



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

TRABAJO DE TITULACIÓN EN OPCIÓN AL GRADO DE:

**“INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN Y
MULTIMEDIA”**

TEMA:

**REALIZACIÓN DE UN “LIVESTREAMING” PARA
COMPLEMENTAR LA PROMOCIÓN DEL CIRCO SOCIAL QUITO.**

AUTOR: Jonathan Andres Tiaguaro Benalcázar

TUTOR: Phd. Elfio Pérez Figueiras

Quito - Ecuador

2016

AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera de Producción de Tv y Multimedia, declaro que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Ingeniería en Producción de Televisión y Multimedia, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, Octubre 2016

ESTUDIANTE

Jonathan Tiaguaro Benalcázar

CC: 171739651-7

RESUMEN

El proyecto Circo Social es una iniciativa de la Vicepresidencia de la república del Ecuador, tiene como objetivo brindar a los jóvenes un espacio donde puedan desarrollarse tanto social como artísticamente mediante un proceso pedagógico donde las artes circenses son el eje fundamental de aprendizaje.

La tecnología avanza a pasos agigantados en cuanto a formas de transmitir un mensaje, una de ellas; la tecnología Livestream. Una tecnología capaz de emitir archivos multimedia en tiempo real a través de la web, es decir, permite visualizar a tiempo real un evento desde su hogar, oficina o cualquier parte del mundo a través de un ordenador o Smartphone con conexión a internet.

La finalidad del presente proyecto es comunicar sobre ¿qué es? el Circo Social Quito y mostrar las expresiones artísticas que se forman en este espacio, a través del programa online "CIRCO EN VIVO".

Palabras clave: COMUNICACIÓN, LENGUAJE AUDIOVISUAL, PUBLICIDAD, LIVESTREAM, CIRCO SOCIAL QUITO

ABSTRACT

The Social Circus is an initiative by the Ecuadorian vice Presidency. The main purpose of its creation was to provide teenager with an space in which they could develop socially and artistically through a pedagogical process where the circus arts are the cornerstone.

During the last decades technology has taken giant leaps in the improvement and creations of new communication means; one of the most important and that has influenced the society behavior is “Live Streaming”, which lets users witness events in real time, and even share any kind of file with friends or co-workers, from anywhere in the world to anywhere in the world, needing nothing but an Internet connection in any laptop, pc, tablet or smartphone.

Therefore and considering the above the objective of this project is to introduce the Social Circus through “Circus Online”, a live-stream show aimed to highlight the importance of this art in the community, and also to serve as a showroom for artistic expression surging within the Social Circus project.

Key words: COMMUNICATION, AUDIOVISUAL LANGUAGE, PUBLICITY, LIVESTREAM, SOCIAL CIRCUS QUITO

DEDICATORIA

Dedico el presente proyecto principalmente a Dios por darme la salud y vida. A mis padres por el esfuerzo que han realizado durante todo este tiempo para formarme como un hombre de bien para la sociedad. A mi familia, por creer en mí y brindarme su amor y apoyo incondicional.

Jonathan

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la oportunidad conocer, entender y desarrollarme en el ámbito audiovisual profesional. Agradezco a mis padres por su amor infinito brindado cada día, a mis hermanos por ser un apoyo incondicional, a todas las personas que colaboraron para el desarrollo y logro de este proyecto y agradezco a mis tutores por la confianza y la trascendencia de conocimientos puestas en mí.

Jonathan

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Página
PRELIMINARES	
AUTORÍA DE TESIS	II
RESUMEN	III
ABSTRACT	IV
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	VII
1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 PROBLEMA.....	3
1.2 OBJETIVOS.....	4
1.2.1 Objetivo General.....	4
1.2.2 Objetivo Especifico.....	4
2. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICA METODOLÓGICA.....	4
2.1 LA COMUNICACIÓN.....	4
MEDIOS Y SOCIO CULTURA.....	5
2.2 LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.....	7
Lenguaje Audiovisual.....	8
2.3 ETAPAS DE UNA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL.....	8
2.3.1 PREPRODUCCIÓN.....	8
GUIÓN.....	9
2.3.2 PRODUCCIÓN.....	10
2.3.2.1 CÁMARA.....	11
ENCUADRE.....	11
ENCUADRE DESCRIPTIVO.....	11
ENCUADRE NARRATIVO.....	12
ENCUADRE EXPRESIVO.....	12
2.3.2.2 SOPORTES DE CÁMARA.....	13
TRÍPODE.....	13
DOLLY.....	13
GRÚA.....	13
2.3.2.3 MOVIMIENTOS DE CÁMARA.....	13

MOVIMIENTOS FÍSICOS.....	13
PANEO.....	14
TRAVELING.....	14
MOVIMIENTOS ÓPTICOS.....	15
ZOOM.....	15
MACRO.....	15
2.3.2.4 ILUMINACIÓN.....	15
TIPOS DE ILUMINACIÓN.....	16
ILUMINACIÓN EN INTERIORES.....	17
ILUMINACIÓN EN EXTERIORES.....	17
2.3.2.5 EL AUDIO.....	18
MICRÓFONOS.....	18
HANDHELD RECORDER.....	18
2.3.3 POSTPRODUCCIÓN.....	19
EDICIÓN.....	19
ANIMACIÓN.....	19
2.4 PUBLICIDAD.....	20
2.4.1 TIPOS DE PUBLICIDAD.....	21
PUBLICIDAD INSTITUCIONAL.....	21
PUBLICIDAD DE PRODUCTOS.....	21
2.4.2 ETAPAS DE LA PUBLICIDAD.....	22
ETAPA PIONERA.....	22
ETAPA COMPETITIVA.....	22
ETAPA RETENTIVA.....	22
2.5 LIVESTREAM.....	23
2.5.1 ANTECEDENTES.....	23
2.5.2 ARQUITECTURA DEL LIVESTREAM.....	25
2.5.3 TIPOS DE USO DEL LIVESTREAM.....	26
2.5.4 SISTEMA DE PRODUCCIÓN DE UN LIVESTREAM.....	26
EL CONTROL MASTER.....	26
PANEL DE MONITORES.....	27
MESA DE MANDOS.....	27
2.5.5 CONTROL DE VIDEO.....	27
2.5.6 SISTEMA DE INTERCOMUNICACIÓN.....	27

2.5.7	SISTEMA DE ALMACENAMIENTO DE VIDEO.....	28
2.5.8	SISTEMA DE TRANSMISIÓN EN VIVO.....	28
	SERVIDOR.....	29
	PROXY.....	29
2.5.9	DEMANDA DEL LIVESTREAM.....	29
2.5.10	CÓDECS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LIVESTREAM.....	31
2.5.11	EL VALOR AGREGADO DE LIVESTREAM.....	31
2.6	METODOLOGÍA.....	32
2.6.1	MÉTODO DEDUCTIVO.....	33
2.6.2	HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN.....	33
2.6.3	TARGET.....	33
2.6.4	ENCUESTAS.....	34
2.6.5	TABULACIONES.....	35
2.6.6	TESTIMONIO.....	44
2.6.7	RESULTADOS OBTENIDOS.....	46
3.	DESARROLLO DEL PRODUCTO.....	47
3.1	INTRODUCCIÓN.....	47
3.2	BIBLIA DE GUIÓN.....	48
3.2.1	GENERALIDADES DEL PROYECTO.....	48
3.2.2	GUIÓN / ESCALETA.....	49
3.2.3	GUIÓN TÉCNICO.....	51
3.2.4	LISTADO DE CREW.....	51
3.2.5	STORY BOARD.....	52
3.2.6	PROPUESTA DE DIRECCIÓN.....	53
3.2.7	PROMOCIÓN.....	55
3.2.8	DISEÑO DE PRODUCCIÓN.....	55
3.2.9	LOCACIONES.....	57
3.2.10	SONIDO.....	60
3.2.11	CASTING.....	60
3.2.12	PRESUPUESTO.....	61
3.2.13	PLAN DE RODAJE.....	62
3.2.14	MONTAJE Y EDICIÓN.....	62
3.2.15	POSTPRODUCCIÓN.....	63
3.2.16	RECUSRSOS VISUALES.....	64

3.2.17 TRANSMISIÓN ONLINE.....	69
VALIDACIONES.....	70
CONCLUSIONES.....	71
RECOMENDACIONES.....	72
BIBLIOGRAFÍA.....	73
ANEXOS.....	75

1. INTRODUCCIÓN

La comunicación ha desarrollado técnicas y herramientas a lo largo de la historia para ser usada como una estrategia de intercambio de información y/o persuasión entre dos o más entes de la sociedad.

La publicidad es una representación indirecta de la comunicación, es decir, llega al grupo objetivo de manera masiva persuadiendo intereses y necesidades; así generar una nueva expectativa dentro del medio social sobre un producto o servicio.

En el lenguaje audiovisual existen diferentes técnicas y herramientas para el desarrollo de productos audiovisuales, uno de estos: el “Live Streaming”, una técnica digital de transmisión de audio y video que permite registrar un evento en tiempo real en cualquier lugar del mundo. Mediante una plataforma web es difundido por el internet, logrando una emisión del mensaje de manera global.

Un programa web es un producto audiovisual publicitario, como su nombre lo indica está diseñado para transmitirlo en internet, posee características similares en la forma de realización de productos publicitarios para televisión, pero la diferencia está en los procesos de fondo o contenido como: estructura, registro, compresión y transmisión.

Circo Social es una institución que cuenta con el aval del Patronato Municipal San José del Municipio de Quito, es un espacio que fomenta y apoya el desarrollo del arte circense, una alternativa novedosa y positiva para los jóvenes de la ciudad.

PROYECTO CIRCO SOCIAL QUITO

El proyecto Circo Social nace como una iniciativa de la Vicepresidencia del Ecuador para complementar su campaña “Sonríe Ecuador” en el 2011.

Lenin Moreno, segundo mandatario de la república del Ecuador en el año 2011, viaja a Canadá al Festival de la Humor conoce sobre los proyectos de inclusión social que el arte circense ofrece. El Circo du Soleil (Circo del Sol) es en una entidad que apoya la creación

de espacios y proyectos de ayuda comunitaria, entre ellos el llamado “Circo Social”. Proyecto que cuenta con aceptación por más de 23 países, entre ellos Ecuador.

“Es un movimiento, es una manera de trabajar y es una manera de pensar. Es la utilización del arte del circo como medio de intervención para jóvenes y niños en riesgo en situación de ruptura social.” Mariano López, formador del Circo Social.

La finalidad de este proyecto es causar impacto e interacción entre los y las adolescentes y jóvenes del distrito metropolitano de Quito. Mediante una práctica colectiva de las artes del circo mejorar habilidades como disciplina, autoestima, seguridad, perseverancia, trabajo en equipo, solidaridad, respeto, responsabilidad, liderazgo, cooperación y compañerismo. Impulsando un mecanismo que genera transformación social, personal y colectiva.

Los beneficiarios directos del Circo Social son adolescentes y jóvenes de 13 a 29 años de edad, se enfoca principalmente en los jóvenes expuestos a diversos problemas psicosociales víctimas de la situación social y también en jóvenes que netamente quieren ejercer, capacitarse y desarrollarse en el mundo de las artes circenses.

El proyecto Circo Social es un proyecto para jóvenes, conformado por la coordinadora general (Nancy Jaramillo) y técnicos evaluados por el Patronato Municipal San José en áreas afines al arte circense como malabares, danza, acrobacia, teatro, entre otras. Que generan procesos creativos y formativos culturales mediante de las técnicas pedagógicas de arte circense desarrollando valores y habilidades sociales en los jóvenes del distrito metropolitano de Quito.

El Circo Social es un espacio para compartir el arte circense con la comunidad, resaltando su labor social como tal, ofreciendo presentándose en distintas instituciones municipales como el centro del adulto mayor, casa metro, centro de retención provisional, entre otras.

Cuenta con varios talleres interactivos temporales es decir, que cualquier usuario puede incluirse en estas actividades sin tener un flujo de presencia fijo en el Circo Social. Es un espacio abierto para cualquier joven que busque un espacio en el cual se pueda desarrollar su arte. Tras un acuerdo entre el usuario y la institución sobre los valores y

normas que se deben tener al ser usuario de este espacio, cualquier persona puede hacer uso del Circo Social, sea persona nacional o extranjera.

Los ciclos de enseñanza circense se inician el primer mes de año, y el siguiente ciclo se inicia 6 meses después, es decir, los niveles inician en Enero y en Julio. Para inscribirse a los cursos se necesita la copia de la cedula, una fotocopia, llenar una ficha para el o los talleres que deseen integrar y listo, así formarás parte de este proyecto que nos brinda el Patronato Municipal San José.

1.1 PROBLEMA

Circo Social posee un plan estratégico de publicidad de bajo impacto, no existe una correcta difusión visual y audiovisual por lo tanto esta iniciativa no se da a conocer al grupo objetivo de la manera que esta entidad lo requiere, para solucionar este problema el presente proyecto de titulación tiene como tema: REALIZACIÓN DE UN “LIVESTREAMING” PARA COMPLEMENTAR LA PROMOCIÓN DEL CIRCO SOCIAL QUITO.

En un “LIVE STREAMING”, a través del uso correcto de la técnica y los diversos recursos audiovisuales el alcance es infinito. En la actualidad la red internet comprende uno de los principales medios de comunicación de las masas y percibir acciones en tiempo real se ha vuelto indispensable para la evolución de la comunicación; un “LIVE STREAMING” permite explotar este recurso.

La tecnología que permite transmitir archivos multimedia en tiempo real a través de la web, es decir permite visualizar un evento que ocurre al otro lado del mundo desde la comodidad de su hogar, oficina o desde cualquier parte del mundo a través de un ordenador o Smartphone con conexión a internet, usa a la red como medio de almacenamiento y descarga simultanea permitiendo una transmisión en vivo a todo el mundo.

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

Realización de un “Livestreaming” para complementar la promoción del circo social Quito.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estructurar la producción de un Livestream mediante los pasos para realizar un producto audiovisual de calidad.
- Investigar sobre parámetros y requerimientos técnicos que demanda la tecnología Livestream para una transmisión segura.
- Investigar mediante encuestas sobre la percepción publicitaria que tienen los usuarios del circo social sobre este proyecto
- Producir un infoanimado donde comunique el impacto del proyecto Circo Social.

2. CONCEPTUALIZACIÓN TEÓRICO METODOLÓGICA

En el presente trabajo de titulación se utilizaron fundamentalmente los siguientes conceptos: COMUNICACIÓN – LENGUAJE AUDIOVISUAL – PUBLICIDAD – LIVESTREAM – PROGRAMA EN VIVO

2.1 LA COMUNICACIÓN

La comunicación es la necesidad de transmitir emociones, impresiones, sentimientos, experiencias y demás sentires propios que desde la prehistoria el hombre posee. La comunicación es la base para la conformación de sociedades, individuos y personas.

“La palabra está para hacer patente lo provechoso y lo nocivo, lo justo y lo injusto... y la participación común en estas percepciones es lo que constituye la familia y la sociedad... los animales tienen “voz”, mas no “palabra”, y con dicha voz solo pueden comunicar entre si las experiencias individuales del dolor y del placer.” (ENRIQUEZ, 2012)

El hombre por satisfacer esa necesidad comunicacional, conformó el lenguaje bilógico a base de mímica y gritos, del que posteriormente surgió el lenguaje hablado. El hombre

experimentó con la manera de comunicarse y así se dieron las primeras expresiones visuales del hombre: las manifestaciones pictóricas. Pintura rupestre y jeroglíficos fueron las primeras expresiones de un modo gráfico sobre su pensar, su sentir y sus costumbres. Dándole a este ejercicio comunicacional un índole social participativo y provechoso para la comunidad.

Se estructura con elementos propios de la sociedad como: emisor, mensaje, medio y receptor. El emisor y receptor son los elementos que se comunican con un mensaje de manera directa o indirectamente. El medio es el soporte por el cual nuestro mensaje será transmitido, estos medios han aumentado a medida de la evolución en técnicas y tecnologías, logrando consolidar medios de comunicación masiva como:

- LENGUA
- LIBRO
- PERIÓDICO
- TELÉGRAFO
- TELÉFONO
- RADIO
- TELEVISIÓN
- INTERNET

MEDIOS Y SOCIO-CULTURA

Sin duda el desarrollo de la comunicación ha sido fundamental para el comportamiento de las masas. Esto lo podemos denotar desde la creación de la imprenta en el siglo XVI, y la creación del telégrafo en el siglo XIX, revoluciones mediáticas que significaron el inicio de un proceso de educación/autoeducación, y una revolución de tipo económico: la revolución industrial.

La constante sucesión de medios de comunicación ha estado rodeada por una lucha sobre el control del poder de la información, desde el telégrafo hasta la televisión. Mostrándolo accesible solo para ciertas clases sociales, algunos han usado a los medios como estrategia para definir y defender su poder económico/político.

El hombre dado que está rodeado en el actualidad de un sin número de medios para comunicarse, se ha ido tornándose más complejo y escéptico al manejo de información. Hemos pasado de representar realidades propias del hombre en el arte rupestre con figuras simples, hasta llegar a complejas composiciones representadas en un sinfín de técnicas para analizarlo e informarnos sobre cualquier temática.

La radio es el primer medio de difusión masiva que no contiene un contenido escrito, logra transmitir ondas de sonido ofreciendo una relación más cercana con el receptor o radioescucha. La televisión es un sistema de transmisión y recepción de imágenes y sonido simultáneamente, llegando a un sector amplio de la sociedad de todas las edades y grupos sociales. Se ofertan diferentes calidades y estilos de producción audiovisual en el mercado televisivo.

El cine es considerado el séptimo arte, su realización depende de un gran trabajo creativo, tanto individual como colectivo, siguiendo estándares de calidad y estándares de contenido en su desarrollo. El cine nos ofrece una ventana a una dimensión (existente o no) donde los elementos narrativos se convierten en protagonistas para lograr transmitir el mensaje de manera artística.

El medio de difusión a nivel global y a tiempo real llega con el internet. Una red global entre computadoras que permite el acceso a información desde cualquier parte del mundo y en el momento que el usuario lo desee. Este medio abarca todas la anteriores maneras de transmisión de mensaje, se puede escuchar la frecuencia de radio, ver programas de tv en línea, programas en vivo propios del internet con la tecnología Livestream, se pueden ver películas sin la necesidad de acudir a una sala de cine. El internet se consolida como el medio de comunicación actual de mayor uso por la sociedad.

LA COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

La comunicación audiovisual abarca diferentes finalidades, principalmente la transmisión de informativos, educación, entretenimiento, realización personal, entre otros. Cada manera de representarla sea visual, audiovisualmente o auditivamente tienen características propias que lo condicionan del resto.

Uno de los medios que se usan con mayor frecuencia son los medios audiovisuales. Un lenguaje que utiliza dos lenguajes o códigos para transmitir un mensaje: lenguaje visual y lenguaje auditivo. Actualmente, los medios audiovisuales son el medio por el cual recibimos la mayor parte de mensajes o información, pues gozan de una gran aceptación y difusión a nivel global.

Al intervenir el sentido de la visión y el sentido auditivo, esta es una comunicación multisensorial, donde lo que vemos y oímos nos genera sensaciones, estimulando partes de nuestro cerebro y cuerpo. Mediante códigos como la palabra hablada (diálogos, exclamaciones, canciones), palabra escrita (texto plasmado o escrito), música y efectos de sonido, imágenes fijas (fotografías) e imágenes en movimiento (videos, animaciones, motion fx).

“Hoy podemos hablar del lenguaje de las imágenes, de una semiótica de las imágenes, de sus mensajes, de su interpretación, de la imagen como información primordial y no secundaria.” (PÉREZ, 2012)

La realización de un producto audiovisual demanda de un criterio formado en cuanto a imagen y narrativa, es decir, manipular un adecuado tratamiento de la imagen, generar una estética visualmente narrativa mediante un adecuado manejo de planos (encuadre), conocimiento técnico y logístico de elementos esenciales de un producto audiovisual como la fotografía, la dirección de arte, iluminación, sonido, efectos especiales y demás elementos que conforman todo el equipo de trabajo.

Un producto audiovisual es el resultado de un trabajo en equipo, conformado desde el director general, hasta el relacionista público. En la cual se unifican cualidades,

conocimientos, talentos, disciplinas y sobretodo creatividad para consolidar el objetivo en común que comparte el equipo de trabajo, una producción de calidad.

LENGUAJE AUDIOVISUAL

El lenguaje audiovisual es un proceso por el cual el ser humano (emisor) expresa un mensaje con el fin de generar una respuesta en la persona que lo recibe (receptor) ya sea voluntaria o involuntaria, logrando así un proceso comunicativo adecuado.

Un producto audiovisual es una herramienta comunicacional formada por imágenes, sonidos, o imagen y sonido simultáneamente (video). Este “mensaje” se lo puede manejar en diferentes géneros audiovisuales, como pueden ser productos documentales, productos argumentales, productos de variedades, productos publicitarios, producto cinematográfico, entre otros.

2.3 ETAPAS DE UNA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL

El proceso creativo de un producto audiovisual de calidad consta de tres marcados momentos, una serie de tareas antes, durante y después del rodaje. Estas instancias o etapas son indispensables para la creación del mensaje. Siendo estas:

- **Preproducción**
- **Producción**
- **Postproducción**

LA PREPRODUCCIÓN

Es la etapa previa al rodaje de un producto audiovisual, inicia desde la concepción de la idea hasta el momento previo a la grabación. Aquí se definen todos los aspectos vitales tal como estudiar, debatir y definir el tema a tratar; aspectos técnicos y creativos como la guionización, objetivos a alcanzar; definir y establecer cargos para cada área del proyecto, escoger el género que necesita nuestro producto audiovisual, establecer el formato a trabajar, definir la duración del producto, elaborar el diseño de producción, entre

otras tareas que el producto lo exija para que todos los elementos estén listos para una futura instancia, el rodaje.

Esta etapa es fundamental para asegurar condiciones óptimas y viables de realización para todo el producto.

GUIÓN

El guión es la base fundamental para el desarrollo del producto, se presenta de dos tipos guión literario y guión técnico.

El guión literario es un relato escrito que sirve para plasmar la idea y estructura de un producto audiovisual en el que se detalla minuciosamente las características de los actores, lugares, tiempo en el que se desarrolla la historia, diálogos de los personajes, acciones, reacciones, ritmo, entre otros.

En el guión técnico se abarca información como la estructura de rodaje, manejo de planos, manejo de sonido, manejo de iluminación, manejo de arte y demás información técnica que el producto necesite para su correcta realización.

“El guión como estructura base de un proyecto. El guión nos permite conocer la estructura narrativa del programa, el ritmo y el manejo de los tiempos; los requerimientos técnicos, humanos, logísticos, materiales, financieros y otros apoyos necesarios para la producción.” (PRADO, 2011)

Para conseguir una estructura dramática existe un esquema conceptual conocido como: el paradigma de Syd Field. El cual divide al producto audiovisual en tres tiempos narrativos: el acto I ó principio, el acto II ó medio y el acto III ó final. En la que una página de guión representa un minuto de película.

“Sabemos que un guión es “una historia contada en imágenes, en diálogos y descripciones y situada en un contexto de la estructura dramática”: pero ¿qué es una historia? ¿Y qué es lo que tienen las historias en común? Un principio, un medio y un final: EL ACTO I, ACTO II Y ACTO III respectivamente” (FIELD, 2001)

El principio corresponde al acto I, comienza desde la página uno del guión, hasta el primer punto de giro (plot point). El tiempo narrativo de inicio se enfatiza en ubicar espectador sobre el planteamiento dramático, presentación de personajes (principal, secundarios), presentación de escenarios y locaciones, presentación de medio en el que se desarrolla la historia, entre otras. Esta tiene una extensión promedio de entre una a treinta páginas.

El acto II o también conocido como confrontación, se enmarca en el desarrollo de la trama de la historia, sea dramática o cómica. Se desarrolla después del primer punto de giro hasta el segundo punto de giro del guión. Tiene un promedio de longitud de setenta páginas de extensión.

El acto III es el final, este contiene la mayor fuerza narrativa en la que se unen todos los elementos de la historia y se encamara en un contexto dramático conocido como resolución. El promedio de longitud para contar el desenlace es de treinta páginas.

En la etapa de preproducción debemos delimitar, planificar y organizar recursos tanto técnicos, humanos, tecnológicos y financieros que se necesitaran para el desarrollo del producto audiovisual. Elaborar un presupuesto en el cual se establezcan costos a partir de los recursos a usar en la preproducción, producción y post producción.

“...la preproducción es, en suma, un cronograma o programa calendarizado de actividades previas en apoyo a la producción sobre el cómo y con qué se hará el programa; quienes intervienen y qué tareas desempeñan.” PRADO, M., pág. 29, 2011.

2.3.2 PRODUCCIÓN

En esta etapa se ejecutan las acciones definidas en la preproducción, aquí entra en acción el equipo tecnológico y humano requerido para obtener el material audiovisual. Más conocido rodaje, la producción es el momento en que se captura la imagen mediante una cámara sea de manera digital o analógicamente.

2.3.2.1 CÁMARA

Una cámara es un equipo tecnológico que, mediante un sensor compuesto por miles de fotones capturan la entrada luz en un tiempo determinado. Es decir, una cámara captura información de lumínica.

Los ajustes de valores que se pueden modificar en una cámara son: la apertura de diafragma, la velocidad de obturación, el balance de blancos, el nivel de sensibilidad (ISO), tipo de registro de imagen, entre otros.

En cuanto a manejo de estética de la imagen, características y factores básicos con una cámara son: el encuadre, la angulación y el foco.

EL ENCUADRE

Encuadre es la manipulación de elementos dentro del cuadro para lograr una composición visual, se dividen en 3 categorías: encuadres descriptivos, encuadres narrativos y encuadres expresivos.

ENCUADRES DESCRIPTIVOS

Encuadres descriptivos son aquellos que nos muestran gran información en cuanto al espacio en referencia con el objeto principal. Estos planos son:

- ***Gran plano general:*** en este se muestra al entorno del personaje en un ochenta por ciento de la toma, así teniendo a los personajes diminutos, nada más que referencia.
- ***Plano general:*** un plano amplio, en el cual el personaje y su entorno se pueden apreciar en su totalidad.

ENCUADRES NARRATIVOS

Encuadres narrativos son planos que aportan intencionalmente al sentido dramático de las acciones que realizan los personajes o los elementos dentro de la toma. Estos son:

- **Plano entero:** es un plano que abarca al personaje desde los pies hasta la cabeza, mostrándolo en su totalidad, manteniendo relevancia en el sujeto y mostrando el espacio que lo rodea de manera sutil.
- **Plano americano:** este plano nos permite mirar con amplitud las acciones corporales que realizan los personajes en una toma, esta va desde las rodillas hasta la cabeza.
- **Plano medio:** encuadre que va desde la cintura hasta la cabeza, regularmente utilizada en noticieros y programación formal, ya que da una sensación de cercanía prudente con el espectador.

ENCUADRES EXPRESIVOS

Son aquellos que nos muestran partes muy puntuales de la realidad, es decir aquellas expresiones o elementos que queremos denotar.

- **Primer plano:** plano que va desde los hombros hasta la cabeza. Un plano expresivo que sugiere mostrar el interior del personaje, mostrando así emociones y sentimientos.
- **Primerísimo primer plano:** se utiliza para mostrar elementos narrativamente importantes, este plano se cierra tanto a una acción que nos adentra a la psicología del personaje.
- **Plano detalle:** este tipo de plano muestra puntualmente un elemento que aporte a la narrativa del producto, como lo puede ser el enfoque a un ojo, el apretón de manos, una lágrima caer por la mejilla, etc.

2.3.2.2 SOPORTES DE CÁMARA

Son instrumentos que ayudan a dar estabilidad a la cámara, es decir mantenerla fija disminuyendo vibraciones molestas para la toma, obteniendo mejores resultados en el registro de imagen.

- **TRIPODE:** este es un instrumento que consta de tres soportes que nos proporcionan la altura y la estabilidad, las cuales se fijan sobre una superficie dando un punto fijo sin vibraciones. La cámara se adhiere en la cabeza de este trípode mediante un sujetador llamado pastilla.
- **DOLLY:** un instrumento que consta de dos partes: rieles y plataforma. Los rieles direccionan el movimiento a realizarse, mientras que la plataforma es un soporte con ruedas el cual se ubica sobre los rieles y le permite tener un movimiento de eje continuo y sin vibraciones.
- **GRUA:** un complejo instrumento que nos permite realizar movimientos desde varios metros de altura, hasta llegar al piso de manera fluida, pues cuenta con un sistema de contrapeso que permite que la cámara se acople a la posición que le otorgue el operador de grúa.

MOVIMIENTOS DE CÁMARA

Los movimientos de cámara son un recurso narrativo que nos ayudan a entrelazar la imagen con la historia. Así la cámara nos muestra que es lo que hay alrededor de un objeto, dando información clave para el usuario. Existen dos tipos de movimientos de cámara: físico y óptico.

MOVIMIENTOS FÍSICOS

Son movimientos generados por el hombre, estos se realizan en un espacio determinado por el director, ya sea sobre trípode o con algún recurso tecnológico de movimiento. Estos movimientos son: el panning o panorámica, y el travelling.

PANEO O PANORÁMICA: es un movimiento de la cámara sobre su propio eje, lo que varía es el punto de atención hacia donde está la cámara, sea en sentido horizontal o vertical.

- **Paneo horizontal:** la cámara gira de derecha a izquierda sobre su propio eje.
- **Paneo horizontal de seguimiento:** el personaje u objeto narrativo de la toma se traslada de posición y la cámara lo sigue con un movimiento sutil.
- **Paneo horizontal de reconocimiento:** se utiliza para mostrar el entorno global del personaje al espectador, mostrando los elementos que lo rodea creando dramatismo.
- **Paneo horizontal interrumpido:** es un plano que está en movimiento pero se detiene al encontrar algún elemento de la toma.
- **Paneo horizontal en barrido:** en un paneo rápido que permite ver en poco tiempo el entorno del personaje, creando así tensión en el espectador al no poder divisar totalmente este espacio.
- **Paneo vertical:** es un movimiento que se realiza de arriba hacia abajo o viceversa mostrando elementos desde el suelo hasta el cielo o viceversa.
- **Paneo de balanceo:** es un movimiento para causar desequilibrio en el espectador, pues la cámara se mueve de izquierda a derecha continuamente.

TRAVELING: movimiento de cámara que demanda de un movimiento de eje en la cámara. Este se lo puede realizar con diferentes soportes móviles mostrando el movimiento del personaje y los elementos que lo componen.

Entre los diferentes movimientos travelling tenemos:

- **DOLLY IN:** es un movimiento en el que la cámara se acerca al objeto o personaje dramático, variando las proporciones en tamaño con relación a su entorno. Se genera relevancia al objeto o sujeto narrativo.

- **DOLLY OUT:** el movimiento se realiza alejando la cámara del sujeto u objeto narrativo de la toma, permitiendo apreciar su entorno un poco más.
- **DOLLY PARALELO:** es un movimiento que se mueve con el personaje mostrándolo en un ángulo de perfil, se desplaza de manera uniforme.
- **DOLLY CIRCULAR:** es un movimiento que se realiza a 360 grados (de manera circular) alrededor del personaje.
- **TILL UP:** la cámara nos presenta a un personaje desde abajo hacia arriba con movimiento de eje, esto lo conseguimos con una grúa.
- **TILL DOWN:** nos muestra al objeto narrativo desde la parte superior hasta la inferior con un movimiento de eje en la cámara.

MOVIMIENTOS ÓPTICOS

Los movimientos ópticos son aquellos que se generan dentro del objetivo de la cámara, es decir, el movimiento se realiza internamente, sin necesidad de mover o trasladar la cámara.

- **ZOOM:** nos da la opción de acercarnos al personaje con una calibración en el lente, el nivel de movimiento zoom dependerá del objetivo de la cámara.
- **MACRO:** es un movimiento en el que se enfoca en capturar elementos muy cercanos a la cámara.

2.3.2.4 ILUMINACIÓN

Iluminación es posicionar fuentes de luz en puntos estratégicos para lograr un objetivo narrativo, logrando una sensación de tridimensionalidad en el plano gracias a las sombras que esta puede producir. La iluminación es parte esencial en toda producción audiovisual, pues no olvidemos que la cámara capta luz.

Algunas características que debemos tomar en cuenta al momento de iluminar es definir elementos narrativos importantes de la escena para resaltar con la posición de la luz y de igual manera elementos que no aportan a la dramática se los puede ocultar disminuyendo la cantidad de luz que recibe dicho objeto.

El departamento de iluminación establece la adecuada iluminación que necesita cada atmosfera y cada escena del producto. Además brinda la posibilidad de crear y modificar distancias, colores y tamaños de los diferentes elementos en el área de grabación.

“El iris controla la cantidad de luz que entra en el ojo, de manera que se abre totalmente cuando hay poca luz y se cierra ante estímulos luminosos intensos para regular la cantidad de luz que llega a la retina, formada por receptores sensibles a la luz, y adecuarla a los umbrales mínimos y máximos de energía sobre los que operan.”
(CANTOS, 2008)

TIPOS DE ILUMINACIÓN

La iluminación se adecua según las necesidades narrativas para el producto, para lograrlo tenemos diferentes tipos de luces de luces para crear ambientes y aportar a la narrativa requerida.

- **ILUMINACION DIRECTA:** También conocida como luz dura, es generada por una fuente de luz con mucha potencia, logrando resaltar al objeto y sus detalles, pues produce una sombra muy resaltada y con contornos bien definidos. Se puede lograr una luz directa concentrándola hacia un punto determinado.
- **ILUMINACION DIFUSA:** Su función primordial es rellenar los espacios donde la luz directa deja sombra, es decir para cubrir sombras según el requerimiento de la imagen. Este tipo de luz nos da una sombra más difuminada, sobras sutiles.

ILUMINACIÓN EN INTERIORES

Para obtener un resultado favorable en nuestra imagen la iluminación deberá constar de cuatro fuentes de luz. Las que son luz principal o luz dura, luz secundaria o de relleno, luz posterior o backligth y una luz de fondo o backgroundlight.

- **LUZ PRINCIPAL:** la luz principal cumple la función de iluminar toda el área que se registrara, por lo general está ubicada a treinta o sesenta grados del eje horizontal del sujeto/objeto narrativo.
- **LUZ SECUNDARIAL:** la función de esta luz es rellenar las sombras que la luz principal nos da, esta se encuentra ubicada a 45 grados del eje horizontal del sujeto/objeto a registrar.
- **LUZ POSTERIOR:** Esta luz se encuentra ubicada en la parte superior y desde atrás del sujeto/objeto narrativo, su función es separar al sujeto del fondo y dar mayor relieve a los contornos que este tiene.
- **LUZ DE FONDO:** Es la luz que se enfoca en iluminar lo que está detrás del personaje narrativo. Logrando una presentación uniforme del decorado que tenga el escenario.

ILUMINACIÓN EN EXTERIORES

”...Pero el sol, aun siendo la fuente de luz natural que tenemos a nuestra disposición de manera más abundante, no está disponible en todo momento y su utilización puede presentarse dificultosa e ineficiente en determinados momentos, ya que no podemos decidir el momento en que la usamos ni controlar sus prestaciones originales, y sólo nos queda adaptarnos a sus características particulares en cada momento.” (CANTOS, 2008)

Para iluminar en exteriores se debe tomar en cuenta que utilizaremos fuentes de luz natural como el sol. Es estos casos la luz del sol será nuestra luz principal, apoyándonos con rebotadores para poder direccionar esta luz y que nos aporte al registro de la imagen.

2.3.2.5 EL AUDIO

El audio es un factor muy importante que debe tener igual o mayor exigencia en su realización, ya que si hablamos de productos audiovisuales, debemos cumplir su primordial condicionamiento de transmisión de mensaje, un producto conformado por dos elementos: el audio y la imagen.

Dentro del audio podemos encontrar la banda sonora, su elemento principal es la voz, la que se complementará con la música además de efectos sonoros. En una banda sonora también se incluyen audios que provienen de otras fuentes, como el reproductor de cd, línea de entrada de computador, micrófonos corbateros, micrófonos de mano, entre otros.

Las características que posee la banda sonora son: intensidad, el tono y el timbre. Esta señal de audio la manejamos por medio de líneas de audio, las cuales nos permiten enviar la información sonora a través de cables o señales inalámbricas hasta una cámara o un switcher para que esta sea registrada.

MICRÓFONOS

Los micrófonos son instrumentos que nos permiten captar las señales de audio a la cámara o a un dispositivo grabador de audio (recorder). Existe una gran gama de tipos de micrófonos diseñados para requerimientos específicos que nos permiten capturar el sonido de la mejor manera.

Estos pueden clasificarse por su forma de manejo (micrófono de mano, micrófonos corbatero, boom, entre otros) y por su forma de transmisión (alámbrico – inalámbrico).

HANDHELD RECORDER

Los Handheld Recorder o grabadoras de audio son unidades de almacenamiento externas que se especializan en el registro de audio, el cual soporta entradas de sonido como XLR, 1/8, 1 / 4, entre otras.

2.3.3 LA POSTPRODUCCIÓN

La postproducción es la etapa final de un producto audiovisual, en esta etapa se recolecta el material grabado y pasa a proceso de edición, es decir: organización de material, selección de material, edición de material, colorización, sonorización y efectos especiales si lo requiere.

“...pues implica la manera cómo va a quedar el programa o producto final. Comprende la edición de video y audio, los efectos digitales, musicalización, voz en off, sub títulos, etcétera.” (PRADO, 2011)

EDICIÓN

Editar es conjugar narrativamente las tomas existentes para llegar al sentido que en conjunto estas forman. Existen dos tipos de edición: edición lineal y edición no lineal.

- **EDICIÓN LINEAL:** Se conoce a la edición lineal a aquella que se registra en un recorder en tiempo real, es decir se edita a medida que se realiza el producto, esto se controla mediante un mando de control donde podemos escoger la toma que saldrá al aire mediante el manejo de switcher.
- **EDICIÓN NO LINEAL:** En esta edición nos permite editar por segmentos o bloques, es decir, mediante un software nos permite manipular en tiempo y el espacio de las tomas obtenidas para realizar el producto en general.

ANIMACIÓN

La animación es la elaboración de un producto audiovisual creado y representado en una plataforma virtual para dar vida a algo inexistente. Utilizando un sinnúmero de elementos multimedia, es decir varios medios, sean gráficos, video, texto y sonido.

La animación tiene varios propósitos: narrativos, informativos, educativos o netamente entretenimiento. Consta de varios procesos para su creación, departamentos definidos que se encargan de cada área que esta técnica narrativa demanda.

De igual manera que un producto audiovisual de realización tangible (rodaje), esta técnica demanda de un minucioso estudio previo tanto en preproducción, producción y postproducción (realización neta). Definiendo características físicas tanto de personajes y escenarios, utilería y vestuario, iluminación y efectos especiales; y de características narrativas como emociones, diálogos, lenguajes, entre otros.

2.4 PUBLICIDAD

“Proviene de la palabra inglesa “Advertising”, viene del latín ad vertete “mover la mente hacia”” (MIRANDA, 2010)

La publicidad es una estrategia de divulgación de información de manera masiva, organizada y planificada con carácter netamente comercial. Intenta persuadir en la toma de decisión de una persona o grupo específico al momento de adquirir un bien o un servicio. Es comúnmente usado por diversos organismos, empresas o individuos que quieren dar a conocer y/o establecer un producto o servicio en el mercado.

La publicidad es como tal una estrategia comercial cuya misión es persuadir al público y generar una mejor perspectiva económica hacia un bien.

EMISOR – MENSAJE – RECEPTOR – RETROALIMENTACION

“La publicidad moderna comenzó en Estados Unidos a fines del siglo XIX... profesionales de la investigación introdujeron elementos sofisticados tales como la investigación de la motivación para definir la conducta del consumidor, los análisis de medios para llegar a los clientes objetivo y las estrategias creativas para mejorar los mensajes de venta” RUSSELL, J.T., pág. 5, 2005

Para las empresas la publicidad es una técnica de comunicación, crea valor a la marca como posicionamiento y notoriedad. Representa también un ingreso indirecto del total de las ventas. Para los consumidores la publicidad es un instrumento de información, de análisis entre beneficios ofertados al momento de tomar la decisión de compra.

2.4.1 TIPOS DE PUBLICIDAD

“Los tipos de publicidad existentes son el resultado de una o más clasificaciones hechas que ayudan a identificar y determinar: el alcance de la publicidad; los usos que se le puede dar; las situaciones en las que se puede utilizar; los patrocinadores que la pueden emplear y los medios que se usaran para comunicar.” (BOLAÑOS, 2010)

- **PUBLICIDAD INSTITUCIONAL:** Son productos publicitarios que se enfocan no en vender un producto, sino más bien en promover ideas organizacionales y mantener o crear una imagen institucional positiva.
Son publicidades que no se enfocan en el posicionamiento de la marca, sino en reforzar la idea de positivismo hacia un producto ya existente en el mercado.
- **PUBLICIDAD DE PRODUCTOS:** Enfocada netamente en las características y ventajas que una marca nos ofrece con su producto, estas publicidades pueden ser:
 - **PUBLICIDAD PIONERA:** Estimula la demanda de un producto en base a su iniciativa y ventaja competitiva ante otra marca específica.
 - **PUBLICIDAD COMPETITIVA:** Esta publicidad nos demuestra las ventajas de un producto frente a otros similares que se encuentran en el mercado.
 - **PUBLICIDAD COMPARATIVA:** En esta se comparan marcas específicas basándose en sus características diferenciadoras o resaltantes en el producto
 - **PUBLICIDAD DE RECORDACION:** En esta publicidad se le recuerda al consumidor las características, el uso y beneficios de una marca.
 - **PUBLICIDAD DE REFUERZO:** Esta publicidad lo que hace es garantizar a los usuarios que los productos seleccionados al momento de realizar una compra son los mejores en el mercado y muestran que se logra una gran satisfacción al consumir un producto.

2.4.2 ETAPAS DE LA PUBLICIDAD

La publicidad como tal es el resultado de un proceso creativo y estratégico para un producto o servicio determinado, por lo que para su realización se deben cumplir etapas puntuales:

ETAPA PIONERA

Esta etapa es donde el consumidor debe enterarse de que existe un producto/servicio que satisface una necesidad de forma nueva y efectiva. Para alcanzarlo se invierte mucho capital en promoción y publicidad, logrando una masificación de información acerca del producto.

“La etapa pionera debe educar al público en las ventajas del nuevo producto, remarcar la utilidad del producto y no comparar sus ventajas con las de la competencia y la interrogante más importante que debe responder esta etapa es: ¿Para qué sirve el producto?” (DE SILAN, 2012)

ETAPA COMPETITIVA

Esta etapa nos da paso a la introducción del producto en el mercado a clientes potenciales, es decir persuadir en los consumidores sobre que marca deberían comprar. Su propósito es mostrar la ventaja competitiva que tiene una marca en comparación con las otras, marcando un crecimiento en el número de compradores

ETAPA RETENTIVA

Cuando un producto entra en la etapa de madurez y existe gran escala de aceptación se la conoce como etapa de recordatorio, que no es más que reafirmar el pensamiento positivo del consumidor hacia una marca.

“Esta etapa suele ser transitoria, pocos productos se encuentran en esta etapa. Existen dos posibilidades para el producto: que decline frente a los nuevos competidores, o que

se adapte por medio de tecnología, mercadotecnia y promoción y se revitalice.” (DE SILAN, 2012)

2.5 LIVESTREAM

Livestream es una tecnología para la difusión y transmisión de archivos multimedia en tiempo real mediante la red internet. Livestream es la tecnología que nos permite visualizar o reproducir un archivo (fichero) sin necesidad de descargarlo, esta tecnología utiliza un buffer de datos que se almacenan en el ordenador para visualizarlo en tiempo real, Livestream significa lectura en continuo, descarga continua o medio flujo. Que no es otra cosa que la distribución de material multimedia a una red de computadoras conectadas a internet.

La palabra Streaming por lo general se asocia a la transmisión y retransmisión de archivos multimedia, tales como: audio, texto, imagen y video. Livestream permite obtener señal de video o una señal de audio sin la necesidad de tener que descargar completamente el archivo para poder visualizar su contenido.

Mediante el videostreaming, el servidor, previa demanda, envía fragmentos del archivo en el mismo momento en que lo solicitemos, a una velocidad acorde con el ancho de banda de nuestra conexión a Internet (desde casa, Universidad, oficina, etc.).

2.5.1 ANTECEDENTES

Tras el invento de Thomas Edison llamado fonógrafo en 1877 empieza una revolución en el mundo audiovisual. El mundo no para de hablar de este invento y los intelectuales de la época empezaron hacer cuestionamientos, incluso decían que los libros ya no se iban a leer, sino a escuchar. En ese mismo año los intelectuales escriben acerca de un prototipo llamado Indispensable que no era otra cosa que un reproductor portátil (esta idea se hace real 100 años después).

Once años después en 1888 el ciudadano alemán Emilio Berliner registra el gramófono que era muy parecido al fonógrafo de Edison, la diferencia era que este utilizaba un disco

plano. Tras la modificación y evolución de los dos anteriores tenemos lo que hoy en día es el toca discos.

Tras el aparecimiento del casete, que es un dispositivo de almacenamiento de sonido, la empresa Philips en 1963 lanza un reproductor para este dispositivo, y gracias a su tamaño reducido se vuelve popular. Más tarde en 1979 un dispositivo llamado walkman es lanzado al mercado.

A partir de 1990 con la digitalización de la tecnología aparece el Cd (Disco compacto), y respectivamente sus reproductores que constan de un láser lector, con la evolución de este aparece el lector de minidisk inventado por Sony en 1992.

Sin embargo la digitalización no para ahí. Con el aparecimiento del formato mp3 en 1995 empieza el nacimiento de nuevas herramientas tecnológicas que nos permiten guardar un archivo de audio en nuestro ordenador y con ello el aparecimiento de software para la reproducción de estos archivos.

”Los medios audiovisuales, entendidos como aquellos que unifican varios formatos en uno, vídeo-audio, vídeo-texto, vídeo-imagen, audio-texto, etc., empiezan a sumergirse en Internet a principios del siglo XXI cuando explota la burbuja de las punto com. Es así como a partir de 2001 una nueva era digital audiovisual y colaborativa por partes iguales se hace con la Red.” (PEREZ, 2012)

Empieza una nueva etapa en la que el aprovechamiento de tecnologías de la información como el internet se vuelve indispensable. En abril de 1995 nace el Streaming con el surgimiento de REAL AUDIO 1.0 creado por la empresa REALNETWORKS, en esta etapa solo se permitía la reproducción de audio en tiempo real.

“...en el pasado, las solicitudes de video había sido limitada: analógica se utilizó para radiodifusión y de televisión por cable, reproductor de vídeo, decodificadores, televisores y videocámaras. Pero en los últimos años, existe un enorme y rápido cambio al digital video,” (BECHQITO, 2009)

Tras la constante búsqueda de mejorar el ancho de banda de internet, a finales de la década de los 90's finalmente logran fusionar los elementos comunicacionales imagen y sonido; y con ello el aparecimiento de Livestream, que no es otra cosa que la evolución del Real Audio a la mezcla de imagen y sonido, se denota la ventaja de mezclar elementos multimedia con esta tecnología.

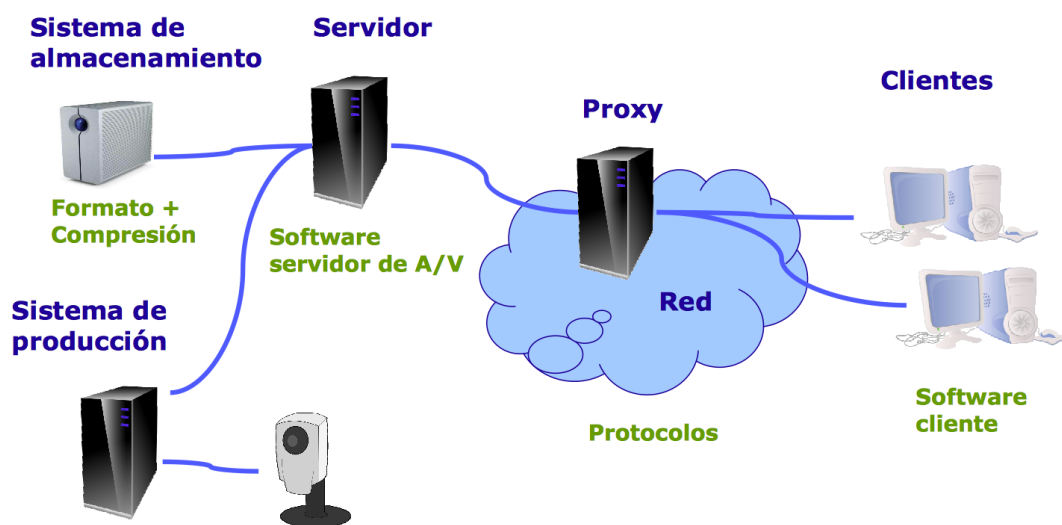
“...En los últimos años en el Ecuador se ha incrementado el apoyo a la realización audiovisual... Sin embargo el apoyo todavía no es suficiente y, consciente de lo que significa adquirir equipos para la creación de los audiovisuales, por lo que la tecnología e implementos caseros pueden ser una alternativa satisfactoria en la solución de problemas tecnológicos que requiere la producción audiovisual para la creación de estos productos” (MOYA, 2012)

2.5.2 ARQUITECTURA DEL LIVESTREAMING

Esta tecnología consiste en el servicio de transferencia de material multimedia entre ordenadores y dispositivos tecnológicos.

Esta tecnología funciona de la siguiente manera:

Gráfico 1: Arquitectura del Livestream



Fuente: Guide Livestream Architect

En el gráfico presentado podemos apreciar la estructura básica del Livestream, siendo las entradas de señal las cámaras de video y la salida de señal los monitores de las computadoras. Mediante la web se distribuyen y logran llegar a una gran cantidad de usuarios.

2.5.3 TIPOS DE USO DEL LIVESTREAM

En el sistema de transmisión en vivo Livestream se puede emitir señal de video de dos maneras diferentes y con diferentes características:

- **Transmisiones en directo:** se emite una señal a través de Internet permitiendo que cualquier persona con conexión a Internet pueda seguirlo (verlo y oírlo) en directo y a tiempo real.
- **Transmisión de pregrabados:** se almacena los archivos multimedia en un servidor, los cuales podrán ser revisados en cualquier momento por cualquier persona que tenga conexión a Internet sin necesidad de descargar el fichero.

2.5.4 SISTEMA DE PRODUCCIÓN LIVESTREAM

En Livestream al hablar de sistema o equipo de producción nos referimos al equipo técnico y humano que necesitamos para la realización de una transmisión en vivo, quienes tendrán funciones específicas que deben cumplir para llegar al objetivo final, una transmisión en vivo de alta calidad comunicativa y alta calidad tecnológica.

EL CONTROL MASTER

El control master forma parte de un proceso de producción sumamente complejo, pues es el lugar donde el director coordina al equipo técnico y al equipo humano y realiza un producto audiovisual en edición lineal. Este está conformado por dos partes, el panel de monitores y la mesa de mandos.

PANEL DE MONITORES

Es un panel de pantallas que nos muestran las señales de video provenientes de cada una de las cámaras de estudio o campo de acción.

MESA DE MANDOS

Es el lugar en el que se tiene acceso físico al manejo de equipos de control llamado switcher, por el cual el realizador decide qué imagen se poncha o es emitida al aire. Aquí se ubica el área de control de video y el área de control de sonido.

2.5.5 CONTROL DE VIDEO

Aquí se tiene acceso y se monitorea la señal de video de cada una de las cámaras en campo; el realizador toma estas como elementos narrativos, y con estas imágenes, que son el resultado de un trabajo en conjunto entre todas las áreas que intervienen, arma el producto audiovisual, grabándose este en un recorder de video en continuo.

Para manipular la imagen se utilizan tres monitores: monitor VTR, monitor de PREVIEW, monitor PROGRAM.

- **MONITOR VTR:** en este monitor podemos visualizar material de apoyo enviados desde una fuente externa como un computador.
- **MONITOR DE PREVIEW:** aquí podemos visualizar la imagen previa a salir al aire, una imagen preseleccionada para la narrativa del producto.
- **MONITOR PROGRAM:** este monitor nos da la señal de video de salida final, es decir el producto como tal, (con aciertos y errores); sea para su difusión en transmisión o grabación.

2.5.6 SISTEMA DE INTERCOMUNICACIÓN

Un sistema básico de comunicación por radio o walkies talkies. Este factor es fundamental y de vital importancia para la realización de una producción, ya que es el medio de

comunicación interno que maneja el director de cámara en switcher y operadores de cámara. Un sistema complejo de intercomunicación que se maneja por señal de audio.

2.5.7 SISTEMA DE ALMACENAMIENTO DE VIDEO

Como su nombre lo indica este sistema se utiliza para almacenar los datos o material multimedia generados durante la transmisión en vivo, al mismo tiempo que utiliza un formato de compresión en modo h.264 para optimizar los recursos y tener una captura sin retardos.

Generalmente la transmisión es almacenada y alojada en el canal de uso en la plataforma Livestream, pudiendo ser este visualizado las veces que el usuario desee. También podemos utilizar un grabador externo es decir, una unidad independiente para recibir la señal final de audio-video y almacenarla en una memoria externa de la plataforma Livestream.

2.5.8 SISTEMA DE TRANSMISIÓN EN VIVO

Para poder transmitir un video en la plataforma Livestream, ingresamos a la cuenta de dominio en esta plataforma y seguido de un switcheo de codecs, settings de video y transmisión se dará paso a iniciar con la transmisión en vivo.

Valores como la calidad de video, el número de cuadros por segundo, la compresión del video, el tipo de cuenta que el usuario posee y el potencial de la estación de transmisión en cuanto a red definirán la fluidez y eficacia de la transmisión en vivo de un producto audiovisual.

Hay que tomar en cuenta que a mayor calidad de video, mayor demanda en cuanto a ancho de banda de red, puesto que al ser mayor calidad, mayor peso del fichero en cuanto a Mb se refiere. Para lograr una fluida transmisión en calidad Full Hd (1920x1080) es necesario una velocidad de subida de datos a la red de 4mb por segundo como mínimo.

SERVIDOR

“El servidor de transmisión se encarga de distribuir los flujos de medios a los espectadores. Ella toma contenidos de los medios que se ha almacenado internamente y crea una corriente de cada solicitud del espectador.” (BECHQITO, 2009)

Servidor es un punto o nodo que está conectado a una red, este servidor en el caso del Livestream nos permite transmitir o difundir datos generados por el equipo de producción, permitiendo que los usuarios con conexión a internet tengan acceso a la información a tiempo real acorde se transmite.

PROXY

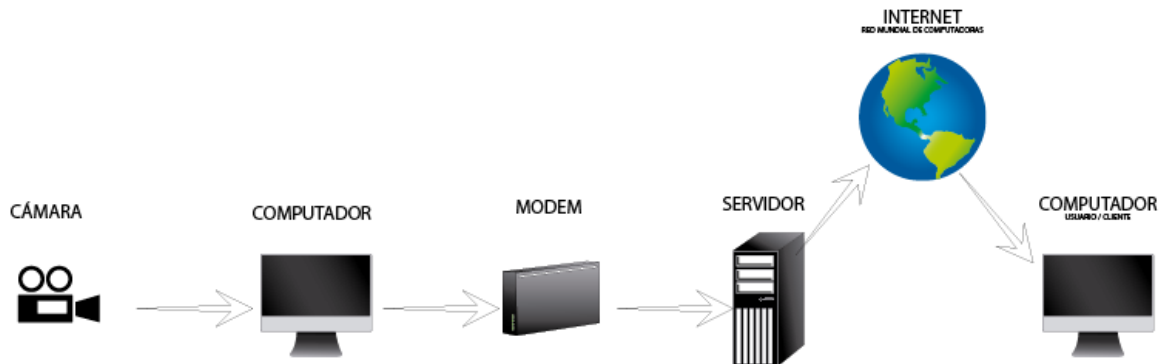
Es un sistema que permite direccionar la información de un servidor a otro, con la capacidad de reemplazar archivos de video acorde a las necesidades del producto.

2.5.9 DEMANDA DEL LIVESTREAMING

Los clientes en el caso del Livestream son todos los usuarios que están conectados a la red (internet) mediante un reproductor multimedia que les permite visualizar el contenido que se está transmitiendo en vivo o a su vez material previamente almacenado.

Es decir cliente es todo usuario (persona) que ingresa a la plataforma Livestream en internet y visita nuestro canal al momento en que se emite (desarrolla) una transmisión audiovisual.

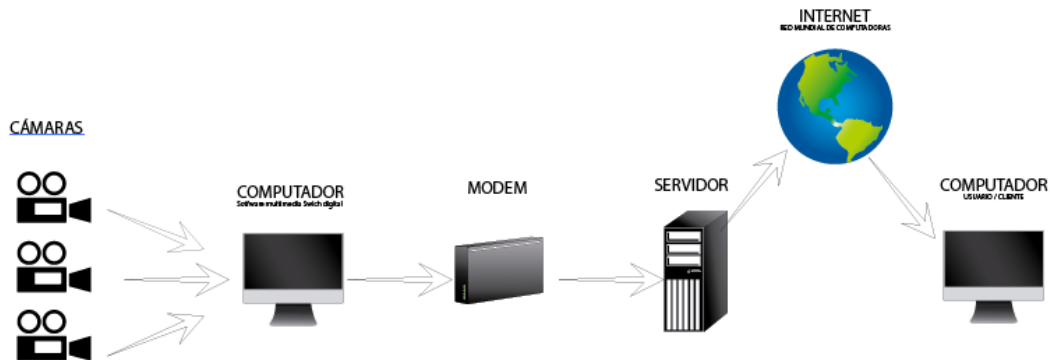
Gráfico 2: Esquema simple de Livestream



Fuente: Guide Livestream Architect

En el diagrama anterior podemos ver el sistema más utilizado en Livestream, en este tipo de estructura el usuario puede ver solo lo que una cámara este capturando.

Gráfico 3: Esquema compuesto de Livestream



Fuente: Guide Livestream Architect

El esquema compuesto nos permite diseñar un circuito cerrado de televisión, permitiendo añadir más de una cámara y un switcher que nos permite elegir entre las diferentes tomas que emita cada cámara y proyectar la toma que se decida poner al aire.

2.5.10 CODECS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LIVESTREAM

Los codecs son archivos que se encuentran en el sistema de ordenador que permiten a los programas instalados reconocer e interpretar el contenido de un determinado archivo.

“3 nuevos estándares de compresión de video de alto rendimiento: estos nuevos códecs de video ofrecen mayor compresión de vídeo para un nivel dado de calidad de vídeo: MPEG-4 parte 2, H.264 (también conocido como MPEG-4 Parte 10) y SMPTE VC-1 (Microsoft Windows Media Video 9 o WMV9)” (BECHQITO, 2009)

Los codecs más comunes para una óptima transmisión en Livestream son: para señal de video **h.264**, y para señal de audio **mp3**.

- **H.264**. Este tipo de códec es el estándar de video digital de alta definición, este códec permite comprimir un video a la mitad de su peso original obteniendo una pérdida mínima en cuestión calidad.
- **Mp3**. El formato MP3 fue creado por un grupo europeo de ingenieros. Este códec permite la compresión de audio, siendo el más común mp3 de 128 kbit/s que por su peso es el ideal para una transmisión Livestream.

“H.264 proporciona la misma calidad que MPEG-2 en un tercio a la mitad de la velocidad de datos, y en comparación con MPEG-4 Parte 2, H.264 proporciona hasta cuatro veces el marco tamaño a una determinada velocidad de datos.” (BECHQITO, 2009).

2.5.11 EL VALOR AGREGADO LIVESTREAM

Con la tecnología Livestream llegamos a una etapa en la que la incorporación de elementos multimedia como: imágenes, texto y sonido, brindan al usuario una alternativa perfecta y a tiempo real en cuanto al acceso de la información, dotando al mundo entero de un método alternativo para un proceso proactivo dentro de la comunicación.

Centramos en la difusión de material audiovisual por la red (internet), puesto a que es el de mayor difusión a nivel global, posibilitando que cualquier usuario con conexión a

internet pueda visualizar productos multimedia en tiempo real, es decir, sin necesidad de descargar el fichero por completo para poder visualizar el contenido del mismo y así evitar el uso de memoria de nuestro ordenador.

Livestream es una herramienta que nos permite visualizar productos audiovisuales en tiempo real, esto ayuda a los productores audiovisuales de la nueva generación a difundir sus materiales multimedia a un costo menor de la televisión y con la ventaja que lo pueden ver en cualquier parte del mundo con acceso a internet permitiendo una masificación de la información.

2.6 METODOLOGÍA

El desarrollo del proyecto se estructura y basa en estándares de tipo técnico, partiendo así de una línea de investigación deductiva para lograr demostrar el déficit existente en el manejo de la promoción del Circo Social; los planes de publicidad que manejan o poseen en dicho sitio serán analizados para lograr aclarar la falla y así complementar de manera eficaz la promoción y aceptación dentro del grupo objetivo.

La utilización de métodos y técnicas para el desarrollo de la investigación y obtención correcto del producto son:

- Estándares estadísticos: recurso utilizado para la obtención real de información y datos por medio de encuestas; es el primer paso para llegar a la síntesis del problema.
- Estándares obtenidos por testimonio: al desarrollar una charla con la directora del Circo Social se busca obtener información vivencial del manejo de la promoción y publicidad, a su vez datos que muestren los parámetros de aceptación que tiene el Circo en el medio social.

INVESTIGACIÓN EXPLICATIVA

El desarrollo del presente proyecto es una investigación explicativa porque se da una relación causal, ya que se busca y se intenta encontrar una causa a la problemática de promoción y publicidad de Circo Social

2.6.1 MÉTODO DEDUCTIVO

Para el presente proyecto se utilizó el método deductivo, tras una recopilación de datos, juicios de valor y precedentes publicitarios de Circo Social, se busca encontrar la causa a la falta de alcance comunicativo.

El método deductivo se aplica al realizar una síntesis de la información mediante herramientas como encuestas, testimonios y demás datos que, tras su respectiva tabulación permiten visualizar claramente los parámetros del problema de investigación, haciendo más fácil el proceso de identificación de la causa principal, es decir, partimos de la información general para identificar o deducir un problema puntual, en este caso el déficit del plan de publicidad.

2.6.2 HERRAMIENTAS DE INVESTIGACIÓN

- Recopilación de datos
- Encuestas
- Testimonio

2.6.3 TARGET: Jóvenes desde los trece hasta los dieciocho años

Para seleccionar el grupo objetivo se consideraron parámetros como actividades que realizan y empleo de tiempo, se establece que para este grupo el internet es la forma de comunicación de alcance real; se deduce que por medio de redes sociales se obtendrá mayor acogida y aceptación de las promoción publicitaria de Circo Social.

2.6.4 ENCUESTAS

1. Perteneces a Circo Social

Sí ☐ No ☐

2. Has visto alguna publicidad de Circo Social

Sí ☐ No ☐

3. Te gustaría ver publicidad de Circo Social en redes sociales

Sí ☐ No ☐

4. Te gustaría que Circo Social se promocióne con más impacto

Sí ☐ No ☐

5. Crees que se maneja la promoción de eventos de Circo Social de una manera adecuada

Sí ☐ No ☐

6. Si se genera mayor publicidad de Circo Social crees que tendría mayor acogida en la sociedad

Sí ☐ No ☐

7. Te gustaría que más jóvenes se integren a Circo Social

Sí ☐ No ☐

8. Considera a Circo Social como un aporte cultural para los jóvenes de Quito

Sí ☐ No ☐

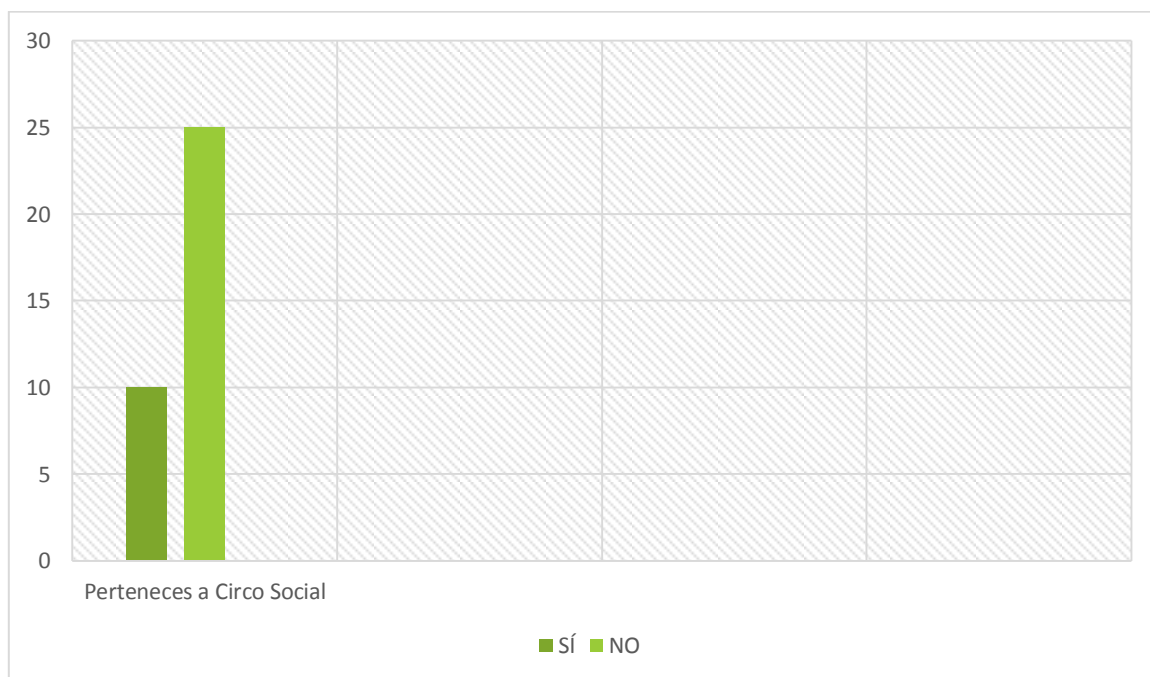
9. Te gustaría tener talleres gratuito de arte circense

Sí ☐ No ☐

2.6.5 TABULACIONES

Gráfico 4: PREGUNTA 1

¿Pertenece al Circo Social?



Fuente: Encuesta público objetivo

En el gráfico presentado podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas no pertenecen al proyecto Circo Social, mientras que también existe un índice menor de personas encuestadas pertenecientes a este proyecto.

Gráfico 5: PREGUNTA 2

¿Has visto alguna publicidad de Circo Social?

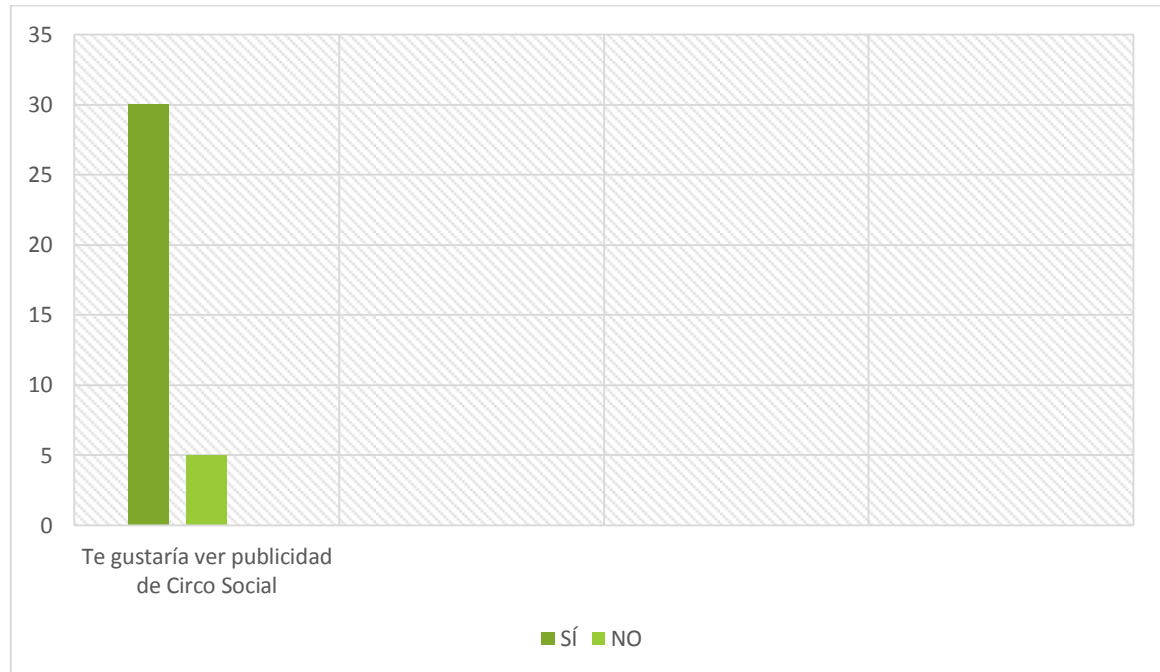


Fuente: Encuesta público objetivo

En el gráfico presentado podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas no han visto ningún tipo de publicidad del proyecto Circo Social. Denotando el desconocimiento o el bajo impacto publicitario de este espacio.

Gráfico 6: PREGUNTA 3

¿Te gustaría ver publicidad de Circo Social en redes sociales?

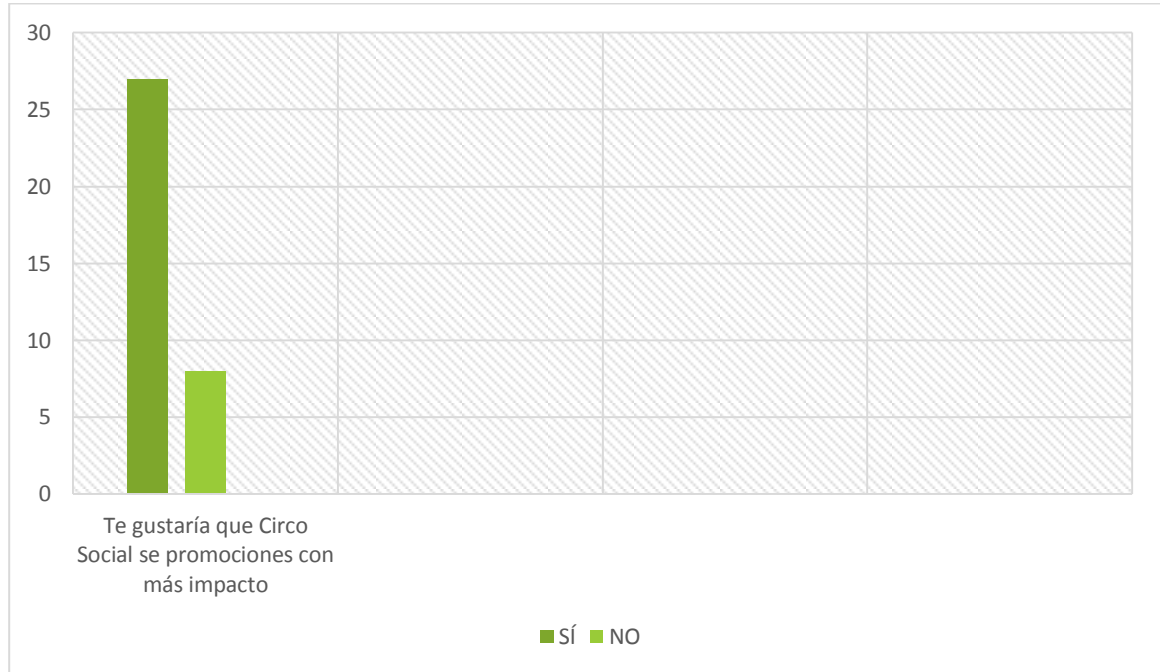


Fuente: Encuesta público objetivo

En el gráfico presentado podemos observar que un índice bastante alto de las personas encuestadas desearían informarse sobre este lugar, puesto que las artes circenses son un tema no tan explotado y con alta aceptación en la comunidad.

Gráfico 7: PREGUNTA 4

¿Te gustaría que Circo Social se promocione con más impacto?



Fuente: Encuesta público objetivo

En el gráfico presentado podemos observar el interés que la comunidad de Quito tiene por la apertura a nuevos espacios para desarrollo del arte. Un mayor impacto de promoción hará que este espacio tenga mayor acogida para los jóvenes de la ciudad.

Gráfico 8: PREGUNTA 5

¿Crees que se maneja la promoción de eventos de Circo Social de una manera adecuada?

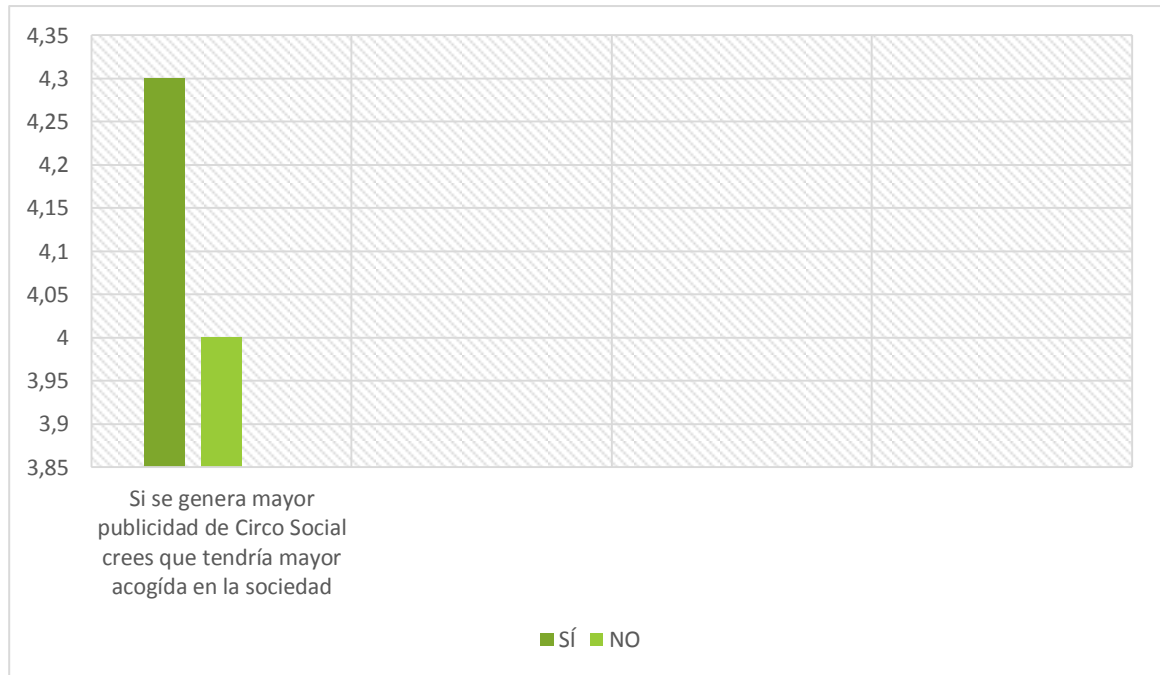


Fuente: Encuesta público objetivo

En el gráfico presentado podemos observar que los usuarios y no usuarios del Circo Social creen que la promoción de eventos de este espacio no se los promociona de una manera adecuada, sintiendo un descontento por no poder contar con una continua aceptación de parte de la comunidad.

Gráfico 9: PREGUNTA 6

Si se genera mayor publicidad de Circo Social ¿crees que tendría mayor acogía en la sociedad?



Fuente: Encuesta público objetivo

En el gráfico presentado podemos observar que los eventos que tiene el circo social podrían tener mayor acogida si se los difundiera de una manera precisa y continua.

Gráfico 10: PREGUNTA 7

¿Te gustaría que más jóvenes se integren a Circo Social?

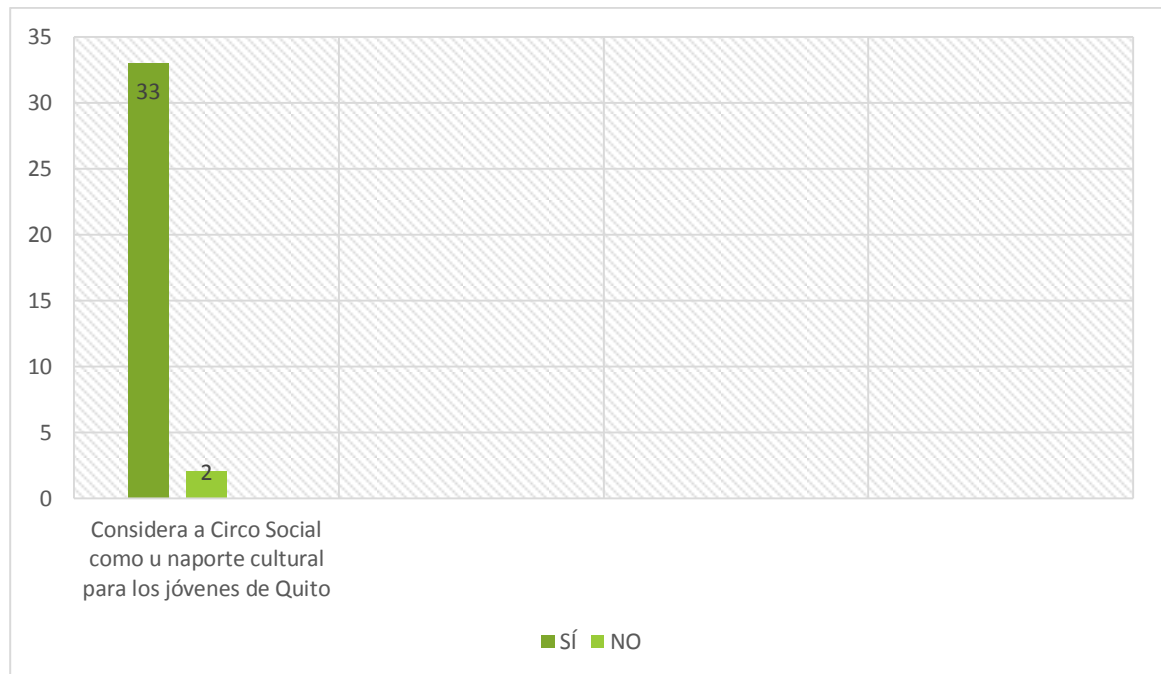


Fuente: Encuesta público objetivo

En el gráfico presentado podemos observar que el proyecto Circo Social logra aceptación en la comunidad. Las artes circenses son actividades que generan expectativa entre los jóvenes, y poder contar con mayor cantidad de usuarios permite tener un contacto de interacción mayor con los jóvenes.

Gráfico 11: PREGUNTA 8

¿Considera a Circo Social como un aporte cultural para los jóvenes de Quito?



Fuente: Encuesta público objetivo

En el gráfico presentado podemos observar que la mayoría de las personas encuestadas consideran este tipo de espacios como un lugar de esparcimiento de valores y culturas. Un espacio de aporte cultural para jóvenes y adolescentes del Distrito Metropolitano de Quito.

Gráfico 12: PREGUNTA 9

¿Te gustaría tener talleres gratuitos de arte circense?



Fuente: Encuesta público objetivo

En el gráfico presentado podemos observar que la comunidad en general tiene mayor aceptación por talleres abiertos y talleres continuos sobre el arte en cualquiera de sus índoles, y el factor de gratuidad genera mayor apertura y acogida entre los jóvenes de Quito.

2.6.6 TESTIMONIO

En la charla realizada con Nancy Jaramillo coordinadora del Circo Social, nos compartió información clave para determinar la situación actual por la que se encuentra este proyecto:

El Patronato Municipal San José tiene como misión ejecutar programas sociales capaces de defender y restituir los derechos de la población más vulnerable, como niños, niñas, adolescentes, jóvenes, adultos, adultos mayores y personas con discapacidad que se encuentren en riesgo de sufrir problemas de salud, dolencia y pobreza. Se fomenta la inclusión, la igualdad de género y la solidaridad entre los ciudadanos que habitan esta ciudad. Uno de estos proyectos de inclusión es el Circo Social.

El Circo Social es un proyecto pedagógico circense, es decir, a través de 4 ciclos en el Circo Social se obtiene un reconocimiento de obtener la suficiencia en artes circense en el Circo Social. Cada ciclo tiene aproximadamente una duración de 6 meses, en los cuales los chicos reciben todas las artes de circo, como malabares, acrobacia, clown, teatro, danza aérea y contemporánea. Se trabaja también en emprendimientos con los jóvenes para que ellos sean los propios emprendedores de sus negocios, mediante capacitaciones y charlas.

El Circo Social pone a disposición las llamadas “replicas” que consiste en delegar a un técnico del Circo Social a distintas instituciones para que este instruya a los usuarios de esa institución sobre el arte circense, actualmente este programa se lo desarrolla en lugares como: Centro de retención provisional (CDP), en el instituto nacional de audición y lenguaje, en la fundación honra a la vida y en la fundación de Ecuasol.

En tema de publicidad el Circo Social cuenta con el aval del Patronato Municipal San José, quien es la entidad que se encarga de cualquier tipo de difusión y publicidad que el Circo Social requiera. Actualmente no se posee un producto publicitario audiovisual, puesto a que es manejado con posteos gráficos mensuales y con menciones en eventos y lugares del municipio de Quito en los cuales presentan su espectáculo.

La dirección de comunicación del patronato filtra cualquier tipo de publicidad que este presta para el Circo Social y tras un minucioso estudio de calidad y contenido se difunde la publicidad, vía internet, vía prensa escrita y vía redes sociales. Actualmente se maneja un espacio de cada 2 semanas para hacer eco de este espacio en redes sociales. Se obtiene impacto pero no de la manera que esta entidad quisiera.

(Entrevista realizada a Nancy Jaramillo, coordinadora general del proyecto Circo Social Quito).

2.6.7 RESULTADOS OBTENIDOS

- El Circo Social es una iniciativa que despierta el interés en los jóvenes y que muchos de ellos están dispuestos a ser parte de este proyecto. Puesto que los temas de arte circense no son muy conocidos y lo poco que se conoce de ellos son conceptos no muy bien enfocados a lo que este arte puede aportar.
- Todos los encuestados coinciden que existe una nula o muy baja publicidad del Circo Social puesto que la mayoría de los jóvenes se han enterado sobre este espacio por amigos, familiares, o por reportajes de Tv que más que un fin publicitario, tiene una disposición informativa.
- Con una mejor adecuación para el manejo de publicidad más jóvenes serían los beneficiarios de este programa social. Los actuales integrantes que conforman el Circo Social se encuentran satisfechos con las enseñanzas que en este espacio se imparten. Creen que muchos de los jóvenes no integran este espacio por falta de conocimiento sobre la existencia del Circo Social.
- El uso de medios masivos como el internet son los medios por los cuales los jóvenes de hoy en día se desenvuelven y se informan sobre lo que pasa en la sociedad. Denotan que redes sociales es fuente matriz de comunicación entre jóvenes, es por ello que un producto que se adapte a sus necesidades comunicacionales por medio del internet, obtiene mayor impacto y mayor estimulación para que los jóvenes puedan sentirse identificados con el proyecto.

3. DESARROLLO DEL PRODUCTO

LIBRO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL LIVESTREAM

3.1 INTRODUCCIÓN

Un libro de producción es el documento en el cual el realizador audiovisual recopila documentos cinematográficos, audiovisuales, literarios y técnicos para el proceso creativo de un proyecto y así manejar un adecuado tratamiento estético y de contenido.

CIRCO SOCIAL

Proyecto cultural del Patronato Municipal San José que brinda a los jóvenes de la ciudad de Quito un espacio donde puedan desarrollar y formarse en el arte circense como también en la pintura, escultura, cine, música, entre otras.

CIRCO EN VIVO

Circo en Vivo es un espacio de exhibición en vivo por medio de internet que muestra las diferentes artes que se generan en Circo Social.

MISIÓN

Mostrar el arte circense que se desarrolla en el Circo Social vía online, resaltando los valores como respeto, disciplina, constancia, esfuerzo y demás experiencias que acogen los usuarios de esta institución.

VISIÓN

Circo en vivo pretende para el 2017 llegar a ser un referente de calidad y manejo contenido en la realización de programas web online. Las artes circenses en su máxima expresión es a lo que apunta este proyecto, para el 2017 se pretende transmitir las ceremonias de clausura académica del proyecto Circo Social o muestras de fin de ciclo en vivo mediante Livestream.

3.2 BIBLIA DE GUIÓN

TEMA

CIRCO SOCIAL – ARTE

TAGLINE

CIRCO EN VIVO es un programa online sobre el Circo Social, un espacio para jóvenes donde se imparten clases gratuitas sobre el arte circense, artes plásticas, musicales y más.

3.2.1 GENERALIDADES DEL PROYECTO

CIRCO EN VIVO – 01

CONOCIENDO EL CIRCO Y SU GENTE

FORMATO: Full HD (1920x1080)
GÉNERO: VARIEDADES – ESTILO DE VIDA
TIEMPO DE TRANS: 40' APROX
TARGET: H - M / 13 – 28 Años
LOCACIÓN: CIRCO SOCIAL QUITO
ACÚSTICA: DIRECTO
VELOCIDAD RED: 4Mb
ELECTRICIDAD: 110w

2.2.2 GUIÓN

Visualizamos logotipos de auspiciantes, patrocinadores y realizadores del proyecto CIRCO EN VIVO, siendo estos: Universidad Israel, Alcaldía de Quito, Patronato Municipal San José, Circo Social, Trip Animation Films y Cine en el circo.

Observamos una animación opening sobre el show CIRCO EN VIVO.

Es una tarde soleada en el parque bicentenario de Quito, este parque no solo es de recreación física y mental sino también de varias expresiones artísticas, como el Circo Social Quito, un espacio de formación en artes circenses totalmente gratuitas, una iniciativa del Patronato Municipal San José junto a la Vicepresidencia de la república.

Lila, una integrante de cine en el circo, se encuentra en el galpón de Circo Social donde nos da la bienvenida al programa CIRCO EN VIVO y nos cuenta sobre la iniciativa del Patronato Municipal San José: Circo Social.

Lila es quien nos acompañara en este recorrido en vivo por las instalaciones de Circo Social, nos ayudara a conocer mediante entrevistas sobre los integrantes de este espacio y cuáles son sus expectativas con el Circo Social.

Por detrás de Lila se encuentran en clases de diferentes actividades como danza aérea en tela, malabares, acrobacia, cama elástica y demás jóvenes que están practicando o simplemente haciendo ejercicio de calentamiento.

Los integrantes del grupo semillita 2 hacen danza aérea en tela, se denota el esfuerzo y pasión que tienen cuando practican su arte. Los muchachos de cama elástica están saltando como si quisieran alcanzar las nubes. En acrobacia vemos que es de gran exigencia física y coordinación, logrando una armonía física y mental.

Mediante una info-animado conoceremos datos sobre Circo Social, desde cuando esta iniciativa comenzó, cuáles son sus motivadores para que este proyecto se dé, cuales son los objetivos de corto plazo y largo plazo, cuales son las actividades que ofrece a la sociedad, entre otras interrogantes.

Observamos publicidad sobre el Circo Social que nos muestran presentaciones circenses de los integrantes de Circo Social en diferentes partes de la ciudad de Quito.

Lila en una entrevista con una integrante de ciclo semillita 1 nos dará a conocer sobre las actividades que se realizan en el circo y el beneficio de tener espacios de arte gratuitos en Quito.

El taller artesanal UKU está conformada por dos jóvenes artistas plásticos que motivados por materializar recursos escénicos para sus shows, crearon este taller que se dedica a la elaboración de artes plásticas con materiales de diferente tipo en especial material reciclado.

Lila en una entrevista con los creadores del taller artesanal UKU nos dará a conocer más sobre este emprendimiento de jóvenes artistas.

Lila nos da la introducción al show musical y muestra circense.

El musical se lleva de una manera muy entretenida, parejas que realizan acro-duo muestran sus mejores figuras, aros y malabares se muestran en escena, mediante el break dance se denota la cultura urbana, un ambiente de alegría, así es el Circo Social.

Lila al terminar el show nos da la despedida sin antes mencionarnos que estemos atentos a la siguiente transmisión de CIRCO EN VIVO.

Los nombres de las personas creadoras de CIRCO EN VIVO saldrán al final sobre un timelapse de anochecer de Circo Social.

3.2.3 GUIÓN TÉCNICO

CIRCO EN VIVO

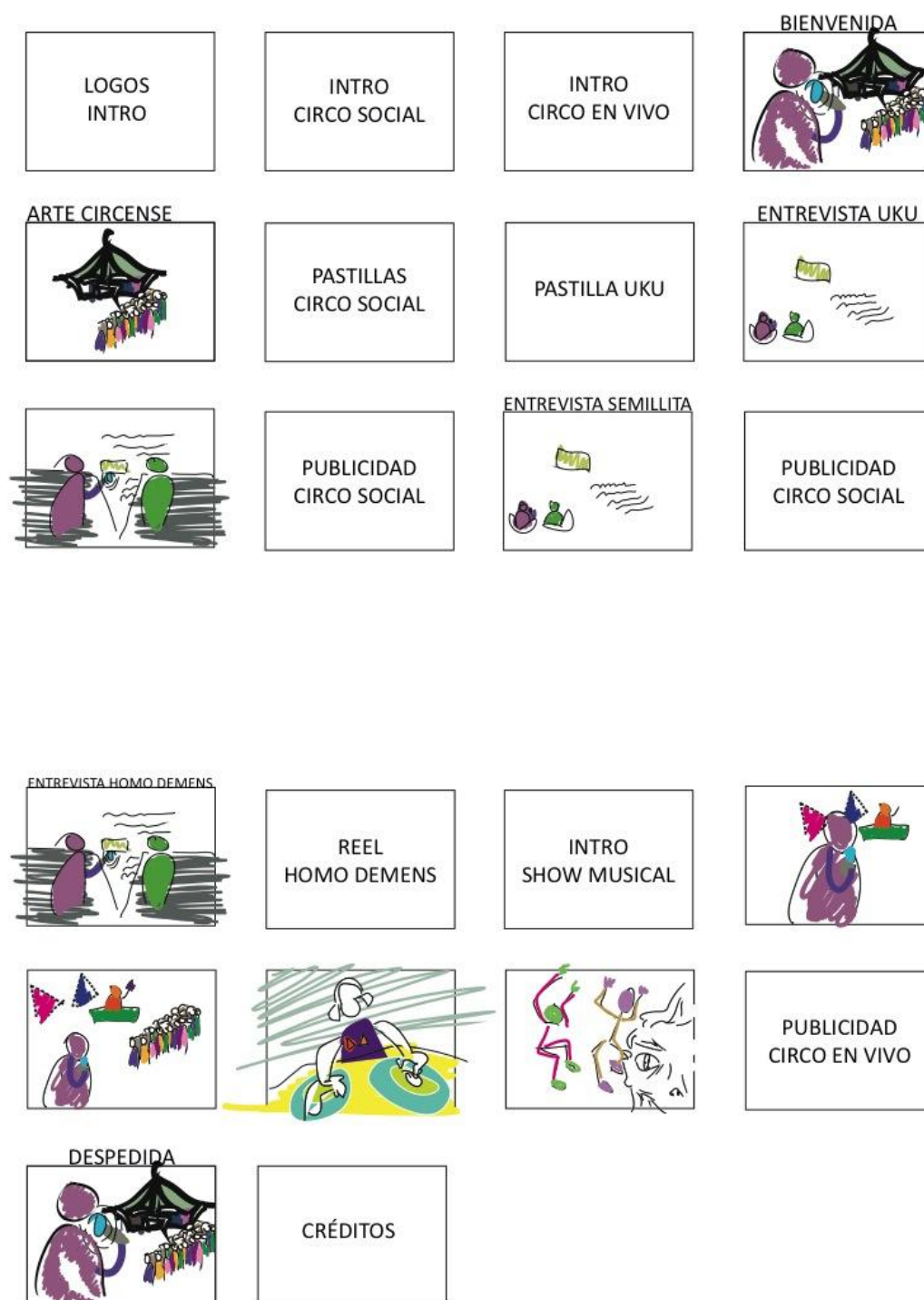
CIRCO ES ARTE

PRESENTACIÓN		DESARROLLO			SALIDA
INTRO	BIENVENIDA	CIRCO SOCIAL / ApoyoVisual	ENTREVISTAS	MUSICAL	DESPEDIDA
Logos auspicio Intro Circo Social Avance	Presentador/a Bienvenida CIRCO EN VIVO	Spot Circo Pastillas Proyectos Emprendi- miento	TALLER UKU SEMILLITA 1 HOMO DEMENS	DR. ALPU Dj Mapping Público MUESTRA CIRCENSE	Presentador/a Despedida CIRCO EN VIVO - CREDITOS -
LOGOS INTRO 9"	BIENVENIDA PRES. 35"	SPOT CIRCO 1'	UKU 5'00"	DR.ALPU 15'00"	PRES. DESPEDIDA 30"
INTRO CIRCO SOCIAL 35"	SHOW REPASO 1'00"	PASTILLAS 30"	SEMILLITA1 5'00"		CREDITOS 2'00"
INTRO CIRCO EN VIVO 6"		PASTILLA UKU 1'	HOMODEMENS 5'00"		

3.2.4 LISTA DE CREW

JONATHAN TIAGUARO	DIRECTOR
DAVID ALPUSIG	ASISTENCIA DE DIRECCIÓN
JONATHAN TIAGUARO	SWITCHERMAN
BYRON ARIAS	ILUMINACION
OCTAVIO SILVA	DISEÑO DE PRODUCCIÓN
CARLOS VILLOTA	ARTE 1
FERNANDO RODRIGUEZ	ARTE 2
CARLITA BARBOSA	ARTE 3
HENRY JÁCOME	CÁMARA 1
OCTAVIO SILVA	CÁMARA 2
EIKO RAMOS	SONIDO
JONATHAN TORRES	TÉCNICO EN SISTEMAS

3.2.5 STORY BOARD



3.2.6 PROPUESTA DE DIRECCIÓN

JONATHAN TIAGUARO B. En calidad de director del proyecto CIRCO EN VIVO propone un desarrollo audiovisual que cumpla con todos los procesos de producción audiovisual de calidad, en este caso un Live Streaming o un programa en vivo por internet.

Un producto audiovisual es una herramienta comunicacional de gran alcance, la tecnología se ha consolidado como un soporte para facilitar el entendimiento, comunicación y facilidad de información como intermedio entre el usuario y el servidor.

CIRCO EN VIVO es un proyecto audiovisual que se enfoca en resaltar las actividades que se realizan en el Proyecto Circo Social mediante contenido audiovisual de calidad con una estética cinematográfica para resaltar el arte circense que brinda este espacio.

CIRCO EN VIVO cumple con todos los procesos creativos que requiere el producto (preproducción – producción – postproducción), captando la esencia propia que tienen los integrantes del Proyecto Circo Social, mostrándonos su diario vivir y las experiencias que tienen dentro de este espacio para jóvenes.

El equipo técnico que se manejara en cuanto a imagen será con la utilización de cámaras de alta gama de resolución que soporten el formato de video requerido (full HD), como la cámara Canon 5d, Canon 60d y Canon 500d. En manejo de ópticas se cubre todo el espacio de Circo Social con lentes: angular (12mm), teleobjetivo (300mm) y un lente 50mm para una perspectiva más semejante a la del ojo humano.

La iluminación que se manejará estará dividida en 2 secciones: una para el área de entrevistas y diálogo con personajes propios del Circo Social, y otra iluminación para el show musical que se dará en el teatro del Proyecto Circo Social. Estas contarán con la adecuación y tratamiento estético para poder resaltar los momentos que se muestren al espectador.

El registro de sonido demanda de un proceso técnico minucioso en el cual se delimitan los recursos tecnológicos para lograr una captura de audio eficaz. El sonido es vital para lograr un acercamiento en vivo con el usuario, el programa CIRCO EN VIVO contará con

un audio que está compuesto desde micrófonos corbateros, micrófonos de mano, consola de sonido, amplificación, cabina de efectos sonoros.

Lograr una composición estética de material de apoyo visual o material de postproducción para poder potenciar el programa en vivo, tales como: intro, claquetas, cortinillas, publicidad, entre otras. Para así mantener el interés en el programa.

El manejo de switcher o cuarto de control es donde se vinculan todas la líneas de trabajo en una sola línea de salida de video, para ello el programa Circo en vivo, se lo maneja en la plataforma Atem Studio Pro, plataforma de recepción, mezcla y emisión de video a tiempo real.

Para lograr una transmisión en alta calidad, el programa circo en vivo será transmitido desde una base que cuenta con un ancho de banda necesario (4mb) para cubrir con la demanda de velocidad de datos que necesita esta tecnología.

El director propone la difusión del producto en vivo mediante redes sociales, la creación de una fanpage propia de CIRCO EN VIVO es vital para su difusión a nivel global. Puesto a que es una propuesta o “programa piloto” esta tendría una difusión de mediano impacto para la realización de pruebas, una vez aprobada por el departamento de comunicación del Patronato Municipal San José esta puede ser retransmitida desde sus canales o redes sociales propias de la entidad.

Para lograr una mayor visualización de este contenido (programa CIRCO EN VIVO) se recomienda alojar este producto en plataformas de mayor impacto o buscadores de alcances globales ya posicionadas en la sociedad como lo es YouTube.

3.2.7 PROMOCIÓN

GRÁFICO 13: PROMOCIÓN CIRCO EN VIVO



El gráfico corresponde a la publicidad para formato web para difundir y generar expectativa en la sociedad con el evento. Esta será promocionada para por medio de la fanpage CIRCO EN VIVO.

3.2.8 DISEÑO DE PRODUCCIÓN

DISEÑO DE PRODUCCIÓN – CIRCO EN VIVO

PRODUCTO: CIRCO EN VIVO – CIRCO ES ARTE

FECHA DE RODAJE: 16 DE AGOSTO

INICIO DE RODAJE: 03:00 pm

CIRCO EN VIVO ES UN EVENTO ARTÍSTICO AUDIVISUAL QUE REALIZA EN TRES ACTOS QUE SE DESARROLLA EN TRES ESCENARIOS DISTINTOS.

ACTO 1 / ESCENARIO 1

PRESENTACIÓN / EXT GALPÓN CIRCO SOCIAL.

ESCENAS:

- BIENVENIDA / PRESENTACIÓN _ Presentadora

ACTO 2 / ESCENARIO 2

ENTREVISTAS / TALLER UKU / SEMILLITA 1

ESCENAS:

- PASO DE SALA DE ENTREVISTAS

DIRECCIÓN DE ARTE.-

- DECORAR SET ENTREVISTAS

ACTO 3 / ESCENARIO 3

SHOW MUSICAL / DR ALPU

ESCENAS:

- SHOW DR. ALPU
- SHOW CIRCENSE EN ESCENA
- PÚBLICO

DIRECCIÓN DE ARTE.-

- DECORAR SET DR. ALPU.
- AMBIENTAR ESPACIO SHOW.

3.2.9 LOCACIONES

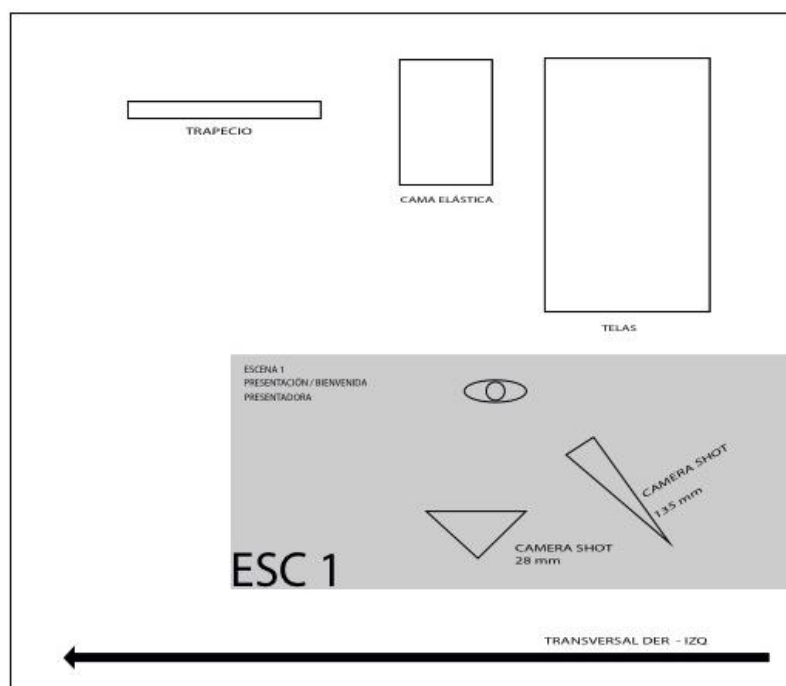
CIRCO EN VIVO propone el uso de locaciones propias de Circo Social, los cuales se segmentan en tres espacios diferentes:

ESCENARIO 1 – Galpón CIRCO SOCIAL – Exterior

GRÁFICO 14: GALPÓN CIRCO SOCIAL

CIRCO EN VIVO

ACTO 1 - PRESENTACIÓN Y BIENVENIDA



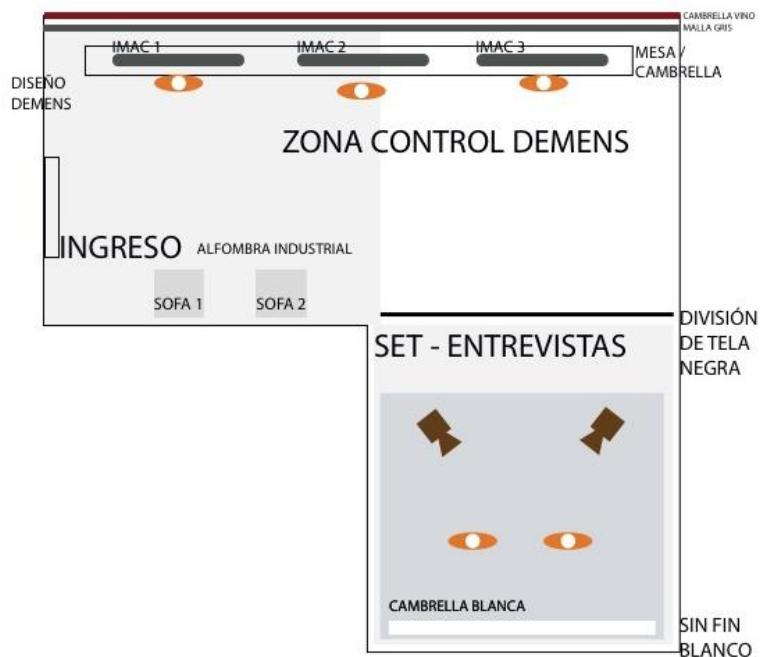
El gráfico presentado corresponde a una planta de ubicación de elementos para la realización del Livestream. Locación uno: Galpón del Circo Social.

ESCENARIO 2 – Set Cine en el Circo – Interior

GRÁFICO 15: SET CINE EL EN CIRCO

CIRCO EN VIVO

ACTO 2 - ESCENARIO _ OFICINA DEMENES

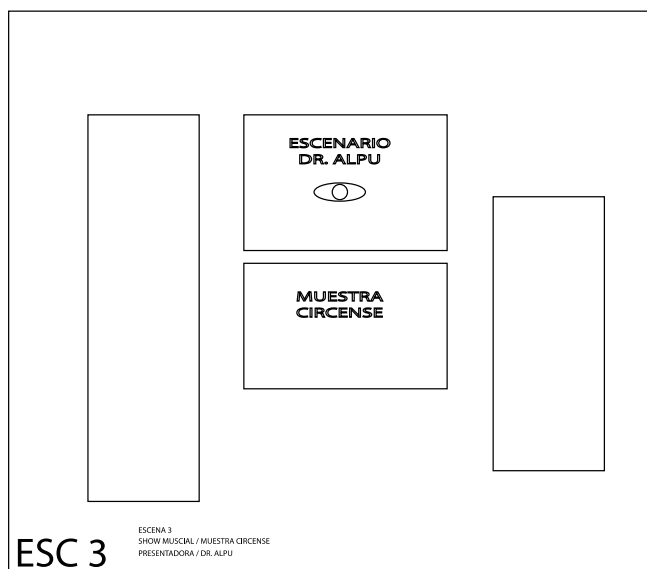


El gráfico presentado corresponde a una planta de ubicación de elementos para la realización del livestream. Locación dos: Set Cine en el Circo.

ESCENARIO 3 – Cine/Teatro Circo Social – Interior

GRÁFICO 16: CINE/TEATRO CIRCO SOCIAL

CIRCO EN VIVO
ACTO 3 - SHOW MUSICAL



El gráfico presentado corresponde a una planta de ubicación de elementos para la realización del livestream. Locación tres: Cine/Teatro Circo Social.

3.2.10 SONIDO

El sonido es parte fundamental de un producto audiovisual, y más si es un audio en vivo, este debe tener todas las precauciones para que micrófonos y sistema de sonido encaje con los elementos visuales que se están reflejando.

Para tener una captura total de sonido, se ha optado por trabajar con micrófonos Sennheiser en distintas modalidades, como corbateros, micrófonos de mano, micrófono boom, entre otros. La recepción de las señales de audio serán monitoreadas desde el cuarto de control master. Mesclando tanto las señales de entrada de micrófonos y señales de audio de apoyo. Para las entrevistas se cubrirá el set con un micrófono corbatero y un micrófono boom, captando todos los pormenores que los personajes nos dan en la sección de entrevistas. Para el show musical en vivo se contará con micrófono de mano dando la bienvenida al artista.

3.2.11 CASTING

CINE EN EL CIRCO propone una presentadora para el programa, facilitando la comunicación con los espectadores.

PRESENTADORA

LILA TAPIA

Se realizaran entrevistas que serán realizadas a integrantes de proyecto Circo Social y entrevistas a representantes de los proyectos de emprendimiento que tiene el Circo Social.

SEMILLITA 1

SIBONEY GODOY

TALLER UKU

FERNANDO RODRIGUEZ

CARLA BARBOSA

Para el show musical CINE EN EL CIRCO cuenta con el artista Dr. Alpu, el Dj que será el encargado de ambientar la muestra circense en vivo.

DR. ALPU

DAVID ALPUSIG

3.2.12 PRESUPUESTO CIRCO EN VIVO

• PREPRODUCCIÓN	1200.00\$
- Movilización	
- Logística	
- Alquiler equipos	
- Fotografía	
- Arte	
- Casting	
• PRODUCCIÓN	600.00\$
- Movilización	
- Logística	
- Catering	
• POSTPRODUCCIÓN	800.00\$
- Equipos de edición	
- Equipos de animación	
- Corrección de color	
- Catering	
• EXHIBICIÓN	400.00\$
- Logística WEB	
- Equipo de audio.	

3.2.13 PLAN DE RODAJE

Las actividades están programados 2 días antes de la performance, ultimando detalles de arte, iluminación, preparación de recursos logísticos y técnicos.

9am – Llamado a crew a locación / reunión general de requerimientos

10am – Preparación de elementos de arte, iluminación, sonido, cableado de estructura Streaming, pruebas de campo.

12pm – Hora de almuerzo / lunch para el crew / descanso

1:30pm – Ubicación de personajes, equipo técnico, equipo de arte, equipo de artistas circense para la transmisión.

2pm – Transmisión – salida al aire del programa “CIRCO EN VIVO”

3:30pm – Fin de transmisión – salida del aire del programa “CIRCO EN VIVO”

3:45pm – Revisión e inventario de equipo de trabajo.

3.2.14 PROPUESTA DE MONTAJE Y EDICIÓN

Puesto que la tecnología Livestream demanda de una edición lineal, es decir la mezcla de imágenes y sonidos en tiempo real, esta se la realizara desde la unidad de mezcla de video y sonido profesional Atem Studio Pro.

Para el programa CIRCO EN VIVO se emitirá una señal de video desde la mescladora Black Magic Atem Studio Pro, la cual será la que se emita en vivo por la plataforma Livestream.

Switcher que trabaja con un máximo de 6 entradas de señal video, 3 señales independientes de sonido y con 2 salidas de señal de video con la salida master de la línea de edición.

El proceso de poncheo o mezcla de video depende de dos recursos visuales de gran importancia, el video de las acciones en tiempo real como tal, y los recursos visuales de apoyo que deben ser elaborados previamente a la transmisión en vivo.

El formato que se trabajara para la edición es en formato 16:9, la señal de video de entrada será en formato Proress, datos que al momento de subir a la transmisión serán convertidos en formato H264, minorando un poco la calidad pero manteniendo una transmisión estable y sin cortes ni contratiempos.

3.2.15 PROPUESTA DE POSTPRODUCCIÓN

El proceso de postproducción se lo realiza con la con la anticipación necesaria para que los elementos visuales estén ya exportados y listos para ser ponchados o emitidos al aire.

CIRCO EN VIVO al tratarse de un programa que maneja un tema de estilo juvenil y artístico, se plantea el uso de animaciones de tipo informativo y publicitario, para reforzando el mensaje y el contenido del programa.

Elementos informativos como: infoanimados, claquetas, intros, letters; y elementos de índole publicitario como: cortinillas, logotipos, créditos y auspicios serán los encargados de mantener el interés de los espectadores con el programa, al conjugar elemento visual de calidad y animación de calidad.

El software que se usara para desarrollar el producto audiovisual de apoyo será Adobe After Effects Cs6. Plataforma mundial de contenido audiovisual virtual. Se ha seleccionado esta herramienta debido a que cuenta con todas las necesidades que el producto necesita.

La calidad que se trabajara en el producto será en formato full HD (1920x1080), fps (29.97), y en calidad (PRORESS HQ 422).

La colorización del producto será manejada por 3 momentos dentro del programa previamente seleccionados en pruebas de campo junto al equipo de fotografía. Al ser un producto audiovisual de difusión directa, el manejo de color será monitoreado desde la

consola Atem Studio Pro, manipulando controladores de tono, saturación e intensidad acorde a cada momento planteado del programa, mas no una colorización individual toma por toma.

3.2.16 RECURSOS VISUALES

LOGOTIPOS

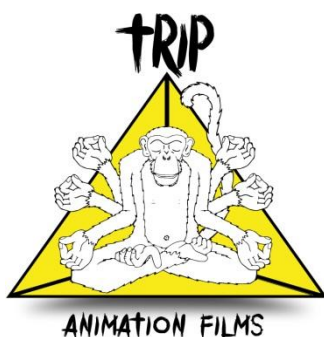
GRÁFICO 17: LOGOTIPOS AUSPICIANTES – PATROCINADORES – COLABORADORES CIRCO EN VIVO

UISRAEL
Tu futuro nos inspira

QUITO
ALCALDÍA

**CIRCO
SOCIAL**

QUITO
UNIDAD PATRONATO MUNICIPAL SAN JOSÉ



En el gráfico presentado podemos apreciar todos los logotipos de colaboradores y realizadores del proyecto CIRCO EN VIVO, como lo son: UNIVERSIDAD ISRAEL, QUITO ALCALDÍA, CIRCO SOCIAL. PATRONATO MUNICIPAL SAN JOSÉ, TRIP ANIMATION FILMS, CINE EN EL CIRCO Y CIRCO EN VIVO.

INTRO LOGO - CIRCO EN VIVO

GRÁFICO 18: INTRO CIRCO EN VIVO



El gráfico corresponde a capturas de pantalla del intro del logotipo CIRCO EN VIVO, el mismo que dará la apertura al desarrollo programa online.

CLAQUETAS

GRÁFICO 19: CLAQUETAS



El gráfico presentado corresponde al formato de las claquetas del programa CIRCO EN VIVO. Se visualiza información de carácter informativo como: nombres y direcciones,

LETTERS

GRÁFICO 20: LETTERS



El gráfico presentado corresponde al formato de los letters o cuadros de información extra del programa CIRCO EN VIVO. Se visualiza información que ubique y complemente al espectador con los segmentos propios del programa.

CORTINILLAS

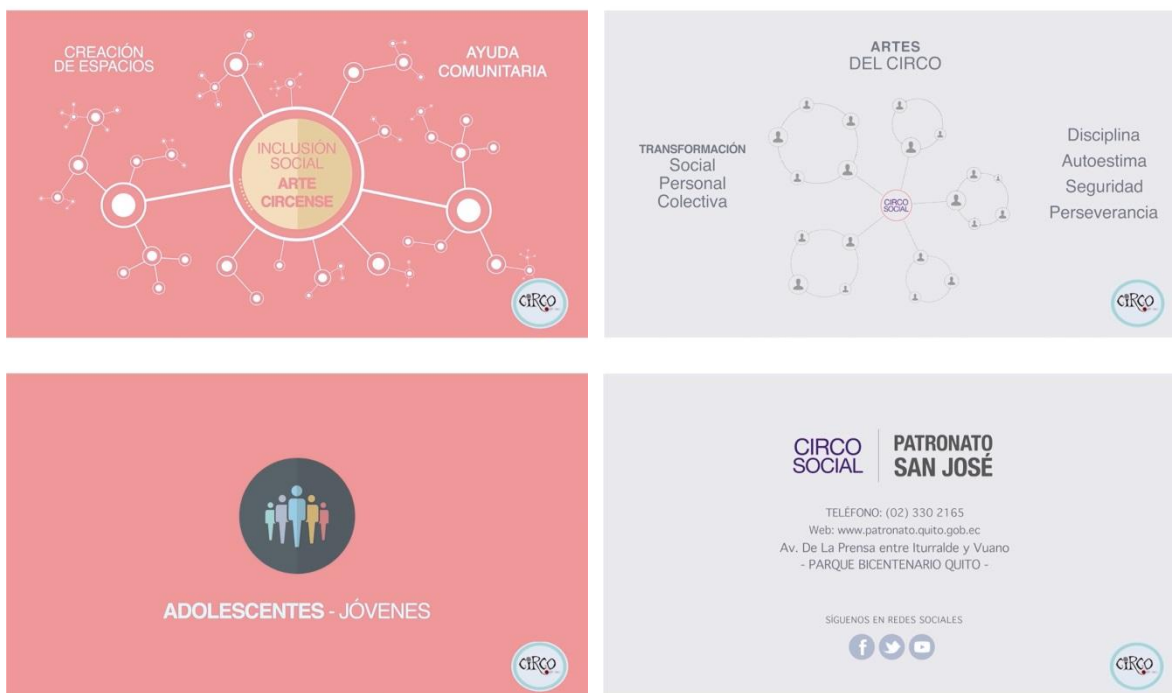
GRÁFICO 21: CORTINILLAS



Los gráficos presentados corresponden a la producción de recursos gráficos de apoyo: cortinillas. Transiciones animadas que dan paso a cada segmento del programa CIRCO EN VIVO.

INFO-ANIMADO

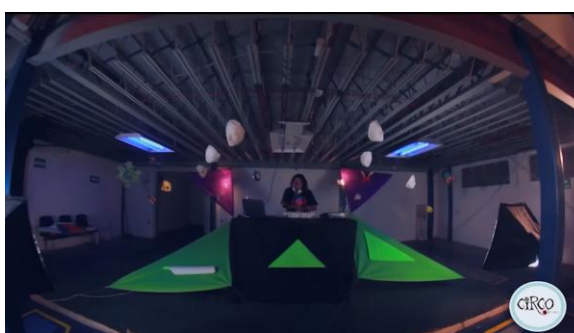
GRÁFICO 22: INFO-ANIMADO



Los gráficos presentados corresponden a la producción de un info-animado, donde se detalla la información necesaria para la comunidad sobre ¿qué es? el Proyecto Circo Social.

COMPOSICIÓN FINAL

GRÁFICO 23: COMPOSICIÓN FINAL



Los gráficos presentados corresponden al resultado de la composición entre elementos visuales de apoyo y la imagen que registra la cámara. La composición se adapta a las necesidades visuales propias del proyecto Circo Social logrando una armonía entre elementos e imagen.

3.2.17 PROPUESTA DE TRANSMICIÓN ONLINE

Para la transmisión del programa circo en vivo se define los settings o configuraciones en cuanto a video: Calidad: Full HD (1920x1080) - Compresión: h264 - Sonido: mp3, mediante la cuenta CIRCO EN VIVO (canal previamente creado) en la plataforma Livestream.

Se cuenta con un ancho de banda de 4mb para su transmisión ininterrumpida y con almacenamiento en el canal para que los usuarios lo puedan ver las veces que deseen. Monitoreo desde un smart phone para controlar de manera rápida y eficaz cualquier contratiempo.

Los medios por los cuales será difundido el programa web circo en vivo serán redes sociales de gran alcance, como las redes sociales del Patronato Municipal San José, redes sociales de grupos juveniles (Quito Juventud), desde la red social de la productora y realizadora del programa: Trip Animation Films. Logrando tener mayor amplitud de usuarios que estos a la vez puedan compartir el programa con sus amigos.

VALIDACIONES

JUAN JOSÉ CARVAJAL – PRODUCTOR – ASAMBLEA NACIONAL

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD				
PERTINENCIA				
ACTUALIDAD				
APLICABILIDAD				
NOVEDAD				

ROBERTO ROSERO – DOCENTE ARTES VISUALES - UNIVERSIDAD SALESIANA

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD				
PERTINENCIA				
ACTUALIDAD				
APLICABILIDAD				
NOVEDAD				

NANCY JARAMILLO – COORDINADORA GENERAL PROYECTO CIRCO SOCIAL QUITO

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD				
PERTINENCIA				
ACTUALIDAD				
APLICABILIDAD				
NOVEDAD				

CONCLUSIONES

- Se estructuró una producción audiovisual Livestream cumpliendo los parámetros establecidos para una producción de calidad. Llevando los procesos de preproducción, producción y postproducción bajo estándares de calidad en cuanto a manejo de contenido y calidad tecnológica.
- Se realizó la investigación sobre los antecedentes, parámetros y estándares técnicos que la tecnología Livestream demanda, obteniendo información pertinente y necesaria para la correcta distribución o transferencia del programa online CIRCO EN VIVO a través de internet.
- Se obtuvieron resultados sobre la perspectiva publicitaria de los usuarios de Circo Social mediante encuestas, complementando estos resultados con el testimonio de representantes legales de este proyecto, como la Coordinadora General de este proyecto Nancy Jaramillo.
- Se logró la producción de un info-animado donde se detalla la información pertinente necesaria para futuros usuarios del proyecto Circo Social, como objetivos, procesos, métodos y resultados.

RECOMENDACIONES

Se recomienda que:

- El presente proyecto, realización de un Livestream para complementar la promoción de Circo Social, sea difundido por medio de redes sociales de la institución patrocinadora de este proyecto, el Patronato San José de Quito.
- Contar de un plan estratégico de producción audiovisual donde existan previas pruebas para tener un correcto funcionamiento entre áreas y si existen dudas resolverlas previas a su realización - transmisión.
- La continua producción de Livestream como método de difusión y publicidad para el proyecto Circo Social, puesto que los usuarios tienen mayor acogida a productos audiovisuales difundidos a tiempo real, dándole al proceso comunicativo un índole más vivencial.
- Hacer uso de este trabajo de titulación como una ventana o para difusión de las diferentes actividades que se realizan en este proyecto.
- Mediante el programa CIRCO EN VIVO, transmitir los eventos de muestras de final de ciclos, eventos de gran acogida y de alto nivel artístico para que los usuarios de diferentes provincias, inclusive otros países puedan seguir en vivo los resultados de cada proceso del proyecto Circo Social.

BIBLIOGRAFÍA

- Bechqito, Y, (2009). *"HIGH DEFINITION VIDEO STREAMING USING H.264 VIDEO COMPRESSION"*, (Tesis inédita de Information Technology Multimedia Communications). Universidad Metropolia: FINLAND
- Bolaños, N., (2010), Tipos de publicidad – básicos, *Recuperado de* http://es.slideshare.net/BONODG/tipos-de-pblicidad-basicos?qid=4e35be7d-3ae2-4d88-9049-e81fcb5119ae&v=qf1&b=&from_search=1
- Cabero, Julio, (2008), *"Innovación educativa y uso de las tics : Medios audiovisuales y nuevas tecnologías de la información y comunicación en el contexto hispano."*, Sevilla: UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DE ANDALUCÍA
- Cantos López, F, (2008), *"Tecnología de los medios audiovisuales I"*, Castellò de Plana, Publicacions de la Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions
- De Silan, D. (2012), Etapas de la publicidad, *Recuperado de* <http://es.slideshare.net/dimagenpersonal/etapas-de-la-publicidad>
- Miranda, F. (2010), ¿Qué es publicidad?, *Recuperado de* http://es.slideshare.net/Franciscamirandaramos/qu-es-publicidad?qid=bd049b53-4576-4b61-99ba-28f141e214f4&v=default&b=&from_search=5
- Field, S, (2001), Libro del guión – Fundamentos de escritura de guión., Plot Editions, EEUU.
- Moya, MJ, (2012), *"DISEÑO DE UN MANUAL MULTIMEDIA SOBRE LA ELABORACIÓN DE HERRAMIENTAS TÉCNICAS PARA REALIZAR MOVIMIENTOS DE CÁMARA Y SISTEMAS DE ILUMINACIÓN EN PRODUCCIONES AUDIOVISUALES."*, (Tesis inédita de ingeniería en producción de tv y multimedia). UNIVERSIDAD ISRAEL, QUITO, ECUADOR
- Pérez, M. (2012) "La accesibilidad a la imagen: un nuevo reto", *Recuperado de* <http://www.sidar.org/acti/jorna/4jorna/ivponen/imagenac/ponencia.html>
- Polo Serrano, D & Jodar Marín. J Á. (2010). *"EL VALOR DEL VIDEO STREAMING EN LA COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN NO VERBAL. UN ESTUDIO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN"* Editor responsable Octavio Islas. *Recuperado de* http://www.razonypalabra.org.mx/N/N71/VARIA/36%20POLO_JORDAN_REVISADO.pdf

- *Prado Mora, J G, (2011), "El Laboratorio de Televisión como espacio didáctico",* Guadalajara, México. Amaya ediciones
- Russell, J.T., (2005), PUBLICIDAD Décimo sexta edición., México, Perason educación.

ANEXOS

VALIDACIÓN

DATOS DEL VALIDADOR

Nombres y Apellidos: Jon José Canabal Echanique
Perfil Académico: Ingeniero en Producción de Televisión
Experiencia Laboral: 10 años en el medio Televisivos
El Nido TV, Asamblea Nacional

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD	X			
PERTINENCIA	X			
ACTUALIDAD	X			
APLICABILIDAD	X			
NOVEDAD	X			

Observación General:

El Programa cumple con el objetivo
plantado, proporcionando las estrategias del
Curso Social Quito


FIRMA

CI: 1714813542

VALIDACIÓN

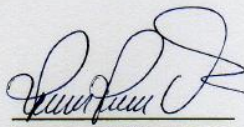
DATOS DEL VALIDADOR

Nombres y Apellidos: ROBERTO CARLOS ROSERO ORTEGA
 Perfil Académico: COMUNICADOR VISUAL
 Experiencia Laboral: DOCENTE UNIVERSITARIO, DIRECTOR DE TESIS, REALIZADOR
 Y PRODUCTOR AUDIOVISUAL, DISEÑADOR GRÁFICO Y MULTIMEDIAL.

INDICADORES	MUY ADECUADO	ADECUADO	POCO ADECUADO	OBSERVACIONES
CIENTIFICIDAD	✓			NINGUNA
PERTINENCIA	✓			NINGUNA
ACTUALIDAD	✓			NINGUNA
APLICABILIDAD	✓			NINGUNA
NOVEDAD		✓		NINGUNA

Observación General:

EL PRODUCTO AUDIOVISUAL REALIZADO POR EL COLEGA JONATHAN TIAGUARO ES
BASTANTE PERTINENTE, YA QUE ESA VINCULACIÓN DE LOS NUEVOS TECNOLO-
GÍAS CON LO AUDIOVISUAL, VISIBILIZA LOS ENTORNOS SOCIALES Y EN
ESTE CASO EL "CIRCO SOCIAL", QUE PARA MUCHOS ES UN TEMA
 AISLADO.


 FIRMA

CI: 1713913042

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Jonathan Andres Tiaguaro Benalcázar, con CI 1717396517 autor del trabajo de titulación:

REALIZACIÓN DE UNA TRANSMISIÓN EN VIVO LIVESTREAMING QUE COMPLEMENTE LA PROMOCIÓN DEL CIRCO SOCIAL MEDIANTE EL PROGRAMA ONLINE “CIRCO EN VIVO”, DIRIGIDO A JÓVENES ENTRE TRECE A VEINTICINCO AÑOS DE EDAD DE LA CIUDAD DE QUITO, previo a la obtención del título de **Ingeniería en Producción de Tv y Multimedia** en la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de difundir el respectivo trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de graduación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, Septiembre 2016

Atentamente

Jonathan Andres Tiaguaro Benalcázar.

C.I. 1717396517