



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN
ARTES AUDIOVISUALES**

TEMA:

**Exploración de las tendencias de edición actuales de video en plataformas
sociales**

AUTOR:

PÚA PALADINES, MARLON MAURICIO

**Componente práctico del examen complejo previo a la obtención del
título de INGENIERO EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

TUTOR:

DUMANI RODRÍGUEZ, ALEX SALOMÓN

Guayaquil, Ecuador

08 de marzo del 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **Púa Paladines, Marlon Mauricio**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Dirección y Producción en Artes Audiovisuales**.

TUTOR

f. _____

Dumani Rodríguez, Alex Salomón

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Lcda. García Velásquez, María Emilia

Guayaquil, a los 08 del mes de marzo del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Púa Paladines, Marlon Mauricio**

DECLARO QUE:

El componente práctico del examen complejo, **Exploración de las tendencias de edición actuales de video en plataformas sociales** previo a la obtención del título de **Ingeniero en Dirección y Producción en Artes Audiovisuales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría. En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 08 del mes de marzo del año 2021

EL AUTOR

f. 

Púa Paladines, Marlon Mauricio



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES


AUTORIZACIÓN

Yo, Púa Paladines, Marlon Mauricio

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo del componente práctico de examen complejo, **Exploración de las tendencias de edición actuales de video en plataformas sociales**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 08 del mes de marzo del año 2021

EL AUTOR

f. 

Púa Paladines, Marlon Mauricio

REPORTE DE URKUND

Guayaquil, 26/02/2021

Lcda. María Emilia García, Mgs.
Director de Carrera de
Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales

Presente

Sírvase encontrar en la presente el *print* correspondiente al informe del software URKUND, correspondiente tema de Trabajo de titulación « Exploración de las tendencias de edición de video actuales en plataformas sociales», una vez que el mismo ha sido analizado y se ha procedido en conjunto con su autor, el estudiante *Marlon Mauricio Púa Paladines* a realizar la retroalimentación y correcciones respectivas de manejo de citas y referencias en el mencionado documento. Cuyo resultado ha obtenido el siguiente porcentaje: 0%



The screenshot shows the URKUND interface with the following details:

Documento	UrkundDocumento Editado Final del trabajo - Webster González.doc (D96563900)
Presentado	2021-02-25 15:41 (-05:00)
Presentado por	alex.dumani@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	alex.dumani.ucsg@analysis.orkund.com

0% de estas 11 páginas, se componen de texto presente en 0 fuentes.

Atentamente,

Lcdo. Alex S. Dumani Mgs.
Docente tutor



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

CARRERA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES AUDIOVISUALES

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

DECANO O SU DELEGADO

f. _____

DIRECTOR DE CARRERA O SU DELEGADO

f. _____

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	2
2. DESARROLLO.....	5
2.1 Tendencias actuales de edición de videos en redes sociales.....	5
2.2 Edición Audiovisual.....	9
2.2.1 Historia de la edición audiovisual.	11
2.2.2 Edición en medios de comunicación tradicional: cine – televisión.	13
2.2.3 Recursos técnicos tradicionales de edición: Moviola – Edición no lineal..	16
2.2.4 Técnicas tradicionales de edición. Ritmo, progresión post MTV.....	18
2.3 Edición de videos para redes sociales.	22
2.3.1 Evolución de la edición de videos en redes sociales.....	24
2.3.2 Equipos y apps que se usan para editar y grabar videos para internet.....	27
2.3.3 Formatos de video en redes sociales.....	30
2.3.4 Variables de la edición de videos en redes sociales: duración y calidad. ...	32
2.3.5 Variables artísticas de videos en redes sociales: guion literario, composición fotográfica, iluminación, musicalización.	34
3. CONCLUSIONES.....	38

RESUMEN

El siguiente producto académico busca explorar las tendencias actuales de edición de videos por ser el proceso donde se delinea el discurso narrativo. Esto con el objetivo de revelar la importancia de las tendencias de montaje actuales al realizar un video para plataformas sociales. Dentro del estudio se hablará sobre: tendencias actuales de videos en redes sociales, la edición audiovisual, la edición de videos para redes sociales y, además se mencionará a los recursos digitales provistos por la tecnología para facilitar el trabajo de edición. Mediante dicho estudio se ha obtenido una recopilación de datos brindada por bibliografías sobre cine y específicamente sobre edición, además de la observación y registro de los formatos actuales de video. En síntesis, se han obtenido resultados que relevan la evolución técnica, tecnológica y la importancia de las técnicas de montaje al momento de realizar un video para redes sociales.

Palabras Claves: Edición, montaje, audiovisual, tendencia, video, redes sociales.

ABSTRACT

The following academic product seeks to explore current trends in video editing as it is the process where narrative discourse is delineated. This with the aim of revealing the importance of current montage trends when making a video for social platforms. The study will talk about: current trends in videos on social networks, audiovisual editing, video editing for social networks and, in addition, the digital resources provided by technology to facilitate the editing work will be mentioned. Through this study, a compilation of data provided by bibliographies on cinema and specifically on publishing has been obtained, in addition to the observation and recording of current video formats. In short, results have been obtained that reveal its technical and technological evolution and the importance of assembly techniques when making a video for social networks.

Keywords:

Editing, montage, audiovisual, trend, video, social networks.

1. INTRODUCCIÓN

Revisar vídeos en redes sociales se ha vuelto parte de nuestra cotidianidad, gracias al impacto generado por la tecnología, se cuenta con dispositivos inteligentes que facilitan la comunicación en plataformas digitales vía internet dejando en segundo plano a medios tradicionales como cine y televisión. Por consiguiente, las tendencias actuales de edición de video constituyen un papel fundamental al ser el proceso donde se delinea el discurso narrativo del producto audiovisual.

La adaptabilidad del proceso de montaje y las técnicas tradicionales de edición se fundamenta a lo largo de la historia. En el primer cuarto del siglo XX la edición audiovisual contaba con el uso de rollos del filme, tijera, lupa, bobinadora, la famosa moviola y el conocimiento de los editores. (Murch, 2003). Posteriormente la progresión post MTV se posiciona como una técnica innovadora que permite visualizar el contenido con mayor rapidez por medio de su estilo de corte. Actualmente, el trabajo de montaje se realiza en computadoras y también en celulares. Como consecuencia, la acción de corte manual en las películas se ejecuta de forma casi simultánea y cualquier error realizado en el proceso de edición se puede corregir inmediatamente. No cabe duda que los recursos digitales facilitan el trabajo de edición y lo simplifican al punto de poder realizarse sin mayor conocimiento y experticia.

Gracias al apogeo de la tecnología, actualmente la mayor parte de la población cuenta con dispositivos inteligentes. (Ordóñez, 2007). A partir de

aquello se contempla la disponibilidad de recursos aplicados tanto en la edición profesional, como la que realiza un usuario que carece de conocimiento audiovisual; esto ha permitido el aumento significativo de la producción en redes sociales. Además, ha promovido la edición empírica de videos en distintas plataformas sociales.

En este fenómeno sociocultural y tecnológico se enmarcan diversas tendencias de edición en plataformas sociales a cargo de usuarios propiciados por la facilidad de los recursos tecnológicos. Sin embargo, cabe notar que, desde la óptica profesional, la tarea de comunicar de manera eficiente lo que percibe el espectador frente a la pantalla está a cargo del montador. (Murch, 2003). En vista de que su experticia es conocer los criterios que hay que cumplir para poder conseguir un apropiado flujo de imágenes con calidad de contenido audiovisual.

Asimismo, es relevante desde el punto de vista del productor audiovisual observar cómo el desarrollo de la edición está marcado por aspectos geográficos, sociales, comerciales, culturales, etc., conjugados al momento de editar. Esto enriquece su producción y facilita la edición de contenidos, porque conoce otras perspectivas y la experimentación a través de los recursos. En consecuencia, este estudio tiene el propósito de explorar las tendencias actuales de edición de video. Por lo que, se analizará la evolución técnica y tecnológica de la edición audiovisual referidas de obras como: En el momento del parpadeo de (Murch, 2003); Teoría del montaje cinematográfico de

(Sánchez Biosca, 1991); La técnica de edición de películas y videos (Dancyger, 2011); entre otros.

Con el fin de determinar las tendencias de edición digitales, se hará una revisión de la evolución de la edición de videos, considerando las técnicas que manejan las plataformas tradicionales, porque constituyen la base de la mecánica de edición. Si bien, hay un aumento de la producción de videos por parte de los usuarios que transitan empíricamente como productores, gracias a las facilidades que ofrecen aplicaciones de pre edición, por lo que existe gran desconocimiento técnico de la funcionalidad de la edición.

En consecuencia, para explorar las tendencias de edición es importante, además, examinar los formatos de video en redes sociales, sus limitaciones del contenido y aspectos artísticos relevantes. Por lo tanto, también cabe precisar las variables que entran en juego en el montaje de video profesional y no profesional. Sin embargo, cabe anotar que los formatos, requerimientos y restricciones de los videos de acuerdo a las plataformas mencionadas pueden variar a partir de la fecha de publicación de este documento.

Para la exploración de las tendencias actuales de la edición de video: En primer lugar, se han revisado bibliografía sobre cine y específicamente sobre edición; para sentar las bases que permitieron las innovaciones actuales en el proceso de montaje. En segundo lugar, este estudio se enfoca en la observación y registro de los formatos actuales de videos en redes sociales para determinar las variables que entran en juego. Con lo cual se han obtenido

resultados claves sobre las tendencias de edición de video actuales, que relevan importancia de las técnicas de montaje al momento de realizar un video para redes sociales.

2. DESARROLLO

2.1 Tendencias actuales de edición de videos en redes sociales.

Las redes sociales cuentan con múltiples opciones que facilitan el manejo de contenido audiovisual por parte de sus usuarios, entre estas opciones se encuentran: el live streaming, videos verticales, videos cortos, blog, video tutoriales, entre otras. (Antevenio, 2020). Opciones de video cuya edición varía según las necesidades de los usuarios creadores de contenido y del público al que van dirigidos.

De acuerdo a la elección de los usuarios sobre la plataforma social que compartirán sus videos, estos cambian su forma de editar contenido, es decir, el montaje puede variar en cuanto a su duración, formato, transiciones, velocidad de reproducción y sonido (ambiental o producido).

Como ejemplo de esto se puede mencionar a Instagram, una red social utilizada para compartir fotografías y videos; en lo que respecta a videos, los usuarios cuentan con diversas opciones para difusión de contenido, ya sea por medio de “historias”, en cuyo formato vertical se puede mostrar un video de segundos exponiendo un punto fijo con música de fondo dando alusión a una edición neorrealista donde se capta la naturalidad del sujeto en su entorno

sociocultural. (Oliva Gimeno, 2017). De la misma forma los videos de larga duración con un formato vertical muestran a las personas realizando alguna actividad en un live streaming, imitando una técnica de edición creada en reportajes de noticieros en la cual se muestra la realidad sin ninguna censura. (Dancyger, 2011). Videos “reels” con una duración más extendida cuentan con narrativa, un ritmo más lento y muchas veces con audios trabajados con cuidado, se compara con el estilo de edición americano donde el corte invisible es primordial para dar una narrativa guiada por la emoción. (Murch, 2003). Además, esta tendencia de edición se complementa en un estilo MTV donde el montaje de los videos musicales crea un compás, el cual dirige el corte de tomas de forma rítmica. (Dancyger, 2011). Videos con formato de serie, con una duración superior a 30 minutos por capítulo poseen cortes con ritmo y narrativa estableciendo como referencia en las series de televisión. (Instagram, 2021).

Otras plataformas como Tik Tok han impulsado a los usuarios a realizar ediciones con estilo MTV, videos de corta duración con un ritmo guiado por el compás de una canción de fondo haciendo al usuario ejecutar una acción antes del corte, también incorporando imágenes y filtros de colores. (TikTok, 2021). Además, esta promueve la masiva realización de videos de forma no profesional gracias a la ventaja que trae su aplicación de poder grabar, editar, sonorizar e incorporar efectos digitales atractivos tanto para el público general y profesionales a fines.

Actualmente hay usuarios que han optado por recrear escenas de cine y tv en una sola secuencia estática o bajo el concepto de “POV”, creando

situaciones ficticias a través de sus diversas herramientas buscando de esta manera apelar a las emociones del público.

De la misma forma la incorporación de “storytimes” con la aparición de imágenes y filtros de colores, así como múltiples secuencias que presentan cortes desde el más abrupto hasta la transición más elaborada; cuya duración no sobrepasa los 60 segundos. (TikTok, 2021). En su mayoría predominan efectos prediseñados, dentro de la misma plataforma denotando como la tecnología trae disponibilidad de recursos digitales.

Por su parte Facebook cuenta con historias no mayores a 26 segundos, cuyo proceso de edición consta en recortar la duración del video a compartir, así como silenciar el audio original y sobreponer uno diferente, a su vez, también permite publicar videos de mayor duración y en distinto formato, editados previamente por el usuario debido a que la plataforma no cuenta con herramientas que faciliten este proceso. (Facebook, 2021). De esta forma el usuario tiene la libertad de editar bajo el estilo de su preferencia, sea de forma amateur con el uso de apps de pre edición o copiando alguna técnica. Por otro lado, también puede compartir contenido audiovisual de forma más profesional guiado por el estudio de escuelas de edición con elementos como narrativa, estética visual, ritmo, entre otros.

Según lo mencionado anteriormente, las redes sociales abarcan múltiples plataformas cuyo contenido audiovisual varía según el público al que están dirigidas y las herramientas que brindan a sus usuarios al momento de realizar

la edición de videos. Dejando a libre elección del usuario la tendencia de edición que desea aplicar en sus videos, ya sea tomando como referencia escuelas de edición, videos observados en series o productos cinematográficos de carácter profesional, creando su propio estilo tomando elementos de estos de manera amateur. En síntesis, hay plataformas creadas para aquella población que carece de estudios sobre edición, cuyos elementos les permiten producir los videos fácilmente. Además, también hay plataformas que le dan apertura a los profesionales audiovisuales para la exposición de sus filmes con el estilo de montaje que estos consideren primordial.

Tabla 1

Redes sociales y sus características (2021)

	TIEMPO	FORMATO	RESOLUCIÓN	RELACIÓN DE ASPECTO	PESO	FORMATO CONTENEDOR
FACEBOOK	1 m - 4 h	Horizontal	1920 x 1080px	16:9	Hasta	MP4
	26 s	Vertical	720 x 1280px	9:16	10 GB	MOV
INSTAGRAM	1:40 m	Cuadrado	1080 x 1350px	1:1,55	Hasta 3,60 GB	MP4
	1 m - 1 h	Horizontal	Mínimo 1280 x 720px	9:16 / 16:9		
	16 s	Vertical	720 x 1280px	9:16		
TWITTER	1 s - 2:20 m	Horizontal	32 x 32px 1920 x 1200px	2.39:1	Hasta	MP4
		Vertical	1200 x 1920px	1:2.39	512 MB	MOV
TIKTOK	60 s	Cuadrado	640 x 640px	1:1	Hasta	MP4

Fuente: Elaboración propia

2.2 Edición Audiovisual.

La edición audiovisual se considera el proceso donde el montador selecciona y ordena fragmentos visuales y sonoros del filme empatando unos con otros en la línea de tiempo para construir la continuidad discursiva. Se sustenta a la edición “Desde un punto de vista cronológico, de los tres grandes procesos que abarcan la fabricación de un film” (Sánchez Biosca, 1991, pág. 19). En consecuencia, siendo la edición un elemento esencial del producto audiovisual, se tiene que conocer directrices para la respectiva elaboración.

La continuidad o también llamado *raccord* consiste unir dos planos en la línea de tiempo para formar un camino visual apropiado hacia la interpretación del discurso narrativo (Reisz, 1987). En consecuencia, cabe denotar que si el film se encuentra bien grabado y editado el público se direccionará a lo largo de la línea de tiempo por medio de imágenes formando así una continuidad. (Sánchez Biosca, 1991).

El ritmo es la velocidad en la que un plano está dispuesto en la escena. “Es el encargado de crear la impresión dinámica elaborada por la relación armónica de las duraciones relativas de los planos con referencia a su intensidad y estructura” (Santovenia, 1999). Se considera que la velocidad con la que está dispuesta una toma en la edición proyecta fuerza en la misma, por ende, un

fotograma o frame no es relativo en cuestión de duración, interpretando que una misma toma se puede acortar o alargar en edición según la intencionalidad del montador.

Desde el punto de vista profesional la intencionalidad del corte es el proceso de edición el cual guía al espectador sobre cómo se debe sentir, interpretando que una toma no está completa hasta que el montador se pone en el papel del espectador y se pregunta “¿Qué va a pensar el espectador en un momento determinado? ¿Dónde va a mirar? ¿Qué queremos que piense? ¿Qué necesita pensar?” (Murch, 2003, pág. 34). Como consecuencia, si durante todo un clip de vídeo el espectador se siente como tiene esperado el montador, la edición habrá logrado su cometido. Se considera crucial recordar que “El espectador no es el montaje, ni el trabajo de la cámara, ni la interpretación, ni siquiera el argumento, sino como se ha sentido” (Murch, 2003, pág. 31). Por lo que conseguir cautivar a la audiencia es importante, teniendo en mente que previo a cualquier corte de edición todos los elementos dentro del filme deben cumplir con su intencionalidad.

En síntesis, la edición audiovisual es considerado el proceso donde conjugan herramientas esenciales que respaldan la correcta secuencia de imágenes durante el discurso narrativo. Elementos como raccord, ritmo e intencionalidad del corte se encuentran en continuo uso a lo largo del filme, dándole a este un contexto que es sustentado por medio de cortes de video.

2.2.1 Historia de la edición audiovisual.

El cine inicia como un espectáculo teatral sin sonido en París el 28 de diciembre de 1895, siendo sus expositores Augusto y Louis Lumiere; lo que mostraron al público de la época fue el cortometraje llamado “Salida la fábrica Lumiere”, un video en blanco y negro que duraba algunos segundos, donde se visualiza el portón y trabajadores saliendo del lugar. (Mund, 2015). Poco después lo cinematográfico paso de ser visual a audiovisual.

Entre los pioneros que aportaron al cine se encuentra William Friese-Green con el estudio del método de cronofotografía, Paul’s Animatograph Ltd, fundador del cine británico. Por su parte, la Escuela de Brighton se origina gracias a la organización de directores que realizaban obras en movimiento con enfoque documentalista, *entre* ellos, Smith, Williamson, Collins, entre otros. (Galeano, 2019).

A finales del siglo XIX, se grabaron las primeras películas al natural, es decir, no se manipulaban las escenas; en 1902 ya poseían un guion, siendo la película Cleopatra, la primera en ser rodada en estudios Pathé. Parte de la evolución del cine en el mundo contemporáneo, fue la aparición de Hollywood. Un área de Estados Unidos utilizada por productores independientes para probar grandiosos aparatos creados por Tomas Alva Edison; luego fue reconocida como “La moderna Babilonia “, debido a que se suscitaban escándalos de los integrantes de la producción y actores, generando tendencia

en hombres y mujeres de otros países que llegaban hasta esta localidad buscando dinero y fama. (Barros, 2000).

El cine comienza a desarrollar camino en la industria de Estados Unidos, gracias a los filmes cómicos basados en gags visuales. A partir de aquello, se crea el cine moderno debido a la incorporación de formas expresivas como la variación de la distancia entre el espectador y la escena, la subdivisión de la escena completa en imágenes aisladas, la variación del encuadre y, sobre todo, el montaje. (Bowie, 2004). Posteriormente, se generó la necesidad de reconocimiento artístico, lográndolo en 1908 con la adaptación de *L'assassinat du Duc de Guise*.

A finales de la primera década del siglo XX se incorporó a la producción del cine aspectos como: costos de producción, inversión, estrategias de financiación y exhibición. (Cárdenas, 2013; Campello & Arias, 2017). Esto logro una mayor transformación con la introducción del montaje y el lenguaje cinematográfico; pues entre 1930 y 1960 la duración de las escenas era de 2 y 4 minutos, los planos entre 5 y 8 segundos. (Mayor, 2015).

A inicios del siglo XXI la moviola pasó a convertirse en un artefacto lejano en el tiempo, de este modo fue evolucionando el montaje de lo electromecánico a lo electrónico, la aparición de las computadoras trajo nuevos cambios a la industria cinematográfica, entre los primeros programas usados para la edición están Avid y Final Cut Pro los cuales se popularizaron rápidamente gracias a las ventajas que comenzaba a traer consigo la tecnología. (Murch, 2003).

Actualmente el cine es la cuna de diversos contenidos audiovisuales, entre los más predominantes está la realización de videos para redes sociales, estos establecen un cambio técnico. (Murch, 2003) afirma: “Cualquier adelanto tecnológico significativo creará una oleada de interés explorador que solo puede satisfacerse inventando un pretexto para la exploración” (p 151). La era digital ha reinventado la elaboración de filmes obligando al editor a adaptarse a cambios; además de facilitar así la creación de contenido tanto para el editor empírico, como para el editor profesional.

2.2.2 Edición en medios de comunicación tradicional: cine – televisión.

Se conoce a los medios de comunicación tradicionales, como aquel vehículo para transmitir información a gran escala. Día a día se recibe información de estos, aunque suele ser imperceptible, gracias a que se encuentran en un habitual entorno sociocultural y demográfico. (Dominguez Goya, 2019).

Los medios de comunicación masiva (“mass media”), son aquellos que se envían por un emisor y se reciben de manera idéntica por varios grupos de receptores, teniendo así una gran audiencia; el mundo los conoce y reconoce como la televisión, la radio, el periódico, entre otros. (Dominguez Goya, 2019, pág. 12)

Entre los medios de comunicación a gran escala reconocidos por su proceso de edición audiovisual tenemos al cine y la televisión quienes logran captar la

atención de grandes audiencias al establecer cortes en la línea de tiempo guiados por estilos de edición estructurados hacia un target predilecto.

Cine

Desde su aparición se posicionó como un vehículo de visualización de imágenes dirigido hacia grandes masas. Este evolucionó con la incorporación nuevas herramientas de edición y llamó más atención de la audiencia al añadir sonido al filme. (Murch, 2003). Además, variedad de directores y montadores a lo largo de la historia incorporaron en este arte su propio estilo de montaje logrando así transmitir sensaciones, emociones y mensaje.

Estilos de edición en el cine lo formaron directores como: D. W. Griffith quien con la incorporación de una construcción dramática como yuxtaposición de planos creando un mayor impacto, V.I. Pudovkin creó una edición constructiva y realismo aumentado donde sus filmes no se basaban en solo contar historias, sino que logra que la audiencia se refleje con dramas de su propia vida añadiendo en sus tomas realismo e incentivando al espectador a formular una idea en su cabeza sobre lo que sucede a su alrededor, Luis Buñuel con el uso de la discontinuidad visual creó nuevos mundos para la visualización del público, siendo este influenciado por el surrealismo en obras de arte, dando así a nuevos directores la posibilidad de que vuele su imaginación con infinidad de posibilidades creativas. (Dancyger, 2011). Actualmente el cine se encuentra influenciado por variedad de tendencias de edición las cuales forman mayor diversidad de contenido.

Televisión

Su incorporación al mundo del entretenimiento se dio en la postguerra logrando posicionarse como una de las mayores competencias en el mundo del entretenimiento. (Dancyger, 2011). La televisión es uno de los medios tradicionales de gran escala que utiliza a la edición desde su aparición, esta estableció un sentido de inmediatez y realidad, además de ritmo en su contenido, el cual se podía visualizar en su parrilla de programación, siendo las noticias televisivas quien obtiene el mayor número de adeptos, gracias a su estructura narrativa - informativa al presentar problemas sociales con fluidez, con un estilo de montaje donde se forma un dinamismo en sus planos y ritmo en su secuencialidad. (Dancyger, 2011).

Al presentarse nuevos estilos de montaje en noticias, se logra exponer el uso de técnicas de edición ya creadas, pero poco usadas hasta la época; el cinema verité y neorrealismo, las cuales implementan un realismo de forma idéntica a como lo muestra un noticiero en la televisión. Además, otra influencia que estableció la edición televisiva fue la realización de videos musicales, donde se incorporó la utilización del ritmo en el corte. Este estilo conjugaba elementos como: un discurso narrativo neorrealista, varios planos que se intercalan entre el artista y elementos externos, además de una pista de audio asociada a la interpretación musical del artista. (Dancyger, 2011).

Se considera de la televisión un vehículo de información y entretenimiento, el cual gracias a la creación de variedad de contenido ha obtiene una parrilla

extensa de programación en distintos canales televisivos a predilección del público. Además, este mantiene gran cantidad de estilos de edición por la influencia tanto por el éxito de la cadena de MTV, así como el aditamento de transmitir películas.

Actualmente tanto el cine como la televisión se los conoce como dos de los más grandes medios de comunicación tradicional a gran escala, ambos se han adjuntado infinidad de estilos de edición. El cine tomando elementos de grandes directores para la realización de películas, por ejemplo: realismo, surrealismo, construcción narrativa. En la televisión su mayor influencia vino directamente de MTV con la creación de noticieros y videos musicales. Ambos tuvieron que adaptarse a los cambios de su época, esto llevo a gran cantidad de directores a buscar la mejor manera de captar audiencia por medio del corte en el fotograma se estableció estilos de montaje como: Neorrealismo, edición con el método MTV, entre otros.

2.2.3 Recursos técnicos tradicionales de edición: Moviola – Edición no lineal

Moviola

Buscar agilizar el proceso de edición era primordial desde su creación por ello crear un aditamento que ayuda en esto era necesario. La incorporación la moviola trajo consigo la industrialización del cine, fue la primera máquina de montaje; en sus inicios fue rechazada por montadores debido a su alto costo

monetario, su estruendoso ruido y su incomodidad al maniobrar; aun así, esta logró introducirse al mercado cinematográfico para cumplir con la necesidad de agilizar el proceso de edición. (Murch, 2003). Su funcionalidad se basaba en el uso de palancas y pedales que accionaban rollos de película que corrían de forma vertical donde se mostraba fotograma por fotograma, para después ser visualizada en una pantalla, dando así fluidez a las imágenes para crear la ilusión de movimiento. La forma más óptima de trabajar con la moviola era de pie, creando la percepción de una danza donde el montador abrazaba a la moviola para acceder a sus implementos. (Murch, 2003).

El sonido en la moviola se incorporó en 1930 siendo este su mayor actualización, volviéndola así, el primer sistema de edición en incorporar simultáneamente sonido e imagen. En 1970 pasó a ser desplazada por mesas de montaje horizontal favoreciendo el trabajo del montador, gracias a que permitió largas jornadas laborales; además de una mayor rapidez del proceso de edición. (Murch, 2003). Actualmente la moviola se ha vuelto un sistema obsoleto convirtiéndose en una pieza de museo en la historia del cine.

Edición no lineal

La edición no lineal es considerado el proceso donde se puede cortar un fragmento del celuloide y se puede desplazar a lo largo de la línea de tiempo sin afectar al mismo. (Murch, 2003), expresa:

“El montaje digital por ordenador y, sorprendentemente, montar con un ayudante en la segura y desfasada Moviola, son ambos de acceso aleatorio,

sistemas no lineales: pides algo específico y eso - solo eso - se le entrega lo más pronto posible. Solo te muestran lo que has pedido” (p 55).

Este innovador forma de montar, llego a un mayor público con la aparición de programas digitales como: “Final Cut” y otros programas, los cuales gracias a nuevas herramientas para la manipulación del corte y técnicas más maleables de montaje han puesto a disposición de gran variedad de usuarios la realización de videos de diferente índole. Trayendo con sigo nuevas posibilidades creativas al permitir un proceso de trabajo donde con mayor versatilidad para hacer ajustes al frame antes o después de cada corte. (Sedeño Valdellós, 2010).

La innovación va de la mano con el cine, en cada periodo de la historia del mismo este se ha reinventado en la manipulación del corte en el frame otorgando cada vez un mayor número de herramientas para editar, tales como: fluidez en la línea de tiempo, mayor manipulación del fotograma, incorporación sonidos más elaborados. Esto con la finalidad de incentivar en el montador la elaboración de productos audiovisuales que satisfagan sus necesidades.

2.2.4 Técnicas tradicionales de edición. Ritmo, progresión post MTV.

Con la finalidad de seguir transmitiendo sensaciones, emociones y mensajes; la edición audiovisual, atravesó por grandes cambios que se ven reflejados en las diferentes técnicas aplicadas por directores como Sergei Eisenstein, Walter Murch, entre otros cineastas que marcaron el inicio de lo que hoy se conoce como montaje y que además, muchas de estas técnicas se siguen aplicando

dentro del cine y otros medios de visualización audiovisual, aunque de forma más modernizada debido a la implementación de nuevas tecnologías.

Las corrientes del montaje se formularon según las nuevas ideas acerca de productos audiovisuales, entre estas, resalta tres corrientes en particular: el montaje tradicional, el cual contó con el aporte de grandes cineastas e inició debido a Méliès con el corte y unión de fotogramas, uno detrás de otro sin presentar intención dramática o narrativa; por otro lado. Edwin S. Porter, quien indico que el montaje empezó a mostrar una base narrativa con ligeras nociones de continuidad visual por medio de distintos cortes y planos que manifestaban cambios en el tiempo y lugar. finalmente, D. W. Griffith por su parte contribuyó con el aumento de distintos tipos planos, su duración y las sensaciones que transmitían, dando paso a elementos visuales como flashbacks, la acción paralela, entre otros. (del Barrio, 2018).

Dentro de la corriente rusa destaca la presencia de Vsevolod I. Pudovkin quien a través del montaje constructivo reconoció la interacción que se podía dar a nivel psicológico con el espectador por medio del uso de distintas imágenes, guiando de forma emocional al espectador, pero sin perder su valor narrativo (del Barrio, 2018); y Sergei Eisenstein, uno de los pioneros en cuanto al uso y estudio de técnicas de montaje de atracciones dentro del cine. Sustenta la importancia del manejo de las emociones, las imágenes, ritmo, plano, dimensiones fisiológicas e introducción de ideas en un film; buscando reducir tiempos y aumentar la tensión y fuerza de las escenas (Garcés, 2015). Siendo reconocidos como grandes exponentes del montaje, quienes no solo se

enfocaron en unir planos y secuencias, también descubrieron el grado de influencia que tiene el uso de imágenes y las emociones sobre el público.

De igual forma, debido al cambio en el cine, surgió el conocido “cinéma vérité” o cine de realidad, cuyos principales exponentes fueron: Dziga Vertov, quien apuntando a un cine de tipo más experimental que documental, sin embargo, sus ideas dieron pie al cinéma vérité, además del uso de elementos técnicos que facilitaban la presentación de una dualidad entre realidad e ilusión; Alexander Dovzhenko, un cineasta ucraniano que no tenía como objetivo una narrativa directa, en su lugar buscaba la ausencia de continuidad empleando un patrón de montaje basado en la asociación visual, creando así un sentido poético en sus obras; y Luis Buñuel por su parte dio pie a la trama no lineal a través de una narrativa surrealista donde lograba que una imagen reaccionara a otra, abriendo la historia de forma que el espectador perciba diferentes sensaciones, sentimientos y experiencias en sus obras. (Dancyger, 2011).

Respecto a la evolución en la edición hay que considerar que al escuchar MTV lo primero que se viene a la mente es “música”, nada muy alejado de la realidad, sin embargo, el término puede ser llevado a un sentido más técnico y relacionarse con el mundo de la edición. (Dancyger, 2011) menciona:

“La influencia de la MTV en la edición se asocia principalmente con ese fenómeno de los últimos 30 años, el video musical. Inicialmente vistos como un vehículo para vender discos, esos videos de 3 a 30 minutos han capturado a un público joven que busca estímulos visuales rápidos y

evocadores presentados como fondo para la presentación auditiva de una sola canción o una serie de canciones” (p. 165).

Por medio del estilo de edición de Eisenstein se realiza el uso de ciertos elementos que acompañados de cortes aumentan la atención del espectador y logran transmitir las emociones o sensaciones buscadas por el cineasta. Por su parte, el estilo MTV deja de lado la importancia de mantener una narrativa lineal en las películas, enfocándose así en otros elementos como lugar, sentimiento, estado de ánimo o tiempo en el que se desarrolla el video, a su vez, estableciendo relevancia a los cortes y secuencias. Logrando, de esta forma, que ambos estilos impacten al público a través del cual se dirigen sus obras. (Dancyger, 2011).

En este sentido, se podría considerar que uno de los estilos más abordados fue el estilo MTV que se mostró influenciado por estilos de edición anteriores a su implementación dentro del mundo audiovisual, entre los cuales resalta las corrientes de montaje utilizadas por los cineastas Sergei Eisenstein, Alexander Dovzhenko y Luis Buñuel. Ejemplo de esto es el director Oliver Stone, quien siendo partícipe del estilo MTV manejó elementos como el ritmo, la autorreflexión, las emociones, los cortes yuxtapuestos, resaltando el sonido e imágenes.

2.3 Edición de videos para redes sociales.

La comunicación es parte de los seres humanos y bajo este criterio internet ha creado entornos de comunidades donde usuarios intercambian información en segundos por medio plataformas denominadas redes sociales. Estas son consideradas “Un fenómeno global, que se expanden como sistemas abiertos en constante construcción de sí mismos, al igual que las personas que las utilizan” (Ponce, 2012). Actualmente usuarios y empresas a través de requisitos, conexión, control y aprendizaje forman una relación o interés en común. (Fumero & Roca, 2007).

Los videos en redes sociales son la forma más práctica de compartir vivencias, noticias, presentar productos o ideas, etc.; a su vez, las diversas plataformas diseñadas para este fin contienen herramientas que facilitan el proceso de edición para cada usuario ya sea por medio de la aplicación de efectos o filtros, cambiando la velocidad de reproducción de estos, eligiendo música de fondo de una biblioteca musical, entre otras opciones. (Herrera & Codina, 2015).

Así mismo se pueden editar videos de manera profesional en programas especialmente diseñados para trabajar este fin y luego ser exportados en el formato, resolución, relación de aspecto, tamaño y duración adecuada para cada plataforma a la que el audiovisual sea publicado y difundido.

El estilo utilizado en la edición de videos para redes sociales es muy variado, en su mayoría dependen del tipo de plataforma o mensaje que se busca

transmitir. Plataformas como “Facebook”, “Instagram” y “Twitter” cumplen con la función de entretener e informar al usuario sobre noticias locales e internacionales tal como lo realizaría la televisión. “El video, en estos contextos, se ha convertido ya en una plataforma de debate que ofrece múltiples perspectivas y alternativas que no siempre encajan en la televisión convencional” (Campello & Arias, 2017, pág. 512). Las plataformas digitales reinventaron el concepto de inmediatez en la información debido a que en la televisión se dispone de una parrilla de programación donde se busca ubicar a noticias a un solo horario estelar, en cambio visualizar información en redes sociales se realiza casi de manera inmediata después de haber sucedido el acontecimiento, solo dando tiempo a un tipo de edición minimalista donde se muestra la información tal como lo brinda la fuente.

Por su parte, redes como “Tik Tok” mantienen un estilo de edición influenciado por el estilo MTV, es decir, los usuarios optan por videos llenos de transiciones, cortes y efectos que siguen un ritmo establecido por un fondo musical o por los elementos o significados dentro de estos, al igual que los videos musicales.

Otros elementos de edición adoptados por las redes sociales incluyen manejar una narrativa lineal en la que muestran historias en forma de “storytimes” en un periodo corto de duración; así mismo, también existen videos que son elaborados para post, estos son inspirados de distintas corrientes como, por ejemplo: rusa, americana, entre otras, donde la edición busca realzar el uso de imágenes, ritmo y planos para lograr transmitir emociones y

sensaciones, conectando con el espectador tal como lo realizan las películas en el cine.

Una ventaja presente en este medio es la facilidad que se otorga al proceso de edición para los usuarios que cuentan con un nivel básico o intermedio de conocimiento sobre el tema, aunque esto no asegura que apliquen técnicas o se guíen de las corrientes de edición existentes.

2.3.1 Evolución de la edición de videos en redes sociales.

En la actualidad las redes sociales cuentan con gran acogida por parte de los usuarios que consumen contenidos digitales, hecho por el cual, dentro del contenido presente en estos medios se hace hincapié en las capacidades multimedia de estos, con respecto a este tema. (Camus, 2009) menciona que: “la consideración más relevante a tener en cuenta es que el uso de archivos y audio y video no sólo es apoyada, sino que es recomendada debido al interesante aporte que ambos soportes entregan a la experiencia del usuario” (pág. 92).

Con más usuarios y más computadoras en 1978 Ward Christensen y Randy Suess crean BBS (Bulletin Board Systems) para difundir reuniones entre amigos, publicar noticias y compartir información. (Suasnabas & Navas, 2014, pág. 4). (Antevenio, 2016) refiere que a partir de 1995 empezaron a crearse sitios web donde los usuarios podían crear perfiles y tener amigos, un concepto cercano a lo que hoy se conoce como “red social”, abriendo paso a diversas

plataformas sociales y profesionales como “MySpace”, “Linkedin”, “Facebook”, “YouTube”, “Twitter”, “WhatsApp”, “TikTok”, entre otras.

Aunque los videos en redes cuenten con elementos narrativos que permiten sean asimilados por el público al que van dirigidos, tales como imágenes en movimiento o estáticas, música, infografía, etc., cabe recalcar que dependiendo del dispositivo o medio al que puedan ser dirigidos estos presentarán cambios, por ejemplo: “los vídeos diseñados para consumo en dispositivos móviles, con un reducido tamaño de pantalla, se apuesta por incluir planos cortos, imágenes con pocos movimientos de cámara, transiciones claras y ritmo de edición ágil” (García, 2015, pág. 258)

De acuerdo con Ciberclilck como se menciona en (Chaparro & Figueroa, 2019) alrededor 58 minutos es el tiempo promedio que los usuarios pasan en redes sociales y “En cuanto a las horas diarias, WhatsApp (1:33) lidera, seguida de Youtube (1:10). Y Instagram (1:00), Las mujeres y los más jóvenes (de 16 a 30 años) son los que dedican más tiempo a Redes Sociales” (pág. 15).

Facebook, creada en 2004 por Mark Zuckerberg y dos colegas más cuenta con diferentes opciones de video, ya sean de pocos minutos hasta cuatro horas, los mismos que pueden contener fotografías, textos o videos grabados con anterioridad (Facebook, 2021). De forma que el usuario común y los anunciantes dejen fluir su creatividad al momento de compartir videos.

Instagram agregó la opción de videos en 2013, iniciando con 15 segundos, luego 60 segundos y debido a la creación de IGTV cuenta con videos de una

duración mucho más amplia, buscando siempre contar una historia y marcar una diferencia dentro del contenido audiovisual dentro de esta red social (Díaz, 2018).

Tik Tok surgió en 2016, elaborado por ByteDance es un boom entre los adolescentes permitiendo la creación de vídeos de 15 segundos hasta de 1 minuto. (Alcañiz, 2020). Videos en donde usuarios pueden grabarse realizando cualquier actividad y posteriormente editar el video dentro de la misma aplicación.

Se podría considerar una limitación el tiempo de duración de los videos en redes sociales, el cual no suele superar los 3 minutos, debido a que no todos los usuarios tienen el tiempo necesario para ver un video completo o su atención puede desviarse en cualquier momento (García, 2015). De la misma forma, las plataformas digitales no admiten todo tipo de formato de video, más bien, se encuentran limitadas a los más conocidos cuyas extensiones son .mpeg, .wmv, .mov, .mp4 y .avi, reconocidos por su calidad y eficiencia. (Solís, Magaña, & Muñoz, 2016).

2.3.2 Equipos y apps que se usan para editar y grabar videos para internet.

Al momento de iniciar la grabación de un producto audiovisual cuyo medio de difusión es internet hay que tomar en consideración factores como los equipos a utilizar, la realización del proceso de edición, la grabación y manipulación del audio, entre otros.

En lo que respecta a equipos, en la actualidad se destaca el manejo de dispositivos móviles debido a las diversas actualizaciones con el pasar de los años y la diferencia entre el costo de un smartphone y una cámara profesional; entre estas se encuentran: el aumento de la memoria interna, manejo de formatos, aumento de megapíxeles en sus cámaras, herramientas similares a las de una cámara profesional (ISO, apertura, aspecto, obturación) y la capacidad de adaptarse a otros equipos como trípodes, lentes especiales, micrófonos, etc.

A pesar de las facilidades que presentan los dispositivos móviles también hay quienes optan por recurrir a utilizar cámaras profesionales, ya sea por acostumbre, la calidad de la imagen al momento de grabar o por falta de confianza en los dispositivos comunes. De la misma forma ocurre con el audio, cuya calidad varía de acuerdo con el equipo utilizado para grabarlo.

Hoy en día llevar a cabo el proceso de edición de video no solo corresponde a la intervención de las computadoras y los distintos programas de edición; los dispositivos móviles cuentan con aplicaciones creadas para este fin, en las

cuales basta con importar los videos de la galería a la app logrando un proceso de edición mucho más rápido, accesible y menos complejo que en un programa con herramientas desarrolladas a nivel profesional.

Entre las apps existentes para edición se encuentran: “Quik”, una app dirigida a los usuarios que manejan redes sociales dado que posee animaciones, efectos, marcos, transiciones, filtros, modificación de la duración del clip, agregar texto y exportar el producto final ya sea a la galería del dispositivo o directo a las redes por medio de la vinculación de las mismas con la aplicación; “Splice”, con una interfaz sencilla que permite realizar cortes, agregar múltiples pistas y exportar en cuatro formatos básicos (230p, 540p, 720p y 1080p); “Filmr”, permite al usuario duplicar, cortar, dividir o revertir los clips seleccionados para edición, además cuenta con efectos, animaciones elaboradas y filtros para dar un toque más estético al producto final, el cual puede ser exportado en cualquiera de los 12 diferentes formatos que posee la app y facilitan la difusión en redes; “KineMaster”, enfocada también para redes, direcciona al usuario a escoger el aspecto del video antes de realizar su edición (horizontal (16:9), vertical (9:16) o cuadrado (1:1)), a la vez que brinda animaciones, efectos, transiciones con temáticas, canciones, y otras opciones que agilitan el proceso de edición. (Tamayo, 2019).

Algo semejante ocurre con Adobe y su aplicación “Adobe Premiere Rush” que proporciona herramientas para adaptar transiciones, agregar títulos y personalizarlos, ajustar colores, velocidad, agregar audios importados o grabando voz en off directo desde la aplicación y una vez exportado el clip final,

compartirlo con la relación de aspecto necesaria para cualquier red social. (Adobe, 2019).

Sin embargo, a pesar de contar con aplicaciones que facilitan la edición de videos para redes por medio de dispositivos móviles, hay quienes que prefieren realizar este proceso en programas destinados a funcionar en computadoras ya sea por contar con un espacio de trabajo más amplio o por la confianza de haber manejado con anterioridad dichos programas. Entre los más conocidos se encuentran: Adobe Premier Pro, programa de edición que cuenta con la opción de editar colores, el sonido, agregar texto, imágenes, recortar secuencias, importar archivos de cualquier formato, etc. (Adobe, 2021); DaVinci Resolve, combinando edición de video, corrección de color, efectos visuales, motion graphics y post producción de audio, permite al usuario trabajar de forma más rápida y con mejor calidad en cualquier proyecto (Blackmagicdesign, 2021); Final Cut Pro, permite la edición de video, audio, animaciones, corregir color y exportar los archivos en diferentes formatos y tamaños, dependiendo del uso final del audiovisual (Apple, 2021); y demás programas como Sony Vegas Pro, Lightworks, iMovie, que manejan funciones semejantes con diferentes interfaces.

Como resultado de la existencia de tantos programas y aplicaciones dirigidas al proceso de edición de video, depende del usuario cual elegir al momento de editar contenido para redes sociales siendo que varios de los programas mencionados han adicionado formatos de exportación que se adaptan a las especificaciones de las distintas plataformas sociales que se conocen y son

más utilizadas hoy en día. Sin embargo, para una mejor calidad siempre es recomendable trabajar con programas que brinden diversas herramientas tanto para la edición como al momento de exportar el producto final.

2.3.3 Formatos de video en redes sociales.

El contenido audiovisual ha generado cambios debido a las nuevas tendencias sociales, logrando la transición de plataformas tradicionales de comunicación en internet, y consecuentemente un mayor tráfico de información en la web. Para lograr llegar a la audiencia en redes sociales es importante que el generador de contenido conozca sobre (formatos, dimensiones, relación de aspecto, códec) más utilizados en internet.

Existe una gran variedad de formatos contenedores de video, sin embargo, no todos son aptos para las redes sociales. Los más usados son .mpeg, .mov, .wmv, .avi y .mp4” (Solís, Magaña, & Muñoz, 2016, pág. 61). No obstante, los formatos MP4 y MOV son los preferidos por los usuarios y plataformas sociales al momento de compartir videos digitales.

Por su parte, el formato MP4 cuenta con un mejor soporte en navegadores móviles y de escritorio, siendo mucho más eficiente al momento de codificar y contando con una mejor calidad. A su vez, este tipo de formato se divide en MP4/H.264 que es más complejo al decodificar, pero aceptado por todos los sistemas operativos; y el MP4/AVC que resiste errores de transmisión y funciona muy bien para video streaming o aplicaciones similares. (Alarcón, 2018).

Las dimensiones también forman parte importante en el proceso de edición de videos para redes sociales, dado que, aunque el formato sea el adecuado, si las dimensiones no son las correctas al momento de subir el video, este puede terminar distorsionándose o con recuadros negros. Entre las dimensiones más conocidas en redes se encuentran 1920 x 1200, 1200 x 1920, 3840 x 2160, 2560 x 1440, 1080 x 920, 420 x 654, 1920 x 1080, 1280 x 720, 640 x 480, 320 x 240.

Con respecto a la relación de aspecto, los valores de esta pueden variar si el video a subir es horizontal, vertical o cuadrado; en base a esto, plataformas como Facebook, Instagram, Twitter, TikTok y YouTube proponen determinadas medidas que se han vuelto las más comunes en redes sociales, siendo estas: vertical 9:16, 4:5, 1:2.39, 1:1.55; horizontal 16:9, 2.39:1, 2:1, 1.91:1 y cuadrado 1:1.

Con respecto a los códecs de video, el de uso común en redes son: H.264/AVC, estándar que mantiene una buena calidad de imagen y reduce el tamaño del archivo de video en comparación con formatos populares (del Rocío, 2017); y MPEG4 que también permite comprimir una gran forma los datos audiovisuales respetando tanto calidad de audio como de video. (Herrero, Lloret, & Jiménez, 2005).

Las redes sociales cuentan con sus propios requerimientos técnicos al momento de subir contenido audiovisual a las distintas plataformas que son utilizadas por los usuarios, varios de estos, aunque estén pensados de forma

que sean de fácil acceso o manejo para el usuario en general el desconocimiento de estos puede provocar errores al momento de exportar o subirlos a internet.

2.3.4 Variables de la edición de videos en redes sociales: duración y calidad.

Aun cuando existen múltiples herramientas que brindan ventajas a los procesos de grabación y edición de videos dirigidos a redes sociales, las mismas redes limitan al usuario en cuanto a diversos aspectos técnicos, presentando inconvenientes en la calidad con la que estos se reproducen, límite de tiempo (duración del video) o exigiendo formatos en específico para la difusión de cualquier audiovisual.

Con referencia a este tema cabe señalar que cada plataforma tiene sus propias especificaciones y limitaciones en lo que respecta a la parte técnica, tal es el caso de “Facebook”, que acepta una gran variedad de formatos de video aunque se recomienda usar MP4 por ser uno de los más populares o MOV por mantener cierto nivel de calidad de audio y video; no obstante, los videos deben ser de 30fps como máximo debido a que si la velocidad es mayor, la red social reducirá a 30fps el video de forma automática. (Facebook, 2021).

La resolución no puede ser superior a 1080px; la duración no debe superar los 240 minutos, por motivo de que, al ser de mayor duración, el peso del

archivo también aumenta (máximo 10 GB) y puede verse afectada tanto la calidad de la imagen como el tiempo que toma subir el video. (Facebook, 2021).

Por su parte, “Instagram” también cuenta con sus propios requisitos en lo que a videos se refiere, esto es: la duración en la opción de IGTV debe ser mínimo de un minuto y máximo de 15 si el video se sube desde un dispositivo móvil y de 60 si es por medio de la versión web, mientras que una publicación normal debe durar entre 3 y 60 segundos; el formato debe ser únicamente en MP4; la relación de aspecto varía según la forma en que se publique el video, si es por medio de IGTV puede ser en 9:16 o 16:9 y si es una publicación en 1:1, siendo esta una proporción que hace referencia a la simetría y ubicación en el lugar correcto el centro de atención; asimismo el tamaño de los videos tiene un máximo, si es de 10 minutos o menos hasta 650 MB y si dura 60 minutos es de 3,60 GB. (Instagram, 2021).

De la misma forma “Twitter” presenta sus limitaciones en lo que corresponde a formatos, resolución de video y relación de aspecto, esto es, los tipos de video aceptados por la plataforma en dispositivos móviles son MP4 y MOV, mientras que en la web solo se admite MP4 de hasta 512 MB y una duración máxima de 2 minutos y 20 segundos; la resolución va de mínimo 32 x 32 px hasta 1920 x 1200 px y 1200 x 1900 px; la relación de aspecto se limita a un rango de 1:2.39 a 2.39:1 y una velocidad máxima de 40fps. (Twitter, 2021).

En el caso de “TikTok”, esta plataforma de entretenimiento permite un máximo de 60 segundos de duración en cada video, hecho que limita al usuario

a presentar su contenido con un tiempo límite; los formatos que se ajustan a esta plataforma son MP4 y MOV; su relación de aspecto se encuentra entre 1:1 y 9:16 con la finalidad de no distorsionar la imagen; la resolución se limita a 640 x 640 px y 720 x 1280 px (TikTok, 2021).

Al igual que estas plataformas, muchas otras también buscan que sus usuarios se mantengan compartiendo contenido ya sean imágenes o videos, pero el adaptarse a los requerimientos de cada plataforma puede llegar a limitar la creatividad, dificultar o retrasar el proceso de edición dependiendo del nivel de conocimiento técnico que el usuario tenga sobre edición y los programas o aplicaciones que maneje para este fin.

2.3.5 Variables artísticas de videos en redes sociales: guion literario, composición fotográfica, iluminación, musicalización.

La realización de videos en redes sociales actualmente no solo se limita a productores audiovisuales profesionales, sino que además la constante innovación de la tecnología permite a usuarios no profesionales realizar sus propios filmes independientes con la disposición de elementos que encuentren en su entorno y con el conocimiento audiovisual que estos lleguen a conocer.

Con referencia en elementos que componen una producción audiovisual se conoce que el guion, composición fotográfica, iluminación y musicalización son parte clave para realizar un acabo final.

El crear una historia desde cero, proyectarla y formar una conexión con la audiencia es el motor que lleva a muchas personas a realizar un guion literario. El escribir es un proceso donde el autor atraviesa por niveles para formar la estructura del mismo y crear la estructura dramática (Field, 1984). Este proceso de escritura está compuesto por elementos que un profesional en el área conoce para así poder concebir un alto nivel en su trabajo, esto destaca al elaborar su discurso narrativo, por otro lado, el productor de contenido no profesional basa la elaboración de su escrito a través del estudio de obras realizadas por otras personas o por el hecho de inferir que su trabajo es adecuado para ser expuesto.

La ejecución del cómo será un plano frente a la pantalla es trabajo del director de fotografía este indicara que se busca dar a entender al público por medio de herramientas como: encuadre, plano, movimiento de cámara, angulación de cámara. El establecer una adecuada composición fotográfica, además tiene incidencia sobre el subconsciente de la audiencia según como se la busque hacer sentir llevándola a tener mayor grado de proximidad e intimidad a lo largo de la línea de tiempo, por ejemplo un plano general ubica al espectador en un área donde se realizara las acciones del filme, un plano detalle indica importancia sobre un punto y da relevancia a fijar la mirada sobre este, la gran variedad de planos que existen están diseñados de acuerdo a la cantidad de información que se busca dar a conocer, el poseer estudios sobre el composición fotográfica actualmente ayuda a creadores de contenido a

realizar tiros de cámara que les ayudaran a contar de una mejor forma que pretenden dar interpretar a la audiencia. (Tíscar Lara).

Una apropiada iluminación en el filme puede dotarle de sentido a la imagen, la luz genera atmosferas haciendo que elementos que se encuentren ante esta posean un aspecto estético más favorable. (Loiseleux, 2005). A la persona encargada de la iluminación en la variedad de productos audiovisuales se lo llama Gaffer es el encargado de aterrizar las ideas de fotógrafo al implementar. (Olmedo, 2018). El iluminar ambientes propicios para una escena es un arte en donde ya sea mediante el uso de modernos equipos o utilizando iluminación ambiental, el filme la tiene que poseer. Tanto productores profesionales, como no profesionales utilizan la luz para contar historias por medio de una dramática en donde con la implementación de dirección, color, intensidad, textura dirigen al espectador hacia que interpretar en pantalla.

La incorporación de sonido en las películas posiciono al cine como una industria en crecimiento, la incorporación un canal de audio a través de la moviola dio al mundo por primera el escuchar diálogos, música ambiental, efectos de sonido en los filmes. (Murch, 2003). Se reconoce que el sonido en productos audiovisuales está incorporado de manera manual por medio de la recolección de variedad de bandas sonoras, estas varían según el producto al que vaya dirigido (Aumont, Bergala, Marie, & Vernet, 1983). Se interpreta del sonido en productos audiovisuales como un elemento que puede ser pasado por poco importante, aunque en realidad no sea así. Añadir sonido a un discurso visual conjuga en una mezcla de sensaciones y emociones al dar a la

audiencia el uso del sentido de la vista y del oído. Actualmente incorporar sonido en productos audiovisuales puede parecer poco relevante gracias a variedad de repositorios sonoros que hay en internet, pero desde el punto de vista profesional asociar un adecuado sonido a productos visuales puede ser relevante al momento de captar la atención del espectador.

Las redes sociales han promovido variedad de contenido, por ende, a su vez han atraído a variedad de productores de contenido. Actualmente la elaboración de videos para estas plataformas han hecho tan sencillo exponer sus productos audiovisuales que muchas personas asumen que por grabar un video y postearlo ya este puede tener éxito en cuestión de visualizaciones, omitiendo así elementos fundamentales en una producción profesional como son: la creación de un acertado guion que llegue al público, el correcto tiro de cámara donde plano a plano se establezca un flujo dinámico, iluminación que esté relacionada con la dirección de arte y musicalización que capte mucho más la atención del espectador. Elementos que en conjunto en el ámbito profesional establecen una armonía en el filme.

3. CONCLUSIONES

Mediante el desarrollo de este ensayo académico se ha logrado observar evolución técnica y tecnológica de la edición audiovisual, conocer elementos claves sobre las tendencias actuales de edición de video para redes sociales.

En síntesis, en relación entre evolución técnica - tecnológica de la edición audiovisual y de las tendencias actuales de edición de video para redes sociales, se ha podido establecer lo siguiente. La tecnología es la razón por cual muchas industrias son reconocidas por adaptarse a la nueva realidad de las telecomunicaciones; el cine y la televisión son una de ellas, incorporando variedad estilos de edición o montaje como el corte invisible, surrealismo, neorrealismo, método MTV, entre otros.

La era digital logró reinventarse, siendo reconocido el estilo MTV como el más utilizado debido a su influencia en la edición audiovisual al ser un estilo donde se asociaba a métodos corte ya elaborados, por ejemplo, en la aplicación del raccord, intencionalidad del corte, etc. para expresar secuencias de imágenes que promuevan un discurso. Por consiguiente, los editores empíricos e incluso profesionales utilizan esta herramienta para la creación de contenido en redes sociales.

Las plataformas que utilizan los usuarios para editar, dependen de las necesidades y lo que deseen mostrar; lo cual, hace que busquen trabajos basados en escuelas de edición, videos de series o productos cinematográficos

de alta gama. Las redes sociales en tendencia son Facebook, Instagram y tik tok, que contienen herramientas dirigidos a personas con básico o intermedio conocimiento en temáticas de producción audiovisual. Esto les permite poder transformar el contenido y transmitir una idea, gracias a los cortes, musicalización, efectos etc.; sin ser expertos en técnicas o métodos de edición.

Una de las limitaciones de utilizar las opciones de edición de las redes sociales, es el tiempo de duración del video, que se aproxima hasta tres minutos. Por otro lado, no aceptan todo de tipo de formato, solo mpeg, wmv, mov, mp4 y avi, aunque cabe destacar que esto si se caracterizan por tener calidad y eficacia.

Finalmente, compartir videos en las diferentes plataformas sociales, requiere de varios lineamientos que pueden intervenir en la modificación de todo lo editado y crear errores; por ello, el desconocimiento de programas adecuados es un problema frecuente para aquellos usuarios que utilizan técnicas de forma empírica, y en muchas ocasiones, no les permiten lograr el objetivo deseado, aquí entra el uso de apps que permiten la elaboración de videos casi de manera automática propiciando aún más el aumento de productores de contenido no profesional. Aun así, es importante denotar que, la preparación continua sobre edición puede ayudar a muchas personas a generar calidad en su contenido. El uso conjunto de herramientas de edición propiciadas por la tecnología y el conocimiento de edición dado a lo largo de la historia pueden llevar a crear excelentes productos audiovisual. Además, saber cómo llegar a la audiencia por medio del corte del frame es vital para lograr que la audiencia permanezca a lo

largo del filme y para que la misma capte de manera adecuada lo que el montador o el director buscan dar a conocer por medio de su producto audiovisual.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Adobe. (Mayo de 2019). *Adobe: Soluciones de creatividad, marketing y gestión*

de documentos. Obtenido de Adobe Creative Cloud:

<https://www.adobe.com/es/products/premiere-rush.html#>

Adobe. (2021). *Products: Adobe*. Obtenido de Adobe:

<https://www.adobe.com/es/products/premiere/movie-and-film-editing.html>

Alarcón, J. M. (4 de Abril de 2018). *Recursos: campusMVP*. Obtenido de

campusMVP : <https://www.campusmvp.es/recursos/post/formatos-de-video-para-internet-mp4-y-sus-variantes-mp4-h-264-y-mp4-mpeg-4-diferencias-y-similitudes.aspx>

Alcañiz, A. (30 de Junio de 2020). *Blog: Nordia*. Obtenido de Nordia:

[https://nordia.digital/estrategia-de-redes-sociales-tiktok/#:~:text=TikTok%20naci%C3%B3%20en%202016%20impulsada,hasta%201%20minuto%20de%20duraci%C3%B3n\).&text=El%20segundo%20grupo%20de%20edad,los%2020%20y%2029%20a%C3%B1os](https://nordia.digital/estrategia-de-redes-sociales-tiktok/#:~:text=TikTok%20naci%C3%B3%20en%202016%20impulsada,hasta%201%20minuto%20de%20duraci%C3%B3n).&text=El%20segundo%20grupo%20de%20edad,los%2020%20y%2029%20a%C3%B1os).

Antevenio. (03 de Octubre de 2016). *Blog: Antevenio*. Obtenido de Antevenio

S.A: <https://www.antevenio.com/blog/2016/10/breve-historia-de-las-redes-sociales/>

Antevenio. (13 de Octubre de 2020). *Blog: Antevenio*. Obtenido de Antevenio

S.A: <https://www.antevenio.com/blog/2020/10/video-marketing-en-redes-sociales/>

Apple. (2021). *Mac: Apple*. Obtenido de Final Cut Pro:

<https://www.apple.com/la/final-cut-pro/>

Aumont, J., Bergala, A., Marie, M., & Vernet, M. (1983). *Estética del cine*.

Titivilus.

Barros, G. d. (2000). *La historia del cine* . Revista Sucesos N° 10 .

Blackmagicdesign. (2021). *Products: Blackmagicdesign*. Obtenido de DaVinci

Resolve: <https://www.blackmagicdesign.com/products/davinciresolve/>

Bowie, J. A. (2004). Teatro y cine: un permanente diálogo intermedial. *ARBOR* ,

117 (700), 573-594 . doi: <https://doi.org/10.3989/arbor.2004.i699/700.596>

Campello, S., & Arias, F. (2017). *El vídeo en las redes sociales locales: el caso*

de TeleElx. Universidad Miguel Hernández. Elche - Alicante: Miguel

Hernández Communication Journal.

Camus, J. (2009). *Tienes 5 segundos*. Chile. Obtenido de

www.tienes5segundos.cl

Cárdenas, J. D. (Diciembre de 2013). Cuadernos de Música, Artes Visuales y

Artes Escénicas. *Redalyc*, 8(2), 49. Obtenido de

<https://www.redalyc.org/pdf/2970/297030902003.pdf>

Chaparro, Y., & Figueroa, D. (2019). *Creación de contenido Audiovisual para*

redes sociales de los clientes del Grupo Empresarial CSS, Trabajo de

Grado. Universidad de Santander. Bucaramanga: Bucaramanga :

Universidad de Santander, 2019. Obtenido de
<https://repositorio.udes.edu.co/handle/001/4440>

Dancyger, K. (2011). *La técnica de edición de películas y videos* (5 Edición ed., Vol. Quinta Edición). Burlington: Elsevier Inc.

del Barrio, S. (2018). *El montaje: cuando una historia se une cortando - TFG Grado de Comunicación*. Catalunya: UOC.

del Rocío, V. (2017). *“Implementación de un servidor de video streaming basado en los sistemas de gestión de aprendizaje LMS” (Tesis de grado)*. FACULTAD DE ENERGÍA, LAS INDUSTRIAS Y LOS RECURSOS NATURALES NO RENOVABLES. Loja: UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA. Obtenido de
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19407/1/Loj%C3%A1n%20Calle%20Viviana%20del%20Roc%C3%ADo.pdf>

Diaz, C. (03 de Septiembre de 2018). *Contenido para redes: Social Media Pymes*. Obtenido de Social Media Pymes:
<https://www.socialmediapymes.com/guia-video-en-instagram/>

Dominguez Goya, E. (2019). *Medios de comunicación masiva*. Mexico: Red Tercer Milenio S.C.

Facebook. (2021). *Facebook: Servicio de ayuda*. Obtenido de Facebook for Business: <https://es->

la.facebook.com/business/help/163131210928551?id=214359809769375
&recommended_by=487054428419936

Field, S. (1984). *El manual del guionista. A Workshop Approach*.

Fumero, A., & Roca, G. (2007). *Web 2.0*. Orange TM.

Galeano, R. (abril de 16 de 2019). *Historia del arte* . Obtenido de
<https://historiasdelarteuned.wordpress.com/2019/04/16/cine-la-escuela-de-brighton/>

Garcés, G. (2015). *El montaje cinematográfico herramienta artística. Tesis (Licenciada en Cine y Video)*. Quito: USFQ.

García, J. A. (2015). *Periodismo en la Red. Géneros, estilos y normas*. Madrid: Universidad Miguel Hernández de Elche. Obtenido de
https://www.researchgate.net/publication/303738732_El_desarrollo_del_video_informativo_en_la_red_formatos_y_casos_de_exito_En_Nunez_La_deveze_L_Coord_Periodismo_en_la_Red_Generos_estilos_y_normas_Madrid_Universitas_251-284

Herrera, R., & Codina, L. (2015). *Redes Sociales Visuales: Caracterización, Componentes y posibilidades para el SEO de Sitios Intensivos en Contenidos*. Madrid: Cuadernos de Documentación Multimedia.
doi:https://doi.org/10.5209/rev_CDMU.2015.v26.50627

Herrero, R., Lloret, J., & Jiménez, J. (2005). *ESTUDIO DE CÓDECS DE COMPRESIÓN MPEG-4 PARA SU APLICACIÓN A LA*

VIDEOVIGILANCIA . Departamento de Comunicaciones. Valencia:
Universidad Politécnica de Valencia.

doi:<http://personales.upv.es/~jlloret/pdf/ursi2005-mpeg4.pdf>

Instagram. (2021). *Help: Instagram*. Obtenido de Instagram, Inc:

<https://help.instagram.com/1038071743007909>

Loiseleux, J. (2005). *La luz en el cine* . Paidós.

Mayor, J. C. (2015). Evoluciones del lenguaje cinematográfico en la era digital.

6(1), 40-51. Obtenido de <file:///C:/Users/Gabriela/Downloads/Dialnet-EvolucionesDelLenguajeCinematograficoEnLaEraDigita-5896207.pdf>

Mund, H. (28 de diciembre de 2015). *Made for Minds*. Obtenido de

<https://www.dw.com/es/el-cine-naci%C3%B3-hace-120-a%C3%B1os-en-par%C3%ADs/a-18945529>

Murch, W. (2003). *En el momento del parpadeo*. España: Fahrenheit451.

Oliva Gimeno, M. Á. (2017). *Las rupturas de la modernidad cinematográfica: El*

cinema verite de Jean Rouch. Catalunya: UOC.

Olmedo, G. (2018). *Estrategias de la iluminación*.

Ordóñez, L. (2007). El desarrollo tecnológico en la historia. En L. Ordóñez, *El*

desarrollo tecnológico en la historia (págs. 187-209). Bogotá, Bogotá, Colombia: ARETÉ.

Ponce, I. (17 de Abril de 2012). *MONOGRÁFICO*. Obtenido de <http://recursostic.educacion.es/observatorio/web/es/component/content/article/1043-redes-sociales#:~:text=Las%20redes%20sociales%20se%20han,%C3%BAtil%20de%20las%20redes%20sociales.>

Reisz, K. (1987). *Técnica del Montaje Cinematográfico*. (E. Ducay , Trad.) España: Taurus Ediciones S.A.

Sánchez Biosca, V. (1991). *Teoría del Montaje Cinematográfico*. España: Filmoteca Generalitat Valencia.

Santovenia. (1999). *Diccionario de cine*.

Sedeño Valdellós, A. (2010). *Videoclips musicales en su transición a la red; nuevos subgéneros y apropiaciones del formato*. Quito: Razón y Palabra.

Solís, L., Magaña, M., & Muñoz, H. (2016). *Manual básico de video para la comunicación y el periodismo de ciencia*. UNAM. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Obtenido de <https://www.unpa.edu.ar/sites/default/files/descargas/Concursos%20Nodocentes/4.%20Materiales/2019/RECT/137-T226-P/Manual%20Basico%20de%20Video%20para%20la%20Comunicaci%C3%B3n%20y%20el%20Periodismo%20de%20Ciencia.pdf>

Suasnabas, L., & Navas, Y. (2014). USO DE REDES SOCIALES PARA ACTIVIDADES ACADÉMICAS COLABORATIVAS EN LA EDUCACIÓN

UNIVERSITARIA ECUATORIANA. *III Evento Internacional la Universidad en el Siglo XXI. III*, pág. 12. Manabí: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí. Obtenido de <http://sigloxxi.espam.edu.ec/Ponencias/III/ponencias/simposio3/5.pdf>

Tamayo, L. (16 de Abril de 2019). *Haga de su celular una consola de edición de video*. EL TIEMPO. Colombia: Escuela de Periodismo Multimedia El Tiempo. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/tutoriales-tecnologia/aplicaciones-para-editar-videos-desde-el-celular-350366>

TikTok. (2021). *Support: TikTok*. Obtenido de <https://support.tiktok.com/es/using-tiktok/creating-videos>

Tíscar Lara, A. (s.f.). *Apuntes para la formación de producción audiovisual*. España: Aire comunicación.

Twitter. (2021). *Help: Twitter*. Obtenido de Twitter, Inc: <https://help.twitter.com/es/using-twitter/twitter-videos>



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Púa Paladines, Marlon Mauricio**, con C.C: # **0951748490** autor/a del **componente práctico del examen complejo Exploración de las tendencias de edición actuales de video en plataformas sociales** previo a la obtención del título de **ingeniería. Producción y Dirección de Artes Audiovisuales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

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

Guayaquil, **08 de marzo de 2021**

f. 

Nombre: **Púa Paladines, Marlon Mauricio**

C.C: **0951748490**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Exploración de las tendencias de edición actuales de video en plataformas sociales		
AUTOR(ES)	Púa Paladines, Marlon Mauricio,		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Dumani Rodríguez, Alex Salomón		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Artes y Humanidades		
CARRERA:	Producción y Dirección de Artes Audiovisuales		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniería en Producción y Dirección de Artes Audiovisuales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	08 de marzo de 2021	No. DE PÁGINAS:	47
ÁREAS TEMÁTICAS:	Audiovisual, Investigación, Tendencias de Edición.		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Edición, montaje, audiovisual, tendencia, video, redes sociales.		
<p>RESUMEN/ABSTRACT: El siguiente producto académico busca explorar las tendencias actuales de edición de videos por ser el proceso donde se delinea el discurso narrativo. Esto con el objetivo de revelar la importancia de las tendencias de montaje actuales al realizar un video para plataformas sociales. Dentro del estudio se hablará sobre: tendencias actuales de videos en redes sociales, la edición audiovisual, la edición de videos para redes sociales y, además se mencionará a los recursos digitales provistos por la tecnología para facilitar el trabajo de edición. Mediante dicho estudio se ha obtenido una recopilación de datos brindada por bibliografías sobre cine y específicamente sobre edición, además de la observación y registro de los formatos actuales de video. En síntesis, se han obtenido resultados que relevan la evolución técnica, tecnológica y la importancia de las técnicas de montaje al momento de realizar un video para redes sociales.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTORES:	Teléfono: +593993837139	E-mail: marlonp2196@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Dumani Rodríguez, Alex Salomón		
	Teléfono: +593994056820		
	E-mail: alex.dumani@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			