Cadena CP


DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Los estudiantes egresadas Hillary Lesli Maruri Flores y Christian Alfredo Tumbaco Guzmán, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente proyecto de investigación (Análisis de la incidencia de la pandemia en la producción audiovisual de las productoras RECORPTV PRODUCCIONES y del canal de televisión de la UCSG), corresponde totalmente a los suscritos y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicos que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.


De la misma forma, cedemos los derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la norma vigente.

Autores

Firma: 
Hillary Lesli Maruri Flores
C.I.

Firma: 
Christian Alfredo Tumbaco Guzmán
C.I. 0931842520

Tutor (a) Mg. Evelyn Lisseth Cadena Chila

Firma: 
C.I. 0925815532

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación Campo Laboral del Periodismo ante la gestión de medios digitales nacionales, designado por el Consejo Directivo de la Facultad de Ciencias Sociales y Derecho de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

Haber dirigido, revisado y aprobado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: Análisis de la incidencia de la pandemia en la producción audiovisual de las productoras RECORPTV PRODUCCIONES y del canal de televisión de la UCSG, presentado por los estudiantes HILLARY LESLI MARURI FLORES Y CHRISTIAN ALFREDO TUMBACO GUZMÁN como requisito previo, para optar al Título de Licenciado en Periodismo, encontrándose apto para su sustentación.



Firma:

Cadena Chila Evelin Lisseth

C.C. 0925815532

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme las fuerzas necesarias para luchar día a día y poder cumplir mi objetivo que es ser un gran profesional y sacar mi título universitario, también agradezco a mi abuelita que siempre confía en mí y está conmigo en todo momento desde el inicio de la universidad hasta el final del ciclo universitario.

Christian Tumbaco

A mis padres que me apoyaron en la decisión de irme a estudiar en otra ciudad, y estuvieron desde un principio hasta terminar mi carrera universitaria, a mis hermanos por darme la mano y a mi abuelo que siempre estuvo para mí.

Hillary Lesli Maruri Flores

DEDICATORIA

Dedico este triunfo a Dios por darme la fuerza necesaria que me permitió culminar la carrera universitario dentro de esta gran institución, también agradezco a mis padres, a mi abuelita que me apoyaron desde el inicio de la carrera hasta culminar la misma.

Christian Tumbaco

Mi tesis se la dedico a mi padre quien trabajó arduamente para verme terminar mis estudios y verme una profesional. Ahora no está conmigo físicamente, pero desde arriba celebra este logro satisfactorio en mi vida.

Hillary Lesli Maruri Flores

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	iv
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALESv	
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
RESUMEN	xiii
ABSTRACT.....	xiv
INTRODUCCIÓN.....	9
CAPÍTULO I.....	10
EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	10
1.1 Tema de titulación.....	10
1.2 Título	10
1.3 Planteamiento del Problema.....	10
1.4 Formulación del Problema	12
1.5 Sistematización del Problema	12
1.6 Objetivo General	12
1.7 Objetivos Específicos.....	13
1.8 Justificación.....	13
1.9 Delimitación del Problema.....	14
1.10 Idea a Defender.....	14
1.11 Línea de Investigación Institucional/Facultad.....	14
CAPÍTULO II.....	15
MARCO TEÓRICO	15

2.1. Marco Teórico	15
2.1.1. Antecedentes de la Investigación	15
2.2.1. Producción Audiovisual	16
2.2.2. Técnicas de producción.....	20
2.2.3. Formatos de producción.....	22
2.2.4. Producción audiovisual en cuarentena.....	23
2.2.5. Estrategias de innovación en productoras audiovisuales	24
2.2.6. El éxito de las plataformas audiovisuales en tiempos de pandemia	26
2.2.7. Streaming	27
2.2.8. ¿Para qué sirve el streaming?	33
2.2.9. Pandemia	33
2.2.10. Crisis Sanitaria	37
2.2.11. Proceso de vacunación.....	42
2.3.1. Marco Conceptual.....	45
2.4. Marco Legal	47
2.4.1. Ley orgánica de la comunicación	47
2.4.2. Constitución de la República del Ecuador.....	52
CAPÍTULO 3.....	53
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	53
3.1. Metodología	53
3.1.1. Enfoque cualitativo, mixto	53
3.1.2. Tipo de investigación.....	53
3.1.3. De campo.....	53
3.1.4. Descriptiva.....	54
3.1.5. Bibliográfica	54
3.1.6. Entrevista.....	54
3.1.7. Técnica de encuesta	55

3.1.8. Instrumentos de investigación	55
3.1.8.1. Cuestionario de preguntas	55
3.1.8.2. Guion de la entrevista.....	55
3.1.9. Población	55
3.1.10. Muestra	56
3.1.10.1. Muestra intencional	56
3.1.11. Análisis de resultados	56
3.1.12. Presentación y tabulación de encuestas	56
3.1.13. Análisis de entrevistas.....	69
CONCLUSIONES	74
RECOMENDACIONES.....	75
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
ANEXOS	80

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Conocimiento de la producción audiovisual.	57
Tabla 2: Aplicaciones de preferencia	58
Tabla 3: ¿Considera que la producción resulto afectada en pandemia?	59
Tabla 4: Te gustaría saber técnicas para manejar un programa de televisión, radio o productoras.	60
Tabla 5: ¿Cree que la tecnología ayuda a mejorar a la producción audiovisual en contenidos?	61
Tabla 6: ¿Conoces alguna productora que se vio afectada en la crisis sanitaria?.....	62
Tabla 7: Piensa que hubo pérdidas económicas en la producción audiovisual por el COVID 19.....	63
Tabla 8: Preferencia de plataformas de streaming.....	64
Tabla 9: Conocimiento para producir audiovisualmente.....	65
Tabla 10: Participación en producción audiovisual.....	66

Tabla 11: Se puede generar ingresos por medio de producciones audiovisuales 67

Tabla 12: Generar nuevos contenidos es una buena estrategia para no perder audiencia
..... 68

ÍNDICE DE FIGURAS

Gráfico 1: Conocimiento de la producción audiovisual	57
Gráfico 2: Aplicaciones de preferencia	58
Gráfico 3: ¿Considera que la producción resulto afectada en pandemia?	59
Gráfico 4: Conocimiento sobre la producción audiovisual.....	60
Gráfico 5: ¿Cree que la tecnología ayuda a mejorar a la producción audiovisual en contenidos?	61
Gráfico 6: ¿Conoces alguna productora que se vio afectada en la crisis sanitaria?...	62
Gráfico 7: Conocimiento sobre la producción audiovisual.....	63
Gráfico 8: Preferencia de plataforma de streaming	64
Gráfico 9: Conocimiento para producir audiovisualmente.	65
Gráfico 10: Participación en producción audiovisual	66
Gráfico 11: Se puede generar ingresos por medio de producciones audiovisuales ...	67
Gráfico 12: Generar nuevos contenidos es buena estrategia para no perder audiencia.	68

ÍNDICE DE ANEXO

Formato de encuestas	80
Entrevistas.....	82

RESUMEN

El presente estudio analiza una temática acerca de la producción audiovisual, trataremos de recalcar como se desarrollaron las productoras y canales de televisión a raíz de la pandemia por el Covid 19. En este sentido, el objetivo planteado buscó analizar la eficacia de las estrategias de innovación que implementaron los productores audiovisuales de Record TV Producciones y el Canal de la Católica.

Frente a esta problemática se han observado muchos cambios para poder salir adelante con sus programas y no optar por la opción de cerrarlos, para poder lograr tuvieron que acoplarse a los nuevos métodos que nos brinda la tecnología y de esa manera seguir generando contenido audiovisual para sus televidentes.

La metodología planteada tuvo un enfoque mixto y se aplicaron entrevistas y encuestas direccionadas a personas que utilizan mucho las plataformas digitales, entre ellas: Instagram, Facebook, Twitter, entre otras. El streaming es muy utilizado como: Netflix, Spotify, Amazon y son muy utilizados en los jóvenes son plataformas de diversos contenidos de entretenimientos.

Cabe resaltar que los productores son los encargados de mantenerse activos y generar nuevos contenidos para no perder audiencia, son personas con mucha creatividad para renovar variedades de entretenimiento o de temas noticiosos, son uno de los principales para que un programa pueda tener éxito y generas cantidades de visualizaciones. Por ello, se resalta entre las conclusiones la incidencia de la pandemia afectó a muchos canales televisivos y mientras otras productoras independientes tuvieron que cerrar por falta de contenido; sin embargo, otros se mantuvieron al aire y cambiaron la metodología de buscar información para no perder la audiencia y para ello se trabajó con las redes sociales.

ABSTRACT

The present study analyzes a theme about audiovisual production, we will try to emphasize how the production companies and television channels developed because of the Covid 19 pandemic. In this sense, the stated objective sought to analyze the effectiveness of the strategies of innovation implemented by the audiovisual producers of Record TV Producciones and Canal de la Católica.

Faced with this problem, many changes have been observed to be able to get ahead with their programs and not opt for the option of closing them, to achieve this, they had to adapt to the new methods that technology offers us and, in this way, continue generating audiovisual content for their programs. viewers.

The proposed methodology had a mixed approach and interviews, and surveys were applied to people who use digital platforms a lot, including Instagram, Facebook, Twitter, among others. Streaming is widely used as: Netflix, Spotify, Amazon and are widely used in young people are platforms for various entertainment content.

It should be noted that the producers oversee staying active and generating new content so as not to lose an audience, they are people with a lot of creativity to renew varieties of entertainment or news topics, they are one of the main factors for a program to be successful and generate amounts of views. Therefore, among the conclusions, the incidence of the pandemic affected many television channels and while other independent production companies had to close due to lack of content; however, others remained on the air and changed the methodology of searching for information so as not to lose the audience, and for this they worked with social networks.

INTRODUCCIÓN

TÍTULO: Análisis de la incidencia de la pandemia en la producción audiovisual de las productoras RecorpTv producciones y del canal de Televisión de la UCSG.

Este proyecto de investigación busca analizar la evolución de los productores audiovisuales que buscaron la manera de levantar una audiencia por motivo de la crisis humanitaria que provocó la pandemia del Covid-19.

La investigación corresponde a la nueva creatividad e innovación de los productores audiovisuales, en donde se renovaron a realizar nuevas técnicas para crear nuevos temas, a fin de generar interés en su audiencia, la producción a inicios de la pandemia ha venido generando cambios por falta de contenidos en lo que pertenece a variedades, programas de entretenimiento, entre otros.

Desde que inició la crisis, diferentes plataformas digitales fueron utilizadas por los productores, lo que les permitió crear distintos temas de interés desde el interior de sus hogares, con diferentes aparatos electrónicos para la grabación de este, convirtiéndolo en producción pandemia.

El fin de la presente investigación muestra un análisis de la producción audiovisual y la evolución de los productores, mediante cuan eficaz fueron las estrategias de innovación de los creadores de contenidos audiovisuales, además dar a conocer al público consumidor las nuevas metodologías luego de sufrir un largo paro producto de la pandemia del COVID-19.

Esta investigación pretende destacar la importancia a la producción audiovisual y los creadores de contenidos audiovisuales, de esta manera dar a conocer la situación o la manera que los productores desarrollan el trabajo audiovisual, su evolución y que herramientas utilizaron para volver a captar a su audiencia.

CAPÍTULO I

EL DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema de titulación

Analizar la crisis sanitaria y su incidencia en la producción audiovisual.

1.2 Título

Análisis de la incidencia de la pandemia en la producción audiovisual del canal de Televisión de la UCSG y en la productora RecorpTv producciones.

1.3 Planteamiento del Problema

El impacto mundial generado por la crisis sanitaria del COVID-19, puso en evidencia la afectación económica, sanitaria, social y en diferentes áreas a nivel de la estabilidad del ser humano, lo que provocó la desestabilización en grandes y pequeñas empresas en lo laboral y productivo.

Las disposiciones de aislamiento y/o distanciamiento social que destacan algunos organismos de salud, los países de todo el mundo se vieron obligados a implementar de forma obligatoria como una medida de protección, logrando un impacto económico cerrando todas las actividades donde se generaba aglomeración de personas y la relación con el entorno.

El sector audiovisual y el espectáculo en vivo enmarcan la diversidad de los diferentes segmentos que se han visto afectados por el impacto de la pandemia y las disposiciones de aislamiento, cuán rápido se han retomado por los protocolos de bioseguridad reprogramando sus actividades que fueron cancelados o suspendidos.

Los segmentos de televisión y radio se vieron afectados a inicios de la pandemia del COVID-19 por las caídas en los ingresos en el sector de la producción y rodajes de sus programas, aunque también se ha registrado un incremento en sus audiencias emitidos por vía streaming o similares.

La pandemia les planteó un escenario crítico, desafiando al sector audiovisual y al espectáculo en vivo con el propósito de proyectar un retorno a sus actividades que dejó al descubierto una problemática histórica a nivel mundial.

Por todo lo mencionado, el presente estudio analiza una problemática en relación con la producción audiovisual que es el generador de contenidos cotidianamente para los medios de comunicación tradicionales, los cuales distintos programas fueron los más afectados y los primeros efectos fue la suspensión de varios rodajes.

Cabe resaltar que los segmentos de televisión y la radio se vieron beneficiados por el incremento de sus audiencias debido a los métodos de aislamiento implementados por el expresidente Lenin Moreno, aunque también sufrió un impacto negativo por la suspensión de algunas actividades y programación.

Ecuador fue uno de los países con más contagios a nivel mundial, la inseguridad que tenían los ciudadanos al salir era preocupante, por motivo de ser contagiados y poner su vida en riesgo. Muchos de ellos, su vida era totalmente distinta, como por ejemplo en distintos hogares seguían con su trabajo normalmente a diferencia que lo realizaban desde la comodidad de su hogar, siendo esta una ventaja para poder seguir sustentando los gastos diarios de las familias. por otro lado, encontramos los hogares que dependían de una persona que salga a buscar el sustento a las calles, vendedores ambulantes fueron los más perjudicados ya que no podían salir a hacer sus trabajos diarios los cuales ayudaban y sus gastos, no tenía alternativa que salir a trabajar protegidos, pero con mucho temor a ser contagiados por esta pandemia.

Por otro lado, el impacto económico bajó drásticamente y no solo en nuestro país, recordemos que la pandemia aún sigue, y apenas se está levantando el sector socioeconómico en Ecuador, las ventas son bajas, y personales fueron despedidos de sus trabajos. Salieron varios emprendedores a flote, para de esa manera ayudarse económicamente y vivir estables. sin embargo, no todos corren con la misma suerte de emprender, aún siguen en busca de trabajo lo cual está escaso. así mismo hay gente trabajadora que busca la manera de ganarse el pan de cada día, aprovechan sus talentos y se ingenian para no quedarse con los brazos cruzados, gente de motivación y también personas que ayudan a quienes necesitan la mano.

Guayaquil, ciudad de muchos sueños y oportunidades para algunos ciudadanos, es acogedora para quienes salen de sus sitios y se dirigen a estudiar allá para un mejor futuro, pero como en toda urbe, las oportunidades son contadas y se esfuerza para conseguirlo.

¿Qué pasó con la producción audiovisual?, será que a raíz de la pandemia seguirán generando contenido?, varios programas como farándula, turismo, deporte tuvieron que cerrar por falta de temas o argumentos, entre uno de los programas afectados fueron " vamos con todo", "el club de las mañanas" " desde la u", " hablemos de futbol", entre otros.

En virtud de lo expuesto, la presente investigación se analiza la inquietud que en determinados momentos la productora Recorptv producciones y el Canal De la Católica De Santiago de Guayaquil en el área de producción y contenido de los programas "Agenda Universitaria" y "Desde la U" se demostró la falta de contenidos en dichos segmentos, por la razón de la crisis humanitaria.

Otro claro ejemplo es el programa de " copa" del canal de RTS tuvo que cerrar en pandemia, porque no podían generar más contenido deportivo, todo era noticias en los televisores o radios, por esa razón el espacio de deporte tuvo que abandonar, ahora que ya pasamos por pandemia y los partidos volvieron a activarse el segmento pudo volver en sintonía de los televidentes.

1.4 Formulación del Problema

¿Cómo afectó la crisis sanitaria en la producción audiovisual de RecorpTv Producciones y del Canal Universitario de la UCSG?

1.5 Sistematización del Problema

¿Qué estrategia de evolución realizó Recorptv producciones y el canal de la UCSG para que vuelvan a generar contenido?

¿Cuáles fueron los resultados que obtuvieron los productores en innovar contenidos audiovisuales?

¿Qué enseñanzas se aprendió en las nuevas metodologías de evolución a raíz de esta pandemia?

1.6 Objetivo General

Analizar la eficacia de las estrategias de innovación que implementaron los productores audiovisuales de Recordtv Producciones y el Canal de la Católica.

1.7 Objetivos Específicos

- Identificar la diferencia en el manejo de contenidos audiovisuales y streaming en la productora Recorptv Producciones y el Canal de la Universidad Católica.
- Analizar la diferencia en el manejo de las estrategias audiovisuales de los productores en cada empresa de trabajo.
- Cuáles fueron los formatos que implementaron nuevos programas.

1.8 Justificación

La carencia de ideas y contenidos provocados por el COVID 19 ha generado grandes pérdidas económicas a diferentes empresas por la suspensión de sus programas que generaban grandes ratings. Por lo expuesto, llevó a los productores buscar una solución para volver a tener audiencia.

Los medios digitales comenzaron a adaptarse a la nueva generación sin pensar en las consecuencias y beneficios sociales que puedan favorecer al consumidor en general. Por ello, la importancia del tema se orienta en la oportunidad de aportar información sobre los procesos de evolución y creatividad que realizaron los diferentes productores audiovisuales, en aras de dar a conocer nuevos contenidos.

Además, se resalta que el estudio es factible porque se contó con información actualizada y permitió conocer las nuevas estrategias de todos los productores, dado que ellos buscan la manera de como entretener a su público, con una libertad de expresión que los favorecen, se determinó que el objetivo es investigar la evolución de la producción audiovisual en la crisis humanitaria.

El presente estudio tiene como beneficio para la audiencia, amante a los diferentes contenidos audiovisuales y a los que trabajan para la creación de esta, dando a conocer los métodos que utilizaron para volver a levantar una industria que estuvo en pausa por varios meses debido a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19.

El impacto social que vivieron muchos productores, sonidistas, guionistas, camarógrafos, entre otros quienes trabajan para entretener a una audiencia que le gusta ver y escuchar diferentes tipos de contenidos se vieron en la obligación de generar nuevas estrategias con la intención de evitar que cierren sus estudios audiovisuales.

1.9 Delimitación del Problema

- ✓ Área: Comunicación
- ✓ Campo: Producción Audiovisual
- ✓ Lugar de Investigación: Guayaquil
- ✓ Parroquia: Tarqui
- ✓ Temporalidad: Período 2021-2022

1.10 Idea a Defender

Las estrategias de contenido digital y tradicional que implementaron las productoras en mención, a partir de la crisis sanitaria generada por la pandemia, permitió mantener el rating y conexión con sus audiencias. (lo evidenció con entrevistas a los directivos de estas productoras).

1.11 Línea de Investigación Institucional/Facultad.

Sociedad civil, derechos humanos y gestión de la comunicación / Gestión de la comunicación, nuevas tecnologías y análisis del discurso.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Marco Teórico

2.1.1. Antecedentes de la Investigación

El presente estudio recaba información de los últimos años que revisten de importancia para el tema de lo audiovisual y recaba contenidos de interés general sobre temas de pandemia, la crisis económica que afectó el trabajo periodístico que realizaron en tiempos de pandemia.

A nivel nacional, Ecuador ha mostrado que la impronta del COVID-19 ha llevado a que la sociedad experimente la fragilidad de procesos en el orden de la salud, la política, educación, social. Chauca (2020) refiere que, ante el panorama desolador, se dieron campañas por parte del Ministerio de Telecomunicaciones para asegurar programas que favorezcan en el comportamiento de superación y mitigue los escenarios de fragilidad que se presentaron con la crisis sanitaria. Desde esta mirada, Ecuador ha dejado en claro la fragilidad de procesos que requieren ser fortalecidos para atender las necesidades en sus diferentes órdenes.

Auza, Condori & Jiménez (2020) mencionan que desde el inicio de la pandemia, los diferentes medios de comunicación cobraron un protagonismo en aras de procesar humanamente todas las noticias y tuvieron el reto en el contexto audiovisual de llevar adelante un trabajo con camarógrafos, sonidistas, locutores, entre otros. Se trata de determinar la evolución de los productores, ya sean independientes o aliados a una empresa televisiva. Sujetado a previos conocimientos relativos al mismo y concluir resultados útiles a nuestra tarea.

Al hilo de lo señalado, Contreras (2020) destaca que, ante la incertidumbre del coronavirus, se asumen miedos y emociones que llevaron a que muchas sean las personas que no trabajaron y paralizaron sus acciones; sin embargo, la lucha de los medios de comunicación contribuyó a sobrellevar las consecuencias de la pandemia.

Ciertamente, estos son los momentos que quedarán para historia, sin embargo, el personal médico que sabía cómo se vivía cada día al recibir pacientes contagiados cargaban una gran responsabilidad en sus manos, la vida de ellos dependía del

profesionalismo de cada doctor; sin embargo ellos hacían lo posible para salvar vidas, pero a veces no era suficiente y solo quedaba tener fe, y doblar rodillas en cada familia que tenían a una persona internada pueda salir de esa cama y tenga una nueva oportunidad de vida.

Al hilo de lo señalado, Contreras (2020) ante la impronta del C6vid-19 insiste en que los medios de comunicaci6n desarrollaron un lenguaje emp6tico de forma que para las productoras audiovisuales se observa que existe una gran acogida para los amantes del entretenimiento en el medio digital (Youtube, Netflix, Disney, HBO, etc). De esto se desprende que hoy en día prender un televisor, computador o tel6fono celular se puede conectar, interactuar y reproducir contenidos audiovisuales es cosa de, diario vivir.

El cambio se ha visto con la gran acogida de una audiencia que le gusta entretenerse viendo en cualquier plataforma digital que viene desarroll6ndose en todo el mundo. Las plataformas de la industria del entretenimiento est6n en un punto para ofrecer cualquier contenido de forma inmediata.

En la actualidad la industria audiovisual se ha convertido en una potencia para entretener a ni6os, j6venes y adultos, sacando buenos beneficios para conseguir buenos resultados. Adem6s, cualquier persona puede consumir y crear diferentes contenidos para entretener a una audiencia que día a día espera algo nuevo.

2.2.1. Producci6n Audiovisual

Han transcurrido m6s de una d6cada y en este tiempo la tecnología ha avanzado, pero es necesario remontarse a tiempos pasados para definir que es la producci6n audiovisual, su clasificaci6n y porque es tan importante en la actualidad. Al hilo de lo señalado, Ortiz (2018) refiere que el t6rmino de producci6n tiene característic6s polisémicas y se lo puede utilizar en diferentes ámbitos para contribuir en lo audiovisual. Ciertamente, el proceso empieza con la creaci6n de una actividad y finaliza con ideas que se pueden estandarizar.

En esta línea, Baque y Morales (2021) refieren que las fases de toda producci6n son:

1. La preproducci6n es la fase que abre el trabajo para preparar a la producci6n
2. La producci6n tiene que ver con el rodaje.
3. La posproducci6n se relaciona con la edici6n y todo lo concerniente a los acabados finales.

Según (Martínez & Fernández, 2010) explican que la complejidad de trabajo de producción requiere de una planificación debidamente organizada para que la intervención sea productiva y optimice el rendimiento.

Por lo tanto, uno de los problemas recurrentes tiene que ver con la creación de un producto audiovisual, el mismo que debe responder interrogantes que ponen en evidencia el interés del trabajo. Así como también los recursos que van a utilizar y con ello la forma de organizar todo el proceso. En virtud de lo expuesto se debe conocer que todas estas etapas siguen una planificación rigurosa para optimizar la calidad de la producción.

No obstante, agregan que, la industria de producción audiovisual se mueve como cualquier rama industrial, como el capital, los medios y el trabajo. Por lo tanto, es importante seleccionar cuántas personas van a trabajar en la producción y que rol va a cumplir cada una.

Para llevar a cabo una producción audiovisual es vital contar con un presupuesto económico. Para sí tener un fondo con el que se pagaría a todas las personas que están dentro de la producción (desde guionistas, actores, camarógrafos) además de costear los equipos para realizar el proyecto.

En este sentido, los cambios continuaron generando una evolución a la producción, donde se pudo comprobar la modalidad de varios recursos que se utiliza en la actualidad gracias a la tecnología. A comparación con las producciones, se puede mencionar el uso de técnicas que ayudaban a crecer a los productores.

También se resalta que la producción es el resultado de distintas necesidades: comerciales, de entretenimiento, también cultural o artístico. Es decir que en lo audiovisual es importante para los medios de comunicación, en sí es una base para empezar un programa, además de film, videos digitales entre otros.

Por todo lo expuesto, el imaginario digital genera una importante evolución a la producción donde se pudo comprobar la modalidad de varios recursos que se utiliza en la actualidad gracias a la tecnología. A comparación con las producciones, se puede mencionar el uso de técnicas que ayudaban a crecer a los productores.

Por su parte, Hidalgo & Segarra (2020) enfatizan que la cultura de las masas genera una influencia significativa y una perspectiva crítica para modelar a las personas que

tienen la posibilidad de proyectarse. Además, cada persona puede ser su propio jefe en producciones audiovisuales en diferentes videos que se realice sea desde el más sencillo hasta el más esforzado, en las plataformas digitales se puede realizar cualquier tipo de videos, sea en Facebook, Instagram o Twitter y así crear propios contenidos para llegar a muchas personas, dependiendo al objetivo que se necesite.

Quesada usa su punto de vista de producción, el inicio de una productora se forma con un objetivo, el de producir un proyecto en su pequeña o grande dimensión empresarial, y seguir llevando hasta una próxima presentación de dicho proyecto realizado con eficacia.

Por su parte, Rodríguez (2020) refiere que en el momento actual se traducen múltiples iniciativas por empoderar a la audiencia con los medios tecnológicos y conjugar la riqueza de valores éticos que se despliegan en documentales para la programación de cine y cuyas raíces son tan antigua como la humanidad. A su vez, su evolución ha marcado fundamentos que aún se encuentran vigentes en los tiempos actuales.

En lo audiovisual, la realidad se analiza en torno a la imagen y el sonido. Ambos elementos son una parte del montaje y permiten la comunicación con nuevas realidades audiovisuales.

El cómic es un antecedente de la comunicación audiovisual que integra texto e imagen, deben señalarse las innovaciones en el diseño gráfico, donde buscaban una integración cinematográfica de texto e imagen.

En los años del siglo XX, nace como tal la producción audiovisual, con la aparición de los estudios cinematográficos cuando el cine se convirtió en un negocio, trabajando con un único equipo para la creación de un contenido audiovisual.

El término audiovisual en el primer lugar que se comenzó a usar fue en Estados Unidos en los años treinta, a raíz de la aparición del cine sonoro. No obstante, en el país de Francia en la década de los 50 la expresión audiovisual comenzó a ser expresada para referirse a técnicas profesionales de producciones.

La unión entre lo auditivo y lo visual crea una realidad simultánea, en lo cual la percepción en lo que se vive día a día, con la evolución de la tecnología y lleva a consumir la producción audiovisual y a practicarla para mejorar con métodos tecnológicos.

González (2013) Un disco metálico y una fuente de luz son los aparatos que en el año 1984 inició la historia de la televisión, aunque la primera experiencia exitosa surgió en el año 1925, cuando el escocés John Logie Baird, logró transmitir la imagen de una cabeza de un maniquí. La primera emisión televisiva se hizo de forma simultánea de audio e imagen en blanco y negro, realizado por el propio Baird en su laboratorio en 1930.

Las relaciones entre el canal visual y el canal acústico pueden ser verbal y no verbal, independientemente del canal por el cual se transmitan. En lo visual, la iluminación y la escenografía forman parte de los elementos no verbales, mientras que el texto escrito en la pantalla forma parte de los elementos verbales.

En este sentido resulta que ahora la realidad de diferentes videos tradicionales, buscan comunicar a la audiencia con mayor eficacia utilizando distintos medios, adaptando a la evolución de la tecnología, desarrollando esta nueva forma de comunicar.

A partir de lo expuesto, en materia de conectividad, Hinojosa, Ruiz &Marín (2016) consideran que los diferentes medios de comunicación han dado pasos significativos para introducirse en el siglo XX y de esta forma estar conectados en los diferentes rincones del mundo.

Durante la década de los años noventa del siglo XX el internet comenzó a convertirse en un impacto para los diferentes medios de comunicación. Hoy el periodismo se adapta a la demanda y a las necesidades de los internautas, donde pueden observar las noticias en los smartphones, laptops o tablets. Por ello, Fondevilla (2016) resalta que los diferentes medios son de gran valor para la humanidad y con ello, el sistema ético que asegura que un profesional inmerso en el mundo de la comunicación audiovisual se mantenga a la vanguardia con sus valores y deseos de comunicar a la comunidad.

Los medios digitales son modelos de negocio que se logran afianzar, influyendo con algunos medios tradicionales fusionándose crearán una nueva manera para comunicar de forma ética y profesional.

De la misma manera, uno de los factores que influyen a los medios de comunicación digital, es la gran expansión del internet a nivel global. La fiabilidad y la veracidad es muy cuestionable para los medios digitales ya que tienen sus límites, hoy en día, ofrecen gran cantidad de información, pero fragmentada.

Una audiencia crítica y productora son los que se enfrentan a varios medios digitales, por la falta de preparación para procesar la información y la actualización de las herramientas tecnológicas. Biagi (2016) indica que, a más de responder al estar con internet, se debe comprender que son diferentes los mecanismos de comunicación tradicionales a los actuales y esto se lo puede evidenciar en las diferentes plataformas que son más innovadoras y están apoyadas con un flujo cada vez más eficiente.

La nueva generación, hace que los medios busquen nuevos contenidos especializados y creativos para producir diferentes contenidos y publicarlo a las redes, así, captar a la audiencia en general para lograr un éxito en la web.

Asimismo, López (2021) le da particular atención a los medios audiovisuales ya que considera que, a pesar de haberse desafiado con la pandemia, se activaron protocolos para garantizar la integridad y subsistencia de la comunicación.

Una de las potencias económicas a nivel mundial sufrió un pequeño paro durante la pandemia que con el tiempo volvió a reactivarse con protocolos de bioseguridad para cuidar la salud de las personas encargadas de crear diferentes contenidos audiovisuales para los consumidores en general. Por ello, es necesario revisar que bajo la premisa de hacerle frente a la pandemia, se reinventaron acciones para aportar en el desempeño de todos los servicios digitales.

2.2.2. Técnicas de producción

En el mundo audiovisual cada vez se implementan nuevas herramientas para mejorar en las técnicas de las productoras, sea en películas, rodajes, series, concursos o anuncios. A continuación, se detallará algunas de ellas.

- Creativos, los que se enfocan en el guión junto a la elaboración
- Los de gestión, los que se centran en la organización y planificación de las necesidades
- También los de control, los que se esmeran por un buen trabajo en el tiempo requerido
- Además, los económicos, ligados a entablar los precios a sus clientes.

- Por otro lado, los de mercadeo, que influyen en la audiencia y mantienen al margen sus conocimientos y lo que desea el cliente.

La producción se la puede relacionar como una sociedad y en distintas labores dependiendo del proyecto audiovisual que se realice y del presupuesto a pagar, por otra parte, un equipo de producción es más complicado cuanto más grande sea la dimensión de las productoras.

Recordemos que la producción audiovisual es un arduo esfuerzo en equipo y de alta complejidad que requiere concentración en el proyecto que se esté realizando para que alcance un mejor rendimiento. Producir rodajes como películas, series o anuncios es un proceso en donde las productoras tienen que destacarse en entregar un excelente trabajo, algunos de ellos intervienen como es la preproducción, producción y postproducción.

- Preproducción: Son las ideas organizadas antes de realizar un guion técnico, los acuerdos entre productores para llevar a cabo el trabajo, presupuesto y la asignación de recursos.
- Producción: Es el tiempo de rodaje, la parte más importante en donde se proyectan todas las órdenes asignadas por parte del equipo.
- Postproducción: Es el proceso ya culminado, en donde se ha realizado los sonidos, montajes y toda una producción lista para salir al aire.

Es importante antes de comenzar a armar un rodaje audiovisual desglosar todas las ideas planteadas a su vez la planificación del proyecto, existen varias maneras de separar el equipo de producción:

Desglose por secuencias mecánicas: El encargado es el director audiovisual quien lleva a cabo el desglose principal el cual permite el plan de trabajo.

Desglose de personajes: Proceso de vestimentas, de datos, actrices y guiones.

Desglose de escenografía: Este punto necesita un asesoramiento para cada personaje que salga en la producción.

Después de haber realizado todos los repartos, se lleva a cabo el plan de trabajo, esto sirve a la guía de producción y el orden adecuado, de esa manera se obtendrá un trabajo de calidad.

2.2.3. Formatos de producción

Los formatos para la producción audiovisual forman parte de una regla fundamental de cómo se debe producir el programa adecuado para los consumidores, que sufre un proceso desde la idea principal hasta la emisión de este.

Los factores más importantes que se utilizan para categorizar una producción audiovisual son:

Cortometraje. - aquella producción que tiene como duración inferior a los 60 minutos

Largometraje. - es aquella producción que tiene una duración mayor a los 60 minutos

Documentales. - producción que utiliza imágenes reales, con la intención de construir una historia y no tiene límite de tiempo

Series de ficción. - grupo de episodios que tienen los mismos argumentos o temáticas variantes

Remake. - es realizar una nueva versión realizada anteriormente

Video Clip. - formato creado a partir de la elección de una canción

Transmisión en directo o streaming. - reproducción en directo cualquier evento con una cámara y una conexión de internet

Tipos de formatos en la producción audiovisual:

Escaleta y Guión

Escaleta: índice que especifica cada una de las escenas con su encabezado, siendo el esqueleto del guión que sirve para ver la distribución de la historia, siendo una garantía donde no habrá errores dentro de la estructura del guión ya escrita.

Guion: documento que contiene la narración de una historia creada y pensada para que los actores, camarógrafos, iluminación y todas las personas en el estudio audiovisual sigan la secuencia para una excelente grabación

2.2.4. Producción audiovisual en cuarentena

La preocupación generada debido a la pandemia del Covid-19, la producción audiovisual se vio reflejada a un gran aumento en el consumo por la difusión de varios contenidos audiovisuales en diferentes medios de comunicación. La cuarentena que vivió toda una sociedad se dio la obligación de un aislamiento social y preventivo convirtiéndose en un recurso esencial para que la gente consumiera sus productos.

La planificación previa que establece la producción audiovisual posterior a las grabaciones o rodajes de sus contenidos o productos, se dio la obligación de tomar nuevas medidas de seguridad o preventivas correspondientes para evitar el contagio masivo entre sus compañeros de trabajo o personal encargado a la producción audiovisual.

La industria audiovisual se pone en marcha a una adaptación donde implementan un método de trabajo para que los productores, directores o personas encargadas a producir contenidos audiovisuales sigan produciendo sus productos en la medida posible sin afectar con la salud de todos.

Por lo tanto, los contenidos son los más afectados por la falta de continuidad en la grabación de esta, pero la creatividad de los productores surge con la evolución de la tecnología que cada vez nos sorprende más y así permitir crear programas desde la comodidad de sus casas.

Presentadores, colaboradores, invitados, actores, cantantes, productores, directores, entre otros, se adaptan a una nueva forma de producción y realización de contenidos luego de un parón seco que dejó de emitir programas en directo y dejando de manera drástica las grabaciones de sus programas.

La evolución de la tecnología ha dado un respiro a la producción audiovisual realizando diferentes cambios en el proceso de la realización de programas audiovisuales que se han adaptado por la irrupción del Covid-19 dejando huellas positivas por el alto consumo de sus programas.

Los diferentes cambios en el proceso de la producción audiovisual resultaron fundamentales para la industria del entretenimiento, así logrando un mayor alcance en la audiencia al momento de la reproducción de sus contenidos.

Netflix lidera los servicios de entretenimiento en el confinamiento de la pandemia del Covid-19, con un aumento en el consumo de sus programas, películas, series, video clic, video streaming, siendo beneficiados en esta crisis sanitaria.

Una audiencia que desea observar nuevos contenidos de calidad en donde la industria audiovisual tiene en sus manos la capacidad de entretener e innovar nuevos proyectos para un público consumidor quienes son ellos los protagonistas para que las productoras audiovisuales no pierdan el rating.

2.2.5. Estrategias de innovación en productoras audiovisuales

En tiempos de pandemia la falta de contenido era a diario, todos los días eran noticias de contagios y no se veía más información de variedad, el tema de siempre era el proceso del Covid 19 en tiempos de cuarentena.

Debido a los cambios e innovaciones que provoca la industria del consumo audiovisual y las nuevas exigencias del mercado hacen que las personas consuman el producto y demuestran interés hacia los diferentes contenidos del entretenimiento, lo que significa la importancia de estudiar las estrategias de evolución y adaptación al crear nuevos contenidos en tiempos del covid-19

¿Qué alternativas podrían tomar las productoras en esta situación?, en este punto se conocerá más detalles sobre las estrategias de productores audiovisuales.

Varias productoras a nivel mundial tomaron medidas al respecto para no perder audiencia, este es el caso de Caracol Televisión. La directora de Marketing Internacional en el canal Caracol, en una entrevista con el Diario Señal News, compartió estrategias y enseñanzas para incitar en los negocios de la compañía.

El canal de Caracol Televisión buscó nuevas alternativas y en ello incrementó estrategias audiovisuales y de mercadeo, que obtuvo como nombre “Let’s Go Virtual” (Vámonos Virtuales), con el propósito de incentivar y llevar a su audiencia a un nuevo

hábitat. Dicho canal optó por llevar a su vínculo de clientes para interactuar y empaparse más sobre el mundo audiovisual.

(Juliao, 2020) Directora de marketing Internacional de Caracol Televisión, abrió nuevas posibilidades de encuentros para favorecer al equipo y direccionar al trabajo mancomunado. Por ello, la campaña en una sola voz ha tenido mucha acogida y llevar a que los periodistas se dispongan desde sus domicilios para generar contenidos y con el apoyo del Canal Caracol está la posibilidad de innovar para la mejor audiencia que necesita recibir información permanente.

Por otro lado, el confinamiento ordenado por el gobierno de Colombia a finales de marzo 2020, obligando al canal RCN y a su competencia Caracol detener los rodajes de 38 producciones según la asociación nacional de medios de comunicación dejando a muchos empleados sin trabajos que estaban en el set de grabación de la novela *Café Aroma de Mujer*.

Productores, directores, sonidistas, maquilladores, actores, escenario, vestuario y docenas de personas encargados de iluminar y grabar las diferentes secuencias, dependen de la cercanía de las personas para realizar su trabajo, ante la imposibilidad del distanciamiento y un posible contagio dieron una pausa en las grabaciones.

"Nosotros íbamos a empezar a grabar en abril, o sea justo diez días antes de empezar (...) quedamos en cuarentena por seis meses casi", recuerda Yalile Giordanelli, productora ejecutiva de *"Café"*. (Yalile Giordanelli, france24, 2020)

Las restricciones dispuestas por el gobierno comenzaron a disminuir en septiembre y las productoras audiovisuales emprendieron un regreso a las grabaciones bajo a un estricto protocolo de bioseguridad para evitar el aumento de posibles contagios dentro del set de grabación sometiéndose a una prueba de PCR todos los lunes

Mauricio Cruz, director de la telenovela, considera vital la realización de pruebas para que los actores se sientan cómodos en escenas de contacto cercano. (Mario Cruz, 2020)

La actriz Vélez sabe que es imposible blindar el rodaje contra el virus, pero asegura que al momento de estar frente a la cámara "todo el mundo (está) sin tapabocas, confiado en que la producción tiene el control de la situación en lo posible". (Katherine Vélez, 2020)

"Como la gente está encerrada en casa vio más televisión, pero, por otra parte, digamos que la industria en general, las empresas dejaron de invertir en publicidad" por la crisis económica, explica la productora Giordanelli. (Yalile Giordanelli, 2020)

Los productores y directores encargados se vieron obligados a realizar pruebas PCR a todo el personal de estudio y los guionistas tuvieron que reescribir y cambiar algunas escenas donde involucran grandes eventos sociales acomodándose a pequeñas reuniones familiares.

2.2.6. El éxito de las plataformas audiovisuales en tiempos de pandemia

El coronavirus ha sido devastador para la economía de varias empresas a nivel mundial. Un aumento en el número de usuarios ha experimentado las plataformas que distribuyen varios contenidos audiovisuales, que por la cuarentena impuesta como medida para frenar la expansión de virus obliga a muchas personas a permanecer en casa.

Con la llegada del virus covid-19 ha paralizado el mundo entero, provocando grandes consecuencias en todos los hábitos. Youtube que hasta ahora era el rey de las plataformas de creación y consumo audiovisual, debido a la obligación de tener que quedarnos en casa tras el confinamiento, los youtubers han decidido complementar lo que hacen con otras webs de streaming como Mixer, Twitch, etc.

Durante estos tiempos de cuarentena el Twitch está bastante fuerte y está destacando en la industria audiovisual, dejando atrás a YouTube, siendo una plataforma donde las personas consumen el producto de una manera como nunca se había hecho.

Los influencers a diario tras el comienzo de esta pandemia, están rompiendo récords en reproducción de sus contenidos, uno de los famosos caster de la Liga de Videojuegos Profesional es Ibai que cada día realiza un directo para que sus seguidores puedan observar en un mínimo de dos horas.

Y esto hace unos meses atrás sería impensable, pero con la llegada del virus, es frecuente encontrarse con cualquier persona que realice live streamings de cualquier contenido, donde sea y cuando sea.

La plataforma Twitch ha generado gran impacto, tanto en que la comparación con los antiguos modelos tradicionales como Netflix, YouTube, Disney entre otros queden a un lado, ante cientos de consumidores de streaming.

Según un estudio realizado en Estados Unidos entre miles de jóvenes de ese país, se pudo detallar que aproximadamente el 78% de los menores entre diez y doce años consumen videos en internet dedicado a videojuegos en plataformas digitales. (Andina Link, 2021)

El tipo de contenido que transmite Twitch es muy competitivo con la plataforma de YouTube, las cuales son útiles y ofrecen un espacio para los jugadores Gamers. Existe una diferencia entre ambas aplicaciones, una de ellas es que YouTube obtiene los juegos con una amplia oferta y de menor demanda.

“Un estudio publicado en 2019 en Estados Unidos por la consultora y banca de inversión: Piper Jaffray, comentó que YouTube como plataforma de consumo supera a Netflix como el servicio de video preferido por adolescentes, no obstante, cuando se trata del contenido específico de Videojuegos, es Twitch el que se lleva el primer lugar”. (Andina Link, 2021)

En conclusión, Twitch es una de las plataformas más utilizadas, convirtiéndose en la preferida de muchos jóvenes por una oferta audiovisual interactiva, temática y original en lo que se destaca los videojuegos.

2.2.7. Streaming

El streaming nos ayuda a la elaboración de contenidos en internet, esto surgió como concepto a finales del siglo XX, aunque obtuvo mayor impacto en la década pasada con la aparición de plataformas como YouTube y Spotify.

Sin necesidad de una descarga previa, favorece en tiempo real la reproducción de diferentes contenidos, considerando el ámbito del entretenimiento y de las telecomunicaciones, dejando a conocer que el streaming es uno de los espejos de la nueva industria audiovisual.

En la actualidad la mayoría de los espectadores, especialmente entre los jóvenes consumimos producción audiovisual, ha experimentado un giro donde podemos ver

cualquier película, serie, programa de televisión o documental sin la necesidad de un televisor y lo único y necesario es una conexión de internet.

Por otro lado, un streaming tiene relación, por ejemplo, una videoconferencia en directo, también en ocasiones formales se requiere de gran importancia y cuidado estético, por eso se debe tener conocimientos y materiales para un buen streaming de audiovisuales, será primordial si se quieren obtener excelentes resultados.

En los años 20, la primera patente que utilizó streaming desarrolló una plataforma de música continua para negocios, cuando la empresa Muzak lo inventó ni siquiera existían las computadoras.

A principios de la década de 1920, dicen que algunos historiadores la transmisión en vivo fue remontada cuando George O. Squier recibió una patente para usar líneas eléctricas para poder transmitir y distribuir señales en los diferentes hogares.

La evolución del internet forma parte más importante en la historia de streaming con una velocidad de 27 kbps a través de los primeros accesos a la red eran por medio de las líneas de teléfono convencionales, pero gracias al crecimiento y a la comercialización vio su oportunidad de ser estándar.

Un concierto en vivo hizo historia en el año 1997, la banda Severe Tire Damage transmitió su concierto para todo el mundo, más tarde un juego de béisbol de los playoffs fue transmitido por primera vez en streaming por la empresa Real Networks en 1995.

Varios años después, la comercialización del streaming tuvo que esperar por los avances tecnológicos y del uso exponencial del internet, logrando así abriendo las puertas de diferentes compañías nacionales e internacionales.

Gracias al streaming, a la evolución de la tecnología y el consumo diario del internet existen diferentes plataformas digitales como: Netflix, Spotify, youtube, entre otros, por ello se ha convertido en una parte fundamental para nuestras vidas.

Una de las plataformas streaming más importantes de todo el mundo, debido a la gran cantidad de suscriptores que tienen es Netflix, que fue fundada por Marc Randolph y Reed Hastings.

Una multa de 40\$ por un retraso en la devolución de la película Apolo XIII se cree la idea del nacimiento de la plataforma Netflix, mientras que unos aseguran que la historia es cierta y otros dicen que es solo un mito, ya que al propio Reed le gustaba contar para volver más interesante la historia.

Las nuevas estrategias y herramientas para el desarrollo de la compañía fueron haciendo cambios e implementando nuevas estrategias. Añadiendo método de suscripción mensual y un algoritmo que piensa en los gustos de los usuarios, que buscan nuevas alternativas de llamar la atención a los consumidores, así poder mantenerse en el mercado en general.

El alto número de consumidores y la impaciencia de ver sus contenidos favoritos cuanto antes mejor con la comodidad de sus hogares sin salir de casa parecen ser las principales fuerzas motoras de esta transición en el panorama audiovisual.

Una amplia biblioteca en línea ofrece Netflix en la industria de la producción con un servicio de streaming, ha lanzado considerablemente 126 series originales o película en el 2016 más que cualquier otra red o canal de cable.

La reproducción consecutiva de capítulos o películas incita al consumidor a seguir viendo el contenido, por otro lado, cabe señalar la decisión estratégica de primero pensar en los clientes con el alquiler de las películas físicas, cobrando una suscripción para poder observar sus videos.

Por otro lado, una gran demanda de recursos por el internet ha generado la aparición de estos nuevos servicios debido a la gran cantidad de tráfico puede llegar a congestionar las redes, debido a gran parte muchas empresas, han apostado por él para expandir su forma de hacer negocios e interactuar con sus clientes.

Por ello la alta calidad de video streaming está atada a aspectos técnicos como económicos. La transmisión de contenidos debe estar disponible para todos los dispositivos que soliciten el servicio.

Live streaming es utilizado para cubrir cualquier tipo de evento público o privado, la multidifusión orientada de este servicio, además, tiene un lapso definido, la interactividad con los usuarios de este servicio no existe, solo se puede pausar la transmisión.

Dado que live streaming es relativamente nuevo está generando revuelo a los derechos de propiedad intelectual, debido a la retransmisión ilegal de los eventos deportivos y series provocado por muchos usuarios que intentan sacar provecho utilizando diferentes plataformas.

En comparación con los otros países, en Ecuador la realidad de este contexto es distinta, sin embargo, en lo que corresponde a la era digital se han dado muchos cambios, donde millones de usuarios se encuentran conectados y con acceso al internet utilizando diferentes plataformas como el Facebook, Instagram, YouTube y Google.

En el año 2017, el consumo de videos en plataforma de video en streaming tuvo un aumento según el estudio de Consumo Digital Ecuador (IAB), debido a las personas que están reemplazando a los canales tradicionales y están accediendo a diferentes plataformas, como Netflix, el 25% entre el 2016 y 2017.

La producción de video streaming ha traído consigo el fortalecimiento de una tendencia mundial y han movilizadado a millones de personas generando picos altos que pueden congestionar a la red y una caída de la transmisión.

Finalmente, los usuarios responden a la tendencia en las aplicaciones por la creciente demanda de la tecnología, es por esto están consumiendo más series y películas de contenido multimedia, diarios y canales de comercio electrónico.

A nivel mundial, las plataformas de streaming en las últimas semanas están alcanzando porcentajes de crecimientos muy importantes como consecuencia al confinamiento de la pandemia del Covid- 19, donde millones de familias aprovecharon a ver sus series y películas favoritas.

Las plataformas de streaming han sido una de las actividades cuyo crecimiento en los sectores económicos y audiencia no se ha detenido durante la pandemia logrando incrementar su número de suscriptores, que llevaba estancada en el último año.

Según un estudio de la escuela de negocios OBS business school las diferentes plataformas como Netflix, HBO, Amazon Prime Video y otras han alcanzado los 900 millones de suscriptores, convirtiéndose en dueños del 25% del mercado televisivo a nivel mundial.

Tuñón (2021) analiza que la pandemia fue una ventana para el mundo y con ello descubrir nuevos patrones de comportamientos y de oportunidades de consumos. Siendo así, que las diferentes plataformas audiovisuales han provocado una elevación a las audiencias durante la post pandemia, así generando nuevos patrones de consumo.

La crisis sanitaria, obligó a cada país tomar medidas drásticas, así evitar más contagios a nivel nacional realizando un confinamiento domiciliario, alejando a todos de sus rutinas diarias a estar ahora en sus hogares.

Una parte quedó vacía, pero las plataformas audiovisuales supieron llenar y llamar la atención de muchas personas con miles de contenidos, haciendo que los ciudadanos pasen mucho tiempo pegados viendo la pantalla.

En este aspecto se jugaron un papel clave con un crecimiento que va ligado con el aumento del uso de los dispositivos con acceso al internet, diferentes plataformas de streaming como Netflix, HBO, Amazon video, Disney + entre otras, logrando crecer sus cifras llegando a millones de usuarios.

En 1997 nace Netflix, una de las principales plataformas streaming, la empresa fue uno de los creadores de un modelo de la suscripción de video de baja demanda en el 2007. La compañía indicó un aumento de 8,51 millones de suscriptores en sus plataformas.

Debido al confinamiento Netflix logró un aumento de 15,8 millones de suscriptores, un pequeño servicio de DVD por correo la empresa dispone con más de 200 millones de usuarios con beneficios netos de 2.761 millones de dólares.

Clares & Medina (2021) refieren que:” Los servicios de comunicación audiovisual a petición o bajo demanda se han expandido a medida que se ha consolidado el proceso de digitalización en el sector audiovisual” (p. 910). Como apuntan estos autores, sin descuidar las producciones, la industria cada vez crece en aras de encontrar un mayor incremento en el mercado de las telecomunicaciones.

La pandemia fue un factor favorable para todas las plataformas audiovisuales que fueron beneficiadas por el confinamiento ocasionado por el covid-19 con el incremento de volumen en audiencia y económico.

En el mercado de streaming Disney + entró de sorpresa en el 2020 con un total de 95 millones de suscriptores dejando atrás los 9 años que tiene Netflix en la misma plataforma mientras que Disney + tiene catorce meses de vida.

«Las proyecciones que hacía Disney eran alcanzar los 100 millones en 2024, pero con la pandemia lo que han hecho ha sido revisar al alza sus objetivos», comenta Elena Neira. (Neira, el diario de la educación, 2021)

Neira explica que «estos 95 millones de usuarios los han conseguido con contenido de catálogo y con un único gran original estrella: The Mandaloriana, que es lo que ha impulsado el crecimiento junto también con otros estrenos». (Neira, el diario de la educación, 2021)

The Walt Disney Company cuenta con las diferentes plataformas de streaming como ESPN +, Disney + y Hulu. Esta última tiene un mayor número de ingreso que Disney +, aunque solo está disponible en los Estados Unidos.

HBO no se queda atrás en el crecimiento de su producción en streaming, ya que al principio no eran partidaria porque creía que el internet la convertiría insípida, dejándola sin personalidad.

«Lo que impulsa a HBO a lanzar la oferta en demanda es la piratería de Juego de Tronos, ya que se dan cuenta que la serie está año tras año entre los principales pirateados», afirma Elena Neira. (Neira, el diario de la educación, 2021)

«La mayoría de los contenidos propios de HBO siguen una periodización de estrenos con un margen de diferencia entre capítulos», expresa Judith Clares. (Clarés, el diario de la educación, 2021)

En la actualidad HBO es la tercera plataforma de suscriptores logrando alcanzar 140 millones de usuarios, sin embargo, no son solo exclusivo de la plataforma, sino que también cuentan por televisión por cable.

Más de 2 millones de dólares, la plataforma ha seguido un crecimiento continuo, con respecto al primero y último año en lo que va en la década.

«HBO ha elevado el nivel de su apuesta por sentar las bases para construir un mercado global», destaca Elena Neira, que relaciona el cambio de objetivo con el cambio de propietario. (Neira, el diario de la educación, 2021)

La plataforma comenzó a ganar protagonismo entre el streaming, sin embargo, HBO cuenta con las licencias de contenidos logrando conseguir la mayor parte de los contratos, ya que ellos viven de la venta de sus contenidos a televisiones de pago.

2.2.8. ¿Para qué sirve el streaming?

El streaming permite transmitir por internet todo tipo de eventos, canales de tv, productores audiovisuales, oficinas de mercadeo, streamers, independientes, estaciones de radios a través de un móvil o sitio web, así lograr captar una mayor audiencia.

Este servicio en el mercado cada vez está tomando más fuerza, con un amplio número de usuarios que consumen diferentes plataformas de streaming, donde los servicios de suscripción de videos son superiores a los de audios.

El consumo de estas plataformas es mayormente por los usuarios jóvenes de 15 a 24 años, ya que ellos utilizan más las redes sociales en el cual reproducen diferentes contenidos multimedia y se forman a través de las herramientas digitales, mientras que el otro grupo entre 25 y 60 años leen noticias, libros electrónicos y artículos en los sitios web.

2.2.9. Pandemia

El mundo enfrentó una de las pandemias más grandes y peligrosas que es la del covid 19, y que hoy en día aún sigue circulando alrededor de cada país, las restricciones y cuidados se mantienen para de esa manera evitar más contagios.

“El brote de coronavirus ha sido ampliamente reportado en los noticieros del mundo y la Organización Mundial de la Salud (OMS), lo ha declarado oficialmente como una pandemia, desde el pasado 11 de marzo.” (Organización Mundial de la Salud, Bupa, 2020)

Recordemos que el centro epidemiológico fue en la ciudad de China, en donde los contagios fueron de manera incontrolable, y así fue interviniendo este virus en todo el mundo, las noticias de todos los días de pacientes en sospechas, otros en camillas mientras otros perdieron la batalla, un golpe duro para quienes perdieron familiares y amigos en esta pandemia.

Luego del suceso en China, en enero empezaron la expansión de otros casos en hospitales en los países de Europa, Estados Unidos y Corea, así lo anunció Diario el Universo.

“La covid-19 ha infectado a más de 185 millones de personas y ha causado cuatro millones de muertes en todo el mundo desde que fue clasificada como una pandemia por la Organización Mundial de la Salud (OMS).” (Organización Mundial de la Salud, BBC NEWS, 2021)

En Ecuador todo empezó con una pequeña sospecha del primer caso que ocurrió el 14 de febrero del 2020, se trataba de una ciudadana proveniente de España, ella llegó sin síntomas al país y luego presentó señales en Guayaquil, según las autoridades del gobierno. Días después se confirmó positivo para el coronavirus fue el primer caso en nuestro país.

En el territorio ecuatoriano ya se afirmó la emergencia sanitaria el pasado 12 de marzo, la Organización Mundial de Salud (OMS) decretó esta medida cambiando el término a Pandemia, nadie se imaginaba, que por primera vez íbamos a vivir un virus que podía llegar a acabar con las vidas de nuestros familiares, amigos, personas cercanas entre otros. (Organización Mundial de la Salud, La Hora, 2020)

El expresidente Lenin Moreno, implementó de forma urgente una cuarentena obligatoria desde las 14h00 hasta las 05h00 del siguiente día, a partir del 17 de marzo con el fin de llevar un control y evitar contagios. Fue un giro total, en donde se vio afectado a todo un país, la preocupación de cada ciudadano era notoria.

Además, mediante un sistema de semaforización: rojo, naranja y verde; donde rojo implicaba la suspensión de actividades presenciales y restricción total vehicular, por otro lado, naranja restricción parcial de actividades y reactivación de sectores productivos y económicos, y verde actividades supervisadas con normas de protección y protocolos para

la seguridad en general, sin embargo, después de todas estas reglas nada era más importante para cuidar la salud y el bienestar de cada ciudadano.

La gente no está muriendo de coronavirus. / La gente en Ecuador está muriendo de capitalismo. / De pésimos servicios públicos y privados, no sólo de salud. / De falta de democracia y ausencia de justicia. / De corrupción e incapacidad de diálogo. (Santiago Roldos, 2020). (Santiago Roldós, 2020)

La falta de medicina y camas en los hospitales en Ecuador fueron muy escasas y colapsadas, en este caso Guayaquil, que fue una de las ciudades con más complejidad. Se vieron casos como los cuerpos encontrados en las calles en el centro de la urbe, quienes fueron grabados por habitantes de la zona en donde también se mostraba como llegaba la ambulancia a retirar los cadáveres que habían fallecido a causa del covid 19.

No solo sucedió en el centro de Guayaquil, por otro lado, también se mostraban videos de habitantes saliendo de sus hogares lastimosamente con el ataúd en mano y con algún familiar allí dentro, todos estos casos surgían por no tener las posibilidades o ventajas de ser atendidos pronto en un centro hospitalario o casa de salud.

Ecuador, sufrió un golpe fuerte y no solo en el estado emocional de las personas que perdieron a sus seres queridos o que pasaron por esta enfermedad, también pegó fuerte en el estado financiero de los hogares, el sustento del día al día no eran los mismo, por el miedo de salir a las calles a trabajar.

El rol del periodista fue un punto muy importante y destacado para la sociedad, en llevar la información de los acontecimientos que sucedían cada día en el país, un trabajo arduo y responsable que hasta el día de hoy lo siguen realizando y transmitiendo de manera verificada en los medios de comunicación.

La prensa es consciente al desempeñar su rol, como sabemos el de informar de forma profesional. Los televidentes u oyentes buscan noticias, datos o informes reales y útiles, mas no noticias falsas y no verificadas, el contenido de calidad es una de las virtudes que hace a un buen periodista.

Mendoza (2020) desde la narrativa de valorar el trabajo de periodismo de la Universidad de Lima, comenta que la función del periodismo es importante asumir su rol,

informando de manera profesional a base de fuentes de calidad, expertas o nuevas y calificadas a fin de buscar soluciones en la información que recibe.

En este orden de ideas, la prensa requiere estar en sintonía con usuarios que han tenido que luchar para encontrar nuevos horizontes con un comportamiento renovado y dispuesto siempre para innovar. Así que la búsqueda de oportunidades es permanente para abrirse a nuevas oportunidades.

El periodismo es pieza fundamental para informar en medio de esta ola de contagios, sin el contenido verificado puede ocasionar miles de noticias alarmantes y falsas, por eso es importante saber investigar los hechos y proceder a informar.

La pandemia va mucho más allá de una crisis de salud, sabemos que es una enfermedad de alto riesgo además de ser un virus esto se convierte en una crisis económica sin precedentes, pone en riesgo y a prueba a cada país, la pandemia tiene el poder de generar grandes impactos como sociales, económicos, políticos que dejan grandes huellas, luego de la segunda guerra mundial.

Cada día se convierte más peligroso al salir de casa, y por esta razón el sustento o la fuente de trabajo se pierden al no poder generar ingresos y a la vez se comienzan a realizarse recortes de personal en las oficinas y la situación se vuelve devastadora en el hogar, y no por querer hacerlo con malas intenciones si no por las adversidades económicas que pasa un país y sus fuentes principales de generar dinero.

El gobierno de cada país debe actuar de manera eficaz y poder ayudar a los pequeños y grandes problemas, prepararse y contestar con soluciones que ayuden a evitar más problemas de salud, equiparse en los hospitales y estar preparados para las olas de contagios, tal vez no haya la medicina que se necesita en estos momentos, pero si lo necesario en los hospitales adecuados para poder atender a cada persona que llega contagiada.

No es posible poder tener la vida de una persona en las manos y no poder actuar en ese momento por motivo de camas, equipajes o profesionalismo. Otros países como Estados Unidos, China, Alemania, Rusia, Reino Unido entre otros son estados desarrollados y aptos para poder controlar una pandemia por su capital de ingresos económicos, cabe recalcar que no se quiere minimizar a otros, sin embargo, existen los países

tercermundistas que no pueden avanzar de manera rápida como otros lo han hecho y han evolucionado en cualquier aspecto y por este detalle su balanza económica, política, cultural y entre otros motivos son de mayor evolución.

Por ello, Contreras (2020) refiere que los avances tecnológicos en la educación pusieron en alto los materiales audiovisuales especializados en materiales desde niños hasta los más adultos. Las herramientas virtuales fueron puntos clave para estudiantes, trabajadores entre otros.

¿A qué se refiere cuando se habla de cambios significativos? Entre ellos, se contempla el teletrabajo, clases online, fueron unos de los beneficios y para otras desventajas a que todo sea por computadora. Para estudiantes de escuelas, colegio, universitarios, maestrías, docentes veámoslo como un punto de revolución en la tecnología que cada vez avanza más en el mundo y más que ahora por motivo de pandemia no podemos acceder a las aulas, sin embargo, no hay barreras para seguir en constante aprendizaje gracias al beneficio del internet y poder acceder y comunicarse desde la comodidad del hogar y no tener la necesidad de salir y correr el peligro de contagiarse.

Luego de ver los beneficios de la tecnología, también hay que analizar el contra de ellos para algunos hogares. No todas las familias tienen las oportunidades de contar con computadores o celulares que estén aptos o al alcance de poder utilizarlos para presentarse a las respectivas clases online, esto perjudica a los hogares que no tienen el alcance de adquirir un dispositivo para que sus hijos aún puedan seguir en sus clases online, no toda familia corre con los mismos recursos económicos y esto afecta en los estudios sea para estudiantes de escuelas o colegios.

2.2.10. Crisis Sanitaria

Después de ser nominada la pandemia a nivel global, pasamos a la crisis sanitaria en todos los países europeos, Asia, Estados Unidos hasta América Latina, en donde nos enfocamos en como impacto en la vida de los humanos la economía.

Los gobiernos de cada país responden y se hacían responsables por las soluciones sanitarias. Sin embargo, también hubo personas solidarias las cuales ayudaron a recaudar víveres para poder repartir a las familias o personas que más necesitaban. La unión en tiempo de falta de recursos a nivel mundial era muy importante, ayudar a quienes

requerían, ahí se pudo observar el corazón noble de querer colaborar con poco o mucho de las personas.

La crisis sanitaria es un tema que aparte de ser delicado puede ser muy frustrante para los mandatarios de varios países como América Latina, el poner a prueba los liderazgos presidenciales, y buscar soluciones a esta gravedad de situación por la que aún seguimos atravesando, pensar que en un país donde nos sentíamos seguros, pase a convertirse en un sitio donde no hay protección ni seguridad para salir.

En este marco, CEPAL (2021) indica que en los diferentes países del mundo entero se vieron afectados con la crisis y provocó una disminución salarial, eso quiere decir que trabajadores tanto como hombres y mujeres perdieron su puesto que han provocado la desigualdad que ha ocasionado la pandemia.

En Europa la crisis sanitaria representó un desafío para la vida de los ciudadanos europeos, hicieron fundamental la economía de sus trabajos, empresas, negocios, porque solo de esa manera podría proteger a los trabajadores y a sus empleos en un país lleno de oportunidades nunca está demás cuidar el puesto laboral, y más aún cuando se vive una pandemia mundial.

Varios países ya no tenían la posibilidad para atender casos en los centros hospitalarios, y muchos de los países no podían dar respuesta a las necesidades de otras personas de casos mayores. Claramente se veía en las noticias, como pacientes esperaban cama en estado grave con el virus, por otro lado, familiares desesperados al no saber información de sus parientes.

Estos casos se vieron en diferentes países, empezamos con Estados Unidos, potencia mundial en empleo y economía, unos de los golpes más fuertes para comerciantes, residentes y a sus estados por falta financiera. Se conoce a este país por ser unos de los más comercial para personas que migran de otros países por un mejor bienestar o futuro, a raíz de la crisis sanitario muchos se vieron obligados a buscar la manera de seguir generando dinero, sea con emprendimientos, o cualquier tipo de trabajo que ayude a solventar sus gastos en una ciudad no tan fácil de solventar gastos.

Por otro lado, la pandemia que se vivió el año 2020 en Estados Unidos no solo fue sanitaria, también fue social, política, cultural y además de violencia que fue llevada por

protestas. Según la plataforma digital de la Agencia Anadolu, en una encuesta realizada se afirma que Estados Unidos obtuvo el puntaje más bajo en una encuesta desarrollada a nivel mundial sobre la respuesta que su Gobierno ha dado a la pandemia del coronavirus, mientras que Nueva Zelanda obtuvo el puntaje más alto. (Agencia Anadoli, 2020)

Dicha encuesta se trataba de preguntar a los encuestados sobre el trabajo de sus gobiernos para incitar y ayudar en su economía, proteger la salud, y la comodidad de su gente, y así con los resultados generados brindar atención y ayuda.

Estados Unidos fue uno de los países que obtuvo la mayor parte de casos y muertes referente al Covid 19 a nivel global. Según (Zelizer, 2020) autor político, en un comentario en la plataforma de la BBC NEWS dice que Donald Trump en ese entonces presidente de EEUU desempeñaba la crisis de una manera “caótica”, distinto a sus predecesores.

Ese manejo de la emergencia "es peligroso para el país y para el mundo, porque esta es una crisis global", advierte Zelizer, autor de varios libros sobre historia política moderna de EE.UU., en una entrevista con BBC Mundo.

Donald Trump, dejó su mandato el 20 de enero del 2021, eso quiere decir que todo el año del 2020 llevo la responsabilidad de la pandemia cuando estuvo en su momento de emergencia y brote. Un detalle relevante es tener en cuenta que cada presidente de cada país controla y maneja una pandemia a su manera adecuada.

Según la OMS detalla que no es la primera vez que Trump es acusado de actuar peligrosamente en pandemia algo similar ocurrió cuando anunció este mes que suspende la financiación de EE.UU. a la Organización Mundial de la Salud por su gestión de la crisis global. (Organización Mundial de la Salud, BBC NEWS, 2020)

El brote de coronavirus alarmó a todos los países, Trump entre críticas aborda la situación del problema de sus ciudadanos al decir que la crisis sanitaria se le salió de las manos. A inicios del Covid 19, el mandatario de los Estados Unidos se mostró resistente a los confinamientos, razón que fue observada y tomada por otros dirigentes de diferentes países según el progreso de este virus.

En el mes de octubre del año 2020, el presidente Donald Trump y su esposa Melanie Trump, dieron positivo a Covid 19, sin embargo, sus síntomas eran muy leves, esta

enfermedad fue prueba de que no distingue a nadie y puede llegar a enfrentar a importantes personajes como Trump, quien fue atendido en el hospital con tratamientos y medicinas y pudo superar la dolencia de manera rápida y utilizó esa herramienta como su arma política.

Después de la recuperación Trump, regresó a las campañas electorales frente a su rival demócrata Biden, se acercaban las nuevas elecciones presidenciales. Encuestas realizadas a ciudadanos demostraban que había posibilidades de que no vuelva a ser reelecto a las elecciones del 7 de noviembre del 2020.

Mientras tanto Trump, se encargaba de controlar la crisis económica, política y electoral de su país en medio de las elecciones electorales, decenas de muertos atravesó Estados Unidos, Trump tomó de forma errática la situación, lo cual provoca críticas de sus ciudadanos, además, trataba de minimizar el problema por el que el país estaba atravesando también se contradecía con expertos del problema y buscaba soluciones sin base específica.

En mayo surgió un delicado escándalo por la muerte de George Floyd, esto fue un motivo por el cual el liderazgo de Trump fue aún más criticado, esto iba más allá que una pandemia. Floyd de descendencia afroamericano, fue dado de baja en el mes de mayo de 2020 por un policía americano, este caso levantó múltiples olas de contagios de justicia racial.

Por otro lado, Trump dio a notar su frustración por dichas protestas contra él, y trató de evitarlas para dejar a un lado tremendo hecho que sucedió con Floyd a raíz del racismo este caso sucedió en Mineápolis a manos del policía Derek Chauvin que ahora se encuentra condenado a 22 años y medio de cárcel, también de minimizar a los manifestantes y a la familia que pedía derechos contra el afectado George Floyd.

“En lugar de lidiar con los desafíos de 2020, Donald Trump volvió a su manual de retador de 2016 y pensó que podía eludir los problemas que enfrenta el país. Por supuesto que eso no funcionó”, dice Allan Lichtman, un historiador experto en elecciones en EE.UU. (Allan Lichtman, 2020)

Luego de ser posesionado como nuevo presidente de los Estados Unidos, Joe Biden cargo que fue dado el 20 de enero del 2021, recalcó que estaba asumiendo su puesto en

el peor momento de pandemia. En el trayecto de sus campañas electorales, el presidente electo dejó claro que una de sus prioridades será poner énfasis al covid 19, lo que se le fue de las manos a Trump, Biden intenta recuperar el apoyo y las alianzas de otros países para poder sacar a su país de la crisis sanitaria que atravesaban.

Uno de los puntos claros que dejó en sus campañas fue colocar un alto a este virus, a dar prioridad al descontrol del covid 19, además reactivar la economía de todo un país y de ciudadanos que quedaron sin empleo a raíz de una larga cuarentena. La administración del expresidente se rumoraba que sufrían de grandes presiones en las cuales solicitaban a las autoridades que se eviten más despidos y no siga creciendo la tasa de desempleo. En esta línea, Biden (2020) exhorta a la unión para poder superar toda situación que afecte la estabilidad.

Estados Unidos junto al covid 19 formaron parte de las campañas electorales, dando un fuerte golpe a todo un país con un alrededor de 170.000 estadounidenses fallecidos y unos 5 millones de contagio, según la plataforma digital de la (BBC NEWS, 2020). Además, dijo que “la tragedia por la que estamos pasando, no tenía que ser así de grave”.

Entre otros países más golpeados que atravesó en la pandemia está Argentina, según la BBC News, este país llevaba dos años de recesión y tenía una de las peores tasas de inflación y una de las monedas más evaluadas del mundo cuando llegó el coronavirus en marzo de 2020. (BBC News, 2021)

Esta cifra es aún más baja a la caída del Producto Interno Bruto (PIB) que vivió este país en el año 2001/ 2002, que hasta ese momento fue la peor de su historia y así más de la mitad de los ciudadanos argentinos padecieron y pasaron por debajo de la línea de la pobreza, hasta estos años que volvió a pasar por la pandemia.

Vizzotti (2022) comenta que los países están pasando uno de sus peores momentos social y económicamente, sin embargo, más allá de la desagradable situación para el sector de salud que después de todo este tiempo se nota la falta de infraestructura y la necesidad para afrontar la avalancha de casos con covid 19.

Sin duda, un reto para los gobiernos y sustentar más espacios para personas que iban con este virus y puedan ser atendidas, porque momentos críticos que pasa este país, sucedió con muchos más, la economía quedaba corta para poder controlar la emergencia

sanitaria, una gran incertidumbre que llega a pasar por el “peor momento”, que atraviesa una sociedad en pandemia.

Contagios, muertes, personas afectadas, pérdida de empleo, caída económica, tiempos pesados para este país, una sociedad agotada, desesperada por la extensa cuarentena, al borde del colapso se pasó en el aérea intensa de los hospitales, la falta de medicina implicaba mucho en varios países, con la esperanza de que ya empezaran a llegar las primeras vacunas, como la Sinovac, Pfizer, AstraZeneca, y Johnson & Jonhson.

Fernández (2021) afirmó que se necesitan empresarios que apuesten por salir adelante económicamente y se puedan ayudar con sus necesidades más vulnerables. Por consiguiente, la crisis sanitaria devastó a muchos países frente a este enorme desafío que nadie vio venir, llegó a arrebatar nos la vida de muchas personas, el distanciamiento social que no era costumbre al salir de cada hogar era la vida de cada persona quien combatía todos los días.

2.2.11. Proceso de vacunación

Cuando empezaron a llegar las vacunas después de casi 2 años por todos los países, se pudo respirar un poco de paz en una sociedad llena de miedo sin saber cuándo llegaría la cura de esta enfermedad. El primer país que aprobó la vacuna llamada Pfizer fue Reino Unido la cual tiene un 95% de seguridad y protección contra el covid 19.

Las diferentes vacunas como la Pfizer, Sinovac, Aztrazeneca, Johnson & Johnson entre otras, tiene un objetivo, el cual es la esperanza de todo un país que cumpla su función de evitar que el virus se siga expandiendo por todo el mundo, calmar los contagios en una sociedad y de esa manera poder vivir con más confianza para salir a las calles, sea por trabajo o para adquirir víveres que eran necesarios para poder subsistir.

Sin embargo, el hecho de ya estar vacunados no garantiza la salud o la inmunidad de una persona, se requería seguir con las debidas precauciones dichas desde un inicio, como la de mantener distancia de 2 metros, seguir utilizando la mascarilla, lavarse correctamente las manos y evitar estar en aglomeraciones, no se podía confiar y dejar el trabajo responsable de dejar actuar a la vacuna que solo te aseguraba un 95% de protección, y en otros casos el 63% de eficacia que es la AstraZeneza.

“Al menos 23 personas que recibieron las vacunas de Pfizer/BioNTech contra la COVID-19 murieron en Noruega, y 13 de las muertes posiblemente estén relacionadas con los efectos secundarios de la vacuna, informaron las autoridades este jueves.”
(Agencia Anadolu, 2021)

Según el periódico de Agencia Anadolu (AA Mundo), estas personas que fallecieron a raíz de los efectos secundarios de la vacuna fueron personas de 80 años, debemos mencionar que varias de estas vacunas tienen sus efectos secundarios, los cuales pueden presentarse como dolores de cabeza, fiebre, mareos, vómitos, cualquiera de estos síntomas pudo haber ocasionado la muerte de estas personas.

Cada persona pudo haber presentado distintas señales luego de ser vacunadas, recordemos que cada organismo es diferente, hubo personas que no presentaron ningún malestar y otras que estuvieron varios días con reacciones sistemáticas, en algunos casos no era un caso el cual deba preocuparte, mientras por otro lado los sucesos fueron graves los cuales tuvieron que recurrir a un centro de salud.

Según diario El Universo, en caso de que una persona no presente ningún síntoma o no sienta nada, no significa que sea inmune, la edad, el género, la genética, el entorno, las condiciones preexistentes y sobre todo si lleva una dieta tiene un impacto en cómo podría reaccionar su cuerpo. (El Universo, 2021)

En el ex gobierno de Lenin Moreno, empezaron a llegar las primeras vacunas en torno al 21 de enero del 2021, por medio del mecanismo COVAX. Esta llegada marco un momento para recordar en los ecuatorianos y me refiero a llegar hacer un día histórico, para garantizar el reparto a todo un país que anhelaba por esta llegada.

Ecuador era uno de los países con más contagios en América Latina, los hospitales necesitaban de la vacuna porque no era suficiente con los medicamentos que recetaban en los centros de salud, cada día eran muchas las personas que fallecían a raíz del covid 19, y los ecuatorianos no veían la hora de ver la llegada de las vacunas prometidas por el gobierno en ese entonces el expresidente Lenin Moreno.

Según el Diario El Comercio, el exmandatario. (Moreno, 2021) en su cuenta de twitter se pronunció por la gestión y atención al plan de vacunarse, logrando alrededor de 1 millón de dosis aplicadas al pueblo ecuatoriano

El ministerio de Salud Pública comunicó al país que los primeros que recibirán las dosis será el personal médico que labora en el Hospital General Guasmo del Sur, Hospital Pablo Arturo Suárez y en el Hospital de Especialidades de las Fuerzas Armadas, fueron quienes se les otorgó las primeras vacunas Pfizer contra le covid 19. (Ministerio de Salud Pública, 2021)

Ecuador es la segunda nación de Sudamérica en recibir las vacunas, la llegada de las dosis al país ha generado un impacto de alegría, esperanza y optimismo a toda una sociedad que esperaban con ansias la oportunidad de ser inmunizados contra esta enfermedad que devastó a muchas familias ecuatorianas.

Luego de ser recibida la primera dosis, está más que claro que el cuidado debe seguir, no hay que confiarse en salir a reuniones ni tener mucho contacto con las personas que te rodean, mantener la distancia es importante, se tiene que recordar que hasta el momento son tres dosis que se debe aplicar de la vacuna.

Con respecto a las buenas noticias, luego de ser vacunados el personal médico, se empezó con los adultos mayores quienes son los más propensos de ser atacados de manera más rápida por esta enfermedad, por sus defensas que no son las mismas que una persona joven. De esta manera el Gobierno Nacional realiza el plan piloto de proteger y avanzar de manera eficaz a todo el país ecuatoriano, y sobre todo al personal que se encuentra en primera línea enfrentando esta pandemia.

Moreno deja su mandato el 24 de mayo del 2021, y ocupa el cargo el nuevo presidente electo Guillermo Lasso, quien propuso y cumplió su promesa de vacunar a 9 millones de ecuatorianos en sus primeros 100 días de mandato. Lasso quien es conocido como el exbanquero fue nombrado presidente el 24 de mayo de dicho año, lo cual el país fue entregado con un 3% de la población vacunada contra el covid 19, arduo trabajo que le esperaba en este nuevo cargo.

Finalmente, el presidente actual de la República ecuatoriana, Laso (2021) refiere que se debe trabajar para optimizar la tasa de empleo y con ello la lucha por restablecer los medios que se han visto afectado en los diferentes contextos.

Las estrategias de comunicación se han implementado a favor de los periodistas y por ello, han sido considerados como una población que al igual que los médicos requieren

estar vacunados y afrontar los retos que se presentan con su trabajo de informar todos los días lo que pasaba en nuestro país, al igual que el trabajo de los médicos, los comunicadores corrían el mismo peligro de ser contagiados de covid-19 al estar presentes en primera línea con sus reportajes de alta responsabilidad y verificado.

Por esta razón fueron destacados en ser los primeros en ser vacunados por la razón de estar presente en condiciones de bioseguridad complicadas al igual que el personal de salud y junto a las personas de tercera edad, lo más importante era proteger a los más vulnerables y así evitar más contagios o muertes lamentables.

2.3.1. Marco Conceptual

Producción audiovisual: Según Martínez (1997), la producción audiovisual es aquella producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales; especialmente el cine y la televisión; independientemente del soporte utilizado (film, vídeo, vídeo digital) y del género (ficción, documental, publicidad, entre otros.)

Miembros de la producción: Según Martínez (1997), no hay un equipo de producción predeterminado, ya que serán la complejidad y el presupuesto quienes determinarán la extensión, las responsabilidades y el número de personas implicadas en el proyecto.

Productor: Según Staiger y Thompson (1.997), el productor es el personaje esencial en la realización de un film, que si bien no decide del todo la forma en la que se presentará ante nuestros ojos y oídos, se convierte a veces en el último responsable de que llegue a buen puerto.

Director: Según Martínez (1997), el director de producción es el delegado del productor ejecutivo, cuando una producción adquiere tal envergadura que lo requiere. Puede asumir la gestión administrativa.

Innovación: Innovar es un desarrollo de nuevos procesos para mejorar contenidos en cualquier ámbito, es importante para recrear nuevos planteamientos. En esta nueva sociedad crecer en conocimientos gracias a la tecnología ayudará a tener mayores resultados, innovando pueden dar mejores resultados si lo sabemos aprovechar.

Televisión: Uno de los medios más vistos a nivel mundial es la televisión en el contorno de información a diario, estar informados es esencial para saber que pasa en

nuestro país día a día, puede transmitir contenidos con una señal a distancia logrando llegar a cada lugar de nosotros.

Crisis sanitaria: Entendemos por crisis sanitaria a una circunstancia grave, de algo riesgo, o también una crisis inesperada es decir que no imaginábamos que pasaría como la del Covid 19, que provocó una alta enfermedad en muchas personas, el daño en la salud de una complicada enfermedad sanitaria puede llegar a provocar una muerte imprevista.

Productores audiovisuales: El productor o productora audiovisual es la encargada de la estructura del rodaje de un programa o contenidos, en sí es el que lleva el mando en un equipo de producción que puede estar a cargo uno a más personas. Para un productor lo más importante al momento de componer un proyecto es tener claras las ideas, el enfoque y saber el interés de cada una de ellas.

Preproducción: Según Martínez (1997), es la fase más importante del proceso de producción. Comprende desde el momento en el que nace la idea hasta que empieza la grabación.

Producción: Es la puesta en práctica todas las ideas previas a la grabación en la preproducción. En esta etapa todo el equipo de producción, cámaras, audio, artísticas, decoración, iluminación, etc. el trabajo que se efectúe quede materializado en datos reales, para la preparación de la grabación del día siguiente.

Postproducción: Según Martínez (1997), consiste en la selección del material grabado. De esta forma se eligen las tomas que servirán para la edición y montaje de la obra.

Canales de televisión de entretenimiento y variedades: Los programas de entretenimiento o variedades transmiten contenidos como entrevistas, concursos, juegos o mesa de información de polémica, esta línea de espacio tiene un alto rating de televidentes, quienes son los impulsores para que estos programas sigan saliendo al aire.

Medios digitales: Los medios digitales pueden crear cualquier tipo de contenido que pueda generar la comunicación realizada a través del internet forjando un intercambio de información entre usuarios y productores de contenidos digitales.

Plataformas digitales: Es un portal o ciber sitio en internet cuyo contenido es ejecutable ya sea visuales, de texto, audios, videos, etc, donde se han convertido en el canal de comunicación más importante ya que permite llegar a una cantidad ilimitada de usuarios.

Audiencia: Es el número de personas o usuarios que buscan interactuar con los diferentes medios de comunicación, ya que sin ellos los medios no tendrían ganancia para reproducir sus programas en vivo y grabado.

Sonido: Según Martínez (1997) en rodaje, los encargados del sonido cinematográfico son el técnico de sonido y los microfonistas. En la postproducción se suman el editor de sonido, el compositor de la música incidental y los artistas de efectos sonoros (foley) y de doblaje, para generar la banda sonora original.

Tendencia: Adaptabilidad de contenidos y flexibilidad profesional que la actividad audiovisual es protagonista a las transformaciones donde el mundo de las imágenes y los sonidos requieren nuevos formatos para crecer laboralmente y vincularse con los consumidores.

2.4. Marco Legal

Dentro de la investigación, el marco legal ayudará que la información sea manejada de una manera más formal y científica. Para el desarrollo de esta investigación se seleccionará la Constitución Del Ecuador en su capítulo de comunicación e información y también la Ley Orgánica de Comunicación del Ecuador.

2.4.1. Ley orgánica de la comunicación

Art. 5.- Medios de comunicación social.- Para efectos de esta ley, se consideran medios de comunicación social a las empresas, organizaciones públicas, privadas y comunitarias, así como a las personas concesionarias de frecuencias de radio y televisión, que prestan el servicio público de comunicación masiva que usan como herramienta medios impresos o servicios de radio, televisión y audio y vídeo por suscripción, cuyos contenidos pueden ser generados o replicados por el medio de comunicación a través de internet. (Comunicación, 2019)

Art. 6.- Alcance territorial de los medios de comunicación social. Los medios de comunicación social adquieren carácter nacional cuando su cobertura, publicación o circulación, según corresponda, llegue a más del 30% o más de la población del país, de acuerdo con el último censo nacional. Para contabilizar y verificar la adecuación al parámetro antes establecido, se considerará de forma conjunta a todas las compañías que operen un mismo medio audiovisual o impreso nacional, ya sea de forma directa a título de ediciones regionales o con cualquier otro mecanismo. Los medios de comunicación social adquieren carácter regional cuando su cobertura, publicación o circulación según corresponda, llegue a más del 5% y hasta el 30% de la población del país de acuerdo con el último censo nacional.

Los medios de comunicación de carácter local adquieren su carácter cuando su cobertura, publicación o circulación, según corresponda llegue hasta el 5% de la población del país, de acuerdo con el último censo nacional. Los medios de comunicación social de carácter nacional no podrán pertenecer en más del 49% de su paquete accionario, de forma directa o indirecta, a organizaciones o compañías extranjeras domiciliadas fuera del Estado Ecuatoriano, ni a ciudadanos extranjeros, salvo aquellos ciudadanos extranjeros que residan de manera regular en el territorio nacional.

Art. 7.- Información de relevancia pública o de interés general. - Es la información difundida a través de los medios de comunicación acerca de los asuntos públicos y de interés general. La información o contenidos considerados de entretenimiento, que sean difundidos a través de los medios de comunicación, adquieren la condición de información de relevancia pública, cuando en tales contenidos se viole el derecho a la honra de las personas u otros derechos constitucionalmente establecidos.

Art. 17.- Derecho a la libertad de pensamiento y expresión. Para el desarrollo y aplicación de la presente Ley, toda persona tiene el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión. Este derecho comprende la libertad de buscar, recibir y difundir información ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección, e incluye el no ser molestado a causa de sus opiniones.

No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel, de periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por

cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

Los espectáculos públicos pueden ser sometidos por la Ley a censura previa con el exclusivo objeto de regular el acceso a ellos para la protección de la infancia y la adolescencia, sin perjuicio de lo establecido en el inciso segundo. Estará prohibida toda propaganda en favor de la guerra y toda apología del odio nacional, racial o religioso que constituyan incitaciones a la violencia o cualquier otra acción ilegal similar contra cualquier persona o grupo de personas.

Art. 23.- Derecho a la rectificación. Las personas tienen derecho a que los medios de comunicación rectifiquen la información que han difundido sobre ellas, o sobre asuntos a su cargo por informaciones inexactas o agraviantes emitidas en su perjuicio a través de medios de comunicación legalmente reglamentados y que se dirijan al público en general. Los medios de comunicación tienen la obligación jurídica de realizar o publicar según el caso, de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones, página y sección en medios escritos o en el mismo programa, horario o espacio en medios audiovisuales, para las rectificaciones que haya lugar en el término de 72 horas o en las próximas 3 programaciones, contadas a partir de presentado el reclamo por escrito de la persona afectada. La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asistan o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos, de conformidad con sus competencias. En ningún caso la rectificación eximirá de las otras responsabilidades legales en que se haya incurrido.

Art. 24.- Derecho a la réplica o respuesta. Toda persona que haya sido directamente aludida a través de un medio de comunicación, de forma que afecte sus derechos a la dignidad, honra o reputación, tiene derecho a que ese medio publique o brinde acceso para que se realice su réplica o respuesta de forma gratuita, con las mismas características, dimensiones, página o sección en medios escritos, o en el mismo programa, espacio y horario en medios audiovisuales, en el término de 72 horas o en las próximas 3 programaciones, a partir de la solicitud escrita planteada por la persona afectada. La persona afectada podrá ejercer las acciones constitucionales que le asistan o acudir a la Defensoría del Pueblo para que inicie los procesos de protección de derechos, de conformidad con sus competencias. En ningún caso la réplica o respuesta eximirá de las otras responsabilidades legales en que se incurra.

Art. 31.- Derecho a la protección de las comunicaciones personales. - Todas las personas tienen derecho a la inviolabilidad y al secreto de sus comunicaciones personales, ya sea que éstas se hayan realizado verbalmente, a través de las redes y servicios de telecomunicaciones legalmente autorizadas o estén soportadas en papel o dispositivos de almacenamiento electrónico. Queda prohibido grabar o registrar por cualquier medio las comunicaciones personales de terceros sin que ellos hayan conocido y autorizado dicha grabación o registro, salvo el caso de las investigaciones encubiertas autorizadas y ordenadas por un juez competente y ejecutadas de acuerdo con la ley.

La violación de este derecho será sancionada de acuerdo con la ley.

Art. 33.- Derecho a la creación de medios de comunicación social. - Todas las personas, en igualdad de oportunidades y condiciones, tienen derecho a formar medios de comunicación, con las limitaciones constitucionales y legales establecidas para las entidades o grupos financieros y empresariales, sus representantes legales, miembros de su directorio y accionistas. La violación de este derecho se sancionará de acuerdo con la ley.

Art. 46.- Objetivos. El Sistema Nacional de Comunicación tiene los siguientes objetivos:

a) Coordinar las capacidades de los representantes públicos, privados y comunitarios que conforman el sistema para promover el pleno ejercicio de los derechos de la comunicación, reconocidos en los instrumentos internacionales de derechos humanos, la Constitución y la Ley.

b) Desarrollar e implementar mecanismos de planificación pública participativa y descentralizada para la definición, control social y adecuación de todas las políticas públicas de comunicación.

c) Formular recomendaciones para la optimización de la inversión pública y el cumplimiento de los objetivos y metas definidos en el Plan Nacional de Desarrollo relacionados con los derechos a la comunicación.

d) Producir permanentemente información sobre los avances y dificultades en la aplicabilidad de los derechos de la comunicación, desempeño de los medios de comunicación, y el aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación e

información, teniendo como parámetros de referencia principalmente los contenidos en instrumentos internacionales de derechos humanos, en la Constitución y la presente Ley.

Art. 97.- Espacio para la producción audiovisual nacional.- Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de producciones nacionales cinematográficas y de creaciones audiovisuales, de programas y series argumentales, documentales, experimentales, de animación y de técnica mixta; así como producciones de video arte, videos musicales, telenovelas y otras producciones de autor.

Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente, calculado en función de la programación total diaria del medio. La difusión de contenidos de producción nacional que no puedan ser transmitidos en horario apto para todo público será imputable a la cuota de pantalla que deben cumplir los medios de comunicación audiovisual. Para el cómputo del porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente se exceptúa el tiempo dedicado a publicidad o servicios de televenta. La cuota de pantalla para la producción nacional independiente se cumplirá con obras de productores acreditados por la autoridad encargada del fomento del cine y de la producción audiovisual nacional.

Art. 101.- Productores nacionales independientes. - Productor nacional independiente es una persona natural o jurídica que no tiene relación laboral, vínculo de parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad, ni vinculación societaria o comercial dominante con el medio de comunicación audiovisual al que licencia los derechos de difusión de su obra. Se entenderá que existe vinculación societaria o comercial dominante cuando:

1. El productor nacional independiente y el medio de comunicación audiovisual pertenezcan al mismo grupo económico

2. Una misma persona es titular de más del 6% del capital social del medio de comunicación audiovisual y de la empresa productora. Habrá vínculo entre el productor nacional independiente y los propietarios, representantes legales, accionistas o socios mayoritarios del medio de comunicación audiovisual, cuando haya parentesco de hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad. Las sociedades productoras, de

capital extranjero o que dependan de una empresa extranjera en función de sus órganos ejecutivos, su capital social o su estrategia empresarial, no se considerarán productores nacionales independientes.

2.4.2. Constitución de la República del Ecuador

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación. 27

3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.

4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.

5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación. (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente (Constitución de la República del Ecuador, 2008)

CAPÍTULO 3

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología

El presente estudio tuvo una naturaleza mixta, es decir con una combinación de métodos cuantitativos como cualitativos. Esto en relación con Hernández, Fernández, & Baptista (2014) al considerar que este enfoque permite profundizar el objeto de estudio.

Desde este enfoque se consideró la información de datos con encuestas y entrevistas planteadas a expertos en producción audiovisual y audiencia que están inmersas al consumo audiovisual.

3.1.1. Enfoque cualitativo, mixto

El presente estudio ha sido desarrollado con un enfoque de carácter mixto (cuantitativo-cualitativo) y tiene mayor relevancia en lo cualitativo. Al hilo de lo señalado, Barrantes (2014) citado en (Salas, 2019) refiere que este proceso favorece la profundización y análisis de los datos para responder a la problemática presentada.

En este sentido, conviene resaltar que, ante la aplicación de los instrumentos valorados en el estudio, ha permitido el análisis de la crisis sanitaria y su incidencia en la producción audiovisual.

3.1.2. Tipo de investigación

3.1.3. De campo

Este proyecto de investigación tuvo como objetivo estudiar la adaptación de la productora audiovisual “Recorptv Producciones” y el canal de la universidad Católica Santiago de Guayaquil, saber la manera en la que pudieron salir adelante con nuevos contenidos e innovación de streaming en sus programas.

La pandemia del covid-19 afectó a varios productores audiovisuales quienes se encargaban de generar información de variedad en sus segmentos, a raíz de esta enfermedad no podían transmitir contenido, lo cual llevó a cerrar varios programas y productoras.

3.1.4. Descriptiva

El proyecto de titulación “LA CRISIS SANITARIA Y SU INCIDENCIA EN LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL” y permitió analizar el impacto por el cual pasaron los productores audiovisuales y saber cuáles fueron las estrategias para que las productoras tuvieran que innovar en tiempo de pandemia.

De esta manera este trabajo de investigación describe en qué tiempo determinado los productores audiovisuales pudieron levantar cabeza y seguir con sus programas de entretenimiento y variedades para su público televidente y por otro lado hubo trabajo para los que tienen sus propias productoras audiovisuales.

3.1.5. Bibliográfica

La investigación se desarrolló mediante la recolección de información para dar fundamento a la investigación utilizando sitios web, tesis ensayos, artículos científicos que da buen valor al tema.

3.1.6. Entrevista

Las entrevistas se utilizaron para comprender y analizar las estrategias de innovación de los nuevos contenidos audiovisuales y el rol de los productores audiovisuales en tiempo de pandemia, en donde la mayor parte se vio afectada en programas de entretenimientos, variedades, entre otros.

Se entrevistaron a expertos como al productor del medio digital recorp tv producciones, se conversará con un realizador audiovisual y productor de campo, desde el país vecino Colombia. Además, se conversó con el director de programas de variedades del canal Universitario de la Católica, por otro lado, productores audiovisuales con trabajo independiente.

Se llevó a cabo varios temas de relevancia con referencia a esta pandemia, que de una u otra manera ha dejado muchas personas sin empleo por motivos de ya no generar contenido y esto daba como resultado a ya no obtener ingresos económicos por el bajo rating de una audiencia.

3.1.7. Técnica de encuesta

Este recurso de encuesta se empleó para recolectar datos importantes sobre la producción audiovisual, desde el punto de vista investigativo, realizado por un cuestionario previamente elaborado y revisado, permitiendo llegar a compartir con personas que tengan conocimiento en el trabajo audiovisual, los cuales serán analizados posteriormente y poder descubrir las causas del problema.

3.1.8. Instrumentos de investigación

3.1.8.1. Cuestionario de preguntas

En esta investigación se recopilaron datos directos y relevantes a través de las encuestas, este tiene como finalidad valorar los intereses por medio de las encuestas, para el cual se desarrolló un cuestionario de 12 preguntas cerradas, a un grupo de audiencia consumidora de la producción audiovisual.

3.1.8.2. Guion de la entrevista

Esta herramienta se empleó para recolectar datos cualitativos, para el cual se elaboró una guía de 10 preguntas abiertas dirigidas a expertos en producción audiovisual, sobre la elaboración de sus contenidos, importancia de crear nuevos productos y la aceptación de la audiencia en general.

3.1.9. Población

Se define como población al “conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”. (p.207) (Lepkowski, 2014)

Para desarrollar la presente investigación se optó por trabajar con una población compuesta por expertos y consumidores en la producción audiovisual. Además, la población la constituyen la productora Recorp Tv Producciones y el Canal Universitario de la Católica Santiago de Guayaquil

3.1.10. Muestra

La muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. (Roberto Hernández Sampieri, 2014).

3.1.10.1. Muestra intencional

El investigador decide según los objetivos, los elementos que integrarán la muestra, considerando aquellas unidades supuestamente típicas de la población que se desea conocer. (Pedro Luis López, 2004)

En este proyecto de tesis se entrevistaron a directivos de las productoras objeto de estudio y se encuestaron bajo un muestreo intencional no probabilístico a un grupo conformado por 50 personas que cumplen las siguientes características para ser seleccionadas.

3.1.11. Análisis de resultados

El análisis de resultados inicia mediante la recolección y tabulación de datos cualitativos, en este caso, los consumidores audiovisuales entre los 20-40 años para luego presentar los resultados en forma de tablas y cuadros estadísticos más el análisis de cada uno de los datos recolectados.

3.1.12. Presentación y tabulación de encuestas

Se presentará las preguntas con sus respectivos gráfico y análisis para explicar los resultados obtenidos.

Encuesta realizada a consumidores de la producción audiovisual

1 ¿Conoce usted lo que es la producción audiovisual?

Tabla1: Conocimiento de la producción audiovisual.

Datos	Frecuencia	Porcentaje
Si	40	80,00%
No	10	20,00%
Total	50	100%

Fuente: Conocimiento de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

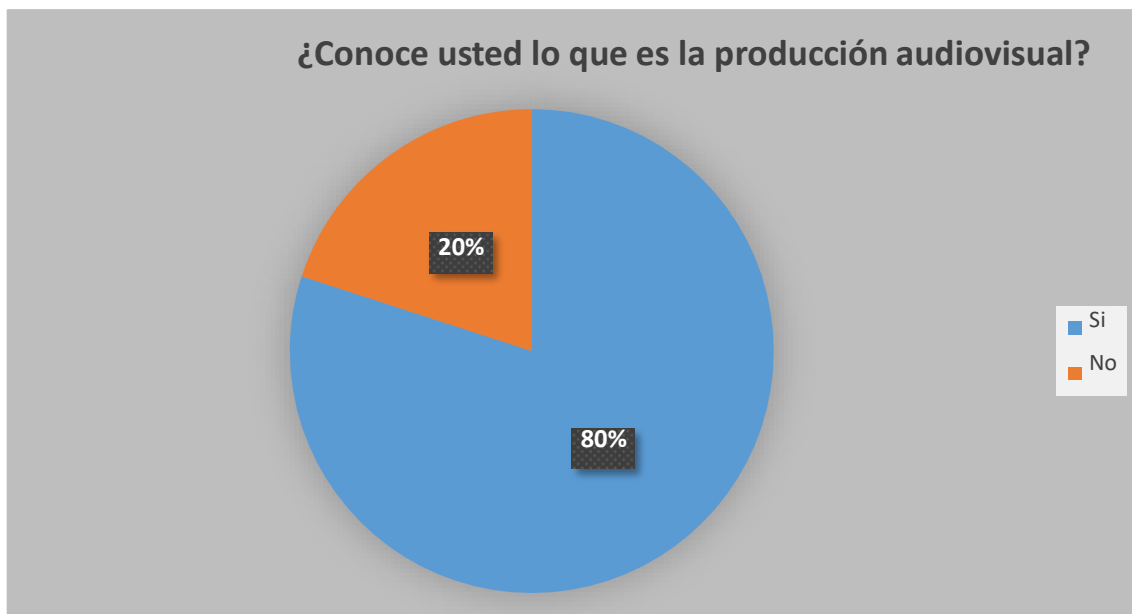


Figura 1: Conocimiento de la producción audiovisual

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

Interpretación:

El 80% de los encuestados indican que si conocen lo que significa producción audiovisual y el 20% manifestó no tener la información, lo que pone en evidencia de que es un área que tiene interés y acogida lo que significa que existe un mayor número de consumidor audiovisual.

2 ¿Cuál es tu aplicación audiovisual de preferencia?

Tabla 2: Aplicaciones de preferencia

-FACEBOOK	30	60%
-SPOTIFY	5	10%
-INSTAGRAM	14	28%
-TWITTER	1	2%
Amazon	0	0%
Otros	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

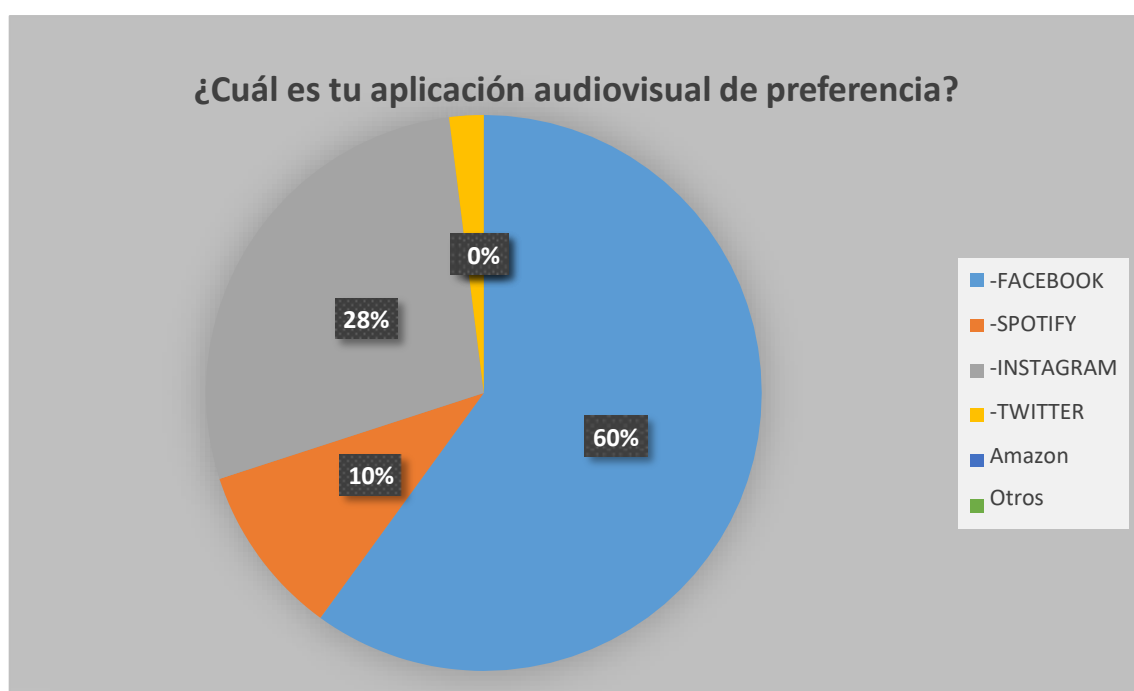


Figura 2: Aplicaciones de preferencia

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C.(2022)

Interpretación:

La plataforma audiovisual con mayor preferencia, interés y gran acogida de los consumidores es el Facebook con el 60% de audiencia, dejando en el segundo lugar a Instagram con el 28%, con poco interés, Spotify tiene un 10% de preferencia al momento de consumir el producto y twitter una aplicación con poca acogida para los amantes del entretenimiento con 0%.

3 ¿Considera usted que la producción audiovisual resultó afectada en la pandemia del Covid 19?

Tabla 3: ¿Considera que la producción resulto afectada en pandemia?

-Totalmente de acuerdo	7	14%
-De acuerdo	10	20%
-Indeciso	12	24%
-En desacuerdo	21	42%
Total	50	100%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

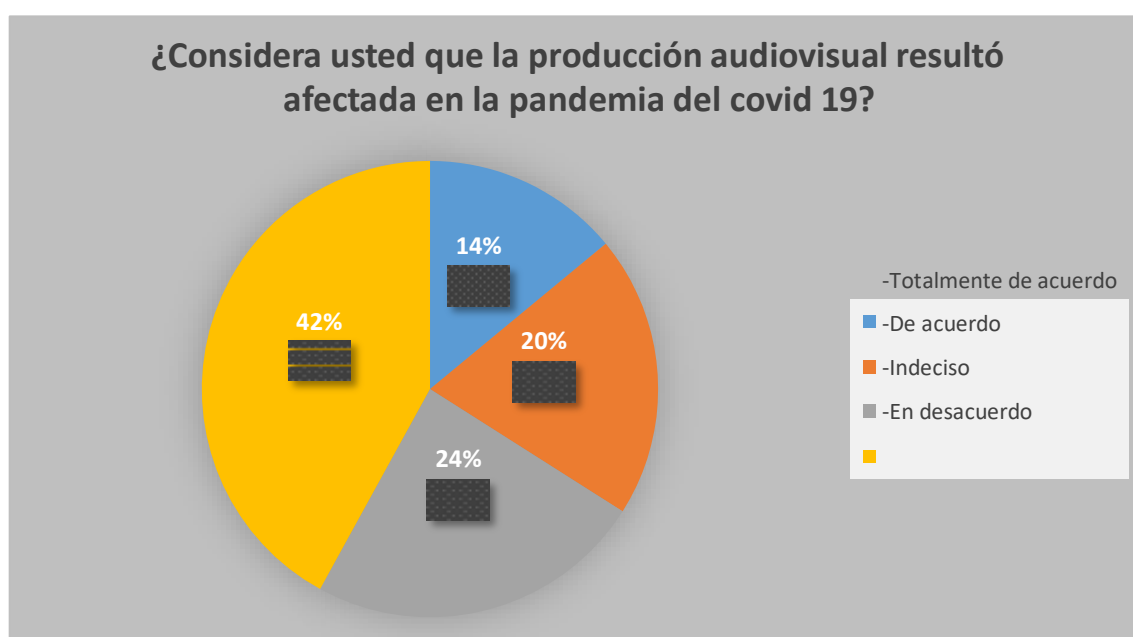


Figura 3: ¿Considera que la producción resulto afectada en pandemia?

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C.(2022)

Interpretación:

El 42% de los consumidores considera estar en desacuerdo que la producción audiovisual se vio afectada en la pandemia del covid-19, dejando con un 14% a las personas que están totalmente de acuerdo, por otro lado, el 24% está indeciso y un 20% resulta que esta de acuerdo que la producción audiovisual se vio afectada con la llegada de la pandemia del covid-19.

4 ¿Con qué frecuencia te gustaría saber técnicas de productor para manejar un programa de televisión, radio o productoras?

Tabla 4: Te gustaría saber técnicas para manejar un programa de televisión, radio o productoras.

-Muy frecuente	21	42%
-Frecuentemente	16	32%
-Ocasionalmente	11	22%
-Nunca	2	4%
Total	50	100%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)



Figura 4: Conocimiento sobre la producción audiovisual

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

Interpretación

Muy frecuente es lo que el consumidor de la producción audiovisual le gustaría o están interesados en saber las técnicas de productor así poder manejar un programa de televisión, radio o productoras, con el 32% frecuentemente le gustaría saber de las técnicas, el 22% de los consumidores ocasionalmente y el 4% nunca le gustaría saber de las técnicas.

5 ¿Usted cree que la tecnología favoreció a la producción audiovisual al momento de la creación y reproducción de sus contenidos?

Tabla 5: ¿Cree que la tecnología ayuda a mejorar a la producción audiovisual en contenidos?

-Totalmente de acuerdo	28	56%
-De acuerdo	10	20%
-Indeciso	8	16%
-En desacuerdo	4	8%
Total	50	100%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

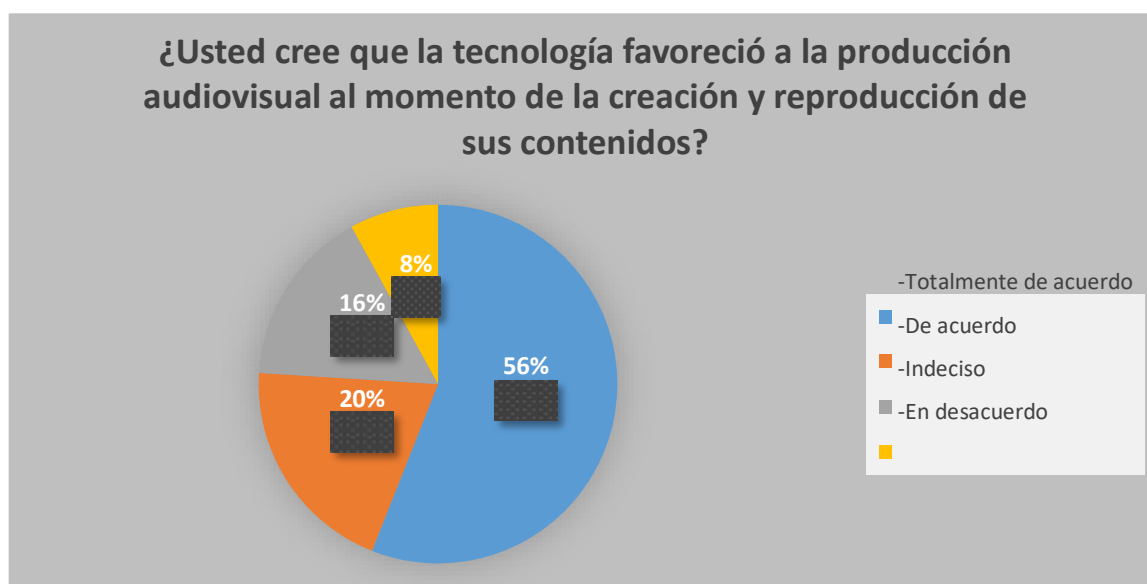


Figura 5: ¿Cree que la tecnología ayuda a mejorar a la producción audiovisual en contenidos?

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C.(2022)

Interpretación:

Entre los consumidores el 56% están totalmente de acuerdo y creen que la tecnología favoreció a la producción audiovisual estando de acuerdo el 20% , aunque algunos consumidores consideran estar indeciso con el 16% y en desacuerdo un 8%.

6 ¿Conoces alguna productora audiovisual que se vio afectada por la pandemia?

Tabla 6: ¿Conoces alguna productora que se vio afectada en la crisis sanitaria?

Si	11	22%
No	39	78%
Total	50	100%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

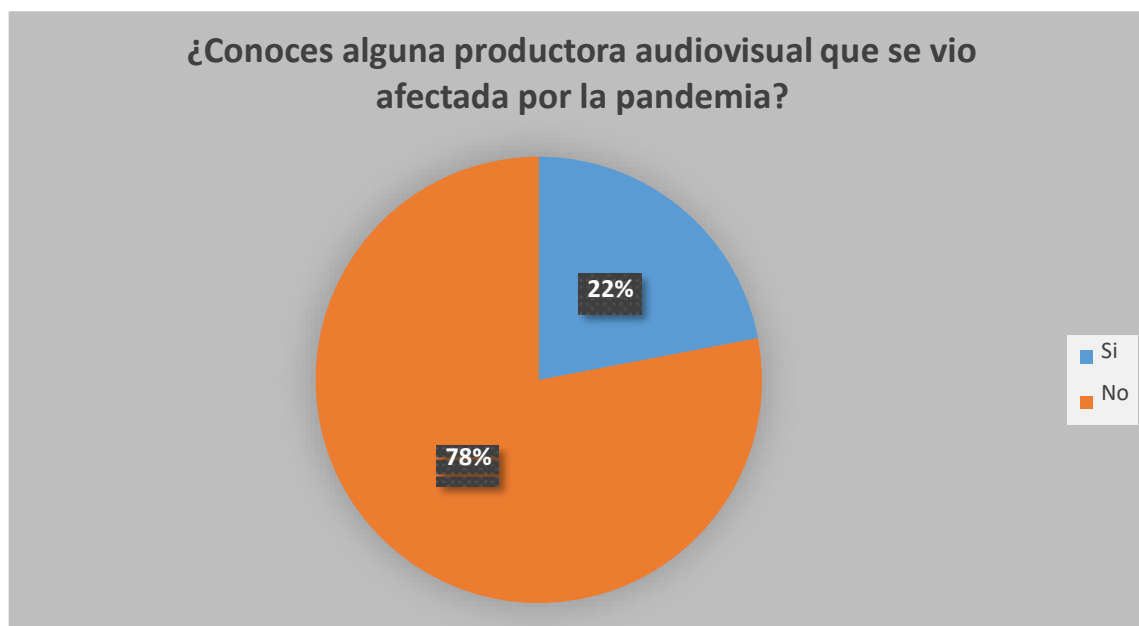


Figura 6: ¿Conoces alguna productora que se vio afectada en la crisis sanitaria?

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C.(2022)

Interpretación:

El 78% de los consumidores desconoce de alguna productora se vio afectada en esta crisis sanitaria dejando con el 22% que si conocen.

7 ¿Piensa usted que hubo pérdidas económicas para la industria de la producción audiovisual?

Tabla 7: Piensa que hubo pérdidas económicas en la producción audiovisual por el COVID 19.

-Totalmente de acuerdo	8	16%
-De acuerdo	23	46%
-Indeciso	11	22%
-En desacuerdo	8	16%
Total	50	100%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

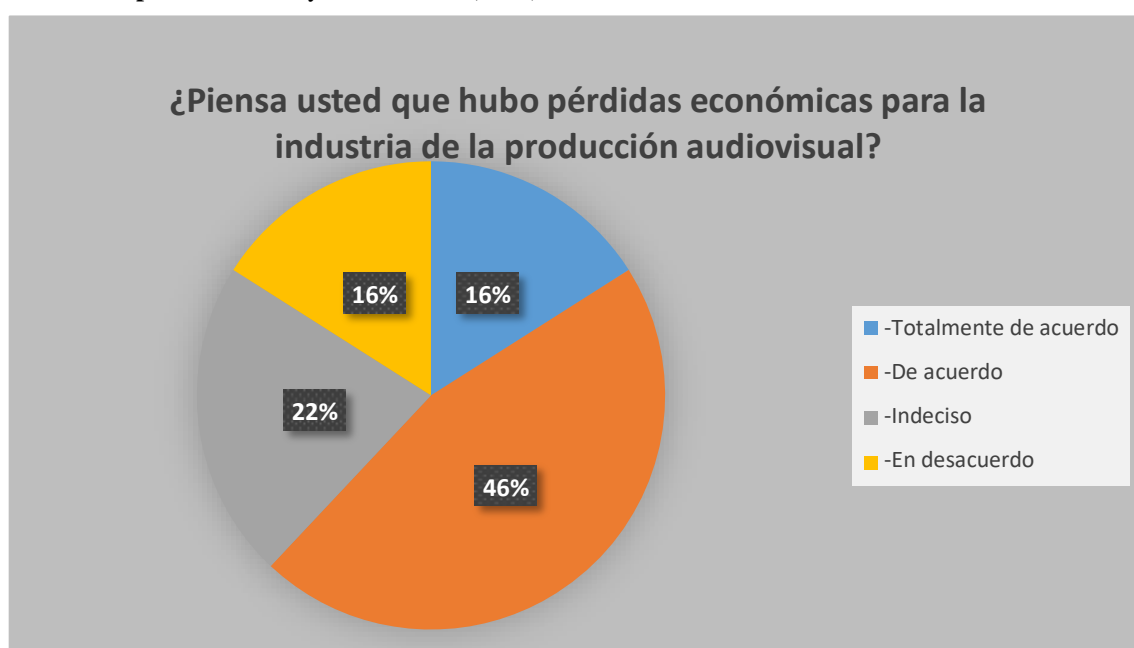


Figura 7: Conocimiento sobre la producción audiovisual

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C.(2022)

Interpretación:

El 16% tuvo igualdad, mientras un grupo de personas analizaron y llegaron a la conclusión que, si hubo pérdidas económicas y tuvieron que cerrar algunos programas por falta de contenido, por otro lado, optaron la opción de que no altero la economía porque empezaron a innovar gracias a la tecnología y obtuvieron buenos resultados.

8 ¿Cuál es su plataforma streaming de su preferencia?

Tabla 8: Preferencia de plataformas de streaming.

-NETFLIX	33	66%
-HBO	2	4%
-DISNEY	2	4%
-YOUTUBE	12	24%
-OTROS	1	2%
Total	50	100%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

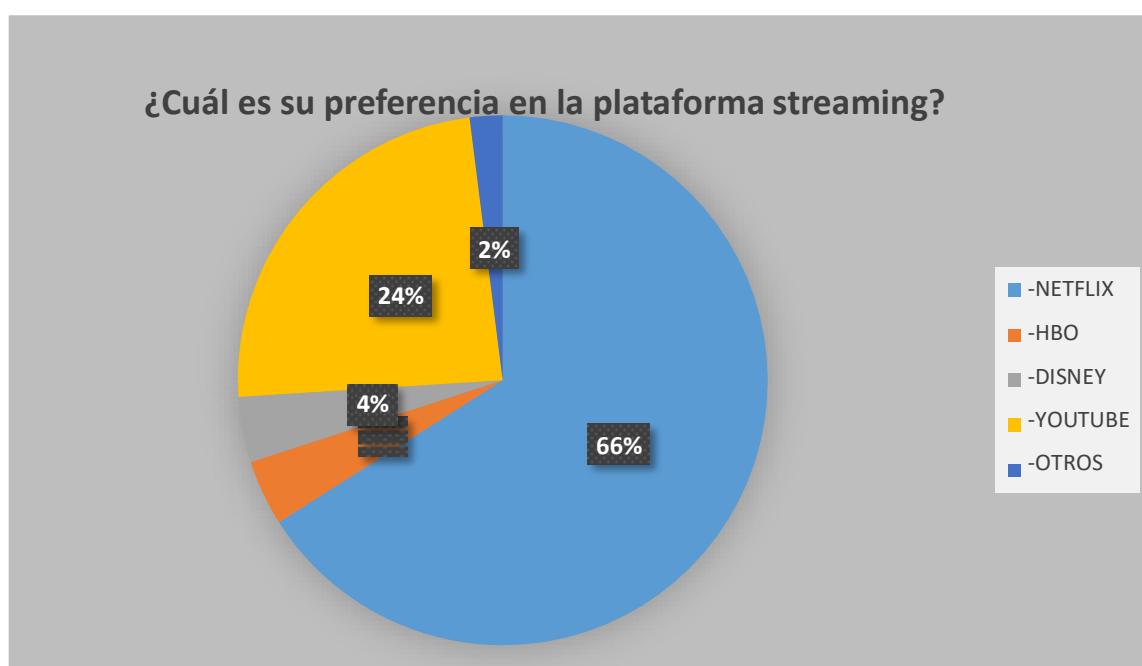


Figura 8: Preferencia de plataforma de streaming

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C.(2022)

Interpretación:

Netflix es la plataforma streaming de preferencia con un 60% consumen esta plataforma atras no se queda youtube con el 24% de los consumidores continúan con la vieja plataforma, HBO y Disney con el 4% y algunos amantes del entretenimiento prefieren otras plataformas.

9 ¿Sabe usted cómo producir audiovisualmente?

Tabla 9: Conocimiento para producir audiovisualmente.

-Si	17	34%
-No	16	32%
-Me gustaría aprender	17	34%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

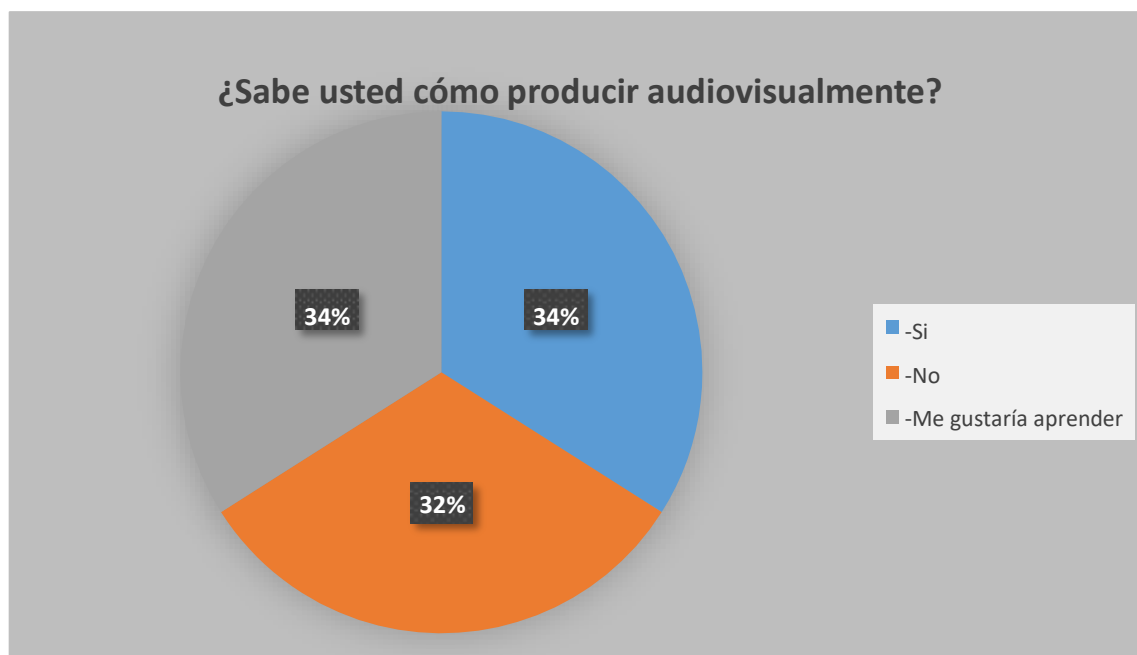


Figura 9: Conocimiento para producir audiovisualmente.

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C.(2022)

Interpretación:

Muchos se preguntan cómo producir audiovisualmente por eso el 34% de los consumidores le gustaría aprender e estarían interesados como algunos le gustaría aprender el 34% si saben producir audiovisualmente y 32% no

10 ¿Ha participado en alguna producción audiovisual?

Tabla 10: Participación en producción audiovisual

-SI	15	30%
-NO	35	70%
Total	50	100%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

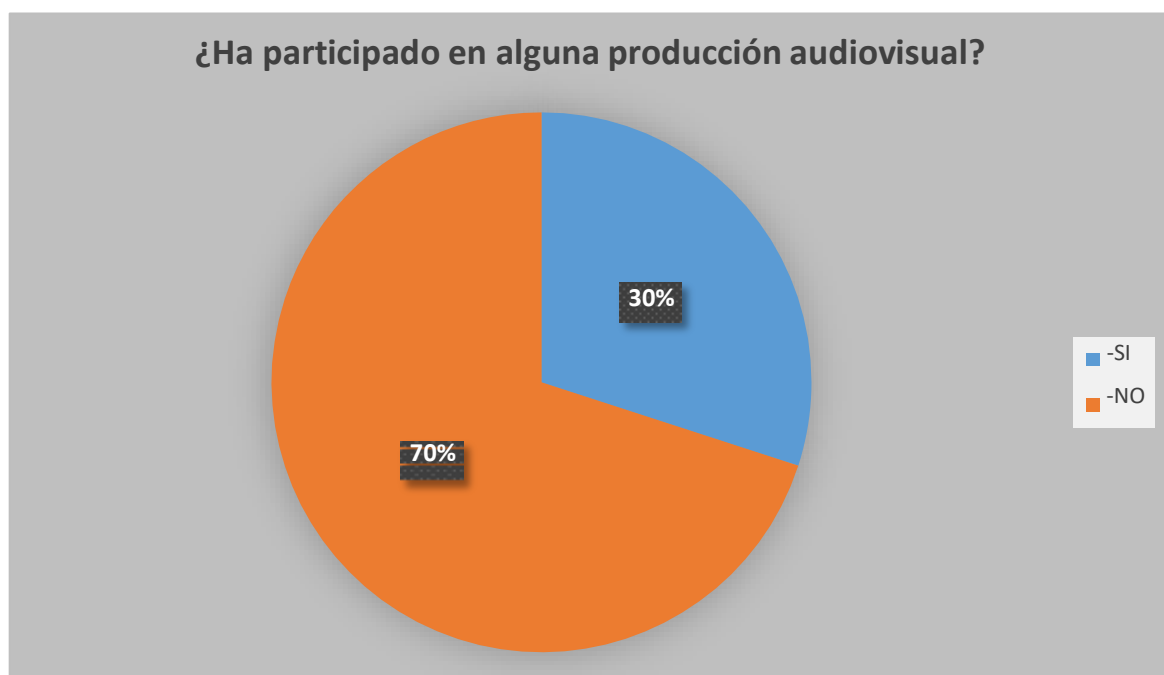


Figura 10: Participación en producción audiovisual

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C.(2022)

Interpretación:

Entre los consumidores de la producción audiovisual el 70% han participado en alguna producción audiovisual y el 30% no han participado.

11 ¿Usted cree que produciendo audiovisualmente podrá generar ingresos?

Tabla 11: Se puede generar ingresos por medio de producciones audiovisuales

-Totalmente de acuerdo	23	46%
-De acuerdo	22	44%
-Indeciso	5	10%
-En desacuerdo	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

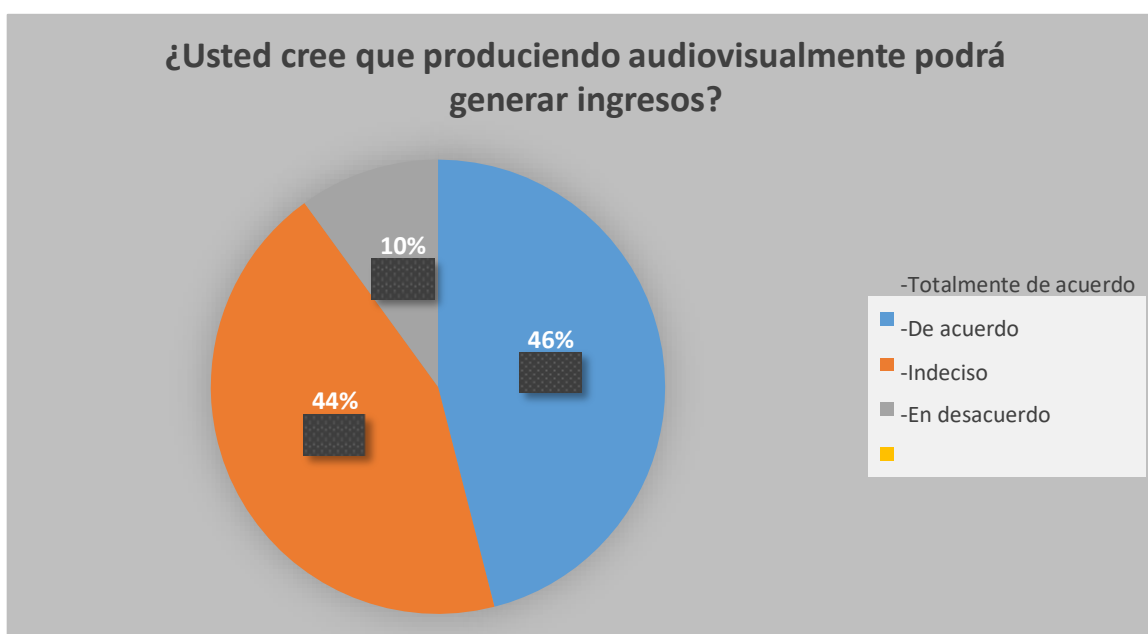


Figura 11: Se puede generar ingresos por medio de producciones audiovisuales.

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C.(2022)

Interpretación

La mayoría de los consumidores consideran que están totalmente de acuerdo que puede generar ingresos produciendo audiovisualmente por detrás consideran que están de acuerdo y el 10% están indeciso.

12 ¿Cree usted que innovar contenidos fue una buena estrategia para no perder audiencia?

Tabla 12: Generar nuevos contenidos es una buena estrategia para no perder audiencia

-Totalmente de acuerdo	26	52%
-De acuerdo	21	42%
-Indeciso	3	6%
-En desacuerdo	0	0%
Total	50	100%

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual

Elaborado por: Maruri, H. y Tumbaco, C. (2022)

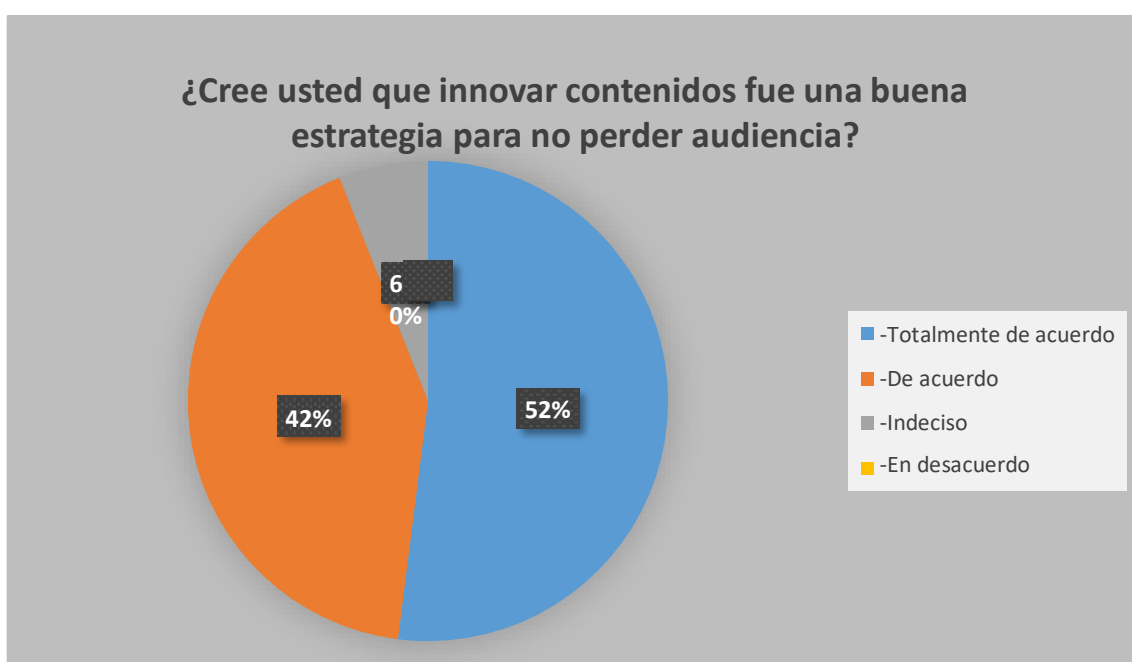


Figura 12: Generar nuevos contenidos es buena estrategia para no perder audiencia.

Fuente: Consumidores de la producción audiovisual.

Elaborado: Maruri, H. y Tumbaco, C.(2022)

Interpretación:

La producción audiovisual genera cada día nuevas estrategias y contenidos para no perder a una audiencia amante del entretenimiento, donde los consumidores consideran con el 52% estar totalmente acuerdo y 42% estar de acuerdo con la industria del entretenimiento y el 6% están indeciso o no conocen de los cambios.

3.1.13. Análisis de entrevistas

Andrés Díaz

Productor Audiovisual del medio digital Recorp tv producciones

Andrés Empezó en la producción audiovisual hace 18 años y la productora que construyó lleva 10 años y siempre se ha llamado Recorp tv producciones, se inspiró en el hecho de antes e incluso en la actualidad la producción audiovisual sigue siendo el séptimo arte tanto como producción audiovisual y fotográfico.

Antes impactaba la publicidad después de la crisis sanitaria, todo el mundo necesita a la producción audiovisual lo que único que interfiere el antes y después de la pandemia es el hecho que ahora en la actualidad todo el mundo tiene un teléfono en mano y puede hacer producción puede hacer fotos y videos pero hasta ahí sigue siendo producción, a nivel más empírico no tan profesional pero a la larga no, pero igual vende y lo promociona a nivel de redes, la producción audiovisual no necesita nada, más bien la gente necesita de la producción audiovisual para poder exponer su producto e imagen y llegar a más clientes.

A nivel de la crisis sanitaria todo bajó, la marca depende de uno para poder llegar al público y como no tienen ingresos para hacer y llegar a más público y como no tienen quién compre todo es una cadena todo cae. Hablando en nivel empresarial y a nivel social que la productora cubre evento y hacen cobertura social y no haber nada de shows también caen todo es a nivel global todo es una cadena, hablando del cine y de la nueva tendencia que había salido Netflix bajo porque la gente necesitaba consumir si pero bajó un poco en los primeros meses que hizo a nivel de redes social a nivel de Netflix subió porque la gente necesitaba distraerse si era un riesgo para la empresas empezar a meterse, pero ellos ya vienen apostando desde muchos años atrás antes de la pandemia pero cuando llego la pandemia la gente se encerró y la única opción que tenía era consumir redes sociales, tv cable, Netflix a nivel de ecuador subimos por lo menos unos 5 años en el área digital.

Una de las sugerencias que se llegó a nivel de la productora fue en la actualización pero igual tocó esperar la pandemia para que todo el mundo empiece a equilibrarse y actualizarse a nivel de redes sociales, empezar hacer marketing digital para poder llegar a más gente y a un mercado más específico llegar a un target más a un cliente donde uno

quiera venderlo, lo que hizo fue actualizarse crear campañas crear estrategias nuevas del mercado ya no tanto en lo tradicional sino a nivel digital y eso hizo que la productora tenga un repunte muy alto incluso la productora se partió en dos y ahora se va a partir en tres, quiere decir que se hace sub empresas divididas para un target específico siguen siendo una sola productora pero empresas diferentes.

La motivación es el hecho en que actualizarse hace que crean cosas nuevas hay un mercado inmenso de gente uno como productor y como persona que tiene una empresa que crea en este caso cree y di cursos más allá de la necesidad económicas y la necesidad de la gente la gente quería aprender a crear contenido quería aprender a hacer fotos quería aprender a hacer videos si tiene una herramienta espectacular que el teléfono pero no tienen los conceptos básicos para poder crear un video entonces en autorizaciones que te mencioné hace un rato y de actualización a nivel de marketing digital vienen también la actualización hacia la gente yo aprendí marketing digital y tanto gente quiere aprender a hacer vídeos entonces la productora en este caso mi persona hizo talleres y charlas para aportar a la gente fue un recurso económico que tuve que hacer también para poder evitar que la productora caiga más bien eso hizo que la productora llegue a un concepto de poco a poco y llevándola a una escuela audiovisual.

Adolfo Delgado Barreto (Colombia)

Realizador Audiovisual y Productor de Campo

Adolfo Delgado Barreto es productor y realizador audiovisual, ha ejercido la profesión desde año 2003 en diferentes tipos de formato para cine y televisión que van desde el documental, series de televisión, entretenimiento, cultural, largometrajes entre otros.

Lleva trabajando en la industria audiovisual alrededor de 18 años, la vocación de ser productor sin duda a su trabajo le ha aportado a ser una persona organizada que detecta las variables de un proyecto audiovisual y evalúa según su formato las necesidades que este mismo tiene, para diseñar una hoja de ruta que permite cumplir con las exigencias del proyecto, por otro lado hacia la vida personal su profesión lo ha permitido aprender a ser sensible a los cambios que pueda ocurrir en el camino de la vida misma y sobrellevarlos.

Antes de la crisis sanitaria la producción audiovisual desde su punto de vista adolecía de una seria conciencia del factor humano como un punto de inflexión y puede colapsar una producción, ahora luego de la crisis sanitaria eso ha cambiado por que se ha hecho consciencia del cuidado del personal que hace posible llevar en marchó un producto audiovisual.

La baja audiencia responde claramente a dos dinámicas, la desconexión de quien produce por ofrecer al público productos que conecten con él y por otro lado en ese mismo sentido, se deriva que las historias no retan inconscientemente al espectador para descubrir algo nuevo.

Sin duda la misma pandemia se volcó por encontrar narrativas nuevas y contundentes, par ventanas como internet al igual de tener mucho más en cuenta el medio físico en las cuales se consumen esos productos, como los teléfonos celulares.

Las audiencias tienen que conectarse rápido con las historias, pues quien consumir mucho en un corto tiempo, lo que obliga a los guionistas en pensar en que sus giros y comienzos de las historias sean mucho más contundentes.

Entrevista Lcda. Isabel Ronquillo, Productora de radio y televisión del canal Universitario de la Católica.

La productora de calidad en radio y televisión del canal de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, manifestó una de las necesidades básicas fue el uso de nuevas tecnologías para la producción y emisión de informativos. Además, uno de los indicadores para no perder audiencia fue temas de interés, interacción con la audiencia, información de último momento y no dejar de colgar contenido en redes sociales para mayor alcance. Por otro lado, frente a la emergencia sanitaria hubo un antes y un después, comenta que toco volcar todo a lo virtual ya sea entrevista con autoridades, expertos en salud, y demás por vía zoom, entrevistas que anteriormente se hacían de forma virtual. El covid 19 ha hecho que nos transformemos y usemos cada vez más estas herramientas tecnológicas para la producción audiovisual. Recalca que unas de las motivaciones siempre ha sido la necesidad de mantener informado a la ciudadanía.

Entrevista Lcdo. Marco Faican, Productor audiovisual de televisión del canal Universitario de la Católica.

El productor audiovisual del canal de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, con más de 8 años de experiencia comenta que la producción audiovisual en el país desde siempre no ha tenido un buen apoyo económico por parte del estado y tampoco un impulso a nivel artístico. La mayoría de las producciones nacionales tiene que hacer casi que malabares para lograr sacar un producto, al menos los que están enfocados en el área cinematográfica. En la pantalla chica los retos son otros pues la parte económica depende de las pautas publicitarias y programas al aire, más bien pienso que en este aspecto se vieron afectados los comunicadores sociales dedicados al área de noticias, puesto que durante la pandemia hubo falta de transparencia en la información y poco acceso a la misma. inclusive en algún momento se culpó a los medios mismos de generar alarma social y de mal informar. Por otro lado, manifiesta que uno de los factores los cuales hace bajar de audiencia son los siguientes:

- Poco interés por parte de auspiciantes en pautar publicidad para un programa
- Que un programa no tenga un feedback con su público objetivo a través de redes
- Los niveles bajos de audiencia
- Que un programa no logre alcance en su público objetivo

En las sugerencias que se tuvo que adaptar al trabajo por medio de la pandemia debido al número de personas contagiadas, peor posterior a ello se reestructuró la forma de trabajar y en su totalidad se trabajó desde casa en un 100% la parte de post producción y en un 75% las grabaciones, muchas de los trabajos se realizaban en casa desde teléfonos móviles con alta resolución, mientras el 25% se grababa en estudio con altas medidas de bioseguridad y con poco personal posteriormente conforme se fue tratando de volver a la normalidad.

Entrevista Lcdo. Johan Pacchar, director de cámaras y productor general del Canal de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

El director general destacó la importancia de actualizarse cada día en la tecnología, la utilidad que tienen estas herramientas de redes sociales que nos conecta a lo audiovisual para de esta manera no dejar de generar contenido y no perder rating, como productor comenta que en tiempos de pandemia no dejaron de generar contenidos, cabe recalcar que dos programas cerraron por falta de contenido, como es el segmento llamado “Desde la

U” y “Agenda Universitaria. El segmento de noticias no dejó de trabajar a raíz del covid 19, las entrevistas eran vía online y no hubo complicaciones para seguir generando contenido.

CONCLUSIONES

Luego de haber obtenido las entrevistas y encuestas a través de los métodos de investigación, llegamos a la siguiente conclusión.

- Los encuestados afirman que a pesar de que la pandemia afectó a la humanidad en los diferentes contextos, se desarrolló la capacidad empática y se logró avanzar en la producción audiovisual. En este sentido, la industria del entretenimiento recibe una gran acogida de consumidores por lo cual es un medio que se adaptó rápidamente con la tecnología.
- Se llegó a la conclusión que la herramienta más importante para poder innovar en la industria audiovisual es la tecnología, de esta manera se puede mejorar más el contenido de las productoras y mejorar la calidad en los segmentos y lograr un alto contenido para el grupo objetivo y no bajar el rating.
- Respaldándonos en las encuestas se precisa que la mayoría de las personas inmersas en el estudio, consideran que el saber producir audiovisualmente ayuda a generar ingresos extras porque puedes aceptar trabajos aparte del tuyo y te podrán contratar para eventos como bodas, fiestas, programas casuales entre otros.
- También se recoge el interés obtenido de la población sobre el valor de la producción audiovisual en aras de poner más importancia a los productores independientes, ya que son los personajes principales para que un segmento o programa salga al aire sin ningún problema, y tienen el control de llevar a cargo la responsabilidad de que sea una planificación de excelencia.

RECOMENDACIONES

En base a las conclusiones del trabajo de investigación, procedemos a emitir las siguientes recomendaciones.

- Una buena estrategia siempre es necesaria para que se trabaje con una visión innovadora y dispuesto a superar los retos para realizar cosas nuevas que generen impacto en redes sociales, televisión o streaming.
- La producción nunca puede quedarse en stop, se tiene que estar en constante aprendizaje para mejorar en los contenidos, recordemos que un productor tiene una máxima importancia tal cual como cualquier que conforme un programa.
- Para los productores es recomendable mantenerse en constante aprendizaje, nunca se sabe cuándo toque recrear nuevas ideas y esto se basa en el conocimiento audiovisual que va sujetado a la tecnología.
- Las plataformas digitales es una gran ayuda y aporte para la producción por medio de redes sociales o streaming en diferentes puntos se puede llegar a más personas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agencia Anadolu. (18 de Diciembre de 2020). *Agencia Anadolu*. Obtenido de Agencia Anadolu : <https://www.aa.com.tr/es/mundo/encuesta-afirma-que-estados-unidos-fue-el-pa%C3%ADs-que-peor-manej%C3%B3-la-pandemia/2081643>
- Agencia Anadolu. (15 de enero de 2021). *Agencia Anadolu*. Obtenido de Agencia Anadolu: <https://www.aa.com.tr/es/mundo/efectos-secundarios-de-la-vacuna-contr-la-covid-19-podr%C3%ADan-causar-la-muerte/2111622>
- Auza-Santiváñez, Jhossmar Cristians, Condori-Villca, Nayra, & Jiménez-Santiváñez, Ghisel Milenka. (2020). Medios de comunicación durante la pandemia, dos contextos tras una mirada crítica. *Revista Cubana de Investigaciones Biomédicas*, 39(3), e1011. Epub 01 de septiembre de 2020. Recuperado en 07 de marzo de 2022, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-03002020000300033&lng=es&tlng=es.
- Fernández, A. (8 de Mayo de 2021). *AA MUNDO*. Obtenido de AA MUNDO: <https://www.aa.com.tr/es/mundo/argentina-anuncia-la-creaci%C3%B3n-de-nuevas-medidas-de-asistencia-social/2233248>
- Allan Lichtman. (2020 de noviembre de 2020). *BBC Mundo*. Obtenido de BB Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-54856997>
- Anahí Hoeneisen. (17 de enero de 2021). *el comercio*. Obtenido de el comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/sector-audiovisual-incertidumbres-ecuador-pandemia.html>
- BBC NEWS. (21 de Agosto de 2020). *BBC NEWS*. Obtenido de BBC NEWS: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-53858060>
- BBC News. (1 de abril de 2021). *BBC News*. Obtenido de BBC News: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-56597781>
- Baque, A. & Morales, J. (2021) Producción de contenidos audiovisuales para la formación de usuarios: Caso. Biblioteca Alejandro Muñoz Dávila de la

Universidad Técnica de Manabí. Revista de Tecnologías de la Informática y Telecomunicaciones. Vol. 5 No 1 p. 34-35.
<https://revistas.utm.edu.ec/index.php/Informaticaysistemas/article/view/3519/3598>

Biagi, I. (Marzo de 2016). *Los inicios en el periodismo*. Obtenido de Los inicios en el periodismo : https://www.researchgate.net/profile/Monica-Maldonado-4/publication/303857182_Los_inicios_en_el_periodismo_digital/links/576bec9908ae9bd70995daa0/Los-inicios-en-el-periodismo-digital.pdf

Clares, J. (11 de abril de 2021). *el diario de la educación*. Obtenido de el diario de la educación : <https://eldiariodelaeducacion.com/educacion-en-redes-y-tecnologia/2021/04/11/las-plataformas-de-streaming-representan-ya-una-cuartaparte-del-mercado-televisivo/>

Clares-Gavilán, J.; Medina-Cambrón, A. (2018). “Desarrollo y asentamiento del vídeo bajo demanda (VOD) en España: el caso de Filmin”. *El profesional de la información*, v. 27, n. 4, pp. 909-920.
<https://revista.profesionaldelainformacion.com/index.php/EPI/article/view/epi.2018.jul.19/40592>

Comunicación, L. O. (2019). *Registro Oficial Suplemento 22 de 25-jun.-2013*. QUITO.

Constitución de la República del Ecuador. (2008). *Comunicación e información*. MonteCristi.

Chauca, R. (2021) La covid-19 en Ecuador: fragilidad política y precariedad de la salud
Revista Testemunho. V.28, n.2, abr.-jun. 2021, p.587-591
<https://doi.org/10.1590/S0104-59702021005000003>

El Universo. (2021 de abril de 2021). *El Universo*. Obtenido de El Universo:
<https://www.eluniverso.com/larevista/salud/que-significa-no-tener-sintomas-despues-de-la-vacuna-contra-el-covid-19-nota/>

Fondevila Gascón. (Marzo de 2016). *Los inicios en el periodismo digital*. Obtenido de Los inicios en el periodismo digital: https://www.researchgate.net/profile/Monica-Maldonado-4/publication/303857182_Los_inicios_en_el_periodismo_digital/links/576bec9908ae9bd70995daa0/Los-inicios-en-el-periodismo-digital.pdf

4/publication/303857182_Los_inicios_en_el_periodismo_digital/links/576bec9908ae9bd70995daa0/Los-inicios-en-el-periodismo-digital.pdf

López, G. (17 de enero de 2021). *el comercio*. Obtenido de el comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/sector-audiovisual-incertidumbres-ecuador-pandemia.html>

Lasso, G. (2 de mayo de 2021). *Diario el universo*. Obtenido de Diario el universo: <https://www.eluniverso.com/noticias/politica/guillermo-lasso-la-mesa-no-solo-no-esta-servida-sino-que-no-hay-vacunas-sobre-ella-nota/>

Hidalgo-Marí, T. y Segarra-Saavedra, J. (2021). La producción científica sobre televisión en comunicación: un estudio sistemático en Web of Science. *Doxa Comunicación*, 33, pp. 363-376. <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/article/view/858/2409>

Hinojosa Becerra y Ruiz San Miguel y Marín Gutiérrez. (Marzo de 2016). *Los inicios en el periodismo digital*. Obtenido de Los inicios en el periodismo digital: https://www.researchgate.net/profile/Monica-Maldonado-4/publication/303857182_Los_inicios_en_el_periodismo_digital/links/576bec9908ae9bd70995daa0/Los-inicios-en-el-periodismo-digital.pdf

Biden, J. (21 de Agosto de 2020). *BBC NEWS*. Obtenido de BBC NEWS: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-53858060>

Velázquez, J. (21 de enero de 2021). *Ministerio de Salud Pública*. Obtenido de Ministerio de Salud Pública: <https://www.salud.gob.ec/en-ecuador-inicio-la-vacunacion-contrala-covid-19/>

La Unesco. (Abril 2020). Pandemia y educación superior. *SciELO*, 3.

Moreno, L. (2 de Mayo de 2021). *Diario El Comercio*. Obtenido de Diario El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/politica/lenin-moreno-millon-vacuna-covid.html>

Martínez Abadía, J., & Fernández, F. D. (Diciembre 2010). *Manual del productor audiovisual*. Barcelona, España: Universitat Oberta de Catalunya.

Ministerio de Salud Pública. (21 de enero de 2021). *Gobierno del Encuentro*. Obtenido de Gobierno del Encuentro: <https://www.salud.gob.ec/en-ecuador-inicio-la-vacunacion-contra-la-covid-19/>

Neira, E. (11 de abril de 2021). *el diario de la educación*. Obtenido de el diario de la educación: <https://eldiariodelaeducacion.com/educacion-en-redes-y-tecnologia/2021/04/11/las-plataformas-de-streaming-representan-ya-una-cuarta-parte-del-mercado-televisivo/>

Neira, E. (11 de abril de 2021). *el diario de la educación*. Obtenido de el diario de la educación: <https://eldiariodelaeducacion.com/educacion-en-redes-y-tecnologia/2021/04/11/las-plataformas-de-streaming-representan-ya-una-cuarta-parte-del-mercado-televisivo/>

Neira, E. (11 de abril de 2021). *el diario de la educación*. Obtenido de el diario de la educación: <https://eldiariodelaeducacion.com/educacion-en-redes-y-tecnologia/2021/04/11/las-plataformas-de-streaming-representan-ya-una-cuarta-parte-del-mercado-televisivo/>

Neira, E. (11 de abril de 2021). *el diario de la educación*. Obtenido de el diario de la educación: <https://eldiariodelaeducacion.com/educacion-en-redes-y-tecnologia/2021/04/11/las-plataformas-de-streaming-representan-ya-una-cuarta-parte-del-mercado-televisivo/>

Organización Mundial de la Salud. (28 de 04 de 2020). *BBC NEWS*. Obtenido de BBC NEWS: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52451074>

Organización Mundial de la Salud. (marzo de 2020). *Bupa*. Obtenido de Bupa: <https://www.bupasalud.com.ec/salud/coronavirus>

Organización Mundial de la Salud. (13 de marzo de 2020). *La Hora*. Obtenido de La Hora: <https://lahora.com.ec/noticia/1102311818/el-coronavirus-pone-en-emergencia-a-todo-ecuador>

Organización Mundial de la Salud. (21 de julio de 2021). *BBC NEWS*. Obtenido de BBC NEWS: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-57888582>

Ortiz, M. J. (2018). *Producción y realización en medios audiovisuales* . España :
Universidad de Alicante .

Roldós, S. (28 de Abril de 2020). *Análisis Carolina*. Obtenido de Análisis Carolina:
<https://www.fundacioncarolina.es/wp-content/uploads/2020/04/AC-23.-2020.pdf>

Rodríguez, G. (2020) Atlas del Cineclub. Metodologías, estrategias y herramientas. Tomo
1. Primera edición. Impreso en México pp. 326

Tuñón, J. (25 de febrero de 2021). *el universo*. Obtenido de el universo:
<https://www.eluniverso.com/noticias/internacional/plataformas-de-streaming-como-netflix-y-amazon-prime-video-han-obtenido-el-25-del-mercado-televisivo-mundial-durante-la-pandemia-nota/>

Zelizer, J. (28 de 04 de 2020). *BBC NEWS*. Obtenido de BBC NEWS:
<https://www.bbc.com/mundo/noticias-internacional-52>

ANEXOS 1: Formato de Encuestas

1 ¿Conoces de la producción audiovisual?

Si

No

2 ¿Cuál es tu aplicación audiovisual de preferencia?

Facebook

Spotify

Instagram

Amazon Music

3 ¿Considera

usted que la

producción

audiovisual

resultó

afectada en la

pandemia del

Covid 19?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Indeciso

En desacuerdo

4 ¿Con qué frecuencia te gustaría saber técnicas de productor para manejar un programa de televisión, radio o productoras?

Muy frecuente

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

5 ¿Usted cree que la tecnología favoreció a la producción audiovisual al momento de la creación y reproducción de sus contenidos?

Totalmente de acuerdo
De acuerdo
Indeciso
En desacuerdo

6 ¿Conoces alguna productora audiovisual que se vio afectada por la pandemia?

Si

No

7 ¿Piensa usted que hubo pérdidas económicas para la industria de la producción audiovisual?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Indeciso

En desacuerdo

8 ¿Cuál es su plataforma streaming favorita?

Netflix

HBO

Disney

Youtube

Otros

9 ¿Sabe usted como producir audiovisualmente?

Si

No

Me gustaría aprender

10 ¿Usted cree que produciendo audiovisualmente podrá generar ingresos?

Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Indeciso

En desacuerdo

11 ¿Cree usted que innovar contenidos fue una buena estrategia para no perder audiencia?

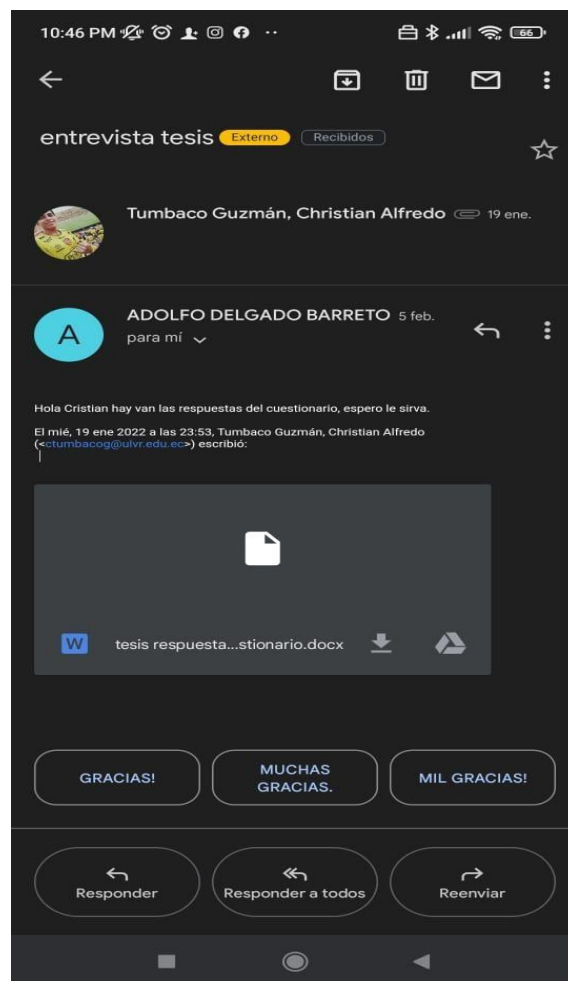
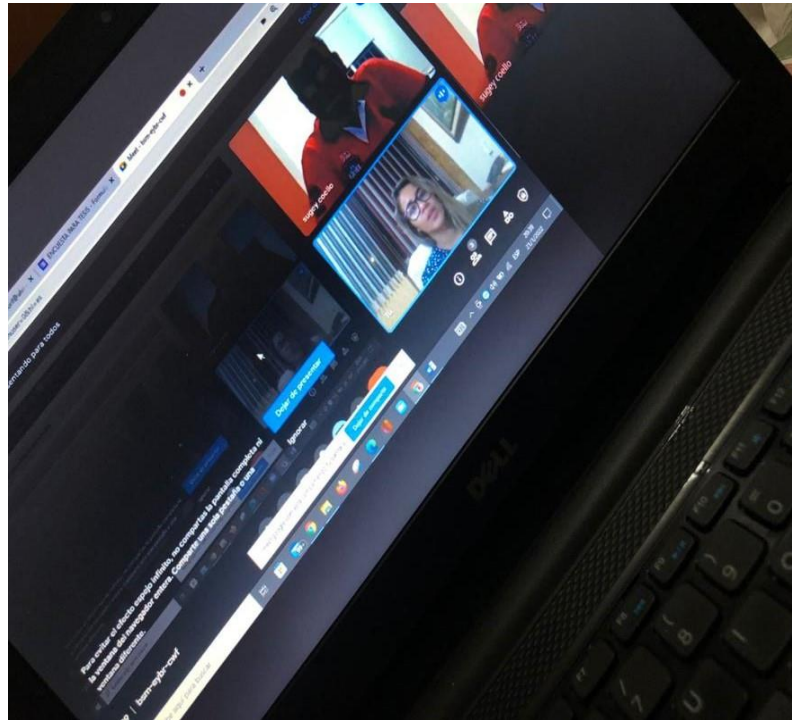
Totalmente de acuerdo

De acuerdo

Indeciso

En desacuerdo

ANEXO 2: Entrevistas



El explorador admite Outlook.com como controlador de correo electrónico predeterminado. Probar ahora Volver a preguntar más tarde No volver a mostrar

Eliminar Archivo No deseado Limpia Mover a Categorizar Posponer

ENTREVISTA TESIS

Mar 25/1/2022 15:50

Para: Usted

Preguntas de tesis

1. ¿Qué tiempo lleva en la industria audiovisual y explique de qué forma ha incidido su vocación a la producción audiovisual en su vida personal y profesional?

Llevo 5 años haciendo radio y televisión en calidad de productora de noticias. Creo que mi vocación ha incidido en mi vida personal en cuanto a la resolución de inconvenientes de último momento. Es imprescindible poder desarrollar esa habilidad ya que en el trabajo como en la vida personal, es determinante tener la capacidad de resolución rápida de problemas.
2. ¿Qué necesidades evidencia la producción audiovisual antes y después de la crisis sanitaria? Fundamente su respuesta

Más que todo en medio de la pandemia, uno de las necesidades básicas fue el uso de nuevas tecnologías para la producción y emisión de informativos.
3. ¿Qué indicadores puede mencionar que resalten el rating bajo de audiencia?
 - Temas de interés actual
 - Interacción con la audiencia
 - Información de último momento (salidas en vivo)
 - Colgar los contenidos en redes sociales (para mayor alcance)

Sponsored Stories

Pasaje: Liquidación de...
Automóviles Seminuevos [...]

2022 es el año de...
Usafis

¡Regístrese por una...
globalusgreencard.org

Recomendado por