



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
HUMANÍSTICAS**

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TESIS DE GRADO

TEMA:

“IMPLEMENTACION DEL LABORATORIO DE TELEVISION Y
CINE: ESTUDIO Y SELECCIÓN DE LAS CAMARAS SEGÚN
CRITERIOS DE ÓPTICA, PROCESAMIENTO DIGITAL, FORMATOS
Y SU RELACIÓN COSTO BENEFICIO”

Tesis presentada previa a la obtención del Título de licenciado en Comunicación Social.

Autor:

Cumbicus Yungán Octavio Ricardo

Directora:

Lic. Tania Villalva Salguero

Latacunga –Ecuador
Mayo del 2012

AUTORIA

Los criterios emitidos en el presente trabajo de investigación:

**“IMPLEMENTACIÓN DEL LABORATORIO DE TELEVISIÓN Y CINE:
ESTUDIO Y SELECCIÓN DE LAS CÁMARAS SEGÚN CRITERIOS DE
ÓPTICA, PROCESAMIENTO DIGITAL, FORMATOS Y SU RELACIÓN
COSTO BENEFICIO”**

Es de exclusiva responsabilidad del autor:

.....
OCTAVIO RICARDO CUMBICUS YUNGÁN

050268342-8

AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS

En calidad de Director de Tesis bajo el título:

“IMPLEMENTACIÓN DEL LABORATORIO DE TV Y CINE DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI. ESTUDIO Y SELECCIÓN DE LAS CÁMARAS SEGÚN CRITERIOS DE ÓPTICA, PROCESAMIENTO DIGITAL, FORMATOS Y SU RELACIÓN COSTO BENEFICIO”, de Cumbicus Yungán Octavio Ricardo, postulante de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Humanísticas, especialidad Comunicación Social, considero que el presente trabajo de tesis cumple los requerimientos metodológicos y aportes científico-técnico suficientes para ser sometido a la evaluación por el Tribunal de Validación de tesis que el Honorable Consejo Académico de la Universidad Técnica de Cotopaxi designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Latacunga, Febrero del 2012

.....
Lic. Tania Villalva

Directora Tesis.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI
UNIDAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS, HUMANÍSTICAS
Latacunga – Ecuador

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

En calidad de Miembros del Tribunal de Grado aprueban el presente Informe de Investigación de acuerdo a las disposiciones reglamentarias emitidas por la Universidad Técnica de Cotopaxi, y por la Unidad Académica de Ciencias Administrativa y Humanísticas; por cuanto, el postulante: Cumbicus Yungán Octavio Ricardo con el título de Tesis **“IMPLEMENTACIÓN DEL LABORATORIO DE TV Y CINE DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI: ESTUDIO Y SELECCIÓN DE LAS CÁMARAS SEGÚN CRITERIOS DE ÓPTICA , PROCESAMIENTO DIGITAL, FORMATOS, Y SU RELACIÓN COSTO BENEFICIO”** ha considerado las recomendaciones emitidas oportunamente y reúne los méritos suficientes para ser sometido al acto de Defensa de Tesis.

Por lo antes expuesto, se autoriza realizar los empastados correspondientes, según la normativa institucional.

Latacunga, 07 de Mayo del 2012

Para constancia firman:

.....
Licda. Verónica Peñaherrera
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....
Lic. José Cobo
MIEMBRO

.....
Lcda. Jessenya Cabrera
OPOSITOR

CERTIFICACIÓN DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS

En mi calidad de Docente del Centro de Idiomas de la Universidad Técnica de Cotopaxi , CERTIFICO haber revisado el resumen de la tesis presentada por el Señor Cumbicus Yungán Octavio Ricardo, egresado de la carrera de comunicación Social previo la obtención del título de Licenciado en Comunicación Social, cuyo Tema es: “IMPLEMENTACIÓN DEL LABORATORIO DE TELEVISIÓN Y CINE: ESTUDIO Y SELECCIÓN DE LAS CÁMARAS SEGÚN CRITERIOS DE ÓPTICA, PROCESAMIENTO DIGITAL, FORMATOS Y SU RELACIÓN COSTO BENEFICIO”

.....
Lic. Msc. Mercedes Abata

AGRADECIMIENTO

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Cotopaxi, por la oportunidad que me brindo, al crecer como ser humano y profesional para de alguna manera retribuir a la juventud del cantón y porque no decirlo de mi provincia.

A La Licenciada Tania Villalva, quien con sus sabios conocimientos me guió de manera acertada hasta la exitosa culminación de este proyecto

Octavio Ricardo

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico con mucho amor y vehemencia a los seres más importantes de mi vida:

A mi amada esposa Amparito, por su incondicional apoyo y su infinito amor, porque sin ella, no sería posible disfrutar a plenitud este logro profesional tan anhelado y esperado desde mi niñez. Porque nuestro amor, ha sido siempre la razón fundamental para luchar y forjar juntos nuestros ideales y metas.

A mis hijos: Alaska Valentina y Magno Salvador porque ellos son los seres que iluminan y llenan de esperanza mi vida, su existencia y compañía me animan siempre a ser mejor persona.

A mis padres por su amor y cuidado, porque ellos me inculcaron esos valores que me han permitido crecer y formarme como un hombre íntegro y triunfador.

A mis abuelitos Teodoro, Nicolás, Juanita, Isabelina, que aunque ya no están con vida confío en que siguen acompañándome.



TEMA: “ESTUDIO Y SELECCIÓN DE LAS CÁMARAS SEGÚN CRITERIOS DE ÓPTICA, PROCESAMIENTO DIGITAL, FORMATOS Y SU RELACIÓN COSTO BENEFICIO”

Cumbicus Yungán Octavio Ricardo

RESUMEN

En el presente trabajo de investigación se presentó como problema de estudio para implementar el laboratorio de televisión y cine con estudio y selección de las cámaras según criterios de óptica, procesamiento digital, formatos, y su relación costo beneficio. Para la fundamentación teórica se consultó, seleccionó y analizó un conjunto de conceptos y categorías que explican la comunicación y los criterios de cámaras, así como también las tecnologías de la comunicación.

La metodología de esta investigación no es experimental por cuanto no es nueva, este sistema ya ha sido aplicado en otras instituciones. La investigación de campo se hizo a través de técnicas de recolección de datos, como la investigación que se realizó por medio de entrevistas y con el tratamiento y análisis de la información recopilada se pudo establecer el tipo de cámaras que se deben implementar en el laboratorio de cine y tv, siendo así que a partir de los resultados se determina una propuesta completa que aporta con lineamientos sobre el uso adecuado de las cámaras que va a ser utilizado tanto por docentes, estudiantes y para el servicio de la comunidad.



TECHNICAL UNIVERSITY OF COTOPAXI
ACADEMIC UNIT OF ADMINISTRATIVE SCIENCES AND
HUMANITIES
Latacunga - Ecuador

TOPIC: "STUDY AND SELECTION CRITERIA BY THE OPTICAL CAMERAS, DIGITAL PROCESSING, SIZES AND COST BENEFIT"

BY: Ricardo Octavio Yungán Cumbicus

EXECUTIVE SUMMARY

In the present research work was presented as a problem to implement the laboratory study of television and cinema study and selection criteria as optical cameras, digital processing, formats, and cost benefit. For the theoretical foundations were consulted and analyzed select a set of concepts and categories that explain the criteria of communication and cameras, as well as communication technologies.

The methodology of this research is not experimental as it is not new, this system has been implemented in other institutions. The field research was done through data collection techniques, such as research that was conducted through interviews and the processing and analysis of information gathered could set the type of cameras to be implemented in the laboratory film and TV, whereas the results from a full proposal is determined to bring with guidelines on the proper use of cameras will be used both by teachers, students and community service.

ÍNDICE

AUTORIA.....	ii
AVAL DEL DIRECTOR DE TESIS.....	iii
CERTIFICACIÓN DOCENTE DEL CENTRO DE IDIOMAS.....	iv
DEDICATORIA.....	v;Error!
Marcador no definido.	
<i>RESUMEN</i>	viii
SUMMARY.....	vii;Error!
Marcador no definido.	
INTRODUCCION.....	viii.

CAPÍTULO I.

ANTECEDENTES INVESTIGATIVO.....	5
2. CATEGORIAS FUNDAMENTALES.....	7
2.1 COMUNICACIÓN SOCIAL	8
2.1.1 COMUNICACIÓN.....	8
2.1.2 DEFINICION DE LA COMUNICACIÓN.....	9
2.1.3 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN.....	10
2.2 MEDIOS MASIVOS	18
2.2.1 DEFINICION.....	19
2.2.2 LA INFORMACION.....	19
2.3 TELEVISION	20
2.3.1 SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGIA.....	21

2.3.2 SOBRE EL PUBLICO A LOS QUE VAN DIRIGIDOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS.....	23
2.4 LABORATORIOS DE CINE Y TELEVISION.....	26
2.4.1 SOBRE CAMARAS DE VIDEO Y ACCESORIOS.....	26
2.4.1.1 Sobre Sensores.....	27
2.4.1.2 Sobre el objeto visual.....	28
2.4.1.3 Sobre la sensibilidad.....	29
2.4.1.4 Sobre el estabilizador.....	29
2.5 PRODUCTORAS DE TELEVISION.....	30
2.5.1 DEFINICIONES.....	31
2.6 EQUIPOS AUDIOVISUALES.....	32
2.6.1 SOBRE LA CLASIFICACION DE LAS CAMARAS DE VIDEO.....	33
2.6.1.1 Según su Calidad.....	34
2.7 CAMARAS DE VIDEO.....	35
2.7.1 DEFINICIONES.....	36
2.8 CARACTERISTICAS Y TÉCNICAS DE LAS VIDEOCÁMARAS.....	37
2.8.1 DEFINICIONES.....	38

CAPÍTULO II.

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	40
--	----

CAPÍTULO III

PROPUESTA.....	46
JUSTIFICACION.....	47
OBJETIVOS.....	48
MANUAL.....	50
DESCRIPTORES.....	56
CONCLUSIONES.....	62
RECOMENDACIONES.....	62
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	64
ANEXOS.....	65

INTRODUCCIÓN

La presente investigación está encaminada a implementar un laboratorio de Cine y televisión diseñando un folleto de información sobre el funcionamiento de cámaras con criterios de óptica, procesamiento digital, formatos y su relación Costo beneficio para ser aplicado en la Universidad Técnica de Cotopaxi, previo la implementación del mismo.

En el presente protocolo constan los siguientes capítulos y contenidos:

En el anteproyecto se contextualiza el ámbito social del problema de investigación desde la visión macro, meso, y micro. Se plantean interrogantes que buscan determinar causas y efectos de esta propuesta.

La prognosis vislumbra lo que podría producirse a futuro. Se plantea el problema, se precisan las variables, así como los objetivos: general y específicos y se termina con la justificación.

Se plantea la metodología mediante la cual se procederá a la recolección de la información. El proyecto que se pone a vuestra consideración, consta de la siguiente estructura:

En el capítulo I se señalan los antecedentes investigativos sobre experiencias anteriores, como así también en los que se describen conceptos de ciertos autores en este trabajo de investigación; así también, las fundamentaciones respectivas en las que se especifican las orientaciones teóricas correspondientes, argumentando sobre todo, la posición del autor acerca de la investigación.

En el capítulo II tratará sobre la investigación realizada en diferentes productoras, centros educativos y medios de comunicación con lo referente a tipos de cámaras y sus características específicas.

En el Capítulo III se presenta la investigación de campo para la selección de cámaras de video con el objeto de implementar el laboratorio de cine y televisión en la Universidad Técnica de Cotopaxi, asimismo el análisis e interpretación de resultados, conclusiones y recomendaciones.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTOS TEÓRICOS DE OBJETO DE ESTUDIO SOBRE LAS CATEGORIAS FUNDAMENTALES QUE PRECEDEN A ESTA INVESTIGACION

1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Latinoamérica, pese a ser una región en desarrollo, tiene una gran deuda con la educación, los países que sacan la cara, es decir Brasil, Argentina, y Chile no invierten más del 5% de su Producto Interno Bruto en investigación, mientras que los países como Ecuador, Bolivia, Colombia, Perú solo lo hacen en alrededor de un 3 %, lo recomendado está en un 10 %.

Latinoamérica es la parte del mundo donde se concentran las mayores exportaciones de materia prima pero contradictoriamente donde no se desarrollan investigaciones para su procesamiento y mayor eficiencia comercial, gracias a la falta de centros de estudio e investigación que permitan el desarrollo de la actividad científica.

Las mejores universidades de Latinoamérica no se encuentran en el ranking de las 100 mejores del mundo, por lo que es evidente que los gobiernos de la región han descuidado la investigación y por ende a las universidades que son sinónimo de desarrollo, en la región Andina también se evidencia esta situación ya que los países que la comprenden pese a ser grandes esfuerzos para su desarrollo solo destinan a la investigación menos del 1 % del Producto Interno Bruto, entre los más bajos del mundo según la página web <http://www.areandina.edu.co/publiandina/index.ph>.

En el Ecuador se ha vivido un camino largo y traumático de gobiernos deshonestos, corruptos e incompetentes, donde toda la inversión que necesitaba el país desarrollar,

solo ha sido de manera teórica Y nunca se llegó a la práctica, es decir esa inversión empezaba y terminaba en los discursos políticos.

Las Universidades del país a la falta de presupuesto han tenido que verse forzadas a financiarse por los propios estudiantes, son pocas las universidades que cuentan con laboratorios sofisticados, por lo que es evidente que el desarrollo científico ha sido medido.

En el Ecuador, pese a que la constitución declara como derecho, la gratuidad de la educación superior hasta el tercer nivel, esto no se cumple y siguen existiendo impedimentos para que la universidad ecuatoriana cumpla estos planteamientos de mejoramiento, las universidades del Ecuador han sido destacadas en ciertas carreras técnicas pero esto no basta ya que se necesitaría de un sistema educativo integral que mejore la educación

La Universidad Técnica de Cotopaxi, desde su creación en el año de 1995 ha venido destacándose académicamente, es por ello que la infraestructura que se está desarrollando es para dar oportunidades a más estudiantes de la provincia a que se desarrollen personalmente y obtengan una profesión.

La Universidad Técnica de Cotopaxi por intermedio de sus autoridades han presentado tres proyectos de implementación de un laboratorio de Comunicación Social, los cuales no han sido entregados, ni mucho menos el presupuesto para el desenvolvimiento dentro de la Universidad Cotopaxense, por lo que los estudiantes de las diferentes carreras se han visto inmersos económicamente en los proyectos académicos que ha exigido la profesión.

La Universidad Técnica de Cotopaxi a través de los tiempos se está consolidando éticamente, académicamente, y por lo que le atribuye exige que los estudiantes nos veamos inmersos en los proyectos que la misma impone.

Los estudiantes de Comunicación Social para desarrollar sus prácticas y proyectos de televisión tienen que pagar por el alquiler de los mismos ya que en la carrera de

Comunicación Social no existe el laboratorio, y la falta de productos comunicacionales que promocionen la carrera de Comunicación Social han sido evidentes ante la falta del centro de Comunicación Social.

El conocimiento teórico- práctico no se ha llegado a complementar ya que el buen manejo de la profesión se sustenta en la teoría de la comunicación y sus proyectos de comunicación por finalidad la falta de presupuesto para la investigación y dotación de laboratorios han sido suficientes argumentos para la inexistencia de este.

La influencia en la educación y relación entre la práctica y la teoría pronostican la dependencia de esta carrera a otras instituciones ya que al no existir laboratorios de ejecución y mantenimiento de programas de comunicación los estudiantes se verán limitados a mantener teóricamente sus conocimientos.

No existirá un ambiente de innovación y creatividad que permita plantear a sus estudiantes plantear alternativas de acción que respondan a los acontecimientos

La creación del laboratorio de Televisión y Cine permitirá que los estudiantes de la carrera se especialicen mas en aspectos técnicos que permitan tener un manejo eficiente, todo esto en preparación para una vida profesional exigente y competitiva.

Es necesario implantar el laboratorio de Televisión y Cine con una participación efectiva de estudiantes y docentes.

La presente investigación se realizara en la Universidad Técnica de Cotopaxi durante el periodo 2011 mediante el estudio de nuevas tecnologías lo cual determinara su estudio.

2. CATEGORIAS FUNDAMENTALES:

VARIABLE DEPENDIENTE

COMUNICACIÓN SOCIAL

MEDIOS MASIVOS

TELEVISIÓN

**LABORATORIO DE TV Y
CINE**

VARIABLE INDEPENDIENTE

PRODUCTORAS DE TV

CAPÍTULO II



Fuente: Investigación directa
Elaborado por: Ricardo Octavio Cumbicus (2011)

MARCO TEÓRICO

1.1.-COMUNICACIÓN SOCIAL

Según la información presentada en <http://monografias.com>, La comunicación y las relaciones públicas por Yadira Suárez Rodríguez quien manifiesta que..

La comunicación es fundamental para establecer buenas relaciones humanas, sin embargo, esta se ve afectada ya requiere el entendimiento mutuo del emisor.

La comunicación es eficaz solo cuando el receptor entiende el mensaje del emisor, en los términos en que este ha querido darle su mensaje. Confabulan contra una buena comunicación factores tales como: Diferencias culturales, Métodos de Comunicación, Lenguaje, Diferencias de percepciones de cada persona.

Se logra una comunicación verdadera si estamos interesados en el lenguaje de la otra persona, de tal forma que esta se puede expresar libre y sinceramente, si escuchamos atentamente y observamos con conciencia y somos capaces de ponernos en el lugar del otro. Solo entonces estaremos estableciendo las bases de una buena comunicación.

En las Relaciones Humanas y Públicas es esencial la comunicación, sin ella sería imposible una vida en sociedad.

Por eso estudiaremos los elementos y propósitos de la comunicación para aprender a comunicarnos y tener mejores relaciones humanas en todos los aspectos de nuestras vidas.

1.2 DEFINICIÓN DE LA COMUNICACIÓN:

Es el proceso dinámico entre individuos y/o entre grupos, que mediante un intercambio informativo sirve para establecer la comprensión o un estado de comunidad. La estructura de este proceso es expresión de las relaciones que median entre los participantes de la comunicación.

Para Peter Heinemann en la (Pedagogía de la comunicación no verbal.) asegura que la comunicación es un proceso de interacción social a través de símbolos y sistemas de mensajes que se producen como parte de la actividad humana.

Además Vicente González C. indica que el proceso de comunicación es una vía esencial del desarrollo de la personalidad, que tiene su especificidad con relación a la actividad objetiva y concreta, tanto por sus características como por la forma en que el hombre se incluye en calidad de sujeto en uno u otro proceso. La significación de la comunicación depende de las características de los sujetos implicados en ella; a su vez, las características de los sujetos determinan el proceso de comunicación.

Para Fernando Glez. Rey (Personalidad y Comunicación: su relación teórica-metodológica) La comunicación es un proceso por medio del cual una persona se pone en contacto con otra a través de un mensaje y espera que esta última de una respuesta, sea una opinión, actitud o conducta. Es una manera de establecer contacto con los demás por medio de ideas, hechos, pensamientos, conductas, buscando una reacción al comunicado que se ha enviado.

Para James L. Gibson la comunicación es la interacción de las personas que entran en ella como sujetos. No sólo se trata del influjo de un sujeto en otro (aunque esto no se excluye), sino de la interacción. Para la comunicación se necesitan como mínimo dos personas, cada una de las cuales actúa como sujeto.

Según Mónica Sorín Zocolsky La comunicación proviene de la palabra latina Communis, que significa común, por tal motivo al comunicarse, se trata de establecer una comunidad con alguien.

A través de símbolos (gráficos o verbales) se emite un mensaje por medio de un canal hacia un receptor, en un esfuerzo por compartir la información. Este mensaje debe incluir códigos que sean comunes tanto al emisor como al receptor para que el objetivo del acto de emisión del mensaje se cumpla, o sea, para hacer eficaz la comunicación.

Puede entenderse la forma por la cual existen y se desarrollan relaciones humanas; es decir, todos los símbolos de la mente junto con los medios para transmitirlos a través del espacio y preservarlo en el tiempo.

La comunicación puede tener dos acepciones:

- El proceso de intercambio de información. Constituye un reflejo, más o menos fiel de la realidad. Abarca documentos impresos, videos, fotografías, un disco magnético (cualquiera que sea su contenido) etc. Incluye el traslado físico de soportes como periódicos, revistas, fotos, discos compactos o cassettes). Una información interviene en comunicación cuando el mensaje además de ser significativo para el sujeto, propicia un cambio de actitud definitiva o temporal.
- Comunicación social. Donde lo primario no es lo físico, sino los procesos intelectuales para hacer llegar la información hasta las personas receptoras. A través del proceso de comunicación social se trasmite el resultado de la actividad de los hombres y desde sus orígenes posibilitó la transmisión de ideas, pensamiento y experiencias vividas, pero también de los conflictos, necesidades y las aspiraciones de los hombres.

Por lo que el tesista considera que la comunicación es un proceso en el que intervienen colectivos de seres vivos cuyo objetivo fundamental es mantener la asociación para la supervivencia y que además mantienen estructuras de comunicación circundante.

La comunicación se presenta en los seres vivos y esta establece relaciones que tienen la condición de ser inherentes y necesarias para la vida misma.

1.3 ELEMENTOS DE LA COMUNICACIÓN:

EMISOR: Fuente que elabora y emite el mensaje, que proporciona la información. Puede ser un individuo, un grupo social, un país, etc.

MENSAJE: Conjunto de códigos organizados por el emisor con una intencionalidad. El mensaje es el contenido de la comunicación. En el modelo, el mensaje lleva implícito su elaboración sobre la base de un sistema de signos que sirven de elementos portadores, comprende el tema la racionalización de lo que se dice en torno a ese tema y la forma en que se expresa.

Todo mensaje lleva también un sistema de valoraciones que el emisor ha plasmado en la selección del tema y en el tratamiento de este. Esto supone una escala de valor que se

quiere transmitir. El proceso de estructurar un mensaje sobre la base de signos disponibles lo denominamos codificación.

Para hacer eficaz un mensaje es necesario el conocimiento por parte del emisor de los conocimientos y formas de percepción del receptor, o sea de sus códigos, de forma que se asegure la interpretación adecuada del mismo. Estos códigos son:

- Estereotipos
- Significados
- Representaciones
- Valores

Además, seis son los requisitos que debe contener un mensaje con el fin de que no exista deformación de lo que realmente se quiere transmitir:

- **Credibilidad:** La comunicación establecida por el mensaje presentado al receptor, sea real y veraz, de manera que éste descubra fácilmente el objetivo de nuestra labor y elimine actitudes pre- concebidas que deformarían la información.
- **Utilidad:** La finalidad de nuestra comunicación será dar información útil que sirva a quien va dirigida.
- **Claridad:** Para que el receptor entienda el contenido del mensaje será necesario que la transmitamos con simplicidad y nitidez.
- **Continuidad y consistencia:** Para que el mensaje sea captado, muchas veces es necesario emplear la repetición de conceptos, de manera que a base de la continuidad y consistencia podamos penetrar en la mente del receptor para vencer las posibles resistencias que éste establezca.
- **Adecuación en el medio:** En el proceso para establecer comunicación con los receptores en una organización será necesario emplear y aceptar los canales establecidos oficialmente, aun cuando estos sean deficientes u obsoletos.
- **Disposición del auditorio:** Es válido el siguiente principio: la comunicación tiene la máxima efectividad, cuando menor es el esfuerzo que realiza el receptor para captar. De tal manera, una comunicación asequible dispone al auditorio a captar la noticia,

una forma oscura, que implique grandes esfuerzos por parte del receptor, lo predispone negativamente a los mensajes.

Un acto de comunicación entre dos personas es completo cuando estas entienden, al mismo signo del mismo modo.

La Recepción de los Mensajes

Implica una actividad intensa del auditor que debe reconocer los signos, interpretar los signos y eventualmente preparar una respuesta, o sea 3 órdenes de comunicación son posibles:

Imaginemos que tengo un dolor de muelas y mi rostro se contrae de dolor y me pongo la mano en la mejilla. Es claro que expreso dolor y cualquiera que me mire lo verá. No obstante no quise expresarlo, mis movimientos incluso, fueron involuntarios. Exprese mi dolor pero no realice una comunicación. Solo existe comunicación si se utiliza expresamente un estímulo para expresar algo. El miedo, o el dolor, no es verdaderamente una comunicación, o bien es, según Dennet una comunicación de orden.

Hay 3 órdenes de comunicación según la intención del comunicador:

- Comunicación de Orden 1: cuando mi finalidad es simplemente conseguir un comportamiento del receptor. Ej.: grito fuego, para que los demás huyan.
- Comunicación de Orden 2: la finalidad es obtener un estado mental en el receptor. Ej.: salir de mi casa dejando la luz encendida, queriéndole hacer creer al receptor (la finalidad), que hay alguien ahí.
- Comunicación de Orden 3: cuando queremos obtener del receptor un estado mental en relación con nuestro estado mental, cuando queremos que el receptor reconozca una intención de nuestra parte.

1.4 CÓDIGO:

Los elementos que conforman el mensaje y que constituyen el conjunto de reglas de combinación pertenecientes a un sistema de señales específicas.

Por ejemplo: las lenguas naturales poseen un determinado número de fonemas, morfemas y reglas de combinación pero que en sí mismo son una potencialidad y su única manifestación posible es a través de su realización en el mensaje.

La codificación es un proceso a través del cual el emisor "prepara" el mensaje para que pueda ser comprendido por el sujeto. Para la preparación o codificación del mensaje se vale de sus conocimientos relacionados con las características del canal que va a emplear, las exigencias del público al que va a dirigirse, del lenguaje que va a utilizar, como de la cultura de quien lo va a recibir. La codificación comprende varias etapas:

- Selección de la información disponible, en función de las necesidades e intereses del comunicador y el receptor.
- Búsqueda del lenguaje más apropiado en atención al canal disponible.
- Valoración de la información en el contexto informativo del receptor
- Momento y lugar adecuado para transmitir la información.
- Conocimiento de la preparación del receptor.

En el ser humano existe un proceso inherente a este que es el de la interpretación

1.5 INTERPRETACION

Es un proceso de descodificación de la información y comprensión de la misma a partir de los códigos que maneja el receptor, por ello para que el mensaje que transmita el emisor llegue con éxito se deben conocer los códigos del receptor.

La decodificación es un proceso inverso de la codificación, en el cual el sujeto que recibe la información procede a "entender" el mensaje que ha recibido, lo descifra. Este proceso supone:

- El recibir con claridad todos los signos emitidos (legibilidad).
- Conocimiento pleno del significado de cada uno de esos signos.
- Comprensión del sentido exacto de la estructura de esos signos.

Esto supone que el receptor interprete el valor de cada palabra, cada gesto, cada color, cada movimiento, cada frase dicha o supuesta.

Cuando nos transmiten un mensaje, además de las palabras existen otros lenguajes, los gestos, las miradas, las entonaciones, el énfasis, la cercanía etc. La decodificación tiene que ver con el momento en que un signo se decodifica, influyen los factores ambientales o emocionales en que se desarrolla la comunicación.

1.6 CANAL O MEDIO

Soporte físico en que se expresa o manifiesta el mensaje. El vehículo o medio que transporta los mensajes: memoranda, cartas, teléfono, radio, periódicos, películas, revistas, conferencias, juntas, etc.

Los canales pueden ser formales e informales; los primeros son aquellos que deben planearse y estructurarse adecuadamente, los segundos surgen espontáneamente en la organización. No son planeados y siguen las corrientes de simpatía y acercamiento entre los miembros de la organización. Pasan de una persona a otra y se deforman en cada transmisión. Están constituidos por rumores, chismes, etc.

Por su dirección los canales de comunicación se dividen en: verticales descendentes, verticales ascendentes y horizontales o de coordinación.

- Canales verticales descendentes: Se basan en la autoridad que tiene quien manda a otros, sobre lo que deben o no deben hacer; siempre provienen de un jefe y se dirigen a uno o varios subordinados. Ejemplos: órdenes, circulares, boletines, etc.
- Canales verticales ascendentes: Se basan en la doble urgencia que todo humano siente de expresarse, y de la necesidad de que el jefe obtenga información sobre los

intereses y labores del empleado. Ejemplos: informes, reportes, quejas, sugerencias, etc. Con frecuencia se presta gran atención a los canales descendentes y se descuida los ascendentes.

- Canales horizontales o de coordinación: Se basan en la necesidad de transferir e intercambiar dentro de un mismo nivel jerárquico, información sin deformación, ideas, puntos de vista, conocimientos, experiencias, etc.

1.7 RECEPTOR:

El ente que recibe el mensaje. Es la persona que recibe la información, el individuo o grupo a los que se le proporcionan los mensajes.

Para la comprensión del mensaje necesita descodificar el mismo. Para su adecuada recepción (a partir de la intencionalidad del emisor), el receptor debe conocer los códigos empleados por el emisor.

En relación con los destinatarios debemos tomar en cuenta que:

- No es un ente aislado, vive en sociedad.
- La asimilación de los mensajes dependen de su cultura personal o social.
- Sobre los mismos destinatarios actúan simultáneamente muchos mensajes provenientes de fuentes diversas, algunas con mayor o menor influencia que otras, las cuales se pueden complementar u oponer entre sí.
- Las posibilidades de elección y la libertad de percepción de los mensajes, dependen del nivel de libertad del hombre en relación con los medios de comunicación.

1.8 RUIDO:

Son factores que distorsionan la calidad de una señal. Podemos ampliar el significado que tenemos del ruido para incluir en cada uno de los componentes de la comunicación factores que puedan reducir la efectividad.

1.9 FIDELIDAD:

Es la reproducción fiel de un sonido. Para alcanzar el propósito de la comunicación debe existir la fidelidad.

Ruido y Fidelidad son dos aspectos distintos de una misma cosa. La eliminación del ruido aumenta la fidelidad; la producción de ruido la reduce. El programa básico relacionado con el ruido y la fidelidad es la posibilidad de aislar esos factores dentro de cada uno de los componentes de la comunicación, factores que son los que determinan la efectividad de esta.

Hemos enumerado 6 elementos básicos de la comunicación: Fuente, codificador, mensaje, canal, decodificador y receptor. Cuando nos referimos a una comunicación de persona a persona, la fuente y el codificador pueden ser agrupados, como pueden serlo así mismo el receptor y el decodificador. En esta versión truncada del modelo la fuente codifica un mensaje y lo coloca en el canal, de manera que puede ser decodificado por el receptor.

Existiendo un propósito para la comunicación y una respuesta por producirse, el comunicador desea que su comunicación tenga alta fidelidad. La palabra fidelidad es empleada aquí en el sentido de que el comunicador ha de lograr lo que desea. Un codificador de la alta fidelidad es aquel que expresa en forma perfecta el significado de la fuente.

Un decodificador de códigos de alta fidelidad es aquel que interpreta el mensaje con una precisión absoluta. Al analizar la comunicación nos interesa determinar lo que aumenta o reduce la fidelidad del proceso.

Una fuente de comunicación, después de determinar la forma en que desea afectar a su receptor, codifica un mensaje destinado a producir la respuesta esperada. Existen, por lo menos, cuatro distintas clases de factores dentro de la fuente que pueden aumentar la fidelidad. Estos factores son:

- ✓ Sus habilidades comunicativas.
- ✓ Sus actitudes.
- ✓ Su nivel de conocimiento, y
- ✓ La posición que ocupa dentro de un determinado sistema socio – cultural.

Factores que interviene en la comunicación:

Son, en teoría de la comunicación o de la información, los elementos que intervienen en la transmisión de un mensaje o información. Son fuente, emisor, código, mensaje, señal, canal, ruido, redundancia, señal recibida, perceptor, receptor, situación y contexto.

Por lo que el tesista considera que los elementos de la comunicación son eminentemente técnicos y que además si no existe la interrelación de los mismos, en este caso no se cumpliría su objetivo, tanto el canal, receptor, y las interpretaciones de los mismos son fundamentales en este proceso.

LA COMUNICACIÓN Y LAS RELACIONES PÚBLICAS

Según Yadira Suárez (<http://monografias.com>, La comunicación y las relaciones públicas. 01/08/11, 12h00) asegura que los productos de las industrias mediáticas están disponibles, en principio, para una pluralidad de receptores, estos se producen en múltiples copias o se transmiten a una multiplicidad de receptores de manera que estos quedan a disposición de cualquiera que posea los medios técnicos, capacidades, y recursos necesarios para adquirirlos por lo que la

Transmisión de mensajes no contemplan el interés público sino más bien un interés subjetivo del dueño del medio de comunicación y que influye en gran medida en los adolescentes.

Según John B. Thompson, (1997) manifiesta que:” Mientras la recepción es una actividad situacional, también es una actividad que permite a los individuos distanciarse de los contextos diarios” (pág. 63).

Por lo que el tesista considera que la comunicación social abarca a un conjunto de personas que tienen un fin común, estos pueden ser en mayoría solo receptores, pero pueden influir en el transcurso de la definición de conceptos y en el desarrollo del proceso comunicativo.

2.- MEDIOS MASIVOS

Según Jesús Martín Barbero (1987, pág. 36) dice que “Lo que le sucede a la masa quizá no sea algo tan radicalmente diferente de lo que sucede en el individuo, pues lo que estalla en la masa está en el individuo pero reprimido”.

La expansión de redes informáticas ha hecho posible la universalización de los intercambios y relaciones, al poner en comunicación a amplios sectores de ciudadanos residentes en espacios geográficos muy distantes entre sí.

Los espacios nacionales se han visto superados por las tecnologías de la información que no tienen fronteras: informaciones políticas, militares, económicas especialmente financieras, sociales, empresariales, etc. se intercambian y se transmiten cada día por todo el mundo, de manera que nuestra vida está condicionada en cada momento por lo que está sucediendo a miles de kilómetros de distancia.

Según http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n_de_masas (20 06 2011 13: 58pm) la finalidad de estos medios de comunicación es, según la fórmula acuñada específicamente para la televisión, formar, informar y entretener al público que tiene acceso a ellos. Atendiendo a los intereses que defienden, buscan el beneficio económico del

empresario o grupo empresarial que los dirige, habitualmente concentrado en grandes grupos de comunicación multimedia, e influir en su público ideológicamente y mediante la publicidad.

Todos los ciudadanos del mundo están expuestos a unos u otros medios, que resultan indispensables como herramienta de comunicación y presencia pública para todo tipo de agentes económicos, sociales y políticos.

Por lo que el tesista considera que la calidad de vida confluye en la sociedad con hegemonía, lo que realmente sucede es que la célula de la sociedad no es apartada de su conjunto y que lo que le afecta a la sociedad le afecta al individuo, además es necesario considerar que las sociedades pueden opacar la igualdad en conjunto, pero en lo individual se hace más recurrente a filtraciones de comunicación

2.1 LA INFORMACION

La información ha contribuido a que los acontecimientos que se suceden a escala mundial, continental o nacional nos resulten más cercanos, y que la idea de la "aldea global" de Mac Luhan se vaya haciendo realidad.

Según Mac Luhan (1986, pág. 54) “Nuestra visión del mundo está adquiriendo una nueva dimensión por encima de países, comunidades y localidades, lo mismo le sucede a las empresas Estamos ante una sociedad globalizada”.

Según el sitio web <http://es.wikipedia.org/wiki/Informaci%C3%B3n>(21 06 201112:00) la información es un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje.

Los datos sensoriales una vez percibidos y procesados constituyen una información que cambia el estado de conocimiento, eso permite a los individuos o sistemas que poseen dicho estado nuevo de conocimiento tomar decisiones pertinentes acordes a dicho conocimiento.

Por lo que el tesista considera que las fronteras desaparecen en beneficio de los intercambios de ideas, mensajes, productos, servicios, personas entre otros y la evolución histórica de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en su corta andadura de menos de 40 años, vive un camino paralelo al de las corrientes organizativas que han sido implantadas en las empresas.

3 TELEVISIÓN

3.1 SOBRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

Según el sitio web de fecha 5 de marzo del 2012 y que se encuentra redactado en la siguiente página de internet <http://www.monografias.com/trabajos14/medios-comunicacion/medios-comunicacion.shtml>(22 06 2011 14:00) reconoce que el comunicador social es un generador de contenidos por excelencia, y haciéndose evidente que en la Web (el gran espacio disponible para una cantidad infinita de contenidos) los comunicadores sociales tienen una oportunidad única de expansión.

Indudablemente con una formación adecuada que amplíe la noción sobre el ciberespacio y sus oportunidades y desafíos, los comunicadores sociales tenemos en nuestras manos los requisitos fundamentales y necesarios para ejercer nuestra profesión en Internet, ya sea como profesionales de contenidos o como ciberperiodistas siendo así una nueva disciplina profesional que nace precisamente en la Red, porque si Internet está cambiando los modos de acceso a la información por parte de los usuarios y si ha revolucionado el proceso de comunicación tradicional, ha generado reformas sustanciales en la economía mundial y en las empresas de comunicación, cómo no podría significar entonces también cambios dentro del perfil del comunicador.

Los medios no tiene porqué desaparecer a partir de la llegada de Internet, porque sencillamente todo nuevo instrumento de comunicación no opaca a los ya existentes, cada adelanto tecnológico ha servido por el contrario para mejorar y complementar lo que ya existe. Así, Internet mejora y complementa a los medios tradicionales.

Al respecto, Edo (2002) asegura que "la red no sólo no va a acabar con el periodismo sino que, por la cantidad creciente de información que brinda, hace imprescindible un trabajo de documentación, selección y tratamiento de la actualidad que nadie sabe hacer como un periodista. Lo que sí es cierto es que se trata de un periodismo distinto del que se ha hecho hasta ahora –y éste es, sin duda el aspecto que, desde el punto de la docencia universitaria, más nos interesa" (Pág. 04)

Según la página del 29 de abril <http://www.monografias.com/trabajos14/medios-comunicacion/medios-comunicacion.shtml> del (23 06 2011 17:00) que por otra parte, además de la citada brecha digital que se refiere a las diferencias entre quienes tienen acceso a Internet y los que no, existen otras consideraciones que determinan que no todo aquel que tiene acceso a la Red tiene acceso a la información que busca, a algo relevante o de valor. En este sentido,

Comunicólogos y catedráticos del periodismo afirman que el fulgor de Internet y su velocidad de avance impiden asimilar con precisión todo su significado; que particularmente para los medios de comunicación, y en consecuencia para los comunicadores de profesión, la Web - y con ella todos los avances en Tecnología de Información y Comunicación - representa como ya se ha dicho una enorme oportunidad y desafío.

Internet incide en la comunicación social al ofrecer no sólo una nueva herramienta para facilitar el trabajo de investigación que supone el buen periodismo, porque nos coloca al mundo más cerca, sino también al permitir un nuevo espacio profesional en el cual desenvolverse y al obligar a la profesión a plantearse una nueva visión de formación.

No se trata de decir de manera airada que Internet y las Tecnologías de Información han afectado o cambiado la comunicación social, porque es evidente que la obligan constantemente a cambiar, así como lo hacen con el resto de las actividades que el hombre desarrolla en el mundo.

Se trata simplemente de destacar la importancia que tiene hoy el hecho de asumir con responsabilidad la tarea de mirar todas las innovaciones tecnológicas que surgen en el área

de información y comunicación desde una perspectiva más amplia, porque es imposible ya mirar desde afuera.

Por lo que el tesista considera que una vez analizado estos aspectos tan importantes de los medios de comunicación y nuevas tecnologías se podría dejar como conclusión que los aparatos tecnológicos que tienen el objetivo de masificar y nacionalizar la información seguirán este proceso continuo, de en primer lugar minimizar la brecha tecnológica, ya que conforme avanza el tiempo la tecnología que hoy en día es relevante y pronto se convertirá en tecnología de acceso usual.

En lo concerniente al periodismo y nuevas tecnologías se derrumba por completo el debate que se ha generado sobre la frase en la que se determina que “Al ser posible la masificación de la información todo mundo se convierte en periodista” ya que el tratamiento que se le da a la información y sobre la responsabilidad que existe en el periodista seguirá permitiendo que la información que este genere sea confiable como lo revela una investigación realizada por el periodista de un medio de comunicación.

3.2 SOBRE EL PÚBLICO A LOS QUE SE VAN DIRIGIDOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS

Según el sitio web <http://comunicacion.idoneos.com/index.php/336369> (24 06 2011 17:00) Sobre el público al que van dirigidos los proyectos tanto en televisión como en cine se dice que:

Según la teoría de la cultivación, los espectadores de televisión se cultivan para ver la realidad de una manera semejante a lo que miran en televisión. Nadie en la TV consigue el crédito para lograr este efecto. En lugar de eso, el medio de la televisión es el que consigue el crédito. Los “shows” de televisión son entretenidos, de fácil acceso, y generalmente fáciles de entender. Proveen unos medios mediante los cuales la gente se socializa en la

sociedad, aunque con una noción poco realista de la vida, particularmente respecto a los peligros sociales.

La televisión intenta demostrar y reforzar concordancias entre nosotros, por lo que los que la miran regularmente tiende a ver el mundo del modo en que este medio lo refleja.

La espiral del silencio es un modelo que explica porque la gente está poco dispuesta expresar en público sus opiniones cuando cree que se encuentra en una minoría. El modelo se basa en tres premisas:

1. Las personas tienen un sexto sentido que les permite saber la opinión pública que prevalece, aún sin el acceso a las encuestas.
2. Las personas tienen miedo al aislamiento y saben qué comportamientos aumentarán su probabilidad social de ser aislados.
3. Las personas se callan a la hora de expresar las opiniones de la minoría, sobre todo por el miedo de ser aislados.

Cuanto más cree una persona que la opinión llevada a cabo es similar a la opinión pública que prevalece, está más dispuesta a divulgarla abiertamente en público. Entonces, si el pensamiento público cambia, la persona notará que su opinión es desfavorable y estará menos dispuesta a expresarla en público. Cuanto más crece la distancia percibida entre la opinión pública y una opinión personal, más inverosímil es considerada esa persona, por lo anteriormente señalado así.

Según la página web <http://marfire.espacioblog.com/post/2006/03/07/teorias-la-comunicacion-masainvestigada> el (25 06 2011 18:00)

Manifiesta que los prejuicios que se consideran son los siguientes:

- ✓ Como es un mensaje desinado a una clase de tipo homogénea, tiende a neutralizar las diferencias particulares de cada grupo étnico.
- ✓ No promueve modificaciones en la sensibilidad o el gusto de de las masas.
- ✓ No fomenta la reflexión, alimentando emociones superficiales e inmediatas.

- ✓ Los consumidores están sometidos a las leyes de oferta y demanda.
- ✓ Ofrece al público únicamente lo que éste desea, o peor aún, le sugiere lo que debe desear.
- ✓ Elimina las diferencias entre las elaboraciones de la cultura de élite y la industria del espectáculo y el entretenimiento.
- ✓ Estimula una perspectiva pasiva y poco crítica.
- ✓ Opera en el plano de las opiniones comunes en base al reesfuerzo existente previamente en el seno de la sociedad.
- ✓ Propicia el conformismo.
- ✓ La clase dominante suele utilizarla como vehículo del control social.
- ✓ Utiliza modelos impuestos verticalmente para impedir del ascenso y progreso de las masas.

Sobre los beneficios de la cultura de masas:

- ✓ Un amplio grupo social participa con igualdad de derechos en la vida pública, el consumo, disfrutando de las comunicaciones disponibles.
- ✓ La acumulación de información que ofrecen los medios masivos de comunicación, incrementa la formación e incentiva la reflexión.
- ✓ La homogeneización del gusto permite que ciertas diferencias de clases se eliminen, unificando sensibilidades nacionales.
- ✓ Favorecen la divulgación de información, estimulando la curiosidad y ansias de saber en sectores antes marginados.
- ✓ El hombre contemporáneo puede acceder a aspectos del mundo que antes sólo eran patrimonio de una elite.
- ✓ Colaboran en la renovación cultural, mediante la aparición de nuevos modos de hablar y la incorporación de novedosos lenguajes artísticos.
- ✓ Según la perspectiva de Eco, para la aristocracia, la idea de compartir la cultura de modo tal que pueda llegar y ser apreciada por todos es un contrasentido, por lo tanto, no se trataría de una cultura sino de una "anticultura".

Por lo mencionado anteriormente el tesista considera que “siempre existirán medios de comunicación masivos y estos cada vez son más necesarios , en busca de esa cultura universal , por lo tanto los mensajes que por intermedio de los medios de comunicación se

emitan son los verdaderamente importantes para lo cual necesitaremos de una mayor participación de los comunicadores sociales, para que en estos medios se transmitan las informaciones que solo un verdadero comunicador social lo haría y que es una información contextualizada con la deontología de la comunicación y sobre todo comprometida con el respeto a la vida y su entorno.

4 LABORATORIO DE CINE Y TELEVISION

4.1 SOBRE CÁMARAS DE VIDEO Y SUS ACCESORIOS

4.1.1 Sobre los sensores:

El sensor ha tomado el lugar de la película de las cámaras de fotos analógicas. Se compone de millones de células electrónicas: los píxeles. Reaccionando a la luz, los píxeles la convierten en señal. Debes tener en cuenta que existen tres tipos de sensor: CCD (Charge-Coupled Device), tri-CCD (tri Charge-Coupled Device) y CMOS (Complementary Metal Oxide Semiconductor). Los productos de gran consumo están frecuentemente equipados con un sensor CCD o CMOS. Para una restitución de los colores y de detalles de calidad, el sensor tri-CCD sigue siendo la referencia.

4.1.2 Sobre el objetivo visual

El objetivo o zoom de tu videocámara es un elemento primordial. Es el que va a definir la calidad de tus vídeos facilitando el encuadre. Es importante hacer la distinción entre el zoom óptico y el zoom digital. Este último es un aumento artificial de la parte central de la imagen, igual que en las cámaras digitales. Cuanto más utilices el zoom, más perderás en detalles y en precisión.

4.1.3 Sobre la Sensibilidad

¿Quién no se ha quedado decepcionado descubriendo un vídeo completamente oscuro, que no restituye ningún detalle? Es de la sensibilidad de la que depende la capacidad del sensor para captar la luz. Noción primordial: la sensibilidad a la luz está expresada en LUX. Cuanto más bajo sea el ajuste, menos necesidad de luz tendrá el sensor para grabar los detalles de una escena. La gama de sensibilidad luz estándar está comprendida entre 3 y 7 lux, y permite a las videocámaras cubrir la mayoría de situaciones de iluminación. La gestión de muy bajas sensibilidades, inferior a 3 lux y pudiendo alcanzar incluso 0 lux se está convirtiendo en algo usual. Permiten filmar en condiciones muy débiles de luminosidad, incluso inexistentes. En plena noche por ejemplo, y también cuando no sea posible utilizar la antorcha, en las salas de espectáculo o en los aquariums por ejemplo.

4.1.4 Sobre el estabilizador

¡Es difícil escapar a los efectos borrosos causados por el movimiento! Cuanto más utilices el zoom, mayor será el riesgo de obtener efectos borrosos. Idem en caso de gran plano en ambientes oscuros. Para limitar el máximo estos efectos involuntarios, es indispensable un estabilizador. Los estabilizadores ópticos y mecánicos compensan automáticamente los movimientos del usuario en la toma de vista. El estabilizador digital corrige la imagen tras la toma de vista. Es cada vez más eficaz, pero no iguala en precisión a los estabilizadores ópticos.

5.- PRODUCTORAS DE TELEVISIÓN

En relación con la creación audiovisual, la producción audiovisual es el resultado de la combinación de varias necesidades: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. Tras todas estas necesidades existe siempre, a partes iguales en lo que a importancia se refiere, una inversión de capital, una mezcla de trabajo y recursos técnicos y un plan organizativo. Es a esta planificación a la que se conoce, tanto en el

mundo de la industria cinematográfica como en el de la industria televisiva, como producción audiovisual. Debido a la importancia del proceso de producción, el modo de organizarlo será primordial para el éxito o fracaso de la obra. En referencia a la producción, las diferencias entre la empresa audiovisual y empresas que actúan en otros sectores son mínimas.

En toda producción es fundamental elaborar un plan de trabajo. Dentro de esta planificación es necesario delimitar claramente: Qué se grabará, quién estará presente en la grabación, dónde tendrá lugar, cuándo se hará y cómo se realizará. A pesar de la rígida estructura de la que consta la planificación, la producción no es un proceso en el que la creatividad y la expresividad estén ausentes. El realizador mano derecha del productor, es quien hace uso de esa creatividad y expresividad, dentro de los límites que le han sido marcados. La elección del productor influye en la calidad del programa final.

5 EQUIPOS AUDIOVISUALES

5.1 CÁMARAS DE VIDEO

6.1.2 SOBRE LA CLASIFICACIÓN DE LAS CÁMARAS DE VIDEO:

Según http://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%A1mara_de_v%C3%ADdeo (consultada 25/06/2011 19:08) las Cámaras de estudio y de EFP: están diseñadas para la obtención de la mejor calidad de imagen posible en función de la rapidez con que se obtiene. Están conectadas directamente a la sala técnica del estudio, es decir, son cámaras que sólo capturan la señal de video, no pueden grabar por sí solas. El operador de cámara trabajará sobre los movimientos, emplazamientos, encuadres, movimientos ópticos zoom y enfoque, siguiendo generalmente las indicaciones del realizador o director del programa. El técnico de control de cámaras se encarga de la configuración de la cámara: control del diafragma (luminancia), colorimetría, detalle y demás ajustes para conseguir que todas las cámaras muestren imágenes semejantes.

Cámaras de ENG: también conocidas como Camcorder, traen un grabador incorporado que almacena el vídeo y el audio generados por la cámara y su micrófono correspondiente.

Muchos modelos de estas cámaras pueden convertirse en cámaras de estudio sustituyendo el grabador por un adaptador multicore o triaxial.

6.1.1 Según su calidad:

Cámaras domésticas: diseñadas completamente para uso doméstico, no aptas para transmisión. La gran mayoría trae pocas posibilidades de control de la imagen, la mayoría de los ajustes son realizados de forma automática. Hoy en día y con el avance de la tecnología, su calidad de imagen ha mejorado ostensiblemente.

Cámaras semi profesionales: son equipos relativamente asequibles en precio, su calidad es superior a las domésticas, y aunque son de calidad media en términos broadcast, se han vuelto populares en este ámbito como cámaras ENG, ya que su calidad de imagen sin ser profesional, es muy buena. A diferencia de las domésticas ya permiten personalizar ciertos ajustes, como el manejo del iris manual, foco y zoom manuales, balance de blancos, entre otras funciones. Por lo general incorporan 3 CCD, rojo, azul y verde para obtener una señal de vídeo RGB.

Cámaras profesionales: cámaras de gama alta, uso en productoras y canales de televisión, su costo no es asequible para el uso personal. Entregan una muy buena calidad de imagen de televisión y por lo general son utilizadas para los registros de imagen anteriores a la emisión (ENG). Sin embargo, pueden ser fácilmente adaptadas para ser usadas como cámara de estudio económicas.

Cámaras broadcast: son equipos diseñados para la industria televisiva y emisión de la señal. Cámaras de altísima calidad y de costos muy elevados, funcionan sólo como cámaras de estudio. Priorizan obtener una máxima calidad de imagen por sobre la portabilidad de la cámara, por ende en ocasiones son de gran tamaño y deben ser usadas sobre pedestales.

Según <http://www.quesabesde.com/video-digital/articulos.asp?articulo=85> los soportes de grabación: Cintas, tarjetas y HDD. Especial video en esta ocasión hablaremos sobre soportes de grabación. Cintas magnéticas, tarjetas SD, disco duro, DVD... ¿cuál es el soporte ideal? ¿Cuál es el mejor sistema? Aquí analizaremos la principal.

La gran desventaja: es un sistema lineal, más antiguo que el cómodo sistema de archivos. Esto quiere decir que para buscar el minuto 00:15:25:00 de un video, la cinta tendrá que hacer todo el recorrido desde el punto en que se encuentre, antes o después. Es un sistema en desuso tanto en el ámbito doméstico como en el profesional, pero en mi opinión, es muy buen sistema para almacenar video a largo plazo.

Por lo que el tesista considera que los formatos establecidos en los diferentes tipos de cámaras como las de uso doméstico como semi profesionales, establecen características ya ambiguas en este tema y que lo realmente necesario es ver soportes de cámaras profesionales, con características digitales que complementen el trabajo del laboratorio de cine y televisión.

CAPÍTULO II

1. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

1.1. Breve caracterización de la institución

La Universidad Técnica de Cotopaxi es el resultado de un proceso de organización y lucha del pueblo

El propósito de crear una universidad para la provincia de Cotopaxi, fue a inicios de 1.989. En el salón de la Unión Nacional de Educadores de maestros, estudiantes, padres de familia y los sectores populares preocupados por la provincia conformaron el Comité Provisional de Gestión para llevar a cabo esta difícil tarea.

Así, por intermedio del Lic. César Tinajero, se inician conversaciones con el Rector de la Universidad Técnica del Norte, con el fin de conformar la extensión universitaria en la provincia de Cotopaxi. El Honorable Consejo Universitario de la Universidad Técnica del Norte, dispuso se realicen los trámites legales de creación.

Entre los requisitos estaba el estudio de factibilidad, el cual se ejecuto bajo la dirección del Arq. Francisco Ulloa, en ese entonces Director de Planificación de la Universidad Técnica del Norte. Con este trabajo se definieron las carreras del nuevo centro educativo creándose: la Facultad de Ingeniería en Ciencias Agronómicas con su respectiva Escuela de Ingeniería Agroindustrial y la Facultad de Ciencias de la Educación con la Escuela de Pedagogía.

Después de varias sesiones de análisis, finalmente el CONUEP (Consejo Nacional de Universidades y Escuelas Politécnicas) se reúne en la ciudad de Manta, donde se aprueba la creación de la extensión universitaria de Cotopaxi como filial de la Universidad Técnica del Norte el 19 de septiembre de 1991.

El 11 de noviembre de 1991, el Dr. Rodrigo Borja, Presidente Constitucional de la República, en sesión conmemorativa de la independencia de Latacunga, entrega a la Sra. Dumy Naranjo de Lanas Gobernadora de la Provincia de Cotopaxi. Siendo así centro de rehabilitación carcelaria fue convertido en una institución de educación superior. La Universidad Técnica de Cotopaxi es una institución pública, autónoma, laica y forma parte del sistema nacional de educación superior ecuatoriano

Su misión es contribuir en la satisfacción de las demandas de formación y superación profesional, en el avance científico, tecnológico y en el desarrollo cultural, universal y ancestral de la población ecuatoriana para lograr una sociedad solidaria, justa, equitativa y humanista. Para ello, desarrollamos la actividad docente con niveles adecuados de calidad, brindando una oferta educativa alternativa en pregrado y posgrado, formando profesionales analíticos, críticos, investigadores, humanistas capaces de generar ciencia y tecnología. Asimismo, realizamos una actividad científico-investigativa que nos permite brindar aportes en la solución de los problemas más importantes de nuestro radio de acción, y a través de la vinculación con la colectividad, potenciamos el trabajo extensionista.

Se vincula con todos los sectores de la sociedad especialmente, con aquellos de escasos recursos económicos respetando todas las corrientes del pensamiento humano. La Universidad Técnica de Cotopaxi orienta sus esfuerzos hacia la búsqueda de mayores niveles de calidad, pertinencia y cooperación nacional e internacional, tratando de lograr niveles adecuados de eficiencia, eficacia y efectividad en su gestión.

Se distingue de otras instituciones de educación superior al ser una universidad alternativa vinculada fuertemente al pueblo en todas sus actividades.

1.2 CARACTERIZACIÓN DE LA METODOLOGÍA EMPLEADA

1.2.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación tendrá un enfoque cuantitativo, es decir estará ubicado en la teoría existente relacionando causa efecto y a su vez es segmentada porque tratara de probar la teoría en la realidad a través de la descripción estadística o prediciendo hechos.

La modalidad de esta será proyecto factible ya que un gran porcentaje de la investigación está en la propuesta y un mínimo porcentaje estará en la combinación bibliografía e investigación de campo.

La investigación que se realizara será aplicada relacionando la teoría existente con la realidad, siendo de nivel comprensivo porque llega a proponer es decir de tipo proyectiva.

1.2.2 METODOLOGIA

La investigación no es experimental, debido a que es un proceso sistémico que se puede aplicar en otros lugares, en lo que el investigador si tendrá control sobre la variable independiente, puesto que los hechos y sus variables será intrínsecamente variable.

1.2.3 UNIDAD DE ESTUDIO

La presente investigación está dirigida a todos los estudiantes universitarios de la carrera de comunicación social de la Universidad Técnica de Cotopaxi que están estimados en 250 alumnos , a los docentes de la carrera de Comunicación Social que están estimados en 6 docentes , a los egresados de la carrera de comunicación Social que están estimados en 56 por lo que por ser una población elevada será necesario sacar una muestra representativa:

1.2.4 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Grupos	Población	Muestra
Autoridades	4	
Docentes de la carrera de Comunicación Social	6	
Estudiantes	250	154.018

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N-1) \left(\frac{E^2}{2} + PQ \right) + K}$$

$$n = \frac{0.25 \cdot 250}{(250-1) \left(\frac{(0.05)^2}{2} + 0.25 \right) + 2}$$

n= 154.estudiantes a consultar, siendo aplicada la formula con un margen de error del 5 %

1.2.5 METODOS Y TÉCNICAS

En la presente investigación se utilizara el método de muestreo probabilístico aleatorio sistemático que constituye una selección simple al azar pero cambiando el procedimiento,

además se utilizará el método empírico donde se revelan y explican las características fenomenológicas del objeto, estos se emplean fundamentalmente en la primera etapa de acumulación de información empírica y en la tercera de comprobación experimental de la hipótesis de trabajo (análisis, encuestas, entrevistas, observación)

Métodos teóricos.-Estos métodos nos permitirán conocer los procesos para poder llegar a la investigación y plantear alternativas de solución entre los que se utilizaran será los siguientes:

Método inductivo.- Esta metodología se asociara originariamente a los trabajos consiste en establecer enunciados universales ciertos a partir de la experiencia, esto es, ascender lógicamente a través del conocimiento científico, desde la observación de los fenómenos o hechos de la realidad. Las investigaciones científicas comenzaran con la observación de los hechos, de forma libre y carente de prejuicios. Con posterioridad y mediante deducción se formularan políticas globales sobre los hechos y por síntesis se obtendrán afirmaciones aún más generales que recibirán el nombre de teorías. Según este método, se admitirá que cada conjunto de hechos de la misma naturaleza está regido por una política global.

Método deductivo. -Se encontrara un método que proporcionara un mejor conocimiento de las diferentes áreas de actividad. Por consiguiente, los objetivos de de la investigación serán similares, sin embargo, la forma de conseguirlos será totalmente opuesta.

Citaremos una causa determinada como explicación de un fenómeno concreto, tenemos de someterlo a una ley universal. En el caso del pronóstico, partimos de una ley universal y de un conjunto de indicios deduciendo de ellos propuestas acerca de la investigación desconocida. La idea de la existencia entre la investigación de las explicaciones y de las predicciones ha sido designada.

Método dialectico.- Este es el método científico del conocimiento del mundo. Nos Proporcionara a los tesisistas la posibilidad de comprender los más diversos fenómenos de este proyecto a realidad. Se analizara las investigaciones de la universidad y de los

estudiantes para descubrir sus verdaderas capacidades y las fuerzas motrices para el desarrollo de esta investigación.

Método histórico.- Este nos permitirá conocer los acontecimientos por los que el ser humano habrían pasado. Por tanto, al tener como objeto de estudio un aspecto de la realidad, no puede extrañar ni que tenga un procedimiento para indagarla, es decir, un método, ni que éste sea disímil del que usan disciplinas cuyo objeto es investigar otro aspecto, distinto, de esa misma realidad humana. La historia es un estudio elaborado científicamente cuya finalidad es llegar a conocer al hombre y sus múltiples actividades realizadas en otros tiempos, actividades y creaciones materiales e inmateriales con las que ha cubierto el tiempo y el espacio de la tierra.

Método documental.- Siendo este el que determinara la veracidad y la certeza de la información obtenida. Siendo el método la pauta a seguir en el estudio de las ciencias el autor se enfoca especialmente en el surgimiento y desarrollo del método documental, el cual se basa en un ejercicio desarrollado desde la antigüedad que sugiere la búsqueda del saber a través de los libros o documentos escritos,; éste podría emplearse en cualquier área o campo de la investigación , el autor se centrara en el área jurídica, nos comentara que en los inicios de los sistemas metodológicos se creará se tiene poco o nada que ver en el ámbito jurídico, viéndose de esta manera la necesidad de justificar y fundamentar con hechos históricos.

Métodos empíricos.-Estos métodos nos permitirán recolectar información en los sectores investigados entre los métodos tenemos los siguientes

Observación.- Es una técnica que consiste en observar atentamente el fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis, es un elemento fundamental de todo proceso investigativo; en ella se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos. Gran parte del acervo de conocimientos que constituye la ciencia ha sido lograda mediante la observación.

Existen dos clases de observación: la Observación no científica y la observación científica. La diferencia básica entre una y otra está en la intencionalidad: observar científicamente significa observar con un objetivo claro, definido y preciso: el investigador sabe qué es lo que desea observar y para qué quiere hacerlo, lo cual implica que debe preparar cuidadosamente la observación. Observar no científicamente significa observar sin intención, sin objetivo definido y por tanto, sin preparación previa, con técnica las fichas

Entrevistas.- Una entrevista es un diálogo entablado entre dos o más personas: el entrevistador o entrevistadores que interrogan y el o los entrevistados que contestan. La palabra entrevista deriva del latín y significa "Los que van entre sí". Se trata de una técnica o instrumento empleado para diversos motivos, investigación, medicina, selección de personal. Una entrevista no es casual sino que es un diálogo interesado, con un acuerdo previo y unos intereses y expectativas por ambas partes. También la entrevista puede significar mucho para otras personas ya que pueden ayudar a conocer personas de máxima importancia. El diccionario de la real academia española define la palabra Entrevista como: la conversación que tiene como finalidad la obtención de información.

Métodos estadísticos.-Estos métodos nos permitirán transformar la información obtenida a través de la estadística descriptiva utilizando el método probabilístico del universo o muestra objeto de investigación transformando en tablas representaciones vascas y calculando medidas centrales

La carrera de Comunicación Social está vinculada a la sociedad cotopaxense desde el momento de su inicio, de allí esta carrera complementa a la sociedad ecuatoriana y a la formación íntegra de los estudiantes universitarios, con el único propósito de aportar a la ciudadanía conocimientos sobre este campo social, productivo y de desarrollo.

2. CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES

2.1 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Si existen estudios realizados sobre la implementación de laboratorios de comunicación en otros centros de educación superior por lo que es necesario determinar realmente cuales son los alcances de este proyecto, Los beneficios de este proyecto se comienzan a evidenciar en las respuestas que dan los estudiantes, al realizar las prácticas en laboratorios se despierta el interés por investigar por descubrir las cosas que eran desconocidas y por tal motivo redescubrir métodos y técnicas que van en relación al manejo de programas y operacionalidad de los instrumentos de trabajo.

En todas las sociedades, los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenido simbólico, en la actualidad es frecuente oír que la comunicación es una forma de acción, hablar un lenguaje es una actividad social a través de la cual los individuos establecen y renuevan las relaciones que mantienen unos con otros.

La vida social está compuesta por individuos que llevan a cabo propósitos y objetivos de varios tipos, en este cometido actúan dentro de un conjunto de circunstancias previamente establecidas y que ofrecen diferentes oportunidades para su relación objetiva de comunicación.

Los productos de las industrias mediáticas están disponibles, en principio, para una pluralidad de receptores, estos se producen en múltiples copias o se transmiten a una multiplicidad de receptores de manera que estos quedan a disposición de cualquiera que posea los medios técnicos, capacidades, y recursos necesarios para adquirirlos por lo que la implementación de laboratorios en las universidades del país es un tema pendiente que mejoraría la educación en toda su extensión.

Entrevista N 1

Investigación realizada en el colegio Hermano Miguel donde debemos considerar que es la única institución en el país que cuenta con la especialidad de auxiliar en comunicación social y donde se conforman siempre macro proyectos, su infraestructura es muy importante y debe ser muy adecuada técnicamente a los requerimientos de los equipos audiovisuales.

Cuadro1.1

CÁMARA HDV (HDR -Z 100N) ENTRE LOS DEFECTOS SE LE CONSIDERA ES COMO CIEGA	CÁMARA DVCAM
--	---------------------

SE PUEDE INCORPORAR DISPOSITIVOS A LA CÁMARA	ENTRADAS PLUG CON TRES REDES
LENTE BÁSICO E INTERCAMBIABLES CON TELEOBJETIVOS	POSEE TRES TIPOS DE FILTRO
TRÍPODE	ENTRADAS S VIDEO
KIT DE LUCES DE CUARZO	POSEE BOTÓN LAN
GRAVA EN 1080 PROGRESIVO	
COMPATIBLE CON VARIOS FORMATOS MPEG.	FORMATO AVI
MICRÓFONO INALAHAMBRICO	MICROFONOS NO PROFESIONALES
POSEE CUATRO FILTROS DE LUZ	LENTE ESTÁNDAR
BALANCE DE BLANCOS ESTÁNDAR	BALANCE DE BLANCOS MANUAL
TIENE UN ADAPTADOR A DISCO DURO PERO SU UTILIZACIÓN ES CON CASSETES	GRAVA EN CASSETE
CONEXIONES A WI FI	3 CONECTORES ESTÁNDAR
CONEXIONES HDMI	CONEXIONES SATANDAR
DOS ENTRADAS A AUDÍFONOS	

POSEE UNA MEMORY STICK QUE PERMITE CAPTAR FOTOS CON RESOLUCIÓN.	SIN MEMORY STICK
ENTRADA LAN PARA UTILIZAR LAS CÁMARAS POR MEDIO DE LA TRÍPODES	NO EXISTEN REPUESTOS.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La investigación desarrollada gracias al licenciado Ángel Velásquez responsable del laboratorio de comunicación de esta institución, por lo que el tesista considera que la cámara de video DV Cam se acopla más a las necesidades del laboratorio de cine y televisión, una vez tomada en cuenta las características presentadas en el cuadro1.

Entrevista2

Presentación de varios tipos de cámaras de video con características de formatos, procesamiento digital, ópticos y su relación costo beneficio, una vez realizada la investigación de campo en el medio de comunicación color Stereo.

Cuadro 2.2

MARC A	LENTES	MODELO	ENT/SALIDA	FORMATO S	COSTO
-----------	--------	--------	------------	--------------	-------

SONY	INTERCAMBIABLES DE BAYONETA 1/3"	HVR-Z 7	3 ENTRADAS EN ALTA DEFINICION HDMI	HDV DV DV CAM	\$6. 429 NUEVA
SONY	NO INTERCAMBIABLES ESTÁNDAR	HVR- Z 5	2 ENTRADAS EN ALTA DEFINICION HDMI	ESTÁNDAR	\$6. 338 NUEVA
SONY	ENFOQUE MANUAL DE 10x 30 INTERCAMBIABLES	PDV- 170	2 ENTRADAS AUDIO INDEPENDIENTES PARA MICROFONOS PROF.	DV CAM	\$1 500 -\$ 3. 000 DE 2 MANO
SONY	ESTÁNDAR	HD- 1000 U		HDV	\$2000- \$2500 DE 2 MANO
SONY	LENTES INTERCAMBIABLES ESTÁNDAR	DCR-250		HDV	\$2500 DE 2 MANO
SONY	ZOOM DIGITAL AUTOMÁTICO CON ADAPTACION A TELEOBJETIVOS	HVR- Z 7N	2 ENTRADAS TIPO CANON	HDV-MPEG	\$8.000 NUEVA

SONY	LENTE 3 CD	SATAND AR	1 ENTRADA PARA VIDEO COMPONENTEY S VIDEO.	DV CAM	\$1500 DE 2 MANO
------	------------	--------------	--	--------	---------------------

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Bien tomando en cuenta estas características individuales el tesista propone que las cámaras aceptadas en los cuadros 3.4, 5 son las que la Universidad Técnica de Cotopaxi debería comprar para la implementación del laboratorio y cine.

La investigación realizada en el medio de comunicación TV Color, donde el licenciado Alfredo Espinosa jefe de producción colaboro con esta investigación y Por lo que el tesista considera que es importante saber que el precio de mantener un tipo de cámaras profesionales podría oscilar por un valor de 45.000 dólares en el caso de una xticam modelo-2011 expuesta por el responsable, pero añadió que lo que ahora se utilizan son cámaras con tecnología Hdmi que son accesibles y que muestran mucha eficiencia técnica a la hora de grabar y realizar producciones eficientes.

CUADRO N° 3

CÁMARAS	PRECIO	
Cámara HVR Z 7	\$8000	
HVR Z 5	\$6.300	
PDV – 170	2500-3000	OK

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De un total de 7 tipos diferentes de cámaras y por las diferentes utilizaciones de las mismas se ha escogido 3 de las más importantes según su precio y el que ha resultado económico es el modelo Sony PDV – 170 tanto que es una cámara de tecnología vanguardista y que presta los formatos necesarios para poder trabajar dentro del laboratorio con un valor de \$3000 pero cabe recalcar que es de segunda mano y según el precio se pudo haber escogido una cámara DV Cam que oscila por los 1500 dólares pero el formato en el que trabaja esta cámara es ambiguo y sin continuidad.

CUADRO N° 4

CÁMARAS	Formatos	
Cámara HVR Z 7	PGEM	OK
HVR Z 5	HDMI	
PDV – 170	DV CAM	

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De un total de 7 tipos diferentes de cámaras y por las diferentes utilizaciones de las mismas en el tema de formatos es técnico escoger una cámara HVR Z 5 ya que presenta una tecnología con formatos estándares y Hdmi acordes con los sistemas de edición digital. : Esta Cámara HVR Z 7 se destaca por su formato que es adaptable a cualquier sistema de edición digital que se implemente en el laboratorio de cine y tv.

CUADRO N° 5

CÁMARAS	Óptica y procesamiento	
----------------	-------------------------------	--

	digital	
Cámara HVR Z 7	Enfoques intercambiables	
HVR Z 5	Enfoques intercambiables	
PDV – 170	Enfoques intercambiables	OK

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Dentro de la selección óptica que caracteriza a estas cámaras podemos determinar que los tres modelos aquí expuestos son viables a la hora de decidirse para la compra. La videocámara PDV – 170 sería la ideal ya que estos tipos de cámaras no se vuelven ciegas gracias al manejo manual en brillos que hace que sin la necesidad de tener luces profesionales se pueda grabar adecuadamente en la noche

Fuentes: Entrevistas realizadas a representantes de la unidad educativa hermano miguel y de tv color. (2011)

Realizado por: Ricardo Octavio Cumbicus

CAPITULO III

3. PROPUESTA

3.1 DATOS INFORMATIVOS

- ✓ **Tema:** Implementación del Laboratorio de Cine y Tv
- ✓ **Institución:** Universidad Técnica de Cotopaxi
- ✓ **Sección:** Nocturna
- ✓ **Parroquia:** Eloy Alfaro
- ✓ **Cantón:** Latacunga
- ✓ **Provincia:** Cotopaxi
- ✓ **Beneficiarios:** Directivos, Docentes y estudiantes de la institución.
- ✓ **Alumno:** Ricardo Octavio Cumbicus Yungán

3.2 ANTECEDENTES

Si existen estudios realizados sobre la implementación de laboratorios de comunicación en otros centros de educación superior por lo que es necesario determinar realmente cuales son los alcances de este proyecto, Los beneficios de este proyecto se comienzan a evidenciar en las respuestas que dan los estudiantes, al realizar las prácticas en laboratorios se despierta el interés por investigar por descubrir las cosas que eran desconocidas y por tal motivo redescubrir métodos y técnicas que van en relación al manejo de programas y operacionalidad de los instrumentos de trabajo.

En todas las sociedades, los seres humanos se dedican a la producción e intercambio de información y contenido simbólico, en la actualidad es frecuente oír que la comunicación es una forma de acción, hablar un lenguaje es una actividad social a través de la cual los individuos establecen y renuevan las relaciones que mantienen unos con otros.

La vida social está compuesta por individuos que llevan a cabo propósitos y objetivos de varios tipos, en este cometido actúan dentro de un conjunto de circunstancias previamente establecidas y que ofrecen diferentes oportunidades para su relación objetiva de comunicación.

Los productos de las industrias mediáticas están disponibles, en principio, para una pluralidad de receptores, estos se producen en múltiples copias o se transmiten a una

multiplicidad de receptores de manera que estos quedan a disposición de cualquiera que posea los medios técnicos, capacidades, y recursos necesarios para adquirirlos por lo que la implementación de laboratorios en las universidades del país es un tema pendiente que mejoraría la educación en toda su extensión.

En el caso de la unidad educativa hermano miguel sus responsables establecieron el laboratorio de comunicación gracias a la iniciativa del licenciado Pablo Lomas docente de esta institución que contaba desde ese entonces con una amplia experiencia, además debemos recalcar que este centro académico trabaja con sus estudiantes con proyectos mancomunados y que la implementación del laboratorio fue uno de ellos como así lo afirma el licenciado ángel Velásquez coordinador de este centro en una entrevista realizada el 28 de julio del 2011.

Por lo concerniente al medio de comunicación Tv color sus inicios se fundamentan en la necesidad que tenía el pueblo cotopaxense por tener su primer medio de comunicación audiovisual ya que por esa época todavía no existía ninguna televisora que promocionará información a la ciudadanía.

3.3 JUSTIFICACIÓN

El interés de esta investigación se fundamenta en implementar el laboratorio de televisión y cine de acuerdo con especificaciones que permitan identificar cámaras de buena calidad y su relación costo beneficio para una mayor eficiencia.

La utilidad práctica de esta investigación está reflejada en el beneficio que involucrará a todas y todos los estudiantes de las siguientes promociones de la carrera de comunicación social que podrán disponer de estos equipos y que a su vez beneficiará su aprendizaje.

La novedad científica sobresale en la incidencia de las nuevas tecnologías en la educación que es oportuna y coherente, coherente con el propósito de que la implementación del laboratorio permitirá hacer estudios prácticos sobre procesos de edición y maniobrabilidad de los mismos inclusive pudiendo crear nuevos conceptos sobre el manejo de equipos.

La relevancia social se evidenciara con relación al antes y después, los mecanismos de pedagogía no serán los mismos ya que mas horas se destinaran a la práctica y donde la teoría se verá comprobada gracias a estos equipos que fomentan la investigación.

OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Elaborar un manual sobre las especificaciones y uso de las cámaras donde se explique criterios de óptica, procesamiento digital, formatos y su relación costo beneficio.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar los fundamentos teóricos y conceptuales para la selección de cámaras según criterios de óptica , procesamiento digital, formatos y su relación costo beneficio
- Diagnosticar la situación actual sobre la falta de un laboratorio de Televisión y Cine en la Universidad Técnica de Cotopaxi
- Realizar una guía para el uso adecuado al equipo de cámaras.

4. ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD

La factibilidad este proyecto es considerado como factible ya que los recursos a los que se hace referencia son reales como el recurso humano que ha desplegado un gran esfuerzo por llevar a término el proyecto, los recursos económicos están predeterminados y aceptados por los estudiantes de la carrera, como así también los permisos protocolarios correspondientes.

5. MANUAL DE USO DE LAS CÁMARAS

MANUAL DE USO DE VIDEOCÁMARAS, PARA EL LABORATORIO DE CINE Y TELEVISIÓN DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DE COTOPAXI

En este capítulo vamos a dar a conocer todo el sistema de manejo de videocámaras y otras recomendaciones que el tesista analiza e incorpora a este manual necesario para el cuidado de las videocámaras y que está dentro de la tesis grupal implementación del laboratorio de Cine y Televisión en la universidad técnica de Cotopaxi.

1.- EL AGARRE DE CÁMARA

Para comenzar, aprenda a sostener la cámara correctamente. Sosténgala fuerte con la mano derecha y ajuste la correa. Use la mano izquierda para manipular los controles de la misma y darle más apoyo. El mejor lugar para colocar la mano izquierda es bajo el lente. Esto le permite mejor acceso a los otros controles, como el lente zoom o el focus enfocador.

2.- EL MANTENIMIENTO DE LOS LENTES

- Para limpiar el objetivo de la cámara quite pelo y polvo con un cepillo o una botella de aire
- Limpie el lente desde el centro hacía los lados
- Si es posible, solamente utilice trapos especiales ya recomendados para la limpieza de los lentes.
- Utilice limpiador de lentes de limpieza si hay grasa que no se puede quitar con un trapo
- Solamente utilice una porción pequeña del limpiador de lentes y póngalo en el trapo. Nunca se debe poner el limpiador de lentes directamente en el lente.

3.- ESTABILIDAD O BALANCE

No olvide que su cámara siempre debe estar estable. Para lograr una mejor estabilidad, apoye sus codos sobre su pecho. Esta posición le será incómoda al principio, pero después se le volverá costumbre y la adoptara automáticamente cuando grave, lo que le proporcionara mejores imágenes.

Si desea grabar parado, mantenga la cámara al nivel de los ojos. Párese firme y con la piernas separadas levemente para lograr un mejor balance. Si desea, arrodílese en una pierna, y doble la otra pierna. Apoye el codo del brazo con la cámara sobre la pierna doblada. Si encuentra una pared o un muro cerca, apóyese o recuéstese en ellos para lograr un mejor balance. Descanse la cámara en sus rodillas. Muchas veces una silla también puede ayudar a que la cámara no le tiemble en las manos.

3.1.- Como Moverse Con Su Camcorder Caminando

Si camina hacia adelante, medio doble las piernas y agache su cuerpo un poco, para reducir el movimiento de arriba hacia abajo que ocurre naturalmente cuando se camina. Concéntrese en mantener un movimiento lento y sigiloso. Tome pasos pequeños, hacia atrás o hacia adelante, siempre poniendo un pie suave pero firme, antes de levantar el otro. No levante los pies mucho manténgalos, cerca del suelo. Siga esta rutina cuando quiere filmar caminando hacia atrás. En este caso, es aconsejable que otra persona lo apoye por detrás.

3.2 Seguridad en caso de conflicto

Casi todas las cámaras vienen equipadas con una lucecita roja que se enciende cuando la cámara está grabando. Aún cuando esta función es muy útil, algunas veces tendrá

que esconder la luz para su propia seguridad. Esto es esencial para evitar sospechas con personas que no desean ser grabadas en situaciones peligrosas. En tales momentos esta lucecita puede ser camuflado fácilmente con un pedazo de masking tape, o cubriendo la luz con sus manos. Muchas veces, por su propia seguridad, es mejor grabar a ciertas personas sin que ellas se den cuenta. Para hacer esto asegúrese que la cámara esta en autofocus, o autoenfoque, con el lente zoom abierto ampliamente. Tome la cámara cerca del pecho, y simule que está viendo en dirección contraria del lente de la camcorder. Esto eliminara cualquier sospecha que exista. También puede sostener la cámara al lado de su cuerpo como que solo la está cargando, tendrá que inclinar el lente hacia arriba para grabar la cabeza y no el torso.

4.- EL VISOR, TAMBIÉN LLAMADO VIEWFINDER Y PANTALLA

El visor puede ser un monitor de rayos catódicos (CRT, como los usados en las televisiones y computadoras de escritorio), o una pantalla plana de cuarzo líquido (LCD, similar a las usadas en computadoras laptop). Entre otras notas importantes están las siguientes.

- A diferencia de las cámaras de estudio que normalmente utilizan pantallas de por lo menos 7 pulgadas, los visores de muchas cámaras pueden ser más pequeños. Estos están integrados de una pantalla miniatura (CRT o LCD) en la que se monta un ocular magnificador.
- Aunque los visores de color han ido ganando popularidad, algunos operadores profesionales prefieren la definición superior de un visor.

- En las cámaras que poseen visores de montura lateral, algunas veces el visor puede ser deslizado de un lado a otro de la cámara según las preferencias del operador para ver con el ojo izquierdo o derecho. Cuando el visor es deslizado, la imagen quedará boca abajo a menos que exista un dispositivo de inversión.
- Mantener el ojo pegado a un visor durante períodos largos de tiempo puede ser muy fatigante. Las cámaras con pantalla plana de LCD pueden ser más cómodas. También son muy útiles cuando se toman ángulos muy altos o bajos.
- Este tipo de visores también pueden ser usados para componer tomas en las que nosotros mismos queremos salir (una vez montada la cámara en un tripié el visor es girado 180 grados para poder observarlo).
- La principal desventaja de la pantalla plana de cuarzo líquido es que la imagen pierde contraste y brillantez cuando es usada bajo luz brillante, lo cual dificulta el enfoque preciso.
- Una vez que se acostumbre a su operación, los visores tipo goggle (similares a los goggles de realidad virtual), permiten gran flexibilidad al operador. Este tipo de visor puede ser usado para complementar un visor estándar. Ya que el visor está conectado a la cámara por un cable largo, podemos fácilmente sostener la cámara por encima de nuestra cabeza, colocarla a nivel de suelo, o incluso tomar hacia nuestras espaldas con la cámara al hombro.

5.- SOBRE LAS RESPONSABILIDADES EN EL MANEJO DE CÁMARAS:

5.1 CONTROL DE CAMARA

Es el responsable directo de la "calidad técnica" que proporciona la cámara.

Cuando se trabaja en estudio cada cámara va unida al CCV (unidad de control de cámara). A través de ésta se permite ajustar los niveles de cada cámara como son:

contraste, brillo, balance de blancos, diafragma, etc.

El objetivo es conseguir que la imagen de las distintas cámaras sean "homogéneas".

5.2 OPERADOR DE VIDEO

Es el encargado de la puesta a punto y correcto funcionamiento de los magnetoscopios. Trabaja a las órdenes directas del realizador.

Su función básica es localizar e iniciar los distintos fragmentos del material magnético que va a utilizarse en la grabación.

Volver arriba

ESPECIFICACIONES DE LA CÁMARA QUE SE RECOMIENDA

HVR- Z 7



La nueva HVR-Z7 usa el sistema 3 Clear Vid CMOS Sensor™ de tipo 1/3" (0,85 cm) de Sony, mejorado con la tecnología Exmor™. Las dos nuevas tecnologías trabajan juntas para que la cámara pueda desempeñarse significativamente mejor en entornos de baja iluminación, con sensibilidad de 1,5 lux.*

Con lente incluido se mantiene la siguiente recomendación

Para mayor flexibilidad, los usuarios pueden poner lentes diferentes, con la ventaja de que ambos modelos tienen un mecanismo universal estándar de montaje en bayoneta de 1/3" (0,85 cm) para cambiar lentes más fácilmente.

Aprovechando un adaptador especial, los usuarios pueden conectar también una serie de lentes diseñados para cámaras fotográficas SLR digitales de Sony para el consumidor.

Los camcorders HVR-Z7N y HVR-S270N pueden cambiar entre grabación 1080p, 1080i en formato HDV, DVCAM™ y DV. Ambos pueden reducir en frecuencias el material HD a SD, y producir las señales de video tanto a través de su interfaz i.LINK como a través de otros conectores de salida SD.

El modelo HVR-Z7N tiene una salida HDMI, en tanto que el HVR-S270N se ofrece con conectividad HD-SDI o SD-SDI, y admite código de tiempo y audio encajados.

Una cámara más que se une a la familia, siendo un equipo compacto pero a la vez con grandes funciones, esta cámara es una nueva opción para ti.

La HVR-Z7 tiene la función de hacer un intercambio de lentes, brindando así ilimitadas posibilidades de grabación, esta cámara de cine digital progresivo utiliza el ya conocido formato Full HD HDV 1920 x 1080 y también graba en tarjetas de memoria Compact flash para edición inmediata; Viene equipada con un magnífico lente intercambiable Carl Zeiss Vario-Sonnar T, con zoom de 12x y estabilizador de imagen.

Una ventaja más de esta cámara es que cuenta con la nueva tecnología Exmor, la cual reduce el ruido de la imagen, dando así una imagen perfecta incluso en lugares con 1,5 LUX.

La resolución de grabación también es perfecta, Full 1920 x 1080 líneas en formato HDV PROGRESIVO a 24 o 30 fotogramas por segundo. La cámara también puede grabar en cinta Alta Definición y en Tarjeta Definición estándar, o ambas en Alta definición o ambas en definición estándar además de contar con la función de subconvertir formatos HD a SD.

ESPECIFICACIONES:

- a. Full HD 1020 x 1080 líneas de TV
- Zoom de 12x
- Formato HDV y DV
- Graba en cintas DVCam y Mini DV
- Graba en memorias Compact Flash
- Grabación entrelazada a 60i y progresiva a 24p y 30p
- Salida HDMI sin compresión
- Enfoque automático
- Estabilizador de imagen
- Ajuste automático de back focus

6.- DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

6.1 TEMÁTICA

Los resultados de la investigación expuesta en el segundo capítulo permiten identificar las cámaras que serán adquiridas para la implementación del laboratorio de cine y tv.

6.2 DETERMINACIÓN DE ESTRATEGIAS

Tomando en cuenta los criterios de los responsables de los laboratorios de cine, televisión, y de comunicación, en el análisis y determinación de resultados se han establecido los parámetros y objetivos de la presente investigación.

7.- PLAN OPERATIVO

El tesista considera que el presente manual puede ser actualizado con la regularidad de un año, por lo que es indiferente el funcionamiento de la videocámara que puede variar en un periodo largo de cinco años dependiendo de uso de los equipos audiovisuales referidos en este proyecto.

8. EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA

El tesista considera que las cámaras seleccionadas corresponden al valor en promedio de la viabilidad económica del proyecto y que por lo tanto se han establecido parámetros de adquisición que podrán ser desarrollados conforme se realice la adquisición de las cámaras lo más pronto posible a la fecha de entrega y en un promedio no cambiante de 4 meses, ya que este documento presenta las condiciones económicas y de accesibilidad que pueden cambiar por el tema de actualización de tecnología si no se realizara la compra en un tiempo determinado.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

Calidad. Tipo y formas de información.

Cd-Rom disco donde se guarda la información

Comunicación. Formas para para que la gente se entienda.

Impacto. Forma en la sociedad acepta los acontecimientos.

Información. Lo que transmite a través de los medios

Microprocesadores Chip de alta tecnología, utilizado para la comunicación

M.c.s. Medios de comunicación social

Ntsc. National Television n System Committee, Comisión Nacional de Sistema de Televisión.

Nipkow.- fue utilizado en el desarrollo de los sistemas de televisión

Papelografo.- instrumento para el proceso enseñanza aprendizaje

Pal.- se llama así a la alteración de fase en cada línea (phasealternate line), es el sistema de señal de televisión a color utilizado en Europa.

Radiofónica. Sistema de comunicación radial.

Telecomunicaciones. Comunicación a través de sistemas informáticos.

Tic. Tecnologías de información y comunicación.

Transmitir. Dicho de una emisora de radio o de televisión: Difundir noticias, programas de música, espectáculos.

Secam.- utiliza la misma resolución que el PAL (625 líneas), pero transmite la información del color secuencialmente: Rojo y Amarillo en una línea y Azul y Amarillo en la siguiente.

Velocidad. Rapidez con la que viajan los mensajes en la comunicación.

CONCLUSIONES

- ✓ Según los resultados obtenidos de las entrevistas realizadas a los profesionales en comunicación como al licenciado Ángel Velásquez de la unidad educativa hermano miguel y además al licenciado Alfredo espinosa jefe de producción de la televisora tv color se ha podido establecer que las cámaras que necesita el laboratorio de cine y televisión para la universidad técnica de Cotopaxi se trataría de las cámaras profesionales que presenten la característica (HDMI)HVR Z 5o z7 ya que por sus características de procesamiento digital características ópticas y precio son las que prevalecen en las diferentes empresas comunicacionales.
- ✓ Las cámaras DV Cam también pueden ser accesibles, pero tomando en cuenta que estas ya están disponibles en el mercado de segunda mano.
- ✓ Los formatos en los que trabajan las diferentes productoras son de tecnología Hdmi.
- ✓ La selección de cámaras se lo hizo sobre las que más se utilizan en medios de comunicación ya que en el mercado existen un sinnúmero de marcas y modelos que pueden llegar a saturar la selección de las mismas.

RECOMENDACIONES

- ✓ Las cámaras con tecnología HDMI son las recomendadas ya que por su valoración, características técnicas de óptica y sobre todo de resolución que harán posible que se desarrollen trabajos eficientes y con gran calidad.
- ✓ Una vez obtenido el presupuesto y aprobados estos protocolos se deben establecer coordinadores para la compra de las videocámaras ya que si se lo hace de una manera eficiente se podrían abaratar los costos.
- ✓ La capacitación que ofrecen varias empresas, una vez realizada la compra es algo irrenunciable ya que con estas condiciones se pueden establecer de mejor manera el manual de utilización y mantenimiento de las cámaras de video, en este caso.
- ✓ Durante el periodo de utilización de las cámaras para el laboratorio de cine y televisión es necesario que exista un coordinador que sea el encargado de su manejo y responsabilidad.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ✓ FREIRE Ernesto (2007.Pág.45). “Clima Organizacional en las Entidades Educativas”, edit. Pardo Cía. Ltda.
- ✓ Jhon B. Thompson, (1997) (pág. 63). Comunicación de masas tomo II
- ✓ Según Jesús Martín Barbero (1987” (pág. 36).Medios de comunicación tomo II
- ✓ <http://www.eluniverso.com>.
- ✓ <http://www.UNIVERSIDAD\COMUNICACION\Comunicación.htm>
- ✓ <http://monografias.com>, La comunicación y las relaciones públicas. Datos del autor Yadira Suárez Rodríguez,
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos14/medios-comunicacion/medios-comunicacion.shtml>
- ✓ <http://marfire.espacioblog.com/post/2006/03/07/teorias-la-comunicacion-masas>
- ✓ <http://marfire.espacioblog.com/post/2006/03/07/teorias-la-comunicacion-masas>
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n>
- ✓ <http://es.wikipedia.org/wiki/Televisi%C3%B3n>

Anexos

- Audios de las entrevistas realizadas a los responsables de los laboratorios de comunicación y de medios de comunicación que se encuentran en el documento de power point emitido para la defensa de la tesis.