



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL Y

MEDIOS INTERACTIVOS

Análisis audiovisual de los videos de bienvenida al semestre académico 2024-1 y 2024-2 para alumnos Pregrado y EPE de la UPC

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación Audiovisual y Medios

Interactivos

AUTOR(ES)

Abanto Guerrero, Paulo Cesar 0009-0000-8006-8053

Shimose Alva, Oscar Alfredo 0009-0001-7022-358X

ASESOR(ES)

Zavala Kahn, Sebastian Alonso 0009-0007-3847-2889

Lima, 4 noviembre de 2024

Dedicatoria

Dedico este trabajo de investigación a mi familia, enamorada y todas las personas que me impulsaron y motivaron durante este desafío. También, a Nerón, Rufina y Nicky por acompañarme.

Paulo César Abanto Guerrero

Dedico este trabajo de investigación a mi familia, especialmente a mis padres, quienes con su apoyo y motivación me impulsaron a asumir este nuevo reto en mi vida profesional.

Oscar Alfredo Shimose Alva

Agradecimientos

Este proyecto no habría sido posible sin el respaldo de nuestra alma mater, la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) y la comunidad que forma parte de ella. Asimismo, agradecemos especialmente a Rodrigo Valencia Elguera, quien nos brindó su respaldo previo al inicio de este trabajo. También, a nuestro asesor Sebastián Zavala, quien nos brindó su acompañamiento y guía durante las asesorías. Finalmente, a todos los profesores que nos acompañaron y aportaron con ideas y sugerencias durante todos los módulos.

Resumen

Este trabajo de suficiencia profesional contempla el análisis audiovisual de los videos de bienvenida al semestre académico 2024-1 y 2024-2 para alumnos Pregrado y EPE de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Estos contenidos forman parte de las acciones de comunicación que la institución prepara para cada inicio de ciclo y tiene como personaje y vocero al rector de la universidad, máxima autoridad académica. Cabe destacar que el 2024, la UPC celebra 30 años de vida institucional. En ese sentido, estos contenidos cobran mayor relevancia y pertinencia puesto que buscan acercar y generar sentido de orgullo y pertenencia entre su comunidad universitaria.

Palabras clave: Videos bienvenida; análisis audiovisual; alumnos Pregrado y EPE; Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Audiovisual analysis of the welcome videos to the 2024-1 and 2024-2 academic semester
for Undergraduate and Working Adult students of UPC

Abstract

This work of professional proficiency includes the audiovisual analysis of the welcome videos for the 2024-1 and 2024-2 academic semester for Undergraduate and Working Adult students of UPC. These contents are part of the communication actions that the institution prepares for the beginning of the cycle and has the university rector, the highest academic authority, as its character and spokesman. It should be pointed out that in 2024, UPC celebrates 30 years of institutional life. In that sense, these contents become more relevant and pertinent since they seek to bring together and generate a sense of pride and belonging among their university community.

Keywords: Welcome videos; audiovisual analysis; Undergraduate and Working Adult students; UPC.

DUPLA 03.docx

INFORME DE ORIGINALIDAD

4%

INDICE DE SIMILITUD

3%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

2%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

issuu.com

Fuente de Internet

1%

2

noticias.upc.edu.pe

Fuente de Internet

1%

3

Submitted to Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

Trabajo del estudiante

<1%

4

Submitted to Universidad Rey Juan Carlos

Trabajo del estudiante

<1%

5

revistas.ucm.es

Fuente de Internet

<1%

6

Submitted to Universidad Santiago de Cali

Trabajo del estudiante

<1%

7

Submitted to Universidad Cesar Vallejo

Trabajo del estudiante

<1%

8

www.fundacjadorinikana.org

Fuente de Internet

<1%

9

Huyhua Chamana, Patricia Jesus. "Estudio de los criterios a considerar para el desarrollo de guiones didacticos de cursos virtuales de corta duracion de una empresa de servicios de Lima Metropolitana.", Pontificia Universidad Catolica del Peru - CENTRUM Catolica (Peru), 2020

Publicación

<1 %

10

blogs.upc.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

11

cies.org.pe

Fuente de Internet

<1 %

12

Submitted to Universidad Europea de Madrid

Trabajo del estudiante

<1 %

13

hdl.handle.net

Fuente de Internet

<1 %

14

repositorioacademico.upc.edu.pe

Fuente de Internet

<1 %

Excluir citas

Apagado

Exclude assignment
template

Activo

Excluir bibliografía

Activo

Excluir coincidencias

< 20 words

Tabla de contenido

- 1. Introducción**
- 2. Análisis narrativo**
 - 2.1. Análisis a nivel macro
 - 2.1.1. Presentación
 - 2.1.1.1. Tiempo
 - 2.1.2. Contexto histórico
 - 2.1.2.1. Espacio
 - 2.2. Análisis a nivel micro
 - 2.2.1. Intención del mensaje
 - 2.2.2. Locación de grabación
 - 2.2.3. Tomas de apoyo
 - 2.2.4. Música
 - 2.2.5. Arte
 - 2.2.6. Personajes
 - 2.2.7. El guion
 - 2.3. Referencia audiovisual
 - 2.4. Oportunidades de mejora
- 3. Análisis del lenguaje audiovisual**
 - 3.1. Dirección de fotografía
 - 3.1.1. Composición para plano del rector
 - 3.1.2. Composición para plano de alumnos
 - 3.2. Dirección sonora
 - 3.2.1. La palabra
 - 3.2.2. Música
 - 3.3. Dirección de arte
 - 3.4. Imágenes aéreas
 - 3.5. Postproducción
 - 3.5.1. Animación de sobreimpresiones
 - 3.5.2. Transiciones
 - 3.6. Identidad gráfica
 - 3.7. Referencia audiovisual
 - 3.8. Oportunidades de mejora
- 4. Técnicas y tecnologías audiovisuales e interactivas**
 - 4.1. Reto 1: Elaboración del guion
 - 4.2. Reto 2: Logística (preproducción)
 - 4.3. Reto 3: Trabajo con talento no profesional
 - 4.4. Reto 4: Postproducción
- 5. Conclusiones**

Lista de Figuras

- 1. Figura 1.** Plano medio del rector de la universidad
- 2. Figura 2.** Plano general de alumnos interactuando en campus
- 3. Figura 3.** Travelling y seguimiento a alumnos
- 4. Figura 4.** Paleta de colores de los videos de bienvenida al semestre académico 2024-1 y 2024-2
- 5. Figura 5.** Toma aérea desde el exterior del Campus Villa
- 6. Figura 6.** Toma aérea del crisol en Campus San Miguel
- 7. Figura 7.** Cuadro de texto con el nombre del rector y cargo (Vídeo de bienvenida 2024-1)
- 8. Figura 8.** Cuadro de texto con la mención por los 30 años de la UPC (Video de bienvenida 2024-1)
- 9. Figura 9.** Cuadro de texto con el logro de ser el N° 1 en el sector educación (Video de bienvenida 2024-2)
- 10. Figura 10.** Cuadro de texto sobre la Jornada de Arborización UPC (Video de bienvenida 2024-2)
- 11. Figura 11.** Crisol en cuña de inicio
- 12. Figura 12.** Crisol en esquina superior derecha
- 13. Figura 13.** Crisol en cuña de cierre
- 14. Figura 14.** Crisol en esquina superior derecha
- 15. Figura 15.** Crisol en cuña de cierre
- 16. Figura 16.** Banner con créditos de personaje
- 17. Figura 17.** Texto sobre logro institucional
- 18. Figura 18.** Colores usados en la identidad gráfica

1.Introducción

La Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC) inició sus operaciones en 1994 con la inauguración de su Campus Monterrico. Ese mismo año, marca el aniversario de tres facultades pioneras y dirigidas hacia alumnos Pregrado con las que empezó la universidad: Facultad de Arquitectura, Facultad de Comunicaciones y Facultad de Ingeniería. En 1996, la institución lanzó el programa de Pregrado para adultos (actualmente EPE), enfocado como un programa de carreras universitarias para gente que trabaja (Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas [UPC], 2024).

En 2004, la UPC se incorporó a Laureate International Universities, la red de universidades privadas más grande del mundo. A lo largo de los años, la institución se afianzó y posicionó dentro del sector educativo. En esa línea, continuó con su variada oferta de nuevos programas académicos, por ejemplo, la creación de la carrera de Música y Administración de Negocios del Deporte en 2006. Así como la expansión de tres campus en diversos distritos y puntos estratégicos de la ciudad de Lima: Campus San Isidro en 2011; Campus Villa en 2013; y Campus San Miguel en 2015 (UPC, 2024).

A nivel institucional, la UPC ha destacado por diversos hitos y logros, por ejemplo, haber recibido en 2016 la acreditación institucional por parte de WASC de los Estados Unidos de América, convirtiendo a la institución en la única universidad peruana en obtener este logro. Esta obtención también fue reconocida por parte de SINEACE en 2018 (UPC, 2024).

Durante estos últimos años, la universidad alcanzó diversos logros, a través de los cuales se ha buscado generar un impacto positivo dentro de la comunidad, como volverse una universidad 100% digital en respuesta a la pandemia; y ser líder en el sector educativo de acuerdo al ranking Merco Talento 2024 (UPC, 2024).

Es en este contexto que surge la necesidad de contar con un contenido que busque dar a conocer aquellos motivos que puedan generar orgullo y sentido de pertenencia entre los alumnos Pregrado y EPE de la UPC. Por ello, se analizarán los dos videos publicados en 2024 y que cuentan con el rector como vocero y personaje principal, quien se encarga de dar la bienvenida en cada inicio de semestre académico (dos veces al año); dar a conocer los principales hitos institucionales (destacando los del último año); e invitar a la comunidad universitaria a que se exijan para cumplir todas sus metas académicas.

Es preciso destacar la pertinencia de elegir a los alumnos Pregrado y EPE como público objetivo de estos contenidos, ya que representan un importante porcentaje dentro de la comunidad universitaria de la UPC. De acuerdo a los datos de la Memoria Anual UPC 2023, los alumnos Pregrado matriculados en dicho periodo fueron de más de 66 mil. Por otro lado, en el caso de EPE fueron alrededor de 16 mil.

En el marco de este trabajo, se propone realizar un análisis de los dos videos de bienvenida publicados este 2024 (en el marco de la celebración de los 30 años de aniversario institucional) y como parte de las acciones de bienvenida hacia alumnos en cada inicio de semestre. Se plantea explorar y realizar un análisis de la narrativa, lenguaje y técnicas y tecnologías audiovisuales e interactivas.

2.Análisis narrativo

2.1.Análisis a nivel macro

La estructura narrativa está dividida por dos momentos: presentación (tiempo) y contexto histórico (espacio).

2.1.1.Presentación

2.1.1.1.Tiempo

La presentación está relacionada al tiempo en el que transcurre el discurso del video. De acuerdo a lo que señala Karbaum (2021), es un momento que busca brindar al espectador señales de referencialidad y en el que se responden algunas preguntas referente al relato, por ejemplo, ¿ocurre en una época específica?, ¿es pasado, presente o futuro?.

Esta secuencia de presentación se construye en dos momentos: 1) saludo hacia la comunidad de alumnos Pregrado y EPE; y 2) referencia al año en que se da el mensaje y a la celebración por los 30 años de vida institucional de la UPC. Es importante mencionar esta sucesión de momentos ya que lo que se busca es llegar a lo que Karbaum (2021) menciona como el desarrollo de manera progresiva del relato.

2.1.2.Contexto histórico

2.1.2.1.Espacio

El contexto histórico está relacionado al espacio en el cual se narra la historia. Según Karbaum (2021), es el lugar físico donde los seres humanos se desenvuelven y existen. Dada esta funcionalidad, se podría hablar de que el espacio cumple un fin referencial, ya que ubica a los alumnos dentro de un territorio específico: campus de la UPC.

Cabe destacar también la importancia de este momento como presentación del espacio, ya que se busca generar emociones, percepciones y sentimientos. Esto no funciona ni progresa de forma autónoma, sino que por el contrario, se articula con otros elementos como las acciones, tomas de apoyo y discurso del personaje principal, en este caso, el rector de la universidad. Otra aproximación planteada por Sánchez (2006), es la dimensión que el espacio otorga a todo el relato, ya que se atribuye un significado a partir de la relación entre el personaje narrador y el espectador.

Sabina (2019) lo define de esta manera:

El espacio es concebido como un trabajo de intercambio constante entre el espacio y el sujeto. Es la estrecha relación entre el personaje y el espacio la que funda la narración de una película. (Sabina, 2019, p 222)

2.2. Análisis a nivel micro

A lo largo de lo expuesto previamente, se ha desarrollado la estructura narrativa presente a nivel macro en los 2 videos de bienvenida al semestre académico (2024-1 y 2024-2) para alumnos Pregrado y EPE de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC).

En esta sección, se tiene por finalidad abordar los detalles de cada elemento que componen la estructura narrativa de los dos videos, con los cuales se pretende generar diversas emociones en el público objetivo.

2.2.1 Intención del mensaje

La intención del mensaje en una narrativa audiovisual es crucial, ya que define el objetivo y el impacto que se busca generar en la audiencia con la historia o contenido.

Bordwell & Thompson (2016) lo define de la siguiente manera:

“La intención del mensaje define qué quiere comunicar el autor y cómo ese contenido puede resonar emocional, psicológica o intelectualmente con los espectadores” (Bordwell & Thompson, 2016, p. 45).

Cabe mencionar que, Chatman (1978), resalta la relevancia de los elementos narrativos como el tono, la estructura, y los recursos visuales y sonoros, para comunicar de manera eficaz la intención del mensaje.

La intención del mensaje en una narrativa no solo se refleja en lo que se dice, sino también en cómo se dice. Esto abarca tanto el contenido explícito como los subtextos implícitos, que juntos configuran el significado completo percibido por la audiencia. (Chatman, 1978, p. 32)

En ambos videos se busca que el rector brinde un mensaje de bienvenida cálido hacia los alumnos Pregrado y EPE. Con este tipo de intención, se desea generar, en primer lugar, que se conozca al rector; en segundo lugar, generar cercanía hacia hablándole a los estudiantes en segunda persona, saludándolos y contándoles la trayectoria y logros institucionales a lo largo de sus 30 años. Finalmente, generar orgullo por pertenecer a una universidad con logros e hitos importantes.

Asimismo, con ambos videos se busca lograr que los alumnos se sientan orgullosos por la historia de su casa de estudios; y lograr motivación en ellos para que culminen su etapa académica de manera exitosa, y así, puedan cumplir sus metas profesionales.

A continuación, se incluyen algunas de las frases mencionadas por el rector en los dos videos que reflejan lo mencionado en el párrafo anterior.

Al inicio del video, suele brindar un saludo cálido hacia los alumnos:

“Estimados alumnos, les doy la bienvenida al semestre académico 2024-1”.

Luego, resalta el aniversario por los 30 años de la universidad para generar orgullo y sentido de pertenencia con los alumnos y que estos puedan comprender que forman parte de una

institución que, a pesar de no tener varios años respecto a otras universidades, ha logrado hitos importantes:

“Iniciamos un nuevo año, uno sumamente especial: celebramos nuestro 30 aniversario de vida institucional. 30 años comprometidos con la educación de calidad, elevando continuamente los estándares de la educación superior en nuestro país”.

“En la UPC, siempre hemos abrazado la exigencia, la excelencia y la innovación como nuestros pilares fundamentales. Nuestro enfoque disruptivo e innovador ha sido el motor de nuestro éxito, el cual nos ha permitido formar líderes íntegros con una visión global y un compromiso inquebrantable con el desarrollo y crecimiento del Perú”.

Posteriormente, resalta los logros que ha conseguido la universidad durante sus 30 años y de esa manera los alumnos puedan sentirse orgullosos de estudiar en la UPC:

“Durante estos 30 años, hemos obtenido logros importantes que nos llenan de orgullo, como ser reconocidos por tercer año consecutivo como la universidad número uno en reputación en el Perú en el prestigioso Ranking Merco Empresas”.

“Asimismo, recibimos el reconocimiento por la acreditación institucional de WASC. Siendo la UPC, la única universidad acreditada en el Perú”.

“De igual modo, la UPC ha sido distinguida con el Distintivo Empresa con Gestión Sostenible por su destacada gestión en materia de sostenibilidad, resaltando el compromiso de nuestra universidad en la implementación de prácticas responsables que promueven un futuro más próspero, inclusivo y verde”.

Seguidamente, da un mensaje reflexivo sobre la importancia de estudiar y convertirse en profesionales que aporten al crecimiento del país:

“A lo largo de estos 30 años, la UPC ha avanzado incansablemente hacia la calidad y excelencia educativa, con un firme compromiso en la transformación y desarrollo del país.

Todos quienes conforman la comunidad universitaria han sido, siguen y seguirán siendo nuestra mayor fuente de inspiración”.

Finalmente, brinda un mensaje motivador de cierre para aquellos alumnos que recién ingresan y que busca generar inspiración y motivación para disfrutar el primer semestre académico, y también, para los alumnos que cursan la mitad o cierre de su carrera, para que puedan terminar sus estudios de la mejor manera posible:

“Es esencial estar listos para afrontar distintos escenarios y, de esta manera, aportar al progreso y crecimiento de nuestra sociedad. Cada uno de nosotros desempeña un papel protagónico en este desafío. Demostremos que, trabajando juntos, podemos lograrlo”.

“Inicien sus clases con mucho entusiasmo y con el deseo de exigirse al máximo. Les deseo todo lo mejor en este nuevo semestre y felices 30 años a toda la comunidad UPCina”.

2.2.2. Locación de grabación

Definir la locación de la grabación no solo impacta de manera visual, sino que también enriquece la narrativa y la experiencia del público, en este caso de los alumnos Pregrado y EPE de la UPC.

Según Seguin (2005), las locaciones no solo sirven como telón de fondo, sino que son esenciales para crear el ambiente, la atmósfera y el realismo necesarios en una narración audiovisual. Una locación bien elegida puede potenciar significativamente el impacto emocional y visual de la historia.

Asimismo, Rabiger (2013) lo considera de la siguiente manera:

La selección de locaciones influye directamente en la narrativa visual y puede transmitir simbólicamente el estado emocional de los personajes o el tono de la historia. Las locaciones auténticas añaden profundidad y credibilidad a la producción, facilitando una inmersión más completa del espectador. (Rabiger, 2013, p. 195)

En los dos videos se utiliza un espacio común y al aire libre del Campus Monterrico UPC como locación. Con esto se busca generar cercanía entre el rector y los alumnos, y que estos sientan que él también está presente, físicamente, en los campus de la universidad. Asimismo, se grabó en espacios comunes de la institución para aquellos ingresantes que no estén familiarizados con los espacios de campus.

Se utilizó una sola locación por cada video, ya que se grabó con teleprompter y esto dificulta realizar movimientos entre espacios. Sin embargo, se buscó compensar este aspecto con el uso de tomas de apoyo, lo cual será detallado más adelante.

En los dos videos se han utilizado espacios con áreas verdes de fondo para brindar un toque de frescura y vida, lo que puede ayudar a romper con la rigidez de un entorno académico y generar la cercanía que, como se mencionó, se busca lograr.

2.2.3. Tomas de apoyo

Las tomas de apoyo son herramientas que ayudan a la fluidez, a proporcionar mayor contexto visual y brindar dinamismo en un contenido audiovisual.

Zetl (2017) menciona que las tomas de apoyo ayudan a mantener el ritmo de la edición, proporcionan continuidad visual, y sirven para cubrir cortes o transiciones entre los planos principales. Son esenciales para evitar monotonía y mantener la atención del espectador.

De igual modo, Block (2013) considera que las tomas de apoyo son cruciales para generar atmósferas y desempeñar un papel importante en la narrativa audiovisual.

El B-roll o tomas de apoyo no solo sirven como relleno, sino que desempeñan un papel clave en la narrativa audiovisual al aportar detalles adicionales, mejorar la atmósfera visual y ofrecer variedad a la edición, enriqueciendo así la historia principal. (Block, 2013, p. 145)

Para brindar mayor dinamismo a los videos, en postproducción, se agregan tomas de apoyo referente a lo que el rector va narrando. Por ejemplo, cuando menciona los 30 años de UPC, se empleó imágenes y videos que muestran los inicios de la universidad y material

actualizado para reflejar la evolución y crecimiento. Además, se empleó clips de alumnos caminando o conversando en espacios comunes de los campus; ceremonias de graduación; docentes conversando con alumnos o dictando en aulas; laboratorios e infraestructura; entre otros.

Estas tomas contribuyen a reflejar el entorno en el que se desarrollan los acontecimientos narrados. Los planos de estudiantes interactuando con profesores o colaborando en equipo aportan autenticidad y mejoran la narrativa. Estas escenas fortalecen el mensaje al visualizar lo que se está describiendo o relatando.

Además, se refuerza la identidad de la universidad, presentándola como un lugar dinámico, activo y centrado en su comunidad. Esto es valioso, no solo para la comunicación interna como estudiantes y docentes, sino también para el posicionamiento de marca y atracción de nuevos estudiantes o prospectos.

Asimismo, al mencionar hitos institucionales, se incorporan planos referentes a estos momentos para reforzar el mensaje o tomas aéreas de los cuatro campus para mostrar el crecimiento e impacto de estos logros en el crecimiento de los espacios físicos e infraestructura.

2.2.4. Música

La música de fondo en una producción audiovisual juega un papel importante para influir en las emociones del público y en la percepción de la narrativa.

Según Gorbman (1987) la música de fondo no solo apoya y realza la narrativa, sino que también tiene la capacidad de dirigir la atención del espectador, sugerir emociones subyacentes, y proporcionar continuidad entre escenas, creando un ambiente coherente y significativo.

En el mismo sentido, Morricone & Miceli (2013) destaca que la música de fondo tiene una función narrativa tan importante como los diálogos o las imágenes. A través de su uso se puede enfatizar el estado de ánimo de una escena, prefigurar eventos futuros, o incluso contradecir la acción visible para añadir complejidad a la interpretación del espectador.

Para los dos videos se usó una pieza musical de fondo que aportó en la definición del tono y ambiente en los videos. Se buscó aprovechar las características de vocería, oratoria y entonación del rector, Edward Roekaert. De esa manera, en postproducción se empleó una melodía animada y alegre que genere emoción, optimismo y motivación en los alumnos y que acompañe al ritmo del mensaje del personaje. A través de esto, se buscó generar y conectar con los alumnos para brindar un mensaje de emoción para el inicio de su etapa académica.

Una buena elección de música refuerza y acompaña el mensaje del rector, logrando que el video se vea mucho más atractivo. Esto permite capturar la atención de los espectadores y garantizar una mejor comprensión del mensaje.

2.2.5. Arte

La dirección de arte en una producción audiovisual apoya en la construcción del entorno narrativo y en la creación de una atmósfera que permita potenciar la experiencia del público.

Para Dyer (1992), el arte no solo sirve para decorar, sino también para potenciar la historia y conectar con el público.

“El arte en una producción audiovisual no es solo un accesorio decorativo; es una forma de comunicación que ayuda a construir el mundo ficticio de la historia, proporcionando claves visuales que enriquecen la experiencia narrativa y emocional del espectador” (Dyer, 1992, p. 115).

En el caso de los dos videos analizados, primero, se puede detallar lo relacionado a la vestimenta del rector, que utiliza un vestuario formal. El personaje emplea un saco, camisa, pantalón de vestir y zapatos. Los colores son oscuros (en el saco, pantalón y zapatos) y claro para la camisa. Este tipo de vestimenta funciona, ya que mantiene una imagen profesional, pero cercana y cordial. De esa manera, se puede lograr una conexión más directa con los alumnos.

En las tomas de apoyo, principalmente en los planos de alumnos y docentes, se utiliza una vestimenta natural o cotidiana. En el caso de alumnos, es sport casual (polo, blusa, pantalón,

falda o zapatillas) para generar el toque de frescura y juventud. Un punto clave es que la vestimenta debe respetar la paleta de colores del Playbook UPC y no usar colores que puedan identificarse con otras instituciones. En el caso de los docentes, la ropa es más casual y neutral, incluyendo camisa, pantalón y zapatos para brindar una imagen profesional y cordial.

Asimismo, en las tomas de apoyo de alumnos y docentes se utilizó elementos y accesorios que acompañen sus acciones. Por ejemplo, alumnos en biblioteca con libros para reflejar el entorno educativo. También, estudiantes o docentes con tablets, laptops o computadoras de escritorio para mostrar la modernidad y el enfoque innovador de la UPC.

2.2.6. Personajes

Los personajes en una producción audiovisual son de los elementos más fundamentales para desarrollar la narrativa y poder conectar con el público.

Según McKee (1997) los personajes son el vehículo a través del cual se desarrolla la trama y se exploran los temas de la historia. Su evolución y conflictos son esenciales para mantener el interés del espectador y ofrecer una experiencia narrativa rica y significativa

En ese sentido, el protagonista principal de los dos videos es el rector de la UPC, Edward Roekaert, y como ya se mencionó anteriormente es el personaje que va relatando el discurso de bienvenida, la importancia de pertenecer y de estudiar en la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

Se puede mencionar como personajes secundarios a los alumnos y docentes que aparecen en las tomas de apoyo de los videos, ya que, con sus acciones, ayudan a generar mayor dinamismo y su presencia permite que el mensaje se transmita con mayor claridad.

2.2.7 El guion

Se podría emplear la definición que Comparato (1989) hace sobre el guion y en la que lo define como la forma escrita de cualquier espectáculo audio y/o visual. Estas representaciones se pueden dar en diferentes medios como televisión, cine, teatro, radio, etc.

Además de esta definición, se podría hablar de la concepción “americana” mencionada por Díez (2005). Esta estructura incluye una clásica división del relato en tres partes: planteamiento, nudo o desarrollo y desenlace.

Sin embargo, en la actualidad, y debido a la irrupción de nuevas plataformas y tecnologías, vale la pena destacar que esto ha generado nuevas dinámicas y estructuras de contenidos que afectan la construcción de los guiones y que se alejan de esa construcción clásica.

Estas nuevas características, como lo menciona Fajardo (2006), incluye contenido para plataformas multimedia cuya característica principal es la interactividad, donde el espectador adquiere un mayor protagonismo (deja de ser un actor pasivo). Por otro lado, el guion presenta diversas estructuras, las cuales podrán ser abiertas o cerradas, estructuras lineales o que incluyan micro-relatos paralelos que interrumpen la estructura clásica.

Finalmente, Valverde (2000), menciona que este tipo de pautas tiene una finalidad más didáctica, la cual dará soporte en la creación de un contenido audiovisual único de carácter educativo o informativo. Como en el caso del guion propuesto para ambos videos de bienvenida, los cuales a partir del relato de los diversos logros e hitos, busca dar a conocer e informar a la comunidad universitaria sobre los acontecimientos institucionales más destacados.

Vale la pena destacar que los logros mencionados en ambos videos constituyen los pequeños micro-relatos mencionados por Fajardo, ya que se tratan de pequeñas historias diferenciadas unas de otra por aspectos como temporalidad, protagonistas, espacios, tipo de logro, etc. Sin embargo, al incluirlas a todas como parte del relato hablado por el rector se busca unificar para lograr un contenido informativo único.

2.3. Referencia audiovisual

En las diversas universidades alrededor del mundo se maneja un estilo audiovisual particular y diferenciado para compartir mensajes de bienvenida hacia sus alumnos. Desde saludos del

mismo rector, directores, docentes, alumnos próximos a graduarse o egresados destacados que brindan el mensaje hacia los nuevos estudiantes.

En ese sentido, es pertinente considerar como el video del saludo de bienvenida del rector de la UPC se compara respecto a otros contenidos audiovisuales del exterior y, de esa manera, analizar similitudes y elementos que lo diferencian para tomarlo como oportunidades de mejoras a nivel narrativo y audiovisual.

Video saludo de bienvenida al nuevo año académico de la presidenta de la Universidad Estatal de Pennsylvania

En el canal de YouTube de la Universidad Estatal de Pennsylvania (Pennsylvania State University) o más conocido como “Penn State University” se publicó un video en el 2022, donde la presidenta, Neeli Bendapudi, brinda la bienvenida al nuevo año académico a los estudiantes.

A partir del análisis de la estructura narrativa, se puede decir que existe similitud con los videos UPC, ya que se inicia con un saludo a los alumnos. Luego, en el caso de los dos videos analizados, el rector menciona logros e hitos importantes durante los 30 años de vida institucional. Mientras que, en el caso del video de Penn State University, se citan los diversos servicios y programas disponibles para los estudiantes. Finalmente, en el cierre de ambos contenidos se encuentran algunas diferencias. Si bien, en ambos casos hay un mensaje de despedida hacia los alumnos, en el caso del video de Penn State University se cierra con una frase potente que genera mayor cercanía:

“Si me ves en el campus, detente y di: Hola”.

Esa frase final puede generar mayor seguridad y cercanía en el alumno y crear un sentimiento de confianza en sus autoridades universitarias.

En cuanto a otros elementos, ambos comparten locaciones similares: espacios comunes y con áreas verdes. Tanto el rector de la UPC y la presidenta de Penn State University visten de manera formal y son los personajes principales de los videos.

También, se utilizan recursos similares como tomas de apoyo de alumnos y docentes con acciones como conversaciones o participación en clase. Además, se emplean planos de espacios de cada campus, para aquellos alumnos ingresantes que pueden no estar familiarizados con los ambientes de su universidad.

La música, también, es un recurso importante para el video de Penn State University, ya que utilizan una melodía instrumental motivadora, similar a los dos videos de la UPC, teniendo como objetivo animar y generar sentido de pertenencia en los alumnos.

2.4 Oportunidades de mejora

En cuanto a oportunidades de mejora, se podría considerar la inclusión de tomas de apoyo del rector interactuando con los diferentes actores de la comunidad UPCina, haciendo un gesto de saludo o mostrando sus desplazamientos por los diversos espacios de campus. Esto se podría especificar estas acciones en el guion.

Asimismo, sería importante concluir el video con un mensaje inspirador. Por ejemplo, una llamada al inicio de la etapa académica o como en el video de Penn State University, un llamado a que los alumnos puedan sentir la plena confianza de saludar y conversar con la máxima autoridad de su universidad. Similar a la frase: *“Si me ves en el campus, detente y di: Hola”*. Estos mensajes pueden dejar una impresión memorable y positiva en los futuros estudiantes, motivándolos a querer ser parte de esta comunidad.

3. Análisis del lenguaje audiovisual

Para Bartolomé (1987), el término lenguaje audiovisual hace referencia a la forma de comunicación en la que el mensaje se transmite a través de sonidos e imágenes. En estos se incluyen mensajes verbales, tanto sonoros como visuales, así como mensajes no verbales. La esencia del lenguaje audiovisual radica en la interrelación sonido-imagen dentro de un entorno o trama secuencial. La música, los efectos, los ruidos, los silencios colaboran y se entrelazan y conforman el mensaje.

3.1. Dirección de fotografía

La composición se diferencia para cada uno de los personajes: rector y alumnos. Para cada caso, se aplican diferentes elementos como valores de plano, movimientos y posición de cámara, entre otros parámetros. Esto se aplica con el fin de aprovechar la naturaleza de cada imagen y el significado que cada una puede llegar a proyectar sobre el espectador.

Previo al análisis y descripción de los elementos mencionados, se propone revisar literatura que ofrezca un marco teórico que permita entender la razón del uso y aplicación de dichos recursos para cada uno de los dos videos a analizar.

Como señala Fernández & Martínez (1999), un plano medio es aquel que corta al personaje por encima de la rodilla, cadera o pecho. El objetivo de aplicarlo radica en que se busca evidenciar, de forma más clara, la expresión del personaje, aunque, manteniendo una distancia prudente. Este valor de plano permite, además, ver la acción y gesticulación de brazos y manos.

Otro valor de plano a analizar es el americano o tres cuartos que, de acuerdo a Fernández & Martínez (1999), corta al sujeto por la rodilla o debajo de ella. La utilidad de aplicar este plano radica en que permite mostrar acciones físicas de los personajes.

Un segundo elemento a analizar es el movimiento de cámara, Fernández & Martínez (1999), señalan que la cámara fija es aquella en la que no se ejerce ningún movimiento ni intervención del zoom. Sin embargo, pueden desarrollarse escenas estáticas, si nada se mueve, o de gran movilidad, si en el encuadre existe movimiento y acción.

Por otro lado, el travelling permite realizar un acompañamiento al personaje. Si bien, como señalan Fernández & Martínez (1999), este movimiento de cámara hace referencia a un dispositivo mecánico sobre raíles que permite desplazamientos fluidos; en la actualidad existen otros dispositivos, como gimbals o estabilizadores, a través de los cuales se pueden lograr imágenes con las mismas características de fluidez y que son más pequeños y portátiles que los raíles o grúas.

Finalmente, se analizará la posición de la cámara. Summa (2018), menciona tres tipos de angulación de cámara y características asociadas a cada una de estas. En primer lugar, una posición frontal se da cuando la cámara está en el mismo plano que el personaje; en segundo lugar, el picado, cuando la cámara se sitúa por encima del sujeto y apunta hacia abajo; finalmente, la cámara aérea cuando se graba desde una altura considerable.

3.1.1. Composición para plano del rector

En este caso, se trata de un plano medio, fijo, y una posición de cámara frontal respecto al personaje. Como se mencionó en la teoría previa, se aplican estos parámetros ya que se busca mostrar la expresividad y gestos del protagonista. Es importante la aplicación de este recurso ya que se genera un sentimiento de cercanía entre la máxima autoridad de la universidad y el alumno. Cabe destacar que, como señaló Summa (2018), este valor de plano permite destacar los sentimientos del personaje.

Figura 1. Plano medio del rector de la universidad



Cabe destacar que la aplicación de este recurso es importante ya que se da en un contexto donde el rector brinda un mensaje de bienvenida antes de cada inicio de ciclo y que está dirigido para alumnos ingresantes, regulares y próximos a culminar su etapa académica.

Por otro lado, el movimiento de cámara y del personaje dentro del encuadre es fijo. Sin embargo, la movilidad se da a través del desplazamiento de alumnos, colaboradores y docentes sobre el fondo del encuadre (detrás del rector). Como menciona Fernández & Martínez (1999), los traslados de los personajes, y especialmente las salidas del cuadro, permiten una combinación con la narración, ya que se complementan sensaciones que no son mostradas necesariamente en un primer plano. En este caso, la movilidad en el plano se condiciona por la actividad registrada en el interior del encuadre, a diferencia de otros condicionantes como movimiento de cámara, óptica, etc.

Sobre la posición frontal de la cámara, a la altura de los ojos del rector, esta se aplica ya que se busca generar empatía entre el espectador y el personaje (Summa, 2018) y porque facilita la lectura del teleprompter por parte del talento.

3.1.2. Composición para plano de alumnos

En el caso de las tomas que muestran como personajes a los alumnos, se aplican parámetros distintos respecto a los mencionados previamente para el caso del rector. Por un lado, se aplican planos generales, los cuales cumplen una función referencial (Summa, 2018), ya que

se acompaña a los estudiantes en diversas acciones, interacciones y espacios dentro de los campus. Por otro lado, también se aplican planos bustos para mostrar expresiones y gestos en los rostros al desarrollar una acción.

Figura 2. Plano general de alumnos interactuando en campus



Otro recurso diferenciado, respecto a los elementos de la composición para las tomas del rector, es el movimiento de cámara. En este caso, se aplica el travelling, a través del uso del gimbal, lo que permite, como se mencionó anteriormente, lograr un seguimiento a las acciones de los personajes, las cuales pueden ser:

- Desplazamientos de alumnos en el campus
- Uso de recursos tecnológicos y académicos por parte de alumnos
- Interacción y conversación entre alumnos

Figura 3. Travelling y seguimiento a alumnos



3.2. Dirección sonora

La banda sonora es una grabación de audio generada en la producción o post-producción de películas. Sin embargo, vale la pena destacar que también se aplica en otros productos, además del cine, como los videojuegos, series de televisión, etc. Este elemento del lenguaje audiovisual puede contener recursos como la palabra, música, efectos sonoros y ambientales, silencio, entre otros (Rosales & Saldías, 2009).

Para efectos de esta sección, se analizará la palabra y música.

3.2.1.La palabra

En ambos casos, el relato del video de bienvenida 2024-1 y 2024-2, cuenta con la palabra del rector como personaje principal. Como menciona Fernández & Martínez (1999), se emplea este recurso a través de un diálogo articulado por intérpretes.

De acuerdo a lo señalado por Rosales & Saldías (2009), uno de los elementos de mayor relevancia en la banda sonora y que dan soporte a la narración son las voces o diálogos sincronizados.

Según Fernández & Martínez (1999), a través de este recurso los personajes pueden transmitir información y expresar sus sentimientos. Estos mismos autores mencionan que la

acción y diálogos de los personajes no solo se manifiestan a través de actuación física, sino también por:

- La acción latente: aquella que se da en off y que no se ve en pantalla pero que el espectador es consciente que se está desarrollando mientras ve otra escena diferente.
- La acción lateral: aquella que se da entorno al personaje

Se podría indicar que, el rector como personaje, es un elemento fundamental para el desarrollo de la narrativa y para conectar con el público objetivo de ambos videos. Como se mencionó en el capítulo dos, los personajes son vehículos a través de los cuales se desarrollan tramas y se exploran temas de la historia. En este caso, los acontecimientos y logros más destacados a lo largo de los 30 años de historia de la universidad.

3.2.2. La música

Para los videos de bienvenida de los semestres 2024-1 y 2024-2 se utiliza la música como pieza de fondo que acompañe el relato del rector. La música tiene una influencia notable tanto en cómo se percibe emocionalmente el contenido, así como en la efectividad del mensaje.

El tipo de música usada en los videos son piezas instrumentales sin copyright (sin derecho de autor). El género musical es el Pop, ya que se busca darle un toque de frescura juvenil, pero sin tocar extremos y manteniendo un tono formal y profesional, ya que ambos videos cuentan con un beat (pulso constante y repetitivo que marca el compás de una canción) que proporciona un acompañamiento sin distraer del mensaje del personaje principal.

Además de que la música de fondo sea un acompañamiento, Annabel J. Cohen (2001) también lo define de la siguiente manera:

"La música de fondo actúa como un elemento central que puede amplificar las emociones del espectador, influenciando la percepción de las escenas y guiando la interpretación de los eventos narrativos" (Cohen, Annabel J, 2001, p. 259).

Asimismo, Gorbman (1987) considera que la música crea una atmósfera emocional que ayuda en la narrativa audiovisual, logrando que los espectadores puedan estar más conectados y acogidos.

Tomando en cuenta las citas mencionadas, podemos considerar la importancia de la música por las siguientes razones:

- **Generar una impresión positiva:** La música tiene el poder de definir el ambiente adecuado desde el inicio del video. En los dos videos de bienvenida, puede crear una atmósfera cálida, inspiradora o inclusiva, ayudando a los estudiantes a que se sientan recibidos y conectados con la institución.
- **Conexión emocional:** La música transmite emociones, lo que puede hacer que el mensaje visual y verbal del video sea recordado. Una selección musical adecuada tiene el poder de reforzar el sentido de pertenencia, motivación e inspiración. Aspectos esenciales para los nuevos alumnos que están comenzando una etapa importante en su vida y alumnos que se encuentran en la mitad o próximos a finalizar su etapa universitaria.
- **Ayuda en la atención y retención:** La música no solo capta la atención de los espectadores, sino que también mejora la retención del mensaje. Tagg (2013) considera que la música de fondo puede transformar la interpretación emocional de un video, ayudando a crear una conexión más profunda con el espectador, lo que es crucial en una bienvenida institucional.
- **Facilitar la transición y el ambiente de bienvenida:** El inicio de clases en la universidad puede ser un momento emocionante pero también intimidante. La música puede ayudar a atenuar esta transición, creando un ambiente más amigable y menos formal que ayude a los estudiantes a sentirse cómodos en un nuevo entorno y con un mensaje de su máxima autoridad académica.

En los dos videos hay momentos específicos donde la música ayuda a identificar partes importantes del discurso del rector.

Video de bienvenida 2024-1:

(1:04 - 1:40) el beat se mantiene pero se agregan nuevos instrumentos musicales como violines generando mayor emoción y es en esta parte donde el rector habla sobre la acreditación WASC y menciona las tres facultades pioneras desde la fundación de la UPC, logros e hitos importantes para la universidad por sus 30 años.

Video de bienvenida 2024-2:

(0:40 - 1:20) al igual que el video de bienvenida 2024-1 el beat se mantiene pero se agregan nuevos sonidos como la lira y la marimba, cambiando el ritmo de la música porque aquí es donde el rector menciona un nuevo reconocimiento para la UPC como la de ser una institución con gestión sostenible.

De esta manera, la música de fondo no solo ayuda acompañar el discurso del rector y le da dinamismo al video, sino también marca la pauta en momentos importantes de los dos videos, ya sea cambiando el ritmo de la música o agregando nuevos instrumentos al fondo musical.

3.3. Dirección de arte

En cuanto a la paleta de colores de los dos videos de bienvenida, estos tienen una combinación de tonos entre cálidos, fríos y neutros.

Figura 4. Paleta de colores de los videos de bienvenida al semestre académico 2024-1 y 2024-2



Para Vicente Sánchez-Biosca (2014) el color se define como una herramienta poderosa en la producción audiovisual:

"El color en el cine y el video es una herramienta poderosa que no solo configura la atmósfera de una escena, sino que también puede sugerir estados emocionales o psicológicos específicos del personaje o de la situación" (Sánchez-Biosca, Vicente, 2014, p. 164).

Sánchez-Biosca (2014) considera que el color rojo tiene un valor narrativo específico en el cine y el video. No sólo llama la atención, sino que también puede ser utilizado como un marcador simbólico del amor y la pasión.

El tono rojo es principalmente por el logo de la UPC y banner físicos que se muestran en el fondo de la locación. Este color representa la pasión y energía. Son estas emociones parte de lo que la UPC quiere reflejar en sus alumnos, como la pasión esperada durante la etapa universitaria para disfrutarla y culminar de manera exitosa.

Luego, se utiliza un gris azulado, "el uso del gris azulado en la producción audiovisual sugiere serenidad, calma y profesionalismo. Este color, al ser menos saturado, aporta una sensación de equilibrio y control, siendo utilizado frecuentemente en escenas que requieren neutralidad emocional" (Zettl, Herbert, 2000, p.118).

Este tono se aprecia en la vestimenta del rector, es un tono opaco pero que se asocia con la calma, la serenidad, confianza y estabilidad. Estas emociones también se reflejan en la forma de expresar el mensaje y es lo que se busca lograr en los dos videos de bienvenida, que los alumnos sientan confianza y cercanía con la máxima autoridad de la universidad y que el mensaje los motive a cumplir sus objetivos.

Además, se emplea el tono verde oliva, principalmente, este color refleja los espacios verdes (árboles y jardines) presentes en la universidad. "El verde oliva es un color que, por su relación con lo natural y lo terrenal, se asocia con la tranquilidad y la reflexión. En el audiovisual, se usa para evocar ambientes rústicos o para crear una sensación de conexión con la naturaleza" (Vilches, Lorenzo, 2007, p. 98).

Este color brinda emociones de calma y frescura. Asimismo, se evidencia la importancia que tiene la UPC con la naturaleza y esto se ve reflejado en el video de bienvenida del semestres 2024-2 cuando se menciona el logro por sostenibilidad resaltando el compromiso en la implementación de prácticas responsables.

Finalmente, los tonos gris claro y oscuro, son colores neutros que se encuentran en los pabellones del campus que se aprecian como fondo en ambos videos. "El gris claro, debido

a su carácter discreto, es ideal para videos que requieren un ambiente sobrio y elegante. Este color sirve como fondo perfecto para resaltar otros elementos o para mantener la atención en la narrativa sin distracciones visuales” (Vilches, Lorenzo, 2007, p. 102).

"El gris oscuro es un color que denota seriedad y sobriedad. En el audiovisual, ayuda a enfocar la atención en el contenido dramático sin interferencias visuales, manteniendo la neutralidad pero añadiendo peso emocional a la narrativa” (Arnheim, Rudolf, 2012, p. 115).

Estos colores reflejan el estilo minimalista de las estructuras de los pabellones de la universidad, además, de que transmiten formalidad, elegancia, sofisticación y modernidad, lo cual permite mostrar la parte innovadora de la universidad, ya que este es uno de sus pilares.

Se podría decir que la combinación de estos colores sugiere un balance entre la energía (rojo) y la estabilidad o profesionalismo (azules/grises y oliva). Esta paleta transmite seriedad y profesionalismo, pero con un toque de dinamismo o pasión, con el objetivo de proyectar una imagen moderna pero confiable.

3.4. Imágenes aéreas

El recurso del uso del dron para la captura de imágenes permite vistas panorámicas y proporciona al espectador una comprensión clara del entorno (Çelikler 2019). En el caso de los vídeos analizados, el uso de esta herramienta permite ubicar espacialmente al espectador en el Campus Monterrigo, San Miguel y Villa de la UPC.

Otro punto a destacar es la portabilidad. Para Germen (2016), los drones son silenciosos y menos invasivos respecto a otras formas de capturar tomas aéreas, como por ejemplo, los helicópteros. Esto permite una captura más próxima y real, ya que es imperceptible en la mayoría de los casos sobre las multitudes o personas que estén en tierra, como en el caso de los campus UPC que tienen personas (alumnos, docentes, colaboradores, proveedores, etc) en tránsito o durante la cobertura de eventos institucionales.

La versatilidad y movilidad que aporta el dron permite lograr diversos tipos de imágenes, como por ejemplo:

- Planos picados
- Ubicación en espacios reducidos
- Desplazamientos a gran velocidad
- Seguimiento a objetos o personas
- Acercamientos a elementos de marca (imposible de realizar con una cámara tradicional o en tierra)

Un aspecto adicional a considerar y que aporta el uso del drone es el grado de inmersión que se puede llegar a generar en el espectador. De acuerdo a Royo-Vela y Black (2020), uno de los efectos generados es que permite al espectador verse a sí mismo con el producto o, en este caso, en el lugar. Asimismo, este recurso ofrece nuevas perspectivas que no serían vistos con otro método de captura a nivel del suelo.

Figura 5. Toma aérea desde el exterior del Campus Villa

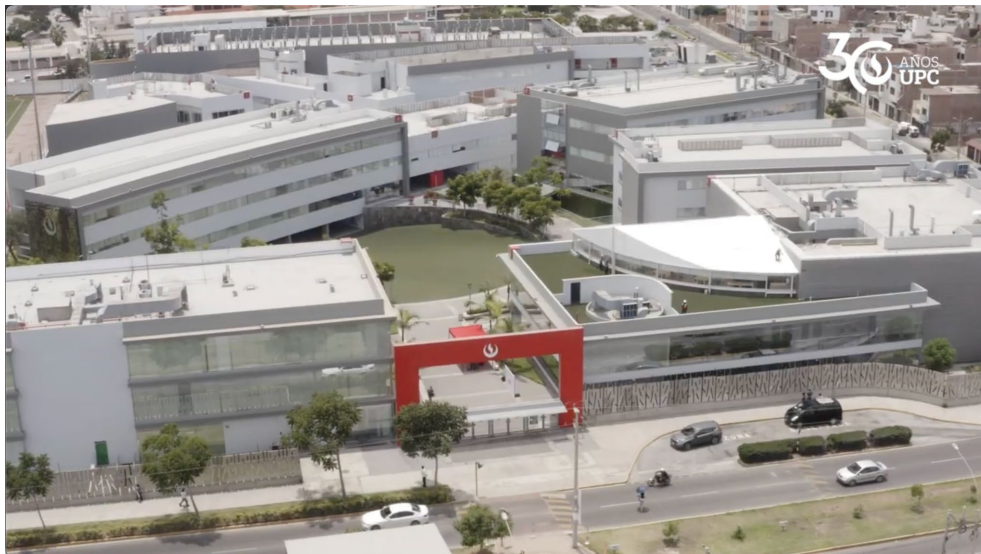


Figura 6. Toma aérea del crisol en Campus San Miguel



3.5. Postproducción

3.5.1. Animación de sobreimpresiones

En el caso del video de bienvenida 2024-1, se utilizan las sobreimpresiones animadas para colocar el nombre del rector cuando inicia el video. Luego, para reforzar mensajes claves como el 30 aniversario de la UPC, reconocimientos por ser la universidad número 1 en reputación en el Perú según ranking Merco y cuando se menciona las 3 facultades pioneras de la universidad: Arquitectura, Ingeniería y Comunicaciones.

Figura 7. Cuadro de texto con el nombre del rector y cargo (Vídeo de bienvenida 2024-1)



Figura 8. Cuadro de texto con la mención por los 30 años de la UPC (Video de bienvenida 2024-1)



Para el video de bienvenida 2024-2, se incluyó, también, una sobreimpresión para el nombre del rector al inicio del video. Luego, se colocaron mensajes claves como ser la universidad número 1 en el sector educación por Merco Talento Perú 2024. Asimismo, para reconocer logros de sostenibilidad como la “Jornada de Arborización UPC”.

Figura 9. Cuadro de texto con el logro de ser el N° 1 en el sector educación (Video de bienvenida 2024-2)



Figura 10. Cuadro de texto sobre la Jornada de Arborización UPC (Video de bienvenida 2024-2)



Estas sobreimpresiones se colocan en cajas de colores alineadas al Playbook de la UPC, la cual es trabajada por el equipo de Branding. La pauta marca que se pueden realizar combinaciones en las cajas y los textos con colores como: rojo, amarillo, morado, celeste o azul.

Según la web UrbanLensPro (2019) se considera importante las sobreimpresiones por las siguientes razones:

Incorporar texto en videos es una técnica que enriquece significativamente la comunicación visual. A través del texto, se puede proporcionar contexto adicional o aclarar puntos que podrían no ser evidentes sólo con la imagen. Esto es particularmente útil en videos educativos o informativos, donde la precisión de la información es crucial. El texto también puede ser empleado para enfatizar ciertos puntos, destacar ideas importantes o citar fuentes, lo que contribuye a la credibilidad y la autoridad del contenido (párr. 5).

Además, se puede mencionar que las sobreimpresiones o animación de textos ayudan a captar la atención del espectador, ya que el movimiento genera que estos se destacan, lo que permite captar la atención del público.

También, sirven de apoyo para resaltar información clave, ayudando a que el contenido sea más claro y se pueda recordar, facilitando la comprensión del mensaje al ser presentado de manera atractiva.

De igual manera, el uso de la tipografía, colores y estilos (de acuerdo a la identidad visual de la UPC) en las sobreimpresiones, ayuda a reforzar el reconocimiento y posicionamiento de la marca.

Gracias a este recurso, se contribuye en la mejora y efectividad de los videos, ya que estos son más interactivos, atractivos y fáciles de entender.

3.5.2. Transiciones

Las transiciones juegan un papel clave en la conexión entre escenas o clips en la edición de vídeo. Para los videos de bienvenida 2024-1 y 2024-2 se utiliza el corte directo cuando se pasa de la toma principal del rector a las tomas de apoyo y viceversa. También, cuando se hacen acercamientos en la toma del rector (principalmente en el video de bienvenida 2024-2), con lo cual se busca captar atención en el espectador. En algunos momentos de los videos se emplean transiciones con luces, las cuales son un efecto visual con destellos que pasan entre tomas. Esto se aplica con el objetivo de evitar un corte brusco y mantener una transición suave como el corte directo y se siga la acción de manera clara y sin interrupciones.

Para Walter Murch (2001) se considera importante las transiciones en los videos por lo siguiente:

"Cada corte o transición en la edición debe tener una justificación emocional y narrativa. Si se hace bien, el espectador apenas las notará, pero sentirá su efecto" (Murch, Walter, 2001, p. 18).

Asimismo, David Bordwell y Kristin Thompson (2010) destacan la importancia de las transiciones para la continuidad visual:

"Las transiciones son esenciales para mantener la continuidad visual y narrativa. Bien utilizadas, pueden ayudar a suavizar cambios abruptos y hacer que el ritmo de la historia sea más fluido" (Bordwell, D., & Thompson, K., 2010, p. 238).

Para estos videos, de corte académico, se busca no usar otras transiciones que no sean la de corte directo o destello de luz para mantener el flujo natural y la continuidad sin llamar la atención del espectador sobre la transición misma.

En los dos videos, se utiliza el corte directo, por ejemplo, cuando se pasa de un plano medio del rector a un primer plano. Esto permite poner énfasis en la expresión facial, lo que permite que el espectador se conecte emocionalmente con lo que nos está contando. Además, los cortes directos ayudan a transmitir una sensación de vitalidad y entusiasmo, generando un saludo de bienvenida cálido.

Los cortes directos, entre el plano del rector hablando y luego las tomas de apoyo, aportan en la generación de una conexión emocional y de expectativa con el público objetivo, ya sea con planos de profesores sonriendo o de estudiantes en actividades, haciendo que los nuevos estudiantes se sientan bienvenidos y más cómodos al verse reflejados en esas imágenes.

En el caso de las transiciones con destello de luz, al surgir de forma inesperada entre las escenas, producen un efecto visual vibrante que despierta entusiasmo y captan la atención del público. Esto también ayuda a proyectar un ambiente positivo y lleno de energía, sugiriendo que la universidad es un espacio dinámico.

Los destellos de luz pueden generar una sensación de sorpresa o expectativa en el público. Al ser repentinos y brillantes, pueden crear momentos en los que el espectador sienta que algo nuevo o importante está por venir, lo que añade una capa de intriga y curiosidad al video. Esto es importante en un saludo de bienvenida al semestre, ya que fomenta el interés y mantiene al espectador involucrado emocionalmente.

3.6. Identidad gráfica

La identidad gráfica se basa en el Playbook, documento que muestra los lineamientos de comunicación y diseño de la marca UPC. La revisión de las pautas mostradas en esta guía permite la aplicación de los diversos elementos del diseño de una forma versátil.

Algunos de los elementos incluidos en el Playbook y mostrados en los dos videos de bienvenida son los siguientes:

- Isotipo - Crisol
- Frase “Exígete, Innova”
- Tipografía (principal y secundaria)
- Cajas
- Color

El Isotipo - Crisol no solo es la mínima representación gráfica, sino el componente primordial y con mayor prioridad de uso. Sobre su aplicación en material audiovisual, se emplea en tres momentos: 1) cuña al inicio de cada video, 2) esquina superior derecha y 3) cuña de cierre con la frase “Exígete, Innova”.

De acuerdo a Olivares (2014), un isotipo es un símbolo pictográfico, un ícono o una imagen que acompaña al logotipo, pero que, a diferencia de este, no incluye caracteres, números o voces, sino que únicamente es visual. Por ello, a diferencia de un logotipo, un isotipo puede ser reconocido o comprendido, pero no pronunciado.

Vale la pena destacar también la clasificación que Olivares (2014) hace sobre los isotipos, los cuales pueden ser figurativos o abstractos. Sobre el primero, se trata de aquellos que representan un aspecto reconocible de la realidad o son fácilmente asociables a personas, objetos, animales, etc.

Por otro lado, sobre los isotipos abstractos, se trata de aquellos en los que no hay una relación obvia con algún aspecto de la realidad visible, pues lo que se trata es sugerir ideas, conceptos, valores o emociones.

En el caso de la UPC, el crisol se podría asociar hacia una clasificación abstracta ya que se busca evocar a diferentes conceptos o ideas como la creatividad, innovación, transformación, exigencia y liderazgo que se busca proyectar desde la universidad (UPCedupe, 2024).

A continuación se muestran estos tres elementos en el video de bienvenida 2023-2.

Figura 11. Crisol en cuña de inicio



Figura 12. Crisol en esquina superior derecha



Figura 13. Crisol en cuña de cierre



Cabe destacar que para el 2024, dada la celebración por los 30 años de la UPC, estos elementos se adaptan incluyendo el número 30 y se introdujeron en dos momentos: 1) esquina superior derecha y 3) cuña de cierre.

Figura 14. Crisol en esquina superior derecha



Figura 15. Crisol en cuña de cierre



Sobre la tipografía, se emplea una principal (Solano Gothic MVB STD BOLD CAPS), la cual se utiliza siempre en mayúsculas; y una secundaria (Zizou Slab), la cual se aplica en mayúsculas y minúsculas para cuerpos de texto y párrafos de mayor extensión.

La tipografía se acompaña con cajas. Cabe destacar que en el caso de los videos, estos dos elementos se emplean para destacar información como el banner con los créditos del personaje o destacar logros institucionales.

Figura 16. Banner con créditos de personaje



Figura 17. Texto sobre logro institucional



Finalmente, en la identidad gráfica se emplea el uso del color en un nivel 3, de acuerdo a la clasificación planteada por el Playbook UPC. Los colores usados para las gráficas de ambos videos son el rojo, morado, amarillo y blanco. A partir del uso de los colores se busca tener elementos llamativos que capten la atención del espectador.

Figura 18. Colores usados en la identidad gráfica



Sobre el uso y aplicación de este recurso, vale la pena repasar la teoría del color mencionada por Rojo (2012), donde señala las diversas respuestas emocionales que genera el uso de los colores en los seres humanos.

Por ejemplo, el uso del color rojo está asociado a la vitalidad, pasión, fuerza, energía; el azul está ligado a la calma, reposo, inteligencia, serenidad y sosiego; el amarillo, por su parte, se vincula con la jovialidad, luminosidad y calidez relacionada al sol; finalmente, el blanco se puede asociar a la pureza, positivismo e inocencia.

3.7. Referencia audiovisual

Al igual que en el capítulo anterior, se toma como referencia el video de bienvenida de Penn State University. En esta comparación se busca identificar los elementos del lenguaje audiovisual que aportan a dicho video.

Sobre la Dirección de fotografía, a diferencia de los videos de bienvenida de la UPC, se utiliza un plano americano. Este tipo de plano es especialmente relevante en el lenguaje audiovisual, ya que permite captar, tanto las expresiones del rostro como el lenguaje corporal, mostrando una visión completa de las emociones y posturas del personaje. De esta manera, este plano ayuda a generar empatía, permitiendo observar sus reacciones sin perder de vista el contexto de su interacción con el espacio.

Sobre al final del video, hay un cambio de un plano americano hacia un primer plano, el cual permite destacar principalmente el rostro y mensaje final, ya que el personaje se despide y cierra con un mensaje potente, “we are Pent State” (“somos Pent State”). Por otro lado, en el video de UPC 2024-2 también se da un cambio en planos en algunos momentos del video para generar mayor dinamismo.

En cuanto a las tomas de apoyo, se usan diversos tipos de planos: generales, primeros planos y detalles. También la cámara lenta, como en los videos de la UPC, para generar mayor emoción y sensaciones en el espectador. Las diferencias radican en los movimientos de cámara, ya que se utiliza no solo el travelling, sino también tilt down y cámara en movimiento. En el caso de los videos de UPC se utiliza más cámara en movimiento.

Sobre la Dirección Sonora, es similar a los videos de UPC, ya que la palabra y el relato en ambas universidades están a cargo de la máxima autoridad de cada institución. La entonación de ambos personajes es el elemento a destacar, ya que se cuenta la importancia de pertenecer a cada universidad y de generar emoción y motivación por el inicio de clases.

La música también la utilizan de fondo, pero a diferencia de los videos de la UPC, la del video de Penn State University es casi imperceptible, ya que la voz del personaje es lo más destacado. Sobre el final del video, y luego de que el personaje se despide, el volumen de

la música aumenta para cerrar con el eslogan “We are Penn State” y darle mayor emoción al cierre del video.

Sobre la postproducción, los cortes son similares a los de la UPC, ya que son cortes directos para mantener el ritmo de la narrativa. En el caso de la UPC, se utilizan cortes directos y también transiciones con destello de luz para evitar, en algunos casos, cortes abruptos que puedan generar distracciones. Adicional a ello, en el video de Penn State University no utilizan sobreimpresiones, excepto al inicio del video donde colocan el nombre de la vocera. En el caso de UPC, como ya se mencionó, se colocan sobreimpresiones para reforzar lo que el rector va contando y de esa manera el espectador pueda comprender los mensajes más importantes de ambos videos.

Finalmente, en la dirección de arte y la paleta de colores del video de Penn State University presentan tonos más fríos con matices marrones y verdes. De igual modo, los videos de la UPC cuentan con tonos verdes, ya que se observan plantas y árboles mostrando el campus y sus áreas verdes y que, además, muestran interés por la naturaleza y el medio ambiente.

3.8. Oportunidades de mejora

En el análisis de ambos videos se ha encontrado oportunidades de mejora sobre el lenguaje audiovisual que podrían haberse potenciado más para una mejor experiencia en el espectador.

En primer lugar, se podría haber trabajado más con los valores de plano del rector y así tener mayor diversidad. Por ejemplo, grabarlo con un primer plano para momentos importantes del video o para la despedida del mismo para generar sensaciones distintas hacia el espectador. De igual manera para las tomas de apoyo, tener una mayor variedad de planos y movimientos de cámara.

Finalmente, plantear la idea de tener una frase o eslogan de cierre como el video de Penn State University cuando aparece la gráfica “We are Penn State”. Si bien al final de los dos videos de la UPC se usa la cuña de cierre y el eslogan de la universidad: “exígete, innova”, se considera importante que el rector mencione el eslogan o contar una frase de despedida

para contribuir a la generación de sentido de pertenencia y orgullo hacia los alumnos ingresantes y alumnos que ya se encuentran en la mitad o culminación de su carrera.

4. Técnicas y tecnologías audiovisuales e interactivas

4.1. Reto 1: Elaboración del guion

Como parte de la etapa de preproducción de los videos de bienvenida UPC publicados durante el 2024, el guion es un documento fundamental ya que, como menciona Fernández & Martínez (1999) es un punto de partida que permite concebir un filme o producto audiovisual, así como responder preguntas como:

- ¿Qué se contará?
- ¿Quiénes serán los personajes?
- ¿Cómo se tratará el filme?
- ¿Cuándo?

En el caso del proyecto analizado en este trabajo, elaborar este documento es de mucha importancia ya que permite lograr una estructura coherente a nivel de historia y producto audiovisual, así como identificar aquellos recursos con los que se podrá contar en las siguientes etapas de producción, por ejemplo, el material de archivo que se incluirá en edición.

Respondiendo a las preguntas planteadas anteriormente, podríamos responder lo siguiente:

- ¿Qué se contará? Un mensaje de bienvenida al ciclo académico en el que se mencionan los hitos o reconocimientos más importantes logrados por la universidad a lo largo de sus 30 años de historia.
- ¿Quiénes serán los personajes? El rector como principal; y alumnos y docentes como secundarios.
- ¿Cómo se tratará el filme? Se usarán diversos elementos del lenguaje audiovisual, por ejemplo, un tipo de composición para las tomas del rector y otro para las tomas de alumnos y docentes; también se incluirán animaciones y música instrumental inspiradora y motivacional.
- ¿Cuándo? La historia se desarrolla en el tiempo actual o presente. Sin embargo, se hacen menciones a hechos ocurridos en el pasado.

La preparación del guion representa un primer reto ya que es un documento que se construye con una gran cantidad de información. Como menciona el guionista francés Michel Audiard, un filme puede surgir de formas impensadas a partir de diferentes documentos, imágenes, crónicas, etc. Es a partir de estos insumos que se puede consolidar diferentes ideas que sirven como base para una trama argumental y para la escritura de un guion.

Técnicas utilizadas

Para obtener la información incluida en los videos de bienvenida 2024 se revisó material histórico de la UPC que pueda contener alguna mención a logros institucionales de la universidad. Por otro lado, se consultó con la gerencia de comunicaciones y endomarketing de Laureate Perú cuáles deberían ser los mensajes claves que deberían incluirse en el texto del guion.

Una vez reunida toda la información, se preparó una primera versión del guion la cual fue ser validada por dos áreas:

- Gerencia de Comunicaciones y Endomarketing
- Rectorado

La decisión de validar el documento con estas dos instancias radica, por un lado, en que se busca asegurar que se incluya información de valor que permita contar con una historia y un video coherente que cumpla con el objetivo de generar orgullo y sentido de pertenencia entre los alumnos de la UPC.

Por otro lado, compartir el guion con el rectorado permite acercar la información hacia el personaje principal, rector, para una primera lectura. Por otro lado, permite contar con un espacio de feedback y/o sugerencias ante posibles cambios o oportunidades de mejora.

Tecnologías utilizadas

Para la recolección de material histórico se revisó el landing oficial de UPC, la sección de Memorias Institucionales y el blog de Noticias UPC. Por otro lado, para la validación de contenido y mensajes claves se coordinaron reuniones y envío de correos con la gerencia de comunicaciones y endomarketing a través del entorno de Office 365 (Outlook y Teams) para

recopilar toda la información que se deseaba incluir en el video. Finalmente, con todos los insumos recolectados, se trabajó una primera versión de guión que se realizó en Microsoft Word.

Una vez aprobada la primera versión del guion, se compartió el documento vía correo electrónico (Outlook) con el rectorado. Para lograr una mayor agilidad en la revisión y devolución del guion se coordinó la revisión y aprobación vía WhatsApp con la asistente del rector, dado que se trata de un área con disponibilidad limitada debido a la ajustada agenda de la máxima autoridad de la universidad.

4.2. Reto 2: Logística (preproducción)

El segundo reto es la logística. Esto incluye, por un lado, la preparación del lugar de grabación, que para el caso de los videos de bienvenida 2024, fue un espacio al aire libre dentro del campus Monterrico UPC. Por otro lado, la logística también incluye el traslado, montaje y desmontaje de todo el equipo audiovisual usado durante la grabación.

Sobre la preparación del lugar, esto representa un reto ya que las grabaciones se realizan durante el periodo de vacaciones (febrero, inicios de marzo e inicios de agosto). Esto implica que, si bien no hay un flujo de personas desplazándose dentro del campus, si es un momento en el que el área de operaciones aprovecha para realizar ciertos trabajos de mantenimiento y prevención como:

- Limpieza de ventanas
- Limpieza de piletas y vaciado de agua
- Pintado de estructuras metálicas
- Pintado de paredes
- Traslado de mobiliario como carpetas, sillas y escritorios
- Mantenimiento de áreas verdes

Estos trabajos generan ruidos que interfieren en la grabación del sonido directo. Así como la posibilidad de que alguna persona externa a la producción, como un proveedor o personal de limpieza, cruce y aparezca en la toma.

Técnicas utilizadas

Se coordinó con el equipo de operaciones para solicitar que durante los 25 a 30 minutos que duraba la grabación del testimonio, se paren todos los trabajos que puedan generar ruidos. También, se solicitó crear un perímetro de seguridad alrededor de la ubicación del rector para evitar que personas como proveedores o personal de limpieza aparezcan en la toma, así como contar con un espacio prudente para el montaje y desmontaje de todo el equipo audiovisual usado.

La coordinación con el equipo de operaciones también incluía el pedido de habilitación de un punto de luz (extensión con cable) ante cualquier contingencia que requiera cargar alguna batería de cámara, luz, laptop o para contar con una fuente de alimentación directa para alguno de los equipos usados.

Tecnologías utilizadas

La coordinación previa con el equipo de operaciones se realizó a través del correo electrónico (Outlook), y mensajes y llamadas de Teams. Durante el rodaje, y para una comunicación más inmediata, se enviaron mensajes y llamadas vía WhatsApp con los auxiliares de operaciones del campus Monterrico.

Para el traslado del equipo audiovisual se usó una mochila modelo Lowe Pro 450 AW que permitía el traslado de cámaras, lentes, baterías, cables, micrófonos, pilas, audífonos, entre otros. Esta maleta ofrecía, debido a la amplia cantidad de divisiones y compartimientos, trasladar todos los equipos a usar de manera segura. También, se usó un ikan Rolling Hard Case for PT-Elite-V2/Pro & PT1200 para el traslado del teleprompters y todos sus accesorios.

Finalmente, para el traslado de otros equipos como luces, trípodes, laptop, baterías y cargador Anton Bauer se usó un carrito de carga multifuncional modelo RSD2 de la marca Rock-N-Roller.

Comparativa y oportunidades de mejora

En esta sección se realizará una comparación y se identificarán oportunidades de mejora a partir del análisis de dos videos de bienvenida de una institución de educación superior extranjera y nacional:

- Video 1: Penn State University. President Bendapudi—Welcome to a new academic year
- Video 2: Pontificia Universidad Católica del Perú. ¡Bienvenidos a clases!

Para el caso del primer reto mencionado que fue la elaboración del guion y tomando como referencia el video de Penn State, se podría mencionar que se trata de un texto más corto respecto al realizado para el video de UPC. Esto afecta directamente la duración del contenido, ya que al tener un guion más corto, se consigue un video de menor duración.

Por otro lado, si bien existen algunos elementos en común como, darle el protagonismo a la máxima autoridad académica, incluir personajes y espacios de la comunidad universitaria, hay una diferencia respecto a la información que se incluye en este documento, ya que en el caso del video de Penn State se prioriza incluir elementos del presente y futuro más que mencionar logros o hitos del pasado como en el caso de los videos producidos para UPC.

Algunas de las oportunidades de mejora identificadas en el video de Penn State, y que podrías ser aplicables, son las siguientes:

- Mención a cada tipología de estudiante: de primer año, de último año, online. Incluirlos desde el mensaje como parte de la familia de Penn State.
- Mención a las oportunidades disponibles para la comunidad de alumnos de Penn State: Programas de grado de clase mundial, pasantías, study abroad, programas de atletismo, entre otros.
- Invitación de Neeli Bendapudi, presidenta de Penn State y protagonistas del video a que cualquier alumno de la comunidad pueda acercarse a ella y saludarla si la ven en campus. Esto genera un sentimiento de confianza y cercanía entre los alumnos y sus autoridades.

El segundo contenido que se toma como punto de comparación es el video de bienvenida a clases publicado por la PUCP el 18 de marzo de este año. Al igual que el video de Penn State, se propone mostrar un contenido con información del presente de la institución y un futuro para el cual la universidad se ha venido preparando. Se busca transmitir un mensaje que muestre a la universidad como un espacio listo y con las condiciones necesarias para recibir a sus alumnos y comunidad en general. Este es un aspecto en el que hacen especial énfasis, ya que se menciona de manera muy detalladas elementos como:

- Mención de un sentimiento de emoción por recibir a los alumnos en el campus el primer día de clases.
- Mención a alumnos ingresantes, regulares y reingresantes.
- Mención a la dedicación y esfuerzo de la universidad por tener espacios y servicios listos y a disposición de su comunidad.
- Mención a aspectos extra académicos que la PUCP ofrece y que pueden servir como complemento a la formación académica de un estudiante universitario.
- Mención hacia un sentimiento de orgullo por ser parte de una comunidad plural y diversa.

Listar estos elementos permite tener un aspecto en común entre el guion propuesto por Penn State y la PUCP que, a diferencia de UPC, excluye menciones hacia logros que la universidad haya obtenido en el pasado.

Un elemento diferenciador entre los contenidos de Penn State y UPC respecto al video de la PUCP es la decisión sobre la elección del personaje principal. En el caso de las dos primeras instituciones, se optó por elegir al máximo representante académico-institucional; mientras que, en el caso de la PUCP, se eligió una voz en OFF.

A nivel de nuestro segundo reto, el cual fue la logística (preproducción), esta elección podría representar algunas ventajas por los siguientes motivos:

- Menor tiempo de coordinación con el equipo de operaciones y el rectorado ya que no sería necesario grabar a un personaje en campus.

- Evitar posibles interrupciones, distracciones y prolongar el tiempo de grabación al contar con un personaje en ON en espacios abiertos del campus.
- Mayor control al grabar la locución en OFF ya que esta se realiza en un estudio de grabación

4.3. Reto 3: Trabajo con talento no profesional

Como se mencionó anteriormente, el objetivo de los videos de bienvenida por el inicio del semestre académico es generar sentido de pertenencia, orgullo, cercanía y conexión con los alumnos dando a conocer los logros e hitos importantes que ha logrado la UPC en sus 30 años.

De esta manera, la producción se enfrentó a un desafío técnico, ya que, como se mencionó al inicio del documento, el protagonista es Edward Roekaert, rector de la UPC. Si bien, la máxima autoridad de la universidad, por su rol en la institución, cuenta con experiencia de vocería, sabe comunicar y se expresa de forma clara hacia la comunidad UPCina, aprender un guión puede resultar un reto complejo debido a la extensión de la pauta.

Cumplir esta etapa no solo requería de la lectura de un texto frente a cámara, sino de contar con un personaje que, a través del conocimiento, seguridad y dominio de la información, pueda transmitir y generar conexión con los espectadores. este objetivo,

Como lo menciona Chatman (1978), la intención del mensaje resalta la relevancia de los elementos narrativos como el tono, la estructura, y los recursos visuales y sonoros, para comunicar de manera eficaz.

La intención del mensaje en una narrativa no solo se refleja en lo que se dice, sino también en cómo se dice. Esto abarca tanto el contenido explícito como los subtextos implícitos, que juntos configuran el significado completo percibido por la audiencia. (Chatman, 1978, p. 32)

Sumado a este desafío, otro reto fue el poco tiempo disponible que tiene el rector debido a su agenda. Para este tipo de producciones se contó con 30 minutos de grabación, en donde

se debió grabar un video coherente, natural y bien narrado. Si bien se envió el guion previa grabación, debido a las actividades del rector, el documento se revisó el mismo día del rodaje. En ese sentido, se decidió usar un teleprompter que permita facilitar la grabación y realizarla en el tiempo estipulado.

Gracias a esta tecnología, se logró que el rector mantenga contacto visual con la cámara y con el público, generando una conexión más natural, de confianza y efectiva con los alumnos, mejorando así la credibilidad y la intención del mensaje (Fernandez, 2023).

Además, se evitó la necesidad de memorizar todo el texto del guión, ya que el teleprompter aportó en la fluidez de la grabación y evitar interrupciones. De esta manera, el rector pudo concentrarse en otros aspectos como su entonación, lenguaje corporal y ritmo de su discurso, lo que contribuyó a lograr un mensaje más natural (Fernandez, 2023).

Asimismo, se disminuyen los errores o el riesgo de olvidar alguna información clave, como los logros de la universidad, o perder el hilo del mensaje.

Finalmente, el uso del teleprompter permitió contar con un tiempo adicional, que a su vez dio la oportunidad de grabar 2 veces. Esto generó contar con dos versiones del video saludo en la etapa de edición.

El teleprompter usado es de la marca Ikan, modelo PT 1200. Este equipo se usó con un con un monitor de 12 pulgadas, lo cual facilitó la grabación, ya que no se requirió de otro dispositivo adicional para realizar la proyección del guión.

Para que el teleprompter pueda funcionar correctamente, se instaló un programa de la misma marca Ikan en una laptop. Este programa permitió copiar el texto del guión y realizar las modificaciones de texto que fueran necesarias en el momento. Esto es de suma importancia ya que se suelen realizar cambios de textos minutos antes de empezar la grabación.

Este software también permite controlar la velocidad con la que pasan los textos, lo cual es de mucha ayuda, ya que simplifica el proceso de lectura del personaje.

Comparación con otras producciones

En cuanto a otras producciones, donde se han realizado videos de bienvenida similares al inicio del semestre, se toma como referencia el contenido producido por la de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP).

La PUCP cuenta con un video de bienvenida del año 2024, el cual se encuentra en su página de YouTube con el nombre “Bienvenidos a clases”. El protagonista no es el rector sino la misma universidad, a través de una voz en off (voz femenina) donde se da bienvenida a los alumnos y se va contando los servicios y beneficios con los que cuenta la universidad. Mientras se escucha el relato de la voz en off, se muestran imágenes de alumnos y docentes en campus. Así como también, los servicios y beneficios disponibles. Por otro lado, los planos en su mayoría son en cámara lenta para generar mayor emoción y feeling con su audiencia.

Al usar una voz en off, se tiene la ventaja de enfocarse más en el contenido y no estar pendiente por la presencia visual del protagonista, siendo las tomas de apoyo más atractivas y dinámicas, y las que adquieren un mayor protagonismo.

Además, este tipo de producción audiovisual puede ser realizada y editada por separado, lo que permite múltiples tomas y ajustes en postproducción.

Sin embargo, usar voz en off, no permite que el protagonista conecte visualmente con su público, como es el caso de los videos de UPC, lo que puede restar impacto emocional. Además, al trabajar la voz en off, se debe considerar la entonación para generar la emoción deseada y que esta acompañe de forma fluida las tomas de apoyo que se van mostrando.

Oportunidades de mejora

Si bien el teleprompter resulta de mucha ayuda en este tipo de grabaciones, se han detectado algunas oportunidades de mejora para un trabajo más eficiente. En primer lugar, saber ordenar los párrafos en el programa donde se proyecta el guión, ya que al copiarlos, los textos se juntan y a veces esto resulta imperceptible. Esto genera saltos que se pueden evidenciar al momento de la grabación y lectura por parte del personaje, lo que ocasiona confusión y desorden.

Por otro lado, sería apropiado adquirir un control remoto para el teleprompter, ya que permitiría controlar la velocidad de desplazamiento de los textos de una forma más precisa y remota. Actualmente, este parámetro se controla desde la misma laptop, a través de un mouse o desde el mismo trackpad, lo que suele ser un poco impreciso.

4.4. Reto 4: Postproducción

Una vez terminada la grabación de los dos videos, se pasa a la fase de postproducción donde principalmente se colocan sobreimpresiones y tomas de apoyo que acompañan el relato del personaje. Además, de musicalizar, colorizar y limpiar el audio.

En esta parte, el reto es que, una vez editados ambos videos, estos deben de pasar por feedback y aprobaciones por parte de equipo de Pregrado y EPE de la gerencia Comunicaciones & Endomarketing.

La etapa de retroalimentación suele ser algo compleja, ya que son varias las personas que envían comentarios por correo electrónico y ubicar momentos exactos del video donde se deben aplicar los cambios suele ser un reto. También, se suele acelerar esta etapa de ajustes debido a la cercanía de la fecha de entrega. Esto se coordina a través de videollamadas para ubicar los momentos exactos del video y conversar sobre los detalles a mejorar.

Para tener un mejor flujo de trabajo, se usó la plataforma Frame.io de Adobe. Esta plataforma permite revisar los videos en línea y dejar comentarios en el minuto o segundo exacto. Incluso se puede marcar o señalar con formas de colores.

Los beneficios de Frame.io son los siguientes:

- Las personas pueden dejar comentarios en momentos específicos del video, lo que facilita el feedback. Esto evita la necesidad de largos correos electrónicos o videollamadas para revisar cambios.
- Al estar ubicado en la nube Frame.io permite que varias personas colaboren desde diferentes ubicaciones, lo que es esencial en un entorno de trabajo remoto o distribuido.

- Todos los comentarios y revisiones se mantienen en un solo lugar, lo que evita malentendidos y asegura que todas las personas estén en el mismo proyecto.

De esta manera, todas las personas involucradas, a través del enlace del video en Frame.io, podían dejar sus comentarios y así facilitar la etapa de ajustes. También, por medio de esta herramienta se podía obtener la confirmación una vez que el proyecto esté aprobado y quede listo para subirse a YouTube.

Oportunidades de mejora

Gracias a Frame.io se mejoró el flujo de trabajo y el proceso de feedback en la etapa de edición. Sin embargo, encontramos que la plataforma tiene una extensión nativa para Premiere Pro, lo que significa que se puede acceder a los comentarios y revisar el progreso sin abandonar el espacio de trabajo. Esta integración fluida mejora la productividad, ya que permite editar los videos y hacer los ajustes en simultáneo desde el mismo proyecto y en el mismo software de edición.

5. Conclusiones

El análisis audiovisual para los videos de bienvenida al semestre académico 2024-1 y 2024-2 de la UPC se dividió en tres capítulos. En el primer capítulo, el análisis narrativo permitió relacionar el desarrollo de los dos videos a nivel macro y micro, identificando los tipos de emociones y sensaciones. También, se destacaron los elementos fundamentales que contribuyeron al relato como el guion, personaje, la música, la locación, tomas de apoyo y el arte. Además, se logró comparar a nivel narrativo los dos videos con el video de bienvenida de Penn State University y las oportunidades de mejora.

En el segundo capítulo se detallaron los elementos que formaron parte del lenguaje audiovisual. Estos elementos fueron: Dirección de Fotografía, Dirección sonora, Dirección de arte, Imágenes áreas, Postproducción e Identidad gráfica.

Finalmente, en el tercer capítulo, se exploró las técnicas y tecnologías utilizadas en la realización de los dos videos de bienvenida y se identificaron 4 retos: Elaboración de guion, logística (preproducción), trabajo con talento no profesional y postproducción. Para cada reto se incluyó comparaciones con los videos de Penn State University y de la Pontificia Universidad Católica del Perú (PUCP), así como oportunidades de mejora.

En conclusión, a través del análisis audiovisual de los videos de bienvenida al semestre académico 2024-1 y 2024-2 de la UPC, se pudo reconocer una producción audiovisual corporativa - académica dirigida hacia alumnos universitarios que aplica los recursos narrativos, audiovisuales y tecnológicos, los cuales se suelen utilizar en producciones cinematográficas. Gracias a la revisión de los recursos narrativos, se pudo elaborar un guion donde no solo el rector pueda contar los logros e hitos importantes de la universidad sino también poder conectarlo con los 30 años de la UPC. Asimismo, el lugar de grabación, la vestimenta y la música aportan para generar conexión con los alumnos.

Además, los elementos del lenguaje audiovisual analizados ayudaron a generar emociones y la incorporación de técnicas y tecnologías aportaron en la solución de retos que afrontó la producción de ambos videos.

El trabajo de investigación audiovisual de los dos vídeos demuestra cómo es posible integrar los elementos audiovisuales de manera estratégica, incluso en producciones académicas, para lograr los objetivos planteados en ambos videos y crear empatía en el público objetivo, generando principalmente sentido de pertenencia con los alumnos.

Referencias

- Arnheim Rudolf. (2012). Arte y percepción visual: Psicología del ojo creador
- Bartolomé, A. R. (1987). Lenguaje audiovisual-Mundo audiovisual. internet, http://www.doe.d5.ub.es/te/any87/bartolome_lav.
- Becerra Rosales, G., & Saldías Rivera, M. (2009). La ausencia: Producción de banda sonora para cortometraje.
- Bordwell, D., & Thompson, K. (2010). Film Art: An Introduction (10th ed.)
- Bordwell & Thompson (2016). Film Art: An Introduction.
- Block Bruce (2013). The Visual Story: Creating the Visual Structure of Film, TV, and Digital Media
- Comparato, D. (1989). El guión. Arte y técnica de escribir para cine y televisión. Madrid, Instituto Oficial de Radio y Televisión
- Çelikler Erdem Murat. 2019. "Annotation via email sent to Kurtuluş Özgen" 06 05 2019
- Cohen Annabel J. (2001). Music as a Source of Emotion in Film
- Chatman Seymour (1978). Story and Discourse: Narrative Structure in Fiction and Film
- Díez, F. F. (2005). El libro del guión. Ediciones Díaz de Santos.
- Dyer Richard (1992). Only Entertainment.
- Fajardo, E. G. (2006). El guión didáctico para materiales multimedia. Espéculo. Revista de estudios literarios. Universidad Complutense de Madrid. Recuperado de: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero34/guionmu.html>.
- Fernández, A. (2023, 14 de abril). ¿Qué es Telepronter? ¿Para qué sirve?. Ingeniero SEO. Recuperado el 13 de octubre de 2024, de <https://albertofdez.com/blog/seo/que-es-telepronter-para-que-sirve/>
- Fernández Díez, F., & Martínez Abadía, J. (1999). Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual. Paidós.

- Germen, Murat. 2016. "Alternative Cityscape Visualisation: Drone shooting as a new dimension in urban photography" presented in Electronic Visualisation and the Arts Conference (EVA 2016) London, UK, 12 - 14 July 2016
- Gorbman Claudia (1987). *Unheard Melodies: Narrative Film Music*.
- Karbaum Padilla, G. (2021). *La evolución de la narrativa audiovisual: analógica, transmedia y social media (Versión ebook)*. Editorial UPC, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
- Morricone E., Miceli S. (2013). *Composing for the Cinema: The Theory and Praxis of Music in Film*.
- Murch Walter. (2001). *In the Blink of an Eye: A Perspective on Film Editing*. Silman-James Press
- McKee Robert (1997). *Story: Substance, Structure, Style and the Principles of Screenwriting*.
- Olivares, E. H. (2014). Logotipos, isotipos, imagotipos e isologos: una aclaración terminológica. *Revista Mixcoac. De la academia a la sociedad*, 2(33), 36-47.
- Özgen, K. (2020). The impact of drones in documentary filmmaking: Renaissance of aerial shot. *AVANCA| CINEMA*, 559-563.
- Penn State University. (2022, 22 de agosto) President Bendapudi—Welcome to a new academic year [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=NJA9-vTSWeE>
- Pontificia Universidad Católica del Perú. (2024, 18 de marzo) ¡Bienvenidos a clases! [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=LwsJwZZuvt4>
- Rabiger Michael (2013). *Directing: Film Techniques and Aesthetics*.
- Rojo, G. B. (2012). *Teorías del diseño gráfico*. México: Red tercer milenio SC.
- Royo-Vela, M., & Black, M. (2020). Drone images versus terrain images in advertisements: Images' verticality effects and the mediating role of mental simulation on attitude towards the advertisement. *Journal of Marketing Communications*, 26(1), 21-39.

Sabina Gutiérrez, J. (2019). Las distintas concepciones del espacio en la teoría de la narración audiovisual.

Sánchez-Biosca Vicente. (2014). Teoría del cine: La estética de la modernidad

Sánchez Navarro, J. (2006). Narrativa audiovisual. Editorial UOC.

Seguin Jean-Claude (2005). La producción cinematográfica: una introducción.

Summa, R. (2018). El Lenguaje Audiovisual: Técnicas y Tecnología. Red Universitaria Virtual Internacional. <https://docplayer.es/211991201-Ellenguaje-audiovisual-tecnicas-y-tecnologia.html>.

Tagg Phillip. (2013). Music's Meanings: A Modern Musicology for Non-Musicians. Manchester University Press.

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (2024). Memoria Anual 2023. Resumen de los principales logros y actividades. Memoria UPC. Recuperado el 31 de agosto de 2024, de <https://memoria-upc.vercel.app/index.html>

Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (2024). UPC lidera el sector educativo en el ranking MERCOSUR Talento 2024 por tercer año consecutivo. Noticias UPC. Recuperado el 31 de agosto de 2024, de <https://noticias.upc.edu.pe/2024/06/13/upc-lidera-el-sector-educativo-en-el-ranking-merco-talento-2024-por-tercer-ano-consecutivo/>

UPCedupe. (2023, 28 de diciembre). 30 años transformado en país [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=fyWf6ef-fVs>

UPCedupe. (2024, 19 de septiembre). 30 años comprometidos con la educación [Video]. Youtube. https://www.youtube.com/watch?v=wM_R3wCs3yc

UrbanLensPro. (2019). Edición de Video con Incrustaciones de Texto. <https://www.wrc2019.cat/edicion-de-video-con-incrustaciones-de-texto/>

Valverde Berrocoso, J. (2000): "Diseño y elaboración de un programa educativo multimedia", en Sáenz del Castillo, A. y Gómez Galán, J. (coordinadores): Nuevas tecnologías aplicadas a la educación. Badajoz: Universitas Editorial, p. 273 y ss.

Vilches Lorenzo. (2007). La escritura del guion audiovisual: Cine, televisión, nuevos medios

Zettl Herbert (2017). Sight, Sound, Motion: Applied Media Aesthetics

Zettl Herbert. (2000). Televisión y video: Producción y dirección