



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

**PROYECTO EDUCATIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO**

**TEMA: LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU INFLUENCIA
EN LA POSTPRODUCCIÓN AUDIO VISUAL DE MEDIOS TELEVISIVOS
EN GUAYAQUIL 2017.**

AUTOR: LUIS VÉLIZ PACHECO ROSADO
TUTORA: DRA. KEILA KETTY HERRERA RIVAS, MSc.

GUAYAQUIL, AGOSTO 2018



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

DIRECTIVOS

Lcda. Christel Matute Zhuma, MSc.

DECANA

Lcda. Beatriz Vallejo Vivas, MSc.

SUBDECANA

Lcdo. Alfredo Llerena, MSc.

COORDINADOR GENERAL

Lcdo. Freddy Noboa Belalcazar, MSc.

**DIRECTOR DE LA CARRERA DE
DISEÑO GRÁFICO**

Ab. Martha Romero Zamora

SECRETARIA GENERAL

Repositorio Nacional de Ciencias y Tecnología



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT
Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE GRADUACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA POSTPRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE MEDIOS TELEVISIVOS GUAYAQUIL 2017.		
	DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA GUÍA DIGITAL DE LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU CORRECTA APLICACIÓN PARA LOS ESTUDIANTES DE OCTAVO SEMESTRE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL 2017.		
AUTOR	PACHECO ROSADO LUIS VÉLIZ		
REVISORA/TUTORA	DRA. KEILA KETTY HERRERA RIVAS MSc.		
INSTITUCIÓN:	UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		
UNIDAD/FACULTAD:	FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL (FACSO)		
MAESTRÍA/ESPECIALIDAD:	INGENIERÍA EN DISEÑO GRÁFICO		
GRADO OBTENIDO:	INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	2018	No. DE PÁGINAS:	64
ÁREAS TEMÁTICAS:	ACADEMICO Y SOCIAL		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Corrección de color, color grade, fotografía, postproducción digital.		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):	El presente trabajo de titulación se refiere a las técnicas de coloración y su influencia en medios televisivos. Es por esto que tiene como objetivo determinar aspectos y establecer a través de las herramientas de investigación, la implementación de los colores y su impacto con la psicología del color y establecer una familiarización con los programas de postproducción. Por lo tanto, en lo referente a la población es importante conocer los motivos de la problemática y encontrar la solución del mismo, por eso se realizó un estudio metodológico en los estudiantes del octavo semestre de la carrera de Diseño Gráfico, quienes recibirán directa e indirectamente los beneficios de este estudio, con la finalidad de realizar un proyecto que impulse el conocimiento de técnicas de corrección de color y su uso. En los procesos de aprendizaje, dentro de la carrera, con mucha frecuencia no se observa la importancia en aplicación de los colores en los proyectos finales.		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: 0967365868	E-mail: luispacheco19966@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Secretaria de Diseño Gráfico		
	Teléfono: 2643991		
	E-mail: www.facsodg.edu.ec		

Certificado Sistema Anti Plagio

CERTIFICADO PORCENTAJE DE SIMILITUD

Habiendo sido nombrado la Dra. KEILA KETTY HERRERA RIVAS, MSc, tutora del trabajo de titulación, certifico que el presente trabajo de titulación ha sido elaborado por LUIS VÉLIZ PACHECO ROSADO, C.C.: 1205879958, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERIA EN DISEÑO GRÁFICO**.

Se informa que el trabajo de titulación: **“LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA POSTPRODUCCIÓN AUDIO VISUAL DE MEDIOS TELEVISIVOS EN GUAYAQUIL 2017”**, ha sido orientado durante todo el periodo de ejecución en el programa anti-plagio (Urkund) quedando el 4% de coincidencia.

ff

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN DISEÑO GRÁFICO

TEMA:

LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA POSTPRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE MEDIOS TELEVISIVOS. PROPUESTA: DISEÑO Y ELABORACIÓN DE UNA GUÍA DIGITAL DE LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU CORRECTA APLICACIÓN PARA LOS ESTUDIANTES DE OCTAVO SEMESTRE DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DE LA FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL 2017.

AUTOR: LUIS VELIZ PACHECO ROSADO TUTORA: DRA. KEILA KETTY HERRERA RIVAS, MSc.

GUAYAQUIL, 2018

ii

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO DIRECTIVOS Lcda. Christel Matute Zhuma, MSc. Lcda. Beatriz Vallejo Vivas, MSc. DECANIA SUBDECANA Lcdo.

<https://secure.arkund.com/view/40048138-748599-513661#q1bKLvayjiY00zEyMNYxMjQFYjMdUyMdC4tYHaXizPS8zLTM5MS85FQIKwM9A2NDCwtLCyNDA1MzlwMTC5NaAA==>

Dra. Keila Ketty Herrera Rivas, MSc.
C.I. _____

Guayaquil, agosto de 2018

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR REVISOR

Habiendo sido nombrada **ROSA CARPIO MIRANDA**, tutora del trabajo de titulación **LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA POSTPRODUCCIÓN AUDIO VISUAL DE MEDIOS TELEVISIVOS EN GUAYAQUIL 2017**, certifico que el presente trabajo de titulación, elaborado por **LUIS VÉLIZ PACHECO ROSADO, C.C.: 1205879958**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de Ingeniería en Diseño Gráfico , en la Carrera de Diseño Gráfico, Facultad de Comunicación Social, ha sido **REVISADO Y APROBADO** en todas sus partes, encontrándose apto para su sustentación.

ROSA CARPIO MIRANDA

C.I. No. _____

**LICENCIA GRATUITA INTRANSFERIBLE Y NO EXCLUSIVA
PARA EL USO NO COMERCIAL DE LA OBRA CON FINES NO
ACADÉMICOS**

Yo, **LUIS VÉLIZ PACHECO ROSADO** con C.I. No. **1205879958**, certifico que los contenidos desarrollados en este trabajo de titulación, cuyo título es **“LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA POSTPRODUCCIÓN AUDIO VISUAL DE MEDIOS TELEVISIVOS EN GUAYAQUIL 2017”** son de mi absoluta propiedad y responsabilidad Y SEGÚN EL Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN*, autorizo el uso de una licencia gratuita intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la presente obra con fines no académicos, en favor de la Universidad de Guayaquil, para que haga uso del mismo, como fuera pertinente.

LUIS VÉLIZ PACHECO ROSADO
C.I. No. 1205879958

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

PROYECTO

LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA
POSTPRODUCCIÓN AUDIO VISUAL DE MEDIOS TELEVISIVOS EN
GUAYAQUIL 2017.

APROBADO

.....
Miembro del Tribunal

.....
Miembro del Tribunal

.....
Miembro del Tribunal

.....
Secretario

.....
Alumno

Guayaquil, agosto de 2018

Lcdo. Freddy Noboa Belalcazar, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO
FACULTAD COMUNICACIÓN SOCIAL
UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
Ciudad. -

De mis consideraciones:

Envío a Ud. el Informe correspondiente a la **REVISIÓN FINAL** del Trabajo de Titulación **“LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA POSTPRODUCCIÓN AUDIO VISUAL DE MEDIOS TELEVISIVOS EN GUAYAQUIL 2017”** del estudiante **LUIS VÉLIZ PACHECO ROSADO**. Las gestiones realizadas me permiten indicar que el trabajo fue revisado considerando todos los parámetros establecidos en las normativas vigentes, en el cumplimiento de los siguientes aspectos:

Cumplimiento de requisitos de forma:

- El título tiene un máximo de 18 palabras.
- La memoria escrita se ajusta a la estructura establecida.
- El documento se ajusta a las normas de escritura científica seleccionadas por la Facultad.
- La investigación es pertinente con la línea y sublíneas de investigación de la carrera.
- Los soportes teóricos son de máximo 5 años.
- La propuesta presentada es pertinente.

Cumplimiento con el Reglamento de Régimen Académico:

- El trabajo es el resultado de una investigación.
- El estudiante demuestra conocimiento profesional integral.
- El trabajo presenta una propuesta en el área de conocimiento.
- El nivel de argumentación es coherente con el campo de conocimiento.

Adicionalmente, se indica que fue revisado, el certificado de porcentaje de similitud, la valoración del tutor, así como de las páginas preliminares solicitadas, lo cual indica el que el trabajo de investigación cumple con los requisitos exigidos.

Una vez concluida esta revisión, considero que el estudiante **Luis Véliz Pacheco Rosado**, está apto para continuar el proceso de titulación. Particular que comunicamos a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,

Dra. Keila Ketty Herrera Rivas, MSc.
C.I. _____

DEDICATORIA

A Dios por haberme permitido llegar hasta este punto y por darme salud para cumplir con mis objetivos y suficiente paciencia en todo este tiempo.

A mi Padre, Luis Pacheco pilar fundamental durante toda mi carrera, por haberme apoyado económicamente en todo momento, por sus consejos, valores, motivación constante y por su amor.

A mi Madre, María Rosado, por sus consejos, paciencia, amor y su ayuda incondicional en la casa para conmigo y mis hermanos.

Y finalmente a mis Familiares, amigos, maestros y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en mi formación como profesional, con motivación y apoyo para realizar este trabajo.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por todos los momentos en que me ha ayudado a no decaer en este objetivo final, como lo es la universidad, por darme las fuerzas necesarias para lograr este reto y por la salud brindada durante todo este tiempo.

A mis padres por toda la ayudada brindada en mi vida, por sus enseñanzas a través de sus consejos, por los valores dados durante mi vida en formacion. Por todo lo bueno que han sido para conmigo, y así poder lograr mis ideales y sueños.

A mis hermanos por su total apoyo durante este lapso de tiempo, siempre ayudándonos en todo momento. Muy agradecido con ellos, a pesar de las peleas.

A mis tios, tias, familiares, infinitamente agradecido con su apoyo moral conmigo para no desmayar en esta travesia, por su ayuda economica en muchas ocasiones. A mis amigos de la universidad que me han dejado en este camino llamado vida, agradecido con los momentos juntos que hemos pasado dentro y fuera del aula, apoyándonos mutuamente, para no decaer en este proyecto individual de vida. A mis maestros, por su motivación durante mi estadia en la universidad y a cada una de las personas que en el trancurso he conocido y me han brindado su apoyo.

ÍNDICE GENERAL

Tabla de contenido	
Certificado Sistema Anti Plagio	iv
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
RESUMEN.....	xviii
Abstract	xix
CAPÍTULO I.....	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2. Ubicación del problema en un contexto	4
1.3. Situación Conflicto	4
1.4. Causas y Consecuencias del Problema.	6
1.6. Objetivos de la Investigación.....	9
1.6.1. Objetivo General	9
1.6.2. Objetivos Específicos.....	9
1.7. Preguntas de investigación.	10
1.8. Justificación e Importancia.....	11
1.8.1. Justificación.....	11
1.8.2. Importancia	11
CAPÍTULO II.....	12
2.1. Antecedentes del estudio.....	12
2.2. Fundamentación Teórica.....	12
2.2.1. Diseño Gráfico.....	13
2.2.2. Fotografía	14
2.2.3. Colores	17
2.2.4. Técnicas.....	19

2.2.5. Técnicas de coloración	20
2.2.6. Programas de coloración.....	23
2.2.6.1. Adobe Photoshop.....	23
2.2.6.2. Adobe Lightroom.....	23
2.2.6.3. Cámara Raw	24
2.3. Estilos	24
2.4. Creatividad	25
2.5. Medios televisivos.....	26
2.6. Postproducción	27
2.6.1. Davinci resolve (Blackmagic design).....	28
2.6.2. Corrección de color	29
2.6.3. Corrección primaria.....	29
2.6.4. Corrección secundaria.....	29
2.6.5. Gradación de color	29
2.7. Fundamentación Psicológica	30
2.8. Fundamentación Sociológica.....	30
2.9. Fundamentación Tecnológica	30
2.10. Fundamentación Legal	31
CAPÍTULO III.....	33
3.1. Diseño de la Investigación	33
3.1.1. Modalidad de la Investigación	33
3.1.2. Tipos de Investigación	33
3.2. Población y Muestra	34
3.2.1. Población.....	34
3.2.2. Muestra.....	34

3.2.3. Muestra no probabilística	35
3.3. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN	36
3.3.1 Entrevista	36
3.3.2. Encuesta	36
3.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	37
3.4.1. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	37
CAPÍTULO IV	51
4.1. PROPUESTA.....	51
4.1.1. Justificación.....	51
4.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	52
4.2.1. Objetivo General	52
4.2.2. Objetivos Específicos.....	52
4.2.3. Importancia	52
4.3. Ubicación sectorial y física.....	53
4.3.1. Dirección	54
4.4. FACTIBILIDAD	54
4.4.1 Alcances	54
4.5. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	54
4.6. BENEFICIARIOS.....	55
4.6.1. Carrera de Diseño Gráfico	55
4.7. Impacto social.....	55
4.8. ETAPAS DE DESARROLLO	56
4.8.1. La idea	56
4.8.2. Imagen de Marca	56
4.8.3. Proceso para creación del logotipo	57
4.8.3. Especificaciones técnicas.....	58

4.8.4. Definición de Términos Relevantes	58
4.9. CONCLUSIONES	58
4.10. RECOMENDACIONES	58
4.11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	59
4.11.1. BIBLIOGRAFÍA.....	59
Anexos	60

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1	
Causas y consecuencias	6
Cuadro N° 2	
Población	34
Cuadro N° 3	
Conocimientos sólidos en temáticas relevantes	39
Cuadro N° 4	
Postproducción del color de un proyecto audiovisual	40
Cuadro N° 5	
Adobe Lightroom corrección de color en fotografías	41
Cuadro N° 6	
Aprendizaje por medio de concursos internos	42
Cuadro N° 7	
Conocimientos académicos de postproducción Audiovisual	43
Cuadro N° 8	
Conocimiento sobre Adobe Lightroom.....	44
Cuadro N° 9	
Clases demostrativas con personas de renombre	45
Cuadro N°10	
Temas planteados durante el silabo.....	46
Cuadro N°11	
Oportuna corrección de color	47
Cuadro N°12	
Material digital	48

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1	
Conocimientos sólidos en temáticas relevantes	39
GRÁFICO N° 2	
Postproducción del color de un proyecto audiovisual.....	40
GRÁFICO N° 3	
Adobe Lightroom corrección de color en fotografías	41
GRÁFICO N° 4	
Aprendizaje por medio de concursos internos	42
GRÁFICO N° 5	
Conocimientos académicos de postproducción Audiovisual	43
GRÁFICO N° 6	
Conocimiento sobre Adobe Lightroom	44
GRÁFICO N° 7	
Clases demostrativas con personas de renombre	45
GRÁFICO N° 8	
Temas planteados durante el silabo	46
GRÁFICO N° 9	
Oportuna corrección de color	47
GRÁFICO N° 10	
Material digital.....	48

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN N° 1	
Ubicación sectorial	52
IMAGEN N° 2	
Ubicación física.....	52
IMAGEN N° 3	
Imagen de marca.....	55
IMAGEN N° 4	
Logo.....	56
IMAGEN N° 5	
Captura de pantalla.....	56
IMAGEN N° 6	
Reunión de tutorías	60
IMAGEN N° 7	
Diagramación Guía Digital	60
IMAGEN N° 8	
Entrevista	61
IMAGEN N° 9	
Entrevista	61
IMAGEN N° 10	
Entrevista	62
IMAGEN N° 11	
Entrevista	62
IMAGEN N° 12	
Entrevista	63
IMAGEN N° 13	
Entrevista	63



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TÍTULO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO:
LAS TÉCNICAS DE COLORACIÓN Y SU INFLUENCIA EN LA POST
PRODUCCIÓN AUDIO VISUAL DE MEDIOS TELEVISIVOS EN GUAYAQUIL
2017.

Autor: LUIS VÉLIZ PACHECO ROSADO
Tutor: DRA. KEILA KETTY HERRERA RIVAS, MSc.
FECHA: AGOSTO DEL 2018

RESUMEN

El presente trabajo de titulación se refiere a las técnicas de coloración y su influencia en medios televisivos. Es por esto que tiene como objetivo determinar aspectos y establecer a través de las herramientas de investigación, la implementación de los colores y su impacto con la psicología del color y establecer una familiarización con los programas de postproducción. Por lo tanto, en lo referente a la población es importante conocer los motivos de la problemática y encontrar la solución del mismo, por eso se realizó un estudio metodológico en los estudiantes del octavo semestre de la carrera de Diseño Gráfico, quienes recibirán directa e indirectamente los beneficios de este estudio, con la finalidad de realizar un proyecto que impulse el conocimiento de técnicas de corrección de color y su uso. En los procesos de aprendizaje, dentro de la carrera, con mucha frecuencia no se observa la importancia en aplicación de los colores en los proyectos finales. La investigación utilizada fue exploratoria porque se desarrolla de manera empírica y cumple con los parámetros establecidos. Finalmente, se toma en consideración las técnicas de estudios en las cuales se incluyen diversas áreas y métodos, tomando como referencia la investigación cualitativa la cual se desarrolla para el siguiente trabajo, dentro de la institución académica.

Palabras Claves: Corrección de color, color grade, fotografía, postproducción digital.



UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
CARRERA DE DISEÑO GRÁFICO

TÍTULO DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO:
THE COLORATION TECHNIQUES AND THEIR INFLUENCE IN POST
PRODUCTION AUDIO VISUAL TELEVISION MEDIA IN GUAYAQUIL 2017.

Author: LUIS VÉLIZ PACHECO ROSADO
Advisor: DRA. KEILA KETTY HERRERA RIVAS MSc.
Date: AUGUST 2018

Abstract

The present title work refers to the coloring techniques and their influence on television media. That is why it aims to find the parameters and establish through the research tools, the implementation of colors and their impact with the psychology of color and establish a familiarization with post-production programs. Therefore, regarding the population it is important to know the reasons for the solution and the solution of it, so a methodological study was carried out on the students of the eighth semester of the Graphic Design career, who will directly and indirectly receive the benefits of this study, in order to carry out a project that promotes knowledge of color correction techniques and their use. In the learning processes, within the career, very often the importance in the application of the colors in the final projects is not observed. The research used exploratory because it develops empirically and meets the established parameters. Finally, the study techniques were taken into consideration in which various areas and methods were included, taking as reference the qualitative research that can be developed for the following work, within the academic institution.

Keywords: Color correction, color grade, photography, digital postproduction.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se refiere a las técnicas de coloración y su influencia en la comunicación visual. Para diferenciar esta problemática existente en el momento de aplicar las técnicas en la postproducción, es necesario identificar una de sus causas, como lo es, el desconocimiento sobre las técnicas a aplicar para los proyectos audiovisuales.

Los colores poseen un significado propio que adquiere el valor de un emblema, los colores frecuentemente están asociados con estados de ánimo o emociones que crean en todo ser viviente una reacción. Un dato importante es que incluso en las producciones de publicidad es frecuente realizar la corrección de color antes que los efectos visuales.

Los efectos de coloración han buscado representar en pantalla aquellos detalles necesarios para la creación.

En el ámbito del aprendizaje, los colores juegan con un rol importante en el desempeño académico y emocional, logrando en repetidas ocasiones un estímulo en su creatividad y desenvolvimiento, ya que cada color ejerce, sobre la persona que lo observa, una acción, que captura al que lo percibe, por cuanto que el color se ve y capta la atención.

En la comunicación visual el uso del color juega un papel muy importante, ya que de cierta forma facilitan la captación y transmisión del mensaje final en un proyecto.

Esa búsqueda de realidad y de espectacularidad por medio de los efectos de color lleva consigo una gran inversión en el proceso de postproducción y que aspectos que antes eran solventados y zanjados durante el proceso de rodaje queden ahora pospuestos a decisiones tomadas delante de un ordenador y que a veces son resueltas por las capacidades del software o del programador contratado.

Es por esto que, a través del presente trabajo de titulación, se busca explicar las técnicas de coloración aplicadas en el medio audiovisual y ubicar ciertos parámetros, que en este caso la postproducción lo realiza, para una mejor visión del espectador o remitente del producto audiovisual.

CAPÍTULO I

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La corrección de color ha logrado evolucionar impresionante en los últimos tiempos, debido a particular evolución en su conexión a través de la psicología del color. Esta fase de desarrollo tiene gran impacto en lo que corresponde a la Postproducción audiovisual para la enseñanza y el proceso de aprendizaje en los estudiantes.

La incorporación de las herramientas y técnicas de coloración en el entorno educativo y la adecuada utilización didáctica del mismo supone un reto sin precedentes, pero con muchos beneficios, en los futuros profesionales.

En el mundo de la comunicación visual actual es necesario contar con los conocimientos y competencias necesarias sobre las técnicas de coloración y el uso correcto de las mismas, que se utilizan para el desarrollo, Por ende, los estudiantes de Postproducción audiovisual que están inmersos en esa línea deben conocer, manejar y dominar los programas con los que tendrá que lidiar cada día desde el inicio de su vida profesional.

Si bien las herramientas de edición son solo una parte de los recursos que deben implementar los nuevos profesionales, es de vital importancia su conocimiento. En un mundo digitalizado, donde la información viaja a la velocidad de la luz, los futuros profesionales deben contar con los conocimientos necesarios y prácticos para estar a la par de los recursos tecnológicos, dentro de una profesión tan competitiva como lo es la comunicación visual. Para concluir, la creatividad es uno de los puntos que también intervienen, en el proceso o fase de postproducción del color de algún proyecto audiovisual.

1.2. Ubicación del problema en un contexto

Dentro de la carrera de Diseño Gráfico, en los estudiantes de octavo semestre, existe la necesidad de esclarecer la importancia de la coloración en la postproducción audiovisual y su influencia en medios televisivos en Guayaquil 2017.

Uno de los mayores desaciertos que se dan dentro de la carrera a la hora de referirse al color, es el de no hacer énfasis y la exigencia de un correcto uso del color en la postproducción, ya que el color juega un papel fundamental en el desarrollo de la creatividad y el aprendizaje por parte del estudiante. Por tal motivo, el entendimiento sobre el tema debe ser amplio y, sobre todo el poder aplicar estas teorías a la práctica diaria durante su proceso de formación, la percepción de la corrección del color en la postproducción debe ser un factor de fácil captación tanto como para el estudiante o profesional, como para el destinatario, quien será el encargado de recibir el mensaje final del proyecto a crear.

De acuerdo al Art. 2.- La educación se rige por los siguientes principios: La educación es deber primordial del Estado, que lo cumple a través del Ministerio de Educación y de las Universidades y Escuelas Politécnicas del país.

Todos los ecuatorianos tienen el derecho a la educación integral y la obligación de participar activamente en el proceso educativo nacional.

1.3. Situación Conflicto

La sociedad del conocimiento vuelve al ser humano en un animal que va en busca del conocimiento, donde también ha dejado de lado en gran medida la orientación social que debe dar a los mismos, volviéndose deshumanizado en la consecución de su presa, motivado por un medio cada vez más exigente. Esto hace que las universidades se vean en la necesidad de formar cada vez más profesionales con un mayor nivel de

conocimientos, donde el que se queda en el pasado será depredado por aquel que esté más actualizado, pero no todo es el grado de conocimientos con que salga, por cuanto estos se vuelven obsoletos con rapidez, sino que prima mucho también la preparación y el interés que tengan para continuar obteniéndolos, sumados a las competencias, factor de comparación importantísimo en los profesionales actuales y futuros.

Es tan fuerte esta realidad, que cada vez más, esta presión obliga a las Universidades a requerir de mejores profesionales que puedan transmitir conocimientos en la formación de los futuros profesionales, pero es aquí donde surge el problema. El desconocimiento de programas que ayudan al estudiante en el desarrollo de algún proyecto es otra de sus causas, donde una desinformación, puede resultar vital, en el render final de un proyecto.

No todos los profesionales, tienen formación docente y la realidad indica que esto todavía en la Universidad Ecuatoriana no es un requisito que tenga importancia. Esta falencia genera luminarias de conocimientos que no alumbran y terminan extinguiéndose.

Debemos recordar que la calidad de la educación superior está ligada al conjunto de factores que inciden en la formación profesional, el modo de producción del conocimiento, la construcción de valores morales y éticos y su difusión social.

1.4. Causas y Consecuencias del Problema.

Tabla 1. Causas y Consecuencias

Causas	Consecuencias
Insuficiencia creativa o creatividad limitada por parte del estudiante.	Carencia de técnicas de corrección de color
Poco interés del estudiante en cumplir con algún proyecto.	Limitado crecimiento profesional.
Déficit de autoaprendizaje, iniciativa y proactividad por parte del estudiante.	Insuficiencia en los mensajes.
Carencia de estrategias en cuanto al uso de programas o herramientas educativas para ayudar en la aplicación del color.	Baja calidad en los proyectos.
Desconocimiento de nuevas técnicas de color en la postproducción por parte de los estudiantes.	Escases de información al aplicar alguna técnica de corrección de color.

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

1.4.1. Delimitación del Problema

Campo: Comunicación Visual

Área: Diseño Gráfico

Aspecto: Fotografía

Tema: Las Técnicas de Coloración y su influencia en la Postproducción Audio Visual de medios televisivos en Guayaquil 2017.

1.4.2. Formulación del Problema

El poco conocimiento de los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico y profesionales del medio sobre la corrección del color en la postproducción audiovisual, ha generado desinterés al momento de desarrollar un proyecto con énfasis en el uso correcto y aplicación del color en la postproducción.

1.4.3. Evaluación del Problema

Para la evaluación del problema se señalan diez aspectos: Delimitado, Claro, Evidente, Concreto, Relevante, Original, Contextual, Factible, Identifica los productos esperados y Variables. Pero en este estudio hemos seleccionado ocho, que son los que más se ajustan a este problema, a continuación, el detalle de los mismos:

1.4.3.1. Delimitado:

El presente proyecto de tesis se llevó a cabo para los estudiantes de octavo semestre en la Carrera de Diseño Gráfico, Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil del periodo 2017.

1.4.3.2. Claro:

El proyecto está redactado en forma precisa, fácil de comprender e identificar, porque la guía se encuentra expresada en terminologías sencillas que permiten a los lectores incorporarlos fácilmente.

1.4.3.3. Evidente:

Es muy notable observar, en trabajos profesionales, una incorrecta aplicación de la técnica de coloración.

1.4.3.4. Concreto:

El proyecto a ejecutarse es preciso, porque se aplica de manera correcta en el ámbito audiovisual de la postproducción e identifica las técnicas necesarias del mismo.

1.4.3.5. Relevante:

La presente tesis contempla la solución a este problema, al ayudar en el proceso de enseñanza-aprendizaje de la aplicación en la técnica de coloración que beneficiará a docentes y estudiantes de la Carrera de Diseño Gráfico y demás personas del medio.

1.4.3.6. Original:

El proyecto es novedoso y después de haber revisado la bibliografía, no ha sido investigado anteriormente.

1.4.3.7. Contextual:

El problema se basa especialmente en la Carrera de Diseño Gráfico, por lo cual se establece una relación con el estudiante y su problemática, el desconocimiento de diferentes técnicas de coloración.

1.4.3.8. Factible:

Es viable tecnológicamente ya que en la actualidad existen todas las herramientas de software, tecnologías e información de fácil acceso, para la elaboración del mismo, también se cuenta con conocimiento sobre el problema y la asignatura propuesta para ofrecer soluciones para nuestro problema de manera metodológica.

1.4.3.9. Identifica los productos esperados:

Útil, que contribuye con soluciones alternativas o proyecciones.

1.5. Variables de la Investigación

1.5.1 Variable dependiente

Técnicas de coloración digital fotográfica

1.5.2 Variable independiente

Comunicación Visual.

1.6. Objetivos de la Investigación

1.6.1. Objetivo General

1. Identificar las diferentes técnicas de coloración y aplicación, para el desarrollo de una guía digital y la correcta aplicación en los diferentes medios digitales, para la coloración.

1.6.2. Objetivos Específicos

- Diagnosticar aspectos de la coloración para establecer a través de las herramientas de investigación, una familiarización con los programas de postproducción.
- Investigar sobre las técnicas y su impacto en la implementación de colores.
- Diseñar una guía impresa para conocimiento del estudiante en su correcta aplicación.

1.7. Preguntas de investigación.

1. ¿Qué son técnicas de coloración?
2. ¿Cómo influye la técnica de coloración en la postproducción audiovisual?
3. ¿Que son medios televisivos?
4. ¿Cómo influye la postproducción audiovisual de medios televisivos?
5. ¿Qué es la fotografía?
6. ¿Que son los colores y su influencia en la postproducción audiovisual?
7. ¿Que son los programas de coloración?
8. ¿Cuáles son los programas de coloración?
9. ¿Qué es postproducción?
10. ¿Qué es una guía digital?

1.8. Justificación e Importancia

1.8.1. Justificación

Se alega la investigación de este proyecto de titulación considerando que se posee los conocimientos adecuados de la Carrera de Diseño Gráfico que ha podido proporcionar, para la correcta ejecución de este trabajo, el cual vale la pena desarrollar porque es una serie de elementos que ayudan organizar y proyectar de manera correcta el uso del mismo.

Para empezar a determinar el uso de las técnicas de coloración en la postproducción audiovisual, no solo se debe planificar, sino también profundizar en aspectos que tienen que ver con el público al que va dirigido. En los procesos de aprendizaje, dentro de la carrera, con mucha frecuencia no se observa la importancia de la correcta aplicación de los colores, para en los proyectos finales.

1.8.2. Importancia

Los colores juegan un papel importante en el estado anímico de la persona la cual recepta el mensaje final del proyecto audiovisual, por ello la presencia e importancia del color o la ausencia del mismo logra, ya sea una emoción de alegría, enojo o tristeza en el receptor, dando a entender el papel fundamental que juega la corrección del color en el renderizado final. La propuesta que se realizará será sencilla y práctica, de fácil entendimiento, para ayudar al estudiante o profesional del medio, con la finalidad de solucionar las múltiples necesidades que éste amerita en sus trabajos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes del estudio

En este capítulo se tomarán en cuenta los conceptos y las teorías investigadas relacionadas al tema, orientada a los fines específicos de este caso, comprende conceptos disponibles que intervienen en el problema formulado.

2.2. Fundamentación Teórica

El Diseño Gráfico es considerado por propios y extraños como comunicación visual. “El diseño gráfico no es sólo la forma en la que se ve y se percibe algo, es la manera en la que hace que nosotros (el público receptor) “demos forma a un contenido ya existente” (Pentagram en Twemlow, 2007, p. 8).

En efecto, estoy de acuerdo con Pentagram, porque para una exitosa comunicación, se necesita de un buen comunicador visual, que reciba y aplique las necesidades del cliente.

Toda fotografía es una ficción, pero se presenta como real, con lo que nos hace pensar, la fotografía siempre miente, por instinto miente, pero la mentira no es inevitable, sino como la usa el fotógrafo, sus intenciones. Lo importante, es el control ejercido por el fotógrafo para imponer ética a su mentira, un buen fotógrafo es el que sabe mentir. (Joan Fontcuberta, 1997)

En suma, Joan representa la fotografía como no real, pero se hace pasar como tal, y estoy decisivamente de acuerdo, porque no solo es la fotografía, sino también la postproducción que se le aplique a la misma.

En cuanto a la técnica de aprendizaje, cada sujeto es dueño de la misma, la forma de percibir las cosas, es diferente en cada ser humano, lo que nos hace diferentes y tengamos diferentes capacidades, estrategias y distintos medios de aprendizaje.

Cada sujeto adquiere de forma diferente los contenidos, dadas las diferencias entre sus ideas, pensamientos, experiencias, así como sus estrategias cognitivas, que son en definitiva lo que les ayudará a dar significado, a adquirir esta información y a desarrollar su autonomía de un modo personal. (Cuadrado, 2013, p.3)

2.2.1. Diseño Gráfico

El Diseño Gráfico definitivamente puede mejorar o distorsionar de manera errónea la situación del mensaje que se quiere dar, es una de las áreas que más se utiliza en la actualidad, incluso, a través del tiempo hemos acertado y nos damos cuenta cuán importante es, aquí, en la vida de cada uno de nosotros. Tal como en la Bauhaus, cuna de la formalización de esta carrera, nos enseña que para comunicar hay que establecer parámetros, la idea es comunicar de manera visual y transmitir a un público acorde a sus intereses y necesidades, para que todo esto sea entendido.

Y es que el trabajo del diseñador es captar las necesidades del emisor, para de acuerdo a esto, tomar medidas, interpretaciones, para el mensaje final. “El diseño gráfico no es sólo la forma en la que se ve y se percibe algo, es la manera en la que hace que nosotros (el público receptor) “demos forma a un contenido ya existente” (Pentagram en Twemlow, 2007, p. 8). Entonces, cuando el trabajo del diseñador termina, el del receptor empieza ya que puede ser bien visto o no.

Sobre todo, da fortaleza, pies, cuerpo, a algo que no tiene identidad visual. “Crea vías precisas para disminuir la distorsión y aumentar el

rendimiento de los mensajes utilizando el lenguaje visual, conformando un medio poderoso de comunicación no verbal" (Peter Bonnici, 2000, p. 53). En cierto sentido, da a conocer de manera anónima y trata de evitar lo más posible, su mala interpretación.

2.2.2. Fotografía

La fotografía es un mensaje, representarlo como tal no es fácil, de acuerdo a la variedad en la sociedad en la que estamos, puede ser interpretada de una buena o mala forma por muchos, entonces... ¿Cómo hacer para que el mensaje no sea erróneo en cuanto al espectador?

Profundizando más en la historia encontramos que en 1816, las primeras fotografías se obtuvieron del científico Joseph Nicéphore Niépce, por lo que una de las imágenes más antiguas es conocida como Vista por los años 1826. Se origina en los años 1839, con la aparición de un primer elemento fotográfico, desarrollado y perfeccionado por Louis Daguerre. ya que para conseguir esta imagen se recurrió a una tecnología bastante rústica, donde utiliza una cámara oscura.

Las fotografías son omnipresentes: están en álbumes, revistas, libros, aparadores, carteles, latas, papel para envoltura, cajas y tarjetas postales. ¿Qué significa esto? Según dicho hasta el momento, todas las imágenes significan conceptos contenidos en algún programa mantiene la intención de programar una conducta mágica de la sociedad. Esto no es, por supuesto, que las fotografías significan para el simple observador. Se considera que las fotografías significan situaciones que han sido impresas automáticamente sobre superficies; que" son situaciones que de algún modo provienen del mundo "exterior".

Podríamos comparar nuestra gama de colores con la de la Edad Media con la de culturas no occidentales, y descubrir las diferencias. En la Edad Media y en las culturas "exóticas" los colores son símbolos mágicos

informados por mitos; en nuestra época, los colores son símbolos informados por mitos, sin embargo, han sido teóricamente elaborados, es decir, han sido programados. Por ejemplo, el color "rojo" en la Edad Media pudo haber significado el ser devorado por el infierno. Para nosotros, el "rojo" de un semáforo también significara. peligro en un sentido mágico, pero en nosotros el color ha sido programado, pidiéndonos que oprimamos el pedal del freno sin estar completamente conscientes de que hacemos. La programación subliminal mediante el color en el universo fotográfico nos muestra nuestra conducta ritual, automática. (Vilém Flusser, 1990, p. 62)

Por esta razón, debemos enfocarnos, en que vamos a aportar o comunicar al capturar una imagen.

Toda fotografía es una ficción, pero se presenta como real, con lo que nos hace pensar, la fotografía siempre miente, por instinto miente, pero la mentira no es inevitable, sino como la usa el fotógrafo, sus intenciones. Lo importante, es el control ejercido por el fotógrafo para imponer ética a su mentira, un buen fotógrafo es el que sabe mentir. (Joan Fontcuberta, 1997)

Es decir, una fotografía dice mucho o quizás poco, eso tiene que ver tanto al momento de capturarla o en el proceso de postproducción, estos dos procesos son importantes, cada proceso se complementa uno con el otro.

No obstante, la fotografía nos ayuda a visualizar de una manera diferente lo que nuestros ojos observan. "La buena publicidad vende el producto hoy, y construye la marca para mañana" (Luis Bassat, s.f.). A pesar de todo, no siempre se vende lo que se ve, por el hecho de que aún no está construida la marca, en otras palabras, con la imagen construimos, para luego vender.

La fotografía publicitaria está formada por dos tipos de mensajes el denotativo ya que se representa a través de una imagen con un mensaje sencillo y entendible en cambio el connotativo se representa a través de imágenes un mensaje más codificado que encubre la idea.

En efecto, es posible comunicar sin decir nada, sin escribir nada, gracias a la fotografía. “Antes de todo, la fotografía era escritura, hoy en día es un lenguaje” (Joan Fontcuberta, 1997). Para concluir, hay que saber comunicar, no solo es clicar el botón.

Ciertamente, me identifico con Joan Fontcuberta, porque no solo es un lenguaje, es hablar, es decir, es tratar que, con este lenguaje, decir cosas que con palabras es difícil, con la fotografía sea fácil.

El tiempo ha pasado y sus costumbres, nuevas tecnologías se dan a conocer, nuevos instrumentos de estudios, más calidad y todo lo que alguien en el pasado quiso heredar. En la actualidad, siempre será una sorpresa exponer tu fotografía al público, sea por los prejuicios sociales, culturales, etc. “La fotografía digital es consecuencia de una economía que privilegia la información como mercancía, los capitales opacos y las transacciones telemáticas invisible” (Joan Fontcuberta, 2010, p. 12). Por lo tanto, una imagen hoy en día vale mucho, incluso puede dañar tu reputación.

La era digital llegó para quedarse, es así que cualquier persona puede tener acceso al mundo fotográfico, compartir imágenes, generar contenido, incluso generar ingresos, en base a fotografías tomadas, sea por un celular o una cámara profesional, y es que no solo es tomar una foto, si no la creatividad que hay en ella y eso es lo que le gusta a la comunidad digital, fotos creativas, divertidas, que estén para compartir con demás usuarios

La fotografía tiene más que ver con la mirada del fotógrafo y sus conocimientos fotográficos que con los medios que use para tomar la imagen y, sobre todo, tiene mucha relación con la captura y los

momentos que rodean el instante de pulsar el obturador. (Tomas Martínez, 2017)

Realmente se puede decir que tenemos un control de principio a fin, fotografiando nuestro entorno, todo aquel momento que pueda ser recordado, pero hay que recalcar que tener una cámara, no te hace fotógrafo.

2.2.3. Colores

Los colores lo dicen todo, expresan sentimientos, ideas, y todos aquellos recuerdos que parecían perdidos, un color habla mucho de ti, cambia opiniones, un color lo es todo. Aristóteles (384 - 322 AC) definió que “todos los colores se conforman con la mezcla de cuatro colores”. Y además otorgó un papel fundamental a la incidencia de luz y la sombra sobre los mismos.

Por lo tanto, cada color representa un significado e interpretación personal en cada individuo, así como en la utilización de cada actividad o profesión. “Cada persona tiene su propio color, una tonalidad cuya luz se filtra apenas a lo largo de los contornos del cuerpo. Una especie de halo. Como en las figuras vistas a contraluz” (Haruki Murakami, s.f.). En efecto, un color, es diferente en cada individuo, cada quien tiene sus razones.

En otras palabras, se define al color como propio de la materia, y se afirma la escala del color en, blanco como principal, porque es el receptor de todos, luego al amarillo, azul para el cielo, rojo para el fuego y negro para la oscuridad, ya que nos limita del resto. (Leonardo Da Vinci, 1452-1519).

Para finalizar, existen demasiadas teorías sobre el color, pero el conocimiento en ellos, nos dará una mejor apertura, para tener en claro en que situaciones tomarlos ya que cada uno es diferente al otro.

El color blanco se considerado el color de la perfección y el cual nos transmite inocencia, pureza, bondad y virginidad.

Los colores actúan en relación con nuestros sentimientos y demuestra cómo ambos no se combinan de manera accidental, pues sus asociaciones no son mera cuestión de gusto, sino experiencias universales que están profundamente enraizadas en nuestro lenguaje y en nuestro pensamiento. (Heller, 1979)

finalmente, existe una correlación, mediante el color y el emisor, que nos determinará su perspectiva a través de algún color, y tendrá su propia forma de comprensión del mismo.

El amarillo nos manifiesta algarabía, felicidad, energía e inteligencia, es un color variable, espontaneo, no es idóneo para sugerir seguridad u estabilidad. También estimula la creatividad. Suele representar honor y lealtad, como de tal manera precaución, deterioro, celos y envidia.

El color naranja adopta la energía del rojo y amarillo, el naranja se ajusta a la juventud, es el color adecuado para llegar a ellos. También transmite resistencia y fortaleza, es el color del entusiasmo, atracción y felicidad.

El púrpura se conecta a la realeza, a los lujos, ambiciones, riquezas, magia y misterio.

El verde es naturaleza, la vida, la paz, conciencia medioambiental, una ideología.

El rojo se lo relaciona casi siempre con el peligro, fortaleza, energía, amor, deseo, y simboliza la sangre. Es un color muy intenso, por lo cual es utilizado para aviso de prohibiciones y precaución.

Azul: predomina el cielo y mar, a lo cual se lo atiende a asociarlo con la profundidad y la estabilidad, simboliza inteligencia, confianza, la verdad,

sabiduría, la fe. Es considerado un color frío que representa conciencia e inteligencia.

Negro: el color negro simboliza poder, lo formal, la muerte, el misterio, la elegancia, es asociado como el color del miedo, también es un referente a la autoridad, fortaleza, seriedad. El negro en combinación con colores vivos como el rojo o naranja producen un efecto vigoroso y agresivo.

El negro es la ausencia de todos los colores. En lo estricto de esta afirmación, el negro no es un color. Pero, aunque no lo sea, el negro es percibido y como tal, está dotado de un simbolismo que no se puede comparar al de ningún otro color. (Saltaalavista, 2011, p. 73)

Lo antes expresado, nos da a comprender, que el color negro no se lo acepta como color, pero se lo percibe como tal, y no tiene comparación con ningún otro, ya que posee su propio simbolismo.

El color en la actualidad, es indispensable al momento de realizar alguna marca, es como si el color hablase a través de la marca, muchas empresas optan por dar un giro, rediseñando, cambiando sus líneas gráficas, para diferenciarse de las demás empresas, y es allí donde el color interviene, pero no siempre es una buena opción, porque el color está establecido en la mente de los usuarios.

2.2.4. Técnicas

El aprendizaje está desde el momento en que nacemos, empezamos a adquirir conocimientos básicos de nuestro alrededor, sin embargo, cuando maduramos, todo lo adquirido, durante la infancia, adolescencia, nos vemos en la necesidad de transmitirlo, para que siga el flujo, ese hilo conductor, que pasa de generación en generación.

Aunque no hay una definición de aprendizaje plenamente satisfactoria y absolutamente compartida por todos los especialistas, sí existe una

definición que recibe el máximo consenso, y es ésta: se entiende por aprendizaje "un cambio más o menos permanente de conducta que se produce como resultado de la práctica" (Kimble, 1971; Beltrán, 1984).

(Joannes, 1994) plantea el constructivismo en tres etapas: La introductoria, la avanzada y la de expertos. Dicho planteamiento me parece muy acertado para el diseño instruccional de herramientas informáticas, además nos permitiría identificar qué tipo de modelo formativo es el más apropiada para un técnico. Cuando hablamos de aprendizaje de herramientas técnicas, el aprendizaje no suele acabar nunca ya que la herramienta suele ser simplemente un medio a utilizar para crear un sistema más complejo que suele ser distinto en cada desarrollo.

Cada sujeto adquiere de forma diferente los contenidos, dadas las diferencias entre sus ideas, pensamientos, experiencias, así como sus estrategias cognitivas, que son en definitiva lo que les ayudará a dar significado, a adquirir esta información y a desarrollar su autonomía de un modo personal. (Cuadrado, 2013, p.3)

Por lo tanto, las técnicas de aprendizaje en la actualidad, no son en sí por completo teorías y horas de clase, más bien, son experiencias vividas y conocimientos adquiridos a través del tiempo, además, estamos en una era digital, en el cual podemos aprender de manera visual y desde casa, incluso se aprende más rápido y de manera dinámica.

2.2.5. Técnicas de coloración

Photoshop sigue siendo la herramienta de elección para completar el tratamiento de una imagen. Camera Raw y otras aplicaciones similares nos facilitan la labor y reducen el tiempo de trabajo en Photoshop, pero no lo sustituyen. Es como seguir mejorando la imagen con un renovado sistema de trabajo por zonas, al estilo del laboratorio clásico.

Podemos asegurar que todas las técnicas a aplicar, se encuentran en los mismos programas en lo que trabajamos, ya que son, solo herramientas. Tenemos un sin fin de técnicas que se aplican con las herramientas que permiten los softwares, por lo tanto, se enfoca en las que más se usan en el medio de comunicación visual, en la corrección de color.

- **Oscurecer y aclarar:** por medio de estos algoritmos digitales se pueden imitar los logros de una virtual prolongación o disminución del tiempo de exposición de una fotografía.
- **Colorkey:** esta técnica realza algún motivo de la imagen dándole color en un trasfondo de tonos grises.
- **Color:** juega en la edición de imágenes un rol importante. Las cualidades del color de la imagen pueden ser cambiadas con estas herramientas, como el tono, el matiz, valor o luminosidad, contraste simultáneo, la saturación, el modelo de color.
- **Efectos:** se le puede dar a la imagen un efecto especial, como movimiento, vista tras un vidrio con gotas de lluvia, tipo mosaico, etc.
- **Canales:** un Canal de color significa que cada color primario utiliza un canal. En CMYK hay cuatro canales, cian, magenta, amarillo y negro, y en RGB tres canales: rojo, verde y azul. Además, existen canales alfa en que se almacenan selecciones y máscaras.
- **Amplitud de tono:** es la diferencia entre el píxel más oscuro y el píxel más claro de un color en el modelo de color RGB. La amplitud de tono ideal es un buen balance entre oscuridad y luz en los colores. El histograma sirve para diagnosticar las fallas. Se puede mejorar las fallas al regular la saturación, la luminosidad y el contraste.
- **Niveles de Color:** Su funcionamiento, aunque similar al equilibrio de color, difiere de este último porque permite regular no solo la fuerza de cada color, sino la luminosidad y gama en la imagen en general o en cada uno de los canales que la conforman. Es ideal para corregir

imágenes muy oscuras o muy claras que además tengan problemas con el tinte en general.

- **Tono, saturación y luminancia:** Las fotografías de paisajes destacan por su fuerza en determinados tonos y colores, así que suele ser habitual querer destacar, por ejemplo, los verdes de hierba y árboles, rojizos de terrenos, naranjas de cielos en atardeceres, etc.
- **Curva de tonos:** Tenemos a disposición esta herramienta, en la que podemos incrementar o reducir la exposición de tonos concretos, poniendo en posición de la curva a gusto, es decir, para obtener el tono deseado.
- **HDR:** Crear una fotografía HDR con Photoshop es un proceso muy sencillo, consiste en realizar la toma y recordar los valores de exposición. El proceso para convertir fotografías HDR es el siguiente: archivo, automatiza, combinar para HDR.

En consecuencia, no solo es la corrección del color, lo importante es tener una buena imagen capturada, para poder trabajar en ella y lograr el resultado esperado.

Para finalizar, tenemos que tener claro, que las técnicas no son más que herramientas y conocimientos adquiridos, es por eso, que muchas personas pueden saber más que otras, porque tienen más tiempo en el medio, y les permite desarrollarse de manera ágil, en este medio de comunicación visual. Muchas técnicas, incluso, parecerían que ni siquiera lo fueran, pues solo al mover un poco una herramienta, la imagen no es la misma, por lo muy poco que hayamos hecho, y a eso es lo que llamamos corrección de color, cambiar exposición, niveles, resaltar, jugar con nuestras herramientas disponibles, todo depende de nuestra creatividad y el uso que le demos, y así, un sin número de palabras, que se identifican en sí.

2.2.6. Programas de coloración

Existen muchos más programas de lo que pensamos para la corrección de color, y en sí, van a ser las herramientas las que nos permitirían en el ámbito de la postproducción audiovisual hacer posible los cambios en los colores, para que la imagen, tenga vida propia.

2.2.6.1. Adobe Photoshop

Photoshop ha dejado de ser una herramienta únicamente usada por diseñadores para convertirse en un instrumento por fotógrafos profesionales de todo el mundo. La utilización de este tipo de programas resulta en ocasiones controvertido en cuanto a la facilidad de manipulación de las imágenes con fines políticos, publicitarios o comerciales para transformar la realidad y mostrar algo que no es cierto. Del mismo modo, el uso de este tipo de programas en especial, así, en el mundo de la moda, la belleza y la publicidad han suscitado polémica, cuando fotos de algunas modelos han sido retocadas hasta límites no naturales distorsionando negativamente una realidad que fomentaba los cánones de belleza nada saludables.

Con Photoshop se pueden crear imágenes con el mejor software de imágenes digitales del mundo, incluyendo herramientas de análisis y de edición en 3D, resultando perfecto para el trabajo de fotógrafos, diseñadores de impresión, webs, interactivos y profesionales de video.

2.2.6.2. Adobe Lightroom

La primera vez que te sientas a editar en este programa, puede ser una tortura para muchos, ya sea porque no están familiarizados con el mismo, y peor aún dominar este instrumento, que nos da una visión diferente en cuanto se juega con ellas. Es importante también la imagen en la que se vaya a trabajar, muchas veces no se tiene la idea de lo que queremos

transmitir en la fotografía y para mejorar las imágenes, hay que tener en cuenta la gestión del color.

El Photoshop Lightroom, emplea controles avanzados, ajustes increíblemente sencillos para organizar, perfeccionar y compartir imágenes.

2.2.6.3. Cámara Raw

Es el formato en bruto de la fotografía o en crudo, donde contiene todos los datos de la imagen que ha sido capturada por el sensor de nuestra cámara.

2.3. Estilos

En efecto, el estilo depende del gusto de la persona, por lo tanto, pueden variar si dentro de un grupo existan personas diferentes niveles sociales. “La moda se pasa de moda, el estilo jamás” (Coco Chanel, s.f.). Por ejemplo, alguien que haga fotografías de retrato, quizás no le pueden gustar las de publicidad, sea por la coloración aplicada o simplemente por gustos.

“El estilo es un conjunto de “efectos” o Presets o acciones que se realizan para que la imagen final lleve nuestro toque o simplemente para que pueda encajar en algún tipo particular de publicación o cliente” (José Ojeada, 2014). Existen áreas en la cual se pueden aplicar los diferentes estilos, tenemos como ejemplo, al estilo retrato, editorial, comercial, moda, creativo, este últimos es una combinación o inexistencia de alguno.

2.4. Creatividad

La creatividad nos ayuda a realizar algo de manera ágil, cuando ocurre esto, nuestros pensamientos, visiones u manera de ver las cosas, se convierten en ya sea textos o de manera visual, porque la creatividad siempre ha existido, desde nuestra infancia, hasta el día de nuestros últimos días.

En consecuencia, decir que no tenemos creatividad, o no somos creativos, puede ser cierto, no siempre, ya que, de igual forma, siempre va a haber bloqueos de creatividad, que hace que las ideas no salgan a flote, es recomendable, salir a caminar, leer, escuchar música, para que exista un desbloqueo y que las ideas fluyan con naturalidad, como cuando éramos niños. Mihaly Csikszentmihalyi (1998) describe que la creatividad es tanto social, cultural y psicológico. “La creatividad no se produce dentro de la cabeza de las personas, sino en la interacción entre los pensamientos de una persona y un contexto sociocultural” (p.74). De acuerdo con esto, la creatividad fluye con muchos factores o pasos establecidos, que facilitan el aprendizaje y la expresión natural de nuestras ideas.

Por lo tanto, siempre se piensa, incluso en las actividades diarias, se busca la manera de hacer las cosas rápido. “El pensamiento creativo es, por tanto, accesible a cualquier persona y por ello también los resultados creativos” (Simonton, 2000). Es decir, la creatividad puede fluir en el momento menos pensado y es ahí cuando debemos aprovecharnos de ella.

Sin embargo, el mundo de la creatividad está directamente relacionado con la toma de riesgos y la posibilidad de cometer errores y aprender de ellos. Sin ensayo, prueba, error e iteración no existe ni creatividad ni innovación. [...] En la educación, como en la ciencia, los errores no son fracasos sino hay iteraciones que llevan al aprendizaje, pues no cabe duda que el principal medio para el aprendizaje es el fallo y no el acierto

(solo aprendemos cuando necesitamos mejorar, y, por tanto, del éxito disfrutamos y del fracaso aprendemos). (José Picó, 2017)

2.5. Medios televisivos

Departir de medios televisivos, es hablar de nuestra identidad visual para con el país, y es que la televisión, es un medio de comunicación masivo, por lo tanto, influyen mucho en los televidentes, por lo que se dice, se aprende, entonces hay que ponerle cuidado a lo que se presenta en la televisión. Del mismo modo, existen contenidos que valen la pena y eso es lo importante que no se pierda, es poco, sí, pero se mantiene.

Sin lugar a dudas, somos comunicación. Un gesto, una simple mirada, una palabra e incluso el silencio, constituyen el proceso comunicativo; el mismo que permite que fluyan las inquietudes, sentimientos, los diferentes puntos de vista y el conocimiento de los seres humanos. (Pinales, 2002)

“La televisión desde su papel llega a millones de personas, puede cumplir y de hecho en determinadas ocasiones cumple un papel para crear y cambiar estereotipos, evitar prejuicios falsos y colabora a la plena integración de las minorías sociales” (Ignacio Ramonet, 2005). En otras palabras, cuán importante es saber comunicar y evitar cambios de comportamiento, sin importar el que veamos.

La comunicación es importante en cada uno de los individuos para la supervivencia y vivencia nuestra, por lo tanto, necesitamos interrelacionarnos con los demás, para cambios de opiniones, expresar emociones y sentimientos o lo que se quiera transmitir, sobre todo, si es en un medio de comunicación masiva.

La percepción selectiva es construida de manera táctica, a partir de rutinas, de preferencias y de prácticas de mirar que se estructuran y ganan organicidad interna sin que nos demos cuenta. Ella se desarrolla de manera inconsciente, influenciada por prácticas culturales, por estímulos externos y/o internos sobre los cuales no tenemos control. (Sérvio, 2014, p. 199)

Es decir, cualquier movimiento en falso, puede ser interpretado como comunicación, entonces, nos damos cuenta que hay que expresarse con cuidado.

2.6. Postproducción

La postproducción es uno de las cosas más importantes dentro de la comunicación visual, sea en la realización de algún video, fotografía o composición visual, es la última etapa en la presentación del producto final al cliente o emisor. Es por ello que se tiene que tener cuidado en los pequeños detalles, que fortalecerán nuestra imagen profesional.

La planificación es importante al momento de empezar con la postproducción, porque sin planificación, solemos bloquearnos al momento que estamos frente al computador, al no tener la idea clara de que es lo que se quiere para la fotografía o proyecto.

El termino audiovisual empieza a usarse en Estados Unidos en los años treinta tras la aparición del cine sonoro. Sin embargo, es en Francia, durante la década de los cincuenta, cuando esta expresión comienza a ser usada para referirse a las técnicas de difusión simultáneas. A partir de entonces el concepto se amplía y el termino se sustantiva. En el terreno de los medios de comunicación de masas se habla de lenguaje audiovisual y comunicación audiovisual.” (Vega, 2014)

Tomando en cuenta a Vega sobre el origen de los audiovisuales aparece como cine, pero en Francia, como técnica de difusión simultánea, es así que a partir de entonces se lo denomina lenguaje audiovisual, es muy importante en el trabajo profesional del comunicador Visual.

“En un audiovisual la realidad se percibe acotando la imagen y el sonido. El lenguaje audiovisual tiene como principal característica la multiplicidad de sus códigos. Algunos son específicos, como los que se derivan del montaje, pero otros provienen de formas de comunicación anteriores como el lenguaje verbal y escrito, la gestualidad corporal o la música. El cine no es la realidad sino el producto de ciertas convenciones basadas en los condicionamientos del sistema perceptivo y de la cultura.” (Vega, 2014)

Por otra parte, Vega acota que realizar trabajos audiovisuales se percibe imágenes y sonidos, lenguaje audiovisual que tienen características principales múltiples con códigos que algunos son específicos y puede derivar montajes, que sirven para la comunicación gestual corporal música y cine, basada en sistemas perceptivos y de la cultura que nos permite darnos cuenta que un trabajo de audiovisual debe reunir algunas condiciones técnicas para poder valorar el mensaje que quiere transmitir.

2.6.1. Davinci resolve (Blackmagic design)

Davinci Resolve (DaVinci Resolve, 2017), de Blackmagic, es uno de los softwares más utilizados en el campo de la corrección de color. Uno de los principales motivos de su fuerte implantación se debe a que ofrece una versión gratuita que posee casi todas las funcionalidades de la versión de pago. Utiliza un sistema de procesamiento por nodos, lo que permite combinar diferentes gradaciones, efectos y mezclas superpuestas, lo que le proporciona la creación de un sin fin de correcciones.

2.6.2. Corrección de color

A la hora de realizar la corrección de color es esencial seguir un orden. Se parte de las correcciones más generales, la corrección primaria, a las más específicas, la corrección secundaria.

2.6.3. Corrección primaria

“La corrección primaria de color es un método de ajustar el equilibrio global de color en una escena particular.” (Jones, 2004, p. 69). En esta fase se corrigen todos los posibles errores de contraste y tono de toda la imagen. Estos retoques deben ser sutiles, se trata de cambios mínimos para dejar la imagen correctamente expuesta y balanceada.

2.6.4. Corrección secundaria

Una vez superada la fase de corrección primaria en la cual se han corregido los posibles errores de forma general a toda la imagen, pasamos a la corrección secundaria. Ésta consiste en “un método para rectificar el parámetro de un color concreto en una imagen, sin afectar al equilibrio de color global de la escena.” (Jones, 2004, p. 70).

2.6.5. Gradación de color

Una vez corregidos todos los posibles errores de la imagen, el colorista se encuentra en disposición de pasar a la parte más creativa del trabajo; se trata del diseño de un look acorde con la narración. Para llevar a cabo esta fase del proceso serán fundamentales herramientas como el control de balance de color, las curvas de niveles

2.7. Fundamentación Psicológica

Johann Goethe (1749-1832) estudió y probó las modificaciones fisiológicas y psicológicas que el ser humano sufre ante la exposición a los diferentes colores. Para Goethe era muy importante comprender la reacción humana a los colores, y su investigación fue la piedra angular de la actual psicología del color. Desarrolló un triángulo con tres colores primarios rojo, amarillo y azul. Tuvo en cuenta este triángulo como un diagrama de la mente humana y relacionó a cada color con ciertas emociones.

2.8. Fundamentación Sociológica

Cuando un proyecto se elabora de manera correcta, con las herramientas adecuadas, técnicas y demás, se va a reflejar en la comunidad. Teniendo en cuenta que tiene sus ventajas y desventajas, porque no a toda persona, ni que decir de una comunidad, ciudad, país o el mundo entero, le puede parecer atractivo, bonito o verdadero lo que se está comunicando. Es por eso que existen los diferentes grupos sociales que pueden verse afectados, por alguien que sepa comunicar, reflejando en su mensaje, algo opuesto a lo que se defiende o se quiere. “El diseño no sólo vende, el buen diseño sabe cómo vender y sobre todo como comunicar e implantarse como parte de la sociedad” (s.f.).

2.9. Fundamentación Tecnológica

Como se manifiesta en el sitio web (Blogger.com) que, con el invento del transistor, a partir de los años 50, se dio paso a la revolución de los aparatos electrónicos, con ello la masificación de las computadoras, la creación de los chips, de los circuitos eléctricos, las tarjetas electrónicas, etc. Todos aquellos aparatos que dieron el paso a la elaboración de unidades compactas de procesamiento de información y la incorporación del audio y de video. Con la aparición del computador personal, pasó poco tiempo para que los usuarios se dieran cuenta de los beneficios que

brindaba para organizar y controlar diversos aparatos que servían para las comunicaciones. La implementación de las nuevas tecnologías dentro de los medios de comunicación masivos surge desde el fin de la década de los 90's en nuestro país, gracias a la globalización del internet y de los nuevos adelantos científicos dentro de este campo, de ahí en adelante los medios de comunicación han renovado sus equipos e infraestructura para ofrecerles más productos y servicios a la sociedad, la misma que siempre está en demanda de mejoras continuas, tanto de calidad como de contenidos.

En la primera década del siglo XXI nuestros medios de comunicación entran en la era digital y con ello crece la necesidad de incorporar profesionales que dominen, llegando a convertirse en un requisito indispensable para ser parte de sus colaboradores y poder desarrollar con habilidad la comunicación dentro de este entorno tan cambiante. Desde hace varios años, la tecnología ingresó en el universo de la información para revolucionar los prehistóricos procesos con los que se vio surgir a todos y cada uno de los medios de comunicación.

2.10. Fundamentación Legal

Art.- 29.- Libertad de información. Todas las personas tienen derecho a recibir, buscar, producir y difundir información por cualquier medio o canal y a seleccionar libremente los medios o canales por los que acceden a información y contenidos de cualquier tipo.

Esta libertad solo puede limitarse fundamental mediante el establecimiento previo y explícito de causas contempladas en la ley, la Constitución o un instrumento internacional de derechos humanos y solo en la medida que esto sea indispensable para el ejercicio de otros derechos fundamentales o el mantenimiento del orden constituido. Toda conducta que constituya una restricción ilegal a la libertad de información, será sancionada administrativamente de la misma manera que esta Ley lo hace en los casos

de censura previa por autoridades públicas y en los medios de comunicación, sin perjuicio de las otras acciones legales a las que haya lugar.

Numeral 1: Articular los recursos y capacidades de los actores públicos, comunitarios y privados que conforman el Sistema para lograr el pleno ejercicio de los derechos de la comunicación reconocidos en la Constitución, en esta Ley y en otras normas del ordenamiento jurídico ecuatoriano;

Numeral 2: Desarrollar e implementar mecanismos de planificación pública participativa y descentralizada para la definición, control social y adecuación de todas las políticas públicas de comunicación;

Numeral 4: Producir permanentemente información sobre los avances y dificultades en la aplicabilidad de los derechos de la comunicación, y el aprovechamiento de las tecnologías de la comunicación e información, teniendo como parámetros de referencia principalmente los contenidos constitucionales, los de los instrumentos internacionales y los de esta ley.

CAPÍTULO III

3.1. Diseño de la Investigación

El Diseño de un estudio, se constituye en la estrategia o plan utilizado para responder una pregunta, y es la base de la calidad de la investigación. Toda investigación para lograr los objetivos debe plantear adecuadamente el diseño de la investigación.

3.1.1. Modalidad de la Investigación

Para conocer los métodos de investigación ajustados a utilizar en el desarrollo del presente proyecto, se toma en consideración las técnicas de estudios en las cuales se incluyen diversas áreas y métodos, tomando como referencia la investigación cualitativa. "La investigación cualitativa se considera como un proceso activo, sistemático y rigurosos de indagación dirigida en el cual se toman decisiones sobre lo investigable en tanto esta en el campo de estudio" (Pérez Serrano, 1994, p.465).

La cual se desarrolla para el siguiente trabajo, dentro de la institución académica.

3.1.2. Tipos de Investigación

En este proyecto que se está desarrollando existen diferentes tipos de investigación, para el presente desarrollo del mismo, se toma en consideración la de tipo empírica. " La ciencia se basa en una intrincada e insuperable relación mutua entre la teoría y el hecho mediante la investigación empírica" (Balcells i Junyent, 1994, p.71).

Entonces se entiende que son estudios que se realizan, investigando de manera empírica para llegar a una conclusión de los hechos. Es una investigación primaria con la cual se recopiló datos iniciales para plantear las variables de la investigación.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población

Conjunto de personas que habita en un determinado lugar que tienen características comunes, por lo que serán objeto de estudio. “Población es un conjunto definido, limitado y accesible del universo que forma el referente para la elección de la muestra. Es el grupo al que se intenta generalizar los resultados”. (Buendía, Colás y Hernández, 1998, p. 28).

Los involucrados están divididos en dos segmentos, docentes y estudiantes. La población se estratificará de acuerdo a las funciones o actividades que realicen las personas a ser investigadas.

Tabla 2. Población

Nº	INVOLUCRADOS	POBLACIÓN
1	Docentes	2
2	Estudiantes	36
TOTAL		38

Fuente: Datos de la investigación
Elaborado: Luis Véliz Pacheco Rosado

3.2.2. Muestra

Para el presente estudio, debido al número existente de la población, la misma fue considerada como la muestra. Según Tamayo, T. Y Tamayo, M (1997), afirma que la muestra “ es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico” (p.38)

3.2.3. Muestra no probabilística

“Las muestras no probabilísticas, también llamadas muestras dirigidas, suponen un procedimiento de selección informal. Se utilizan en muchas investigaciones, y a partir de ellas, se hacen inferencias sobre la población” (Hernández, 2003, p.326).

3.3. INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1 Entrevista

Es una técnica de recopilación de la información, la cual, a través de una charla de forma directa con el entrevistado, se podrá definir las causas que ocasionan una falla o irregularidad en la problemática del proyecto. “Una entrevista semiestructurada (no estructurada o no formalizada) es aquella en que existe un margen más o menos grande de libertad para formular las preguntas y las respuestas” (Sabino, 1992, p.18).

3.3.2. Encuesta

Es un procedimiento de investigación, en el que el investigador busca recopilar datos por medio de un cuestionario anticipadamente diseñado, sin cambiar el entorno ni el fenómeno donde se almacena la información. Los datos se alcanzan mediante un conjunto de preguntas destinadas a una muestra específica o a la totalidad de la población, constituid por personas, empresas o instituciones, con el fin de conocer opiniones, características o hechos específicos. “Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas” (Grasso, 2006, p.13). El investigador debe seleccionar las preguntas más convenientes, de acuerdo con la naturaleza de la investigación. Dicho instrumento se apoyó en la técnica de la encuesta y se diseñó un cuestionario con preguntas y con aplicación de la escala de Likert, para que el investigado marque con una (x) las respuestas de la información específica, con la siguiente escala:

5 = Muy de acuerdo

4 = De acuerdo

3 = Indiferente

2 = En desacuerdo

1 = Muy en desacuerdo

Para obtener datos confiables el instrumento será sometido primero a una observación y posterior evaluación de expertos. Esta técnica permite obtener la opinión de profesionales en el tema de estudio, lo cual refuerza la validación del instrumento, ya que es sometido a juicio de cada uno de los especialistas en las áreas de estadística e investigación. Ellos harán su aporte para mejorar el instrumento de recolección de datos y la obtención de los mismos.

3.4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.4.1. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

La técnica investigativa utilizada para el proyecto, fue la encuesta, aplicadas en la Universidad de Guayaquil, Facultad de Comunicación Social, Carrera de Diseño Gráfico, a los estudiantes del 8vo semestre, por el nivel de conocimiento que tienen en cuanto a las diferentes materias afines con la postproducción audiovisual.

Las encuestas se constituían en diez preguntas, cada una diseñada con e interés de conocer las debilidades que tienen los estudiantes dentro del proceso educativo en el uso e implementación de recursos, se tomó como

referencia la escala de Likert, donde cada persona de los segmentos tuvo la oportunidad de contestar través de cinco opciones claramente expuestas en la encuesta y fue para ellos muy fácil socializar y contestar sin problema alguno.

Para la interpretación de los resultados obtenidos, ha sido necesario analizar de forma individual cada pregunta, lo que permite observar el comportamiento en cada una de las alternativas planteadas en los diferentes niveles encuestados.

Encuesta realizada a estudiantes de octavo semestre de la Carrera de Diseño Gráfico

Pregunta N° 1

¿Considera que los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico deben tener conocimientos sólidos en las temáticas relevantes con la corrección de color en fotografías?

Tabla N° 3

Conocimientos sólidos en temáticas relevantes

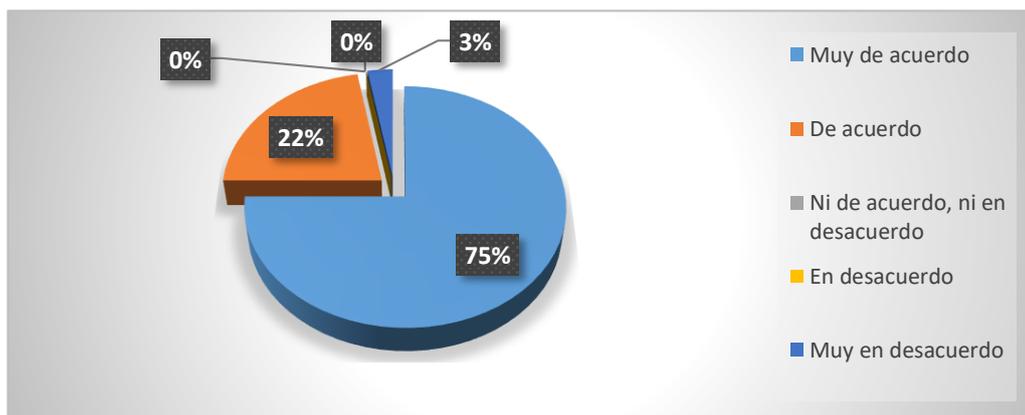
Ítem	Valoración	F	%
5	Muy de acuerdo	27	75%
4	De acuerdo	8	22%
3	Indiferente	0	0%
2	En desacuerdo	0	0%
1	Muy en desacuerdo	1	3%
TOTAL		36	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

GRÁFICO N° 1

Conocimientos sólidos en temáticas relevantes



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Análisis: los resultados demuestran que un poco más de la mitad está muy de acuerdo con que el estudiante tenga conocimientos relevantes con el color.

Pregunta N° 2

¿Cree usted que la Postproducción del color es una de las fases más importantes dentro de un Proyecto audiovisual?

Tabla N° 4

Postproducción del color de un proyecto audiovisual

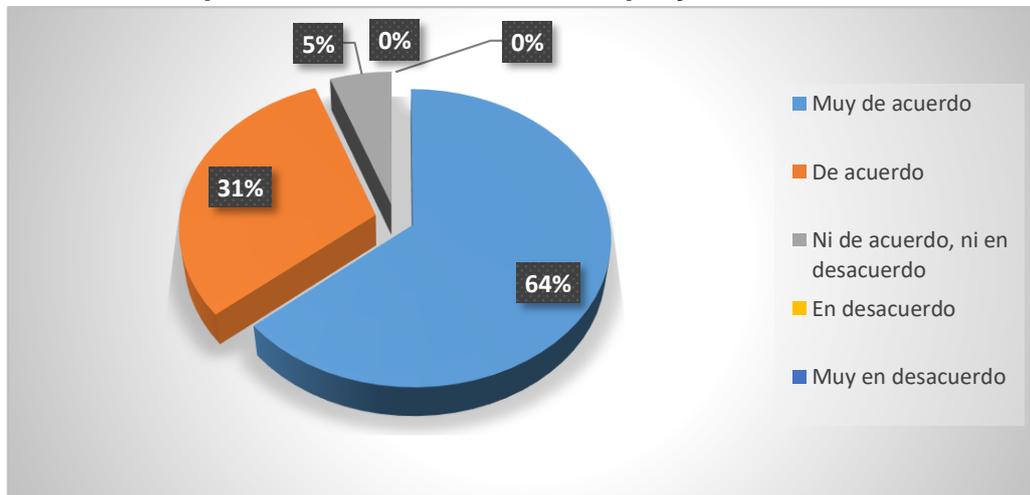
Ítem	Valoración	F	%
5	Muy de acuerdo	23	64%
4	De acuerdo	11	31%
3	Indiferente	2	5%
2	En desacuerdo	0	0%
1	Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL		36	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

GRÁFICO N° 2

Postproducción del color de un proyecto audiovisual



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Análisis:

Los resultados demuestran que los estudiantes están muy de acuerdo, que la postproducción de color es una de las fases más importantes dentro de un proyecto audiovisual.

Pregunta N° 3

¿Está de acuerdo que en la asignatura Postproducción Audiovisual se enseñen programas, como Adobe Lightroom para la corrección de color en fotografías?

Tabla N° 5

Adobe Lightroom corrección de color en fotografías

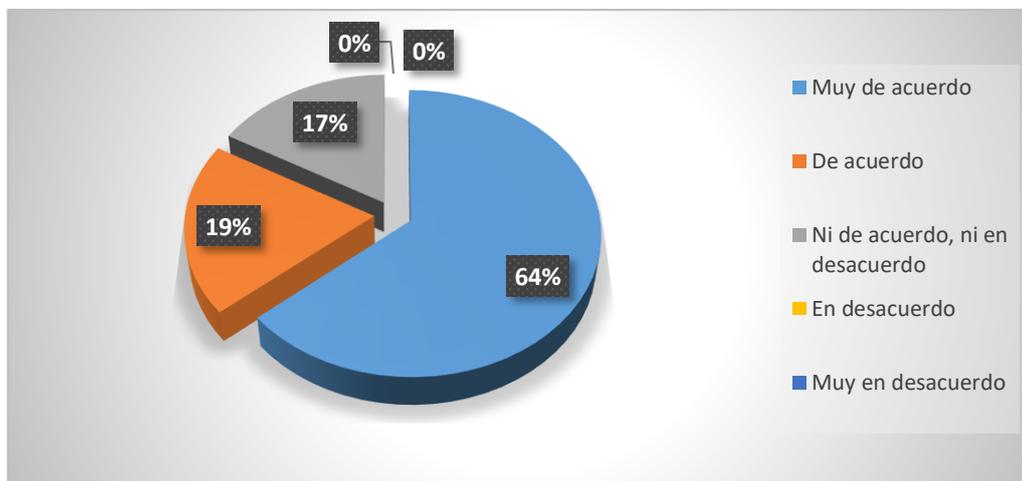
Ítem	Valoración	F	%
5	Muy de acuerdo	23	64%
4	De acuerdo	7	19%
3	Indiferente	6	17%
2	En desacuerdo	0	0%
1	Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL		36	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

GRÁFICO N° 3

Adobe Lightroom corrección de color en fotografías



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Análisis: Mayor parte de los estudiantes están muy de acuerdo con que se enseñen programas de corrección de color de fotografías.

Pregunta N° 4

¿Le gustaría reforzar el proceso de aprendizaje en la asignatura Postproducción Audiovisual por medio de concursos internos, para crecimiento personal y profesional?

Tabla N° 6

Aprendizaje por medio de concursos internos

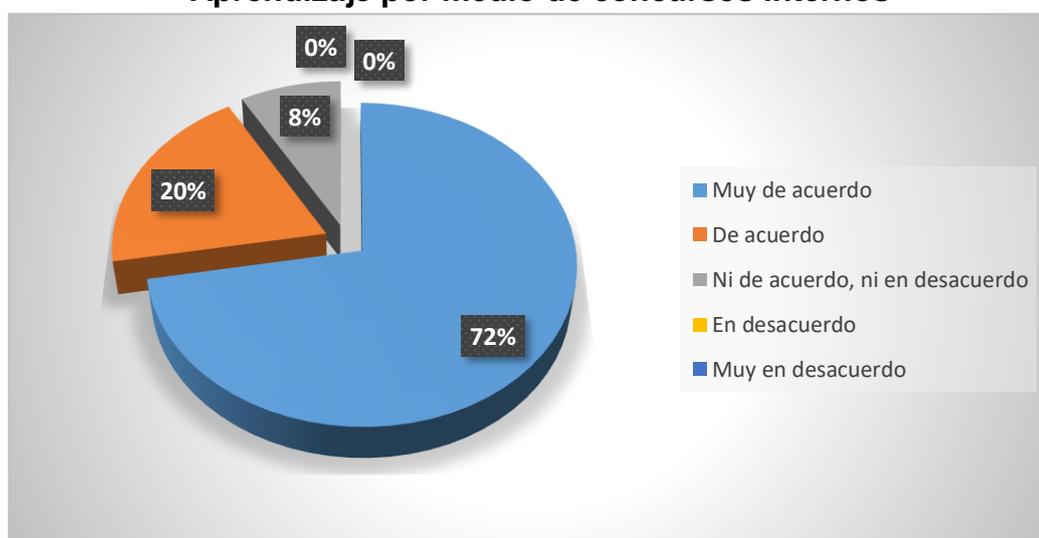
Ítem	Valoración	F	%
5	Muy de acuerdo	26	72%
4	De acuerdo	7	20%
3	Indiferente	3	8%
2	En desacuerdo	0	0%
1	Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL		36	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

GRÁFICO N° 4

Aprendizaje por medio de concursos internos



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Análisis: Queda en evidencia que los encuestados están muy de acuerdo con el aprendizaje por medios de concursos, con lo cual los incentivaría a poner sus conocimientos y aprender del mismo.

Pregunta N° 5

¿En alguna ocasión, ha sentido la necesidad de recurrir a fuentes como YouTube para reforzar los conocimientos académicos de Postproducción Audiovisual?

Tabla N° 7

Conocimientos académicos de postproducción Audiovisual

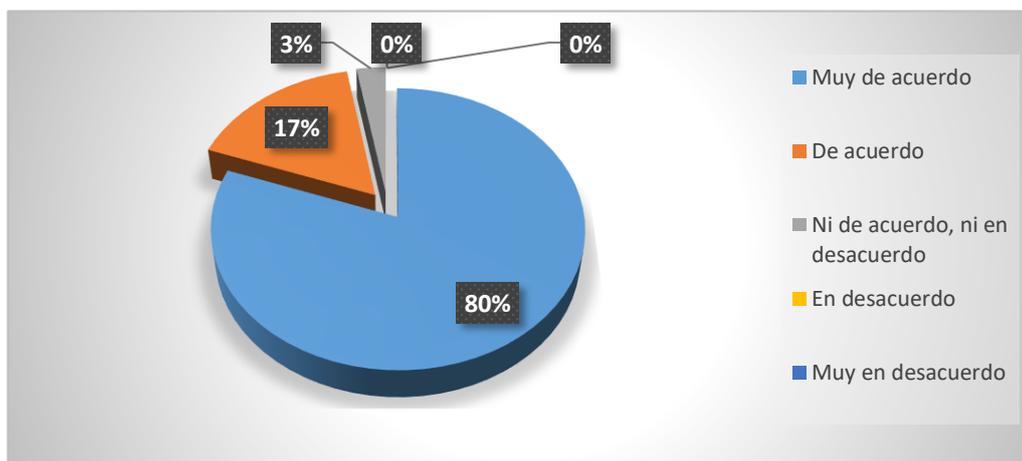
Ítem	Valoración	F	%
5	Muy de acuerdo	29	80%
4	De acuerdo	6	17%
3	Indiferente	1	3%
2	En desacuerdo	0	0%
1	Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL		36	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

GRÁFICO N° 5

Conocimientos académicos de postproducción Audiovisual



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Análisis: El cuadro estadístico demuestra que mayor parte de los estudiantes ha buscado información a través de videos, donde acuden para enriquecimiento académico extra clases, en cambio una pequeña parte muestra lo contrario.

Pregunta N° 6

¿Tiene usted conocimiento sobre el programa Adobe Lightroom?

Tabla N° 8

Conocimiento sobre Adobe Lightroom

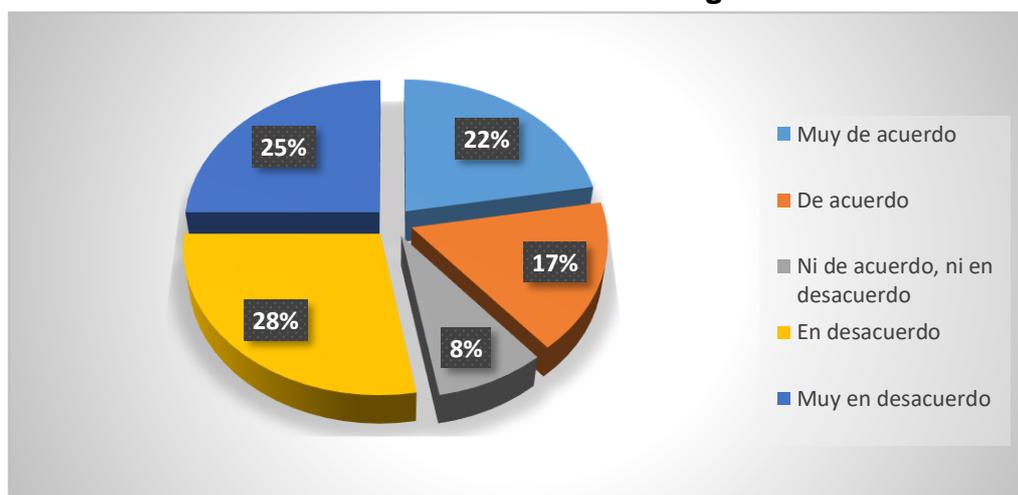
Ítem	Valoración	F	%
5	Muy de acuerdo	8	22%
4	De acuerdo	6	17%
3	Indiferente	3	8%
2	En desacuerdo	10	28%
1	Muy en desacuerdo	9	25%
TOTAL		36	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

GRÁFICO N° 6

Conocimiento sobre Adobe Lightroom



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Análisis: Las cifras obtenidas revelan que una cuarta parte de los estudiantes encuestados no tienen conocimientos del programa Adobe Lightroom, mientras que un índice de iguales características muestra que si conocen del software.

Pregunta N° 7

¿Le gustaría tener a su disposición clases demostrativas con personas de renombre en el medio de la Postproducción Audiovisual para enriquecimiento académico?

Tabla N° 9

Clases demostrativas con personas de renombre

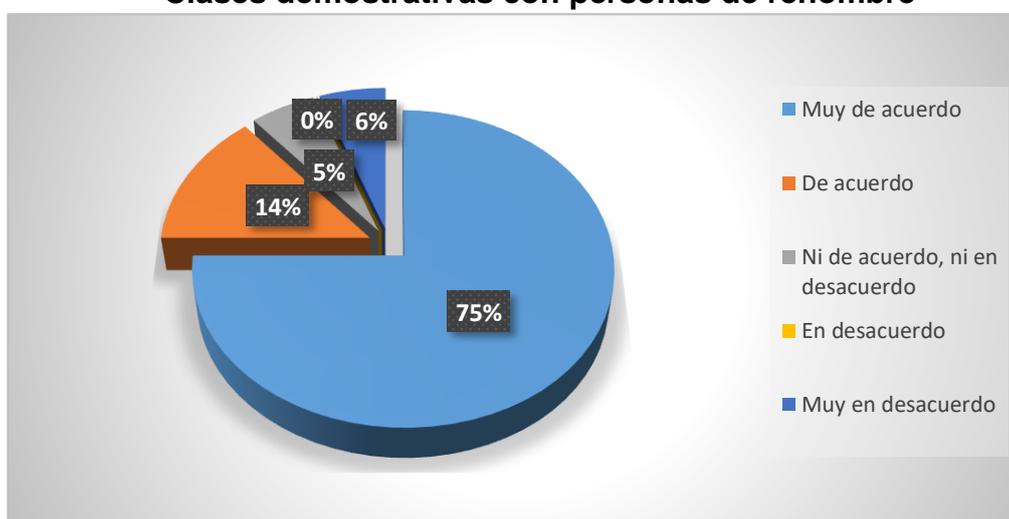
Ítem	Valoración	F	%
5	Muy de acuerdo	27	75%
4	De acuerdo	5	14%
3	Indiferente	2	5%
2	En desacuerdo	0	0%
1	Muy en desacuerdo	2	6%
TOTAL		36	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

GRÁFICO N° 7

Clases demostrativas con personas de renombre



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Análisis: Queda demostrado que mayor parte de los encuestados están muy de acuerdo con que se esté a disposición, con personas de renombre, para facilitar con su experiencia y transmitan esos conocimientos a los estudiantes que se desarrollan en el mismo.

Pregunta N° 8

¿Le ha pasado alguna vez que no se cumplió con los temas planteados dentro en el silabo?

Tabla N° 10

Temas planteados dentro del silabo

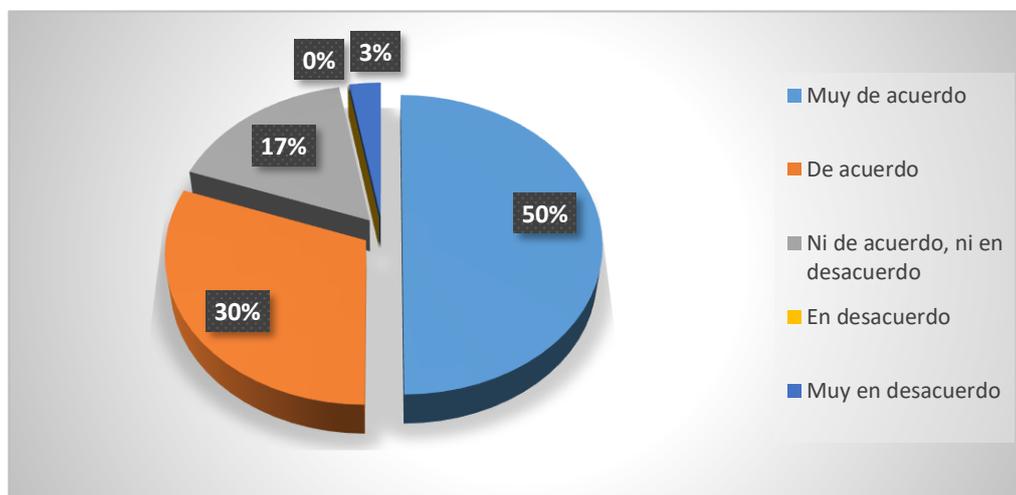
Ítem	Valoración	F	%
5	Muy de acuerdo	18	50%
4	De acuerdo	11	30%
3	Indiferente	6	17%
2	En desacuerdo	0	0%
1	Muy en desacuerdo	1	3%
TOTAL		36	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

GRÁFICO N° 8

Temas planteados dentro del silabo



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Análisis: La mitad de los estudiantes encuestados están muy de acuerdo en que no se cumplen con los temas planteados dentro del silabo, mientras que un índice inferior no se encuentra de acuerdo, ni en desacuerdo.

Pregunta N° 9

¿Está de acuerdo que una oportuna corrección de color en la Postproducción Audiovisual, puede ser determinante para el proyecto final?

Tabla N° 11

Oportuna corrección de color

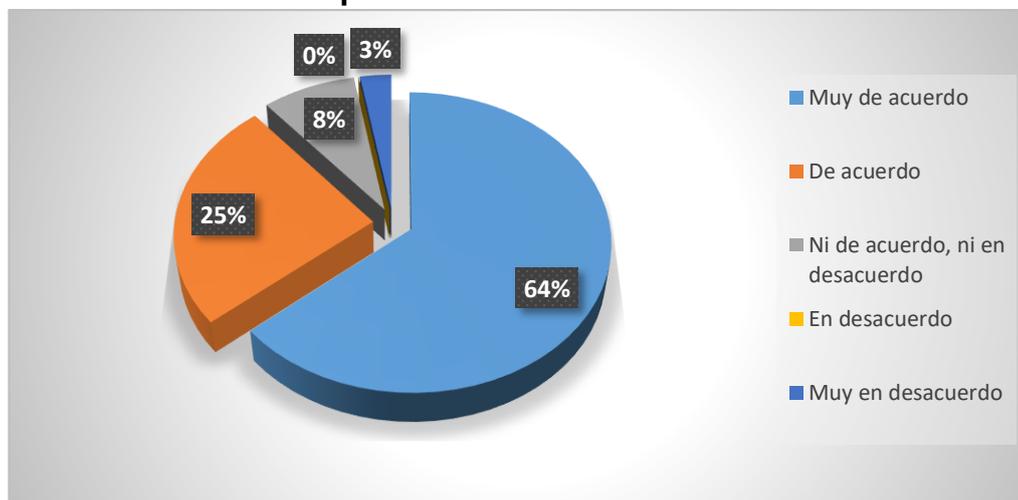
Ítem	Valoración	F	%
5	Muy de acuerdo	23	64%
4	De acuerdo	9	25%
3	Indiferente	3	8%
2	En desacuerdo	0	0%
1	Muy en desacuerdo	1	3%
TOTAL		36	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

GRÁFICO N° 9

Oportuna corrección de color



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Análisis: La muestra de estudio indica que más de la mitad tiene un acuerdo mutuo que una oportuna corrección de color, puede mejorar el proyecto audiovisual.

Pregunta N° 10

¿Le gustaría tener un material digital, el cual facilite el uso de las herramientas y técnicas para la corrección de color en fotografías?

Tabla N° 12

Material digital

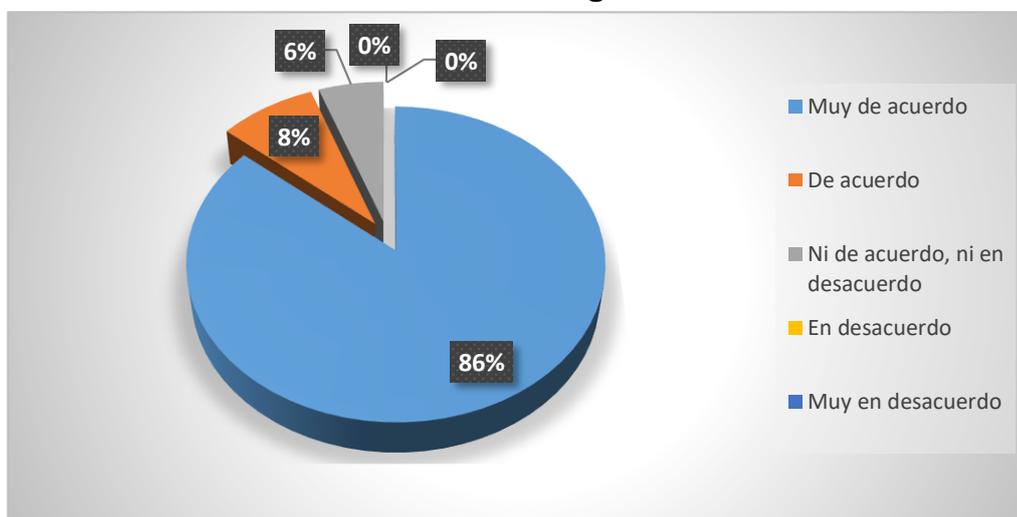
Ítem	Valoración	F	%
5	Muy de acuerdo	31	86%
4	De acuerdo	3	8%
3	Indiferente	2	6%
2	En desacuerdo	0	0%
1	Muy en desacuerdo	0	0%
TOTAL		36	100%

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

GRÁFICO N° 10

Material digital



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Análisis: Según los resultados que más de la mitad está de acuerdo con el material que se les facilitará, para una mejor comprensión de las herramientas y técnicas.

Análisis Entrevista dirigida a docentes de Carrera de Diseño Gráfico

1. ¿Considera importante el uso de programas de corrección de color en fotografías, en la materia Postproducción Audiovisual?

Una parte de la entrevista considera importante la corrección de color, sobre todo porque los estudiantes se están formando para aquello y tienen que saber diferentes dominios, en cuanto a la postproducción. Por otra parte, es necesario aprender la corrección de color mucho antes en la materia de fotografía, porque se tiene base de la parte de color y más.

2. ¿Es necesario que los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico, deberían dominar técnicas de coloración en fotografías para una mejor ejecución de algún proyecto Audiovisual?

En este punto, sin duda es importante dominar estas técnicas previamente a la salida del estudiante. En cambio, otra parte de la entrevista se refiere a que tienen que tener bases de psicología del color, porque se tienen falencias en mucha parte de los estudiantes y al aplicarla, se ven los problemas obtenidos en semestres anteriores.

3. ¿Creé usted qué para generar motivación en los estudiantes, se realicen concursos internos, donde además de ser un reto para ellos, sirva para crecimiento académico y personal?

Estar en este tipo de circuitos o participar en eventos académicos es fundamental, porque la calidad mejora con cada una de las participaciones, incluso se ayuda para perder el miedo, si lo que uno

hace o realiza esta bien. De otra manera, es correcto para otra parte de la entrevista, pero tienen que tener una buena base del color.

4. ¿Considera usted importante la aplicación de una correcta técnica de color dentro de un proyecto audiovisual?

Indudablemente la técnica debe enlazarse al tipo de producto con el que se está trabajando, pero no siempre se aplica, hay colores, tonos, pero no siempre funcionan en toda aplicación o proyecto. Por otra parte, se refiere a que no es la técnica, sino la base de combinación de color.

5. ¿Consideraría de gran ayuda para el docente y los estudiantes, poder reforzar las clases, con alguna persona experta en el medio de la Postproducción Audiovisual?

Siempre es necesario cada tanto, la función del día a día del experto, los tiempos, requerimientos son otros, y si es importante tener acceso, con profesionales al tanto que puedan servir de ayuda. Por otro lado, no es necesario ya, que se supone que los profesores deben estar al tanto de todas las necesidades en cuanto a la materia impartida a los estudiantes.

CAPÍTULO IV

4.1. PROPUESTA

Diseño y elaboración de una guía digital de las técnicas de coloración y su correcta aplicación.

4.1.1. Justificación

En los últimos años, la corrección de color se ha constituido como una de las bases más importante dentro de un proyecto, sin embargo, con la carencia de conocimiento y experiencia en programas de postproducción audiovisual, ha ocasionado, que el estudiante no intervenga en asuntos como es, la fase de la postproducción de una manera correcta, al menos en la corrección de color en fotografías, aplicando las técnicas adecuadas y aplicando la psicología del color cuando sea necesario.

Con el objetivo y preocupación, por cuanto a desconocimiento en los estudiantes, se realza la importancia de este proyecto, en el cual, se propone una Guía Digital, donde se plantean las técnicas de coloración y su correcta aplicación en fotografías, además de utilizar la psicología de color como parte primordial en algún proyecto audiovisual, los cuales permitirán fortalecer y establecer un conocimiento adecuado y ejecución del mismo.

4.2. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

4.2.1. Objetivo General

- Establecer en el estudiante sólidos conocimientos de las técnicas de coloración y su correcto uso, aplicando la psicología del color.

4.2.2. Objetivos Específicos

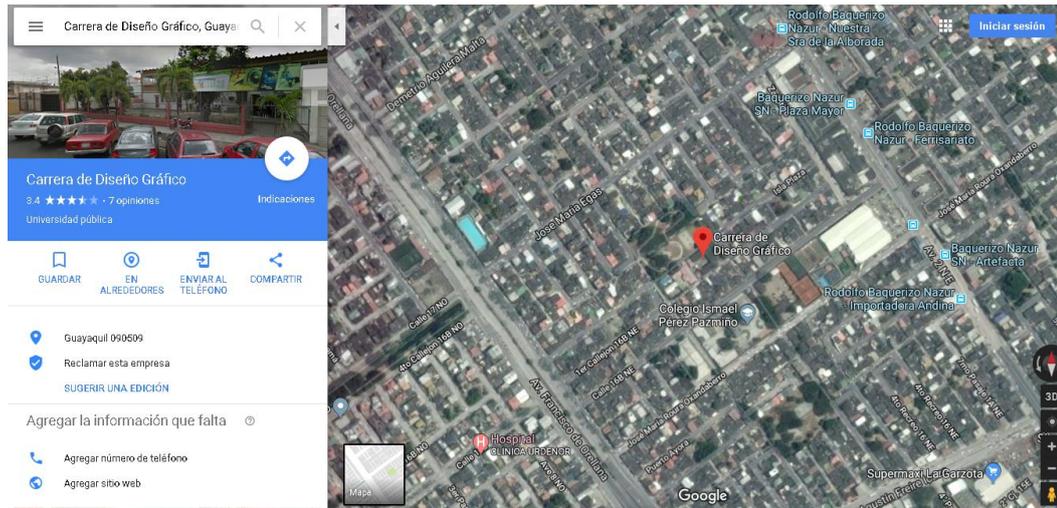
- Distinguir las diferentes técnicas de coloración
- Demostrar la importancia de la psicología del color
- Explicar el uso de las herramientas
- Componer una fotografía de acuerdo a un estilo
- Establecer una familiarización con el programa Adobe Lightroom

4.2.3. Importancia

La guía tiene muchas ventajas que facilitaran a los estudiantes octavo semestre de la Facultad de Diseño Gráfico a guiarse y comprender el software en el cual se está pos produciendo la fotografía, y lograr la técnica mediante práctica de la misma.

4.3. Ubicación sectorial y física

GRÁFICO Nº 11



Fuente: Google Maps

Elaborado por: LUIS VELIZ PACHECO ROSADO

GRÁFICO Nº 12



Fuente: Google Maps

Elaborado por: LUIS VELIZ PACHECO ROSADO

4.3.1. Dirección

Alborada, tercera etapa, manzana C1, solares 7 y 8 (antiguo colegio San Judas Tadeo).

4.4. FACTIBILIDAD

La factibilidad en la que se establece este proyecto aparece en la elaboración y diseño de la guía digital de las técnicas de coloración y su aplicación, la cual proporcionará un beneficio a los estudiantes de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil, dando un enfoque de forma detallada y precisa del uso e implementación de las diferentes técnicas de coloración.

4.4.1 Alcances

La propuesta se encontrará en una plataforma digital, donde se podrá acceder de manera rápida, sencilla y donde podrás acceder a la guía digital y aprender de las técnicas de coloración.

Además, la guía tendrá un acceso desde el perfil de Instagram del ejecutor del proyecto, donde también podrás visualizarla e incluso puede tener alcance fuera de la carrera, entonces, esta plataforma ayudará a que llegue a más personas interesadas en el tema, teniendo como primordial a los estudiantes de octavo semestre de la Carrera de Diseño Gráfico.

4.5. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta consta de una guía digital, donde se procedió a realizar la respectiva recolecta de información detallando el uso de cada una de las técnicas de coloración y su correcta aplicación, suceso seguido se realizó la elaboración y diseño de la misma.

4.6. BENEFICIARIOS

4.6.1. Carrera de Diseño Gráfico

En la actualidad la carrera de Diseño Gráfico no cuenta con una guía digital de las diferentes técnicas de coloración y su correcta aplicación en fotografías, con la detallada información del uso de la psicología del color, sus efectos y demás emociones que tienen en el ser humano, el uso de las herramientas del programa y su aplicación en las fotografías y en cualquier ámbito que este lo requiera.

Los beneficiarios serán los estudiantes de octavo semestre de la carrera de Diseño Gráfico de la Universidad de Guayaquil.

4.7. Impacto social

Tomando en gran consideración el que una guía digital es un material de gran uso en la actualidad por parte de los estudiantes y cualquier persona en general, el encontrar un material cada vez más detallado referente a las técnicas de coloración en fotografías, por parte de los estudiantes de la carrera de diseño gráfico que ven la necesidad de conseguir información y de una forma bien graficada con la cual puedan acceder al conocimiento que buscan. Es por ello que el uso de una guía lograría la ampliación de los conocimientos que ya poseen mediante un material accesible y práctico.

Mediante la elaboración de este material de apoyo se busca que haya una mayor afluencia en el conocimiento de las diferentes técnicas que se pueden utilizar en una fotografía y su correcta aplicación con la psicología del color, en cualquier proyecto audiovisual de los estudiantes de la carrera, logrando así que el mercado laboral se vea ampliado con diseñadores con un gran conocimiento y que cumplan una labor cada vez más profesional.

4.8. ETAPAS DE DESARROLLO

4.8.1. La idea

La creación de una guía digital, nace del afán de establecer en el estudiante sólidos conocimientos de las técnicas de coloración y su correcto uso, aplicando la psicología del color.

De no contar con un material de apoyo específico de estas técnicas y el uso de las herramientas.

4.8.2. Imagen de Marca

La guía contará con una imagen de distinción propia que logre cumplir con la función de informar el objetivo al cual quiere llegar la guía, elaborada con un una tipografía gruesa y fuerte que lograr llegar al público objetivo, se busca la atracción con el diseño estilo comic, el cual ayudará a ser más vistoso y atractivo para la percepción del estudiante.

GRÁFICO Nº 13



4.8.3. Proceso para creación del logotipo

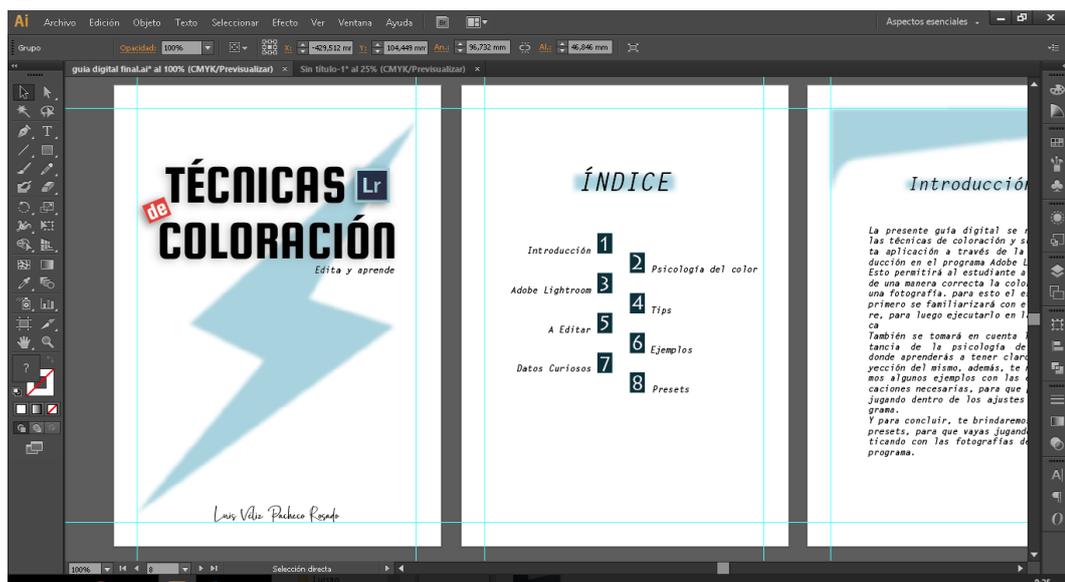
Para la realización del logotipo se utilizó la tipografía Tw Cen Mt Condensed Extra Bold la cual permite la visualización correcta para lectura de la misma.

Luego se realizó un degradado un degradado para darle más dinamismo y tenga una mejor apreciación visual.

GRÁFICO Nº 14



GRÁFICO Nº 15



4.8.3. Especificaciones técnicas

La guía digital tendrá una medida A5 (148x210 mm) la cual será utilizada de forma vertical logrando un aprecio por el contenido y facilidad de lectura del mismo.

4.8.4. Definición de Términos Relevantes

Se incluirán todas las palabras que son de difícil comprensión para un lector común; por lo que dará el concepto respectivo.

4.9. CONCLUSIONES

Falta de recursos que no permiten una correcta enseñanza de las técnicas de coloración, el uso y aplicación del mismo en el diseño gráfico.

Es necesario la elaboración de soluciones para las diferentes falencias en cuanto a la postproducción de color en fotografía.

Hasta el momento no existe propuesta que incentive el uso correcto del color y su aplicación en las fotografías y así lograr mejorar la capacidad creativa de los estudiantes.

4.10. RECOMENDACIONES

Fomentar el interés de la guía para su correcto uso en las fotografías previamente producidas.

Fomentar la creación de talleres de estudio del color, aplicación y uso de los mismos en diferentes softwares de corrección de color.

Realizar proyectos que motiven y sean de interés en el estudiante y sea de gran ayuda para su etapa profesional.

4.11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

4.11.1. BIBLIOGRAFÍA

<https://fotografiaprincipiantes.wordpress.com/2014/04/14/tipos-de-edicion-fotografica/>

<http://fotografiaparaprincipiantes.blogspot.com/2014/01/los-secretos-del-revelado-en-lightroom.html>

Heller, Eva. Psicología del color. España: Editorial Gustavo Gili, 2004.

<https://www.dzoom.org.es/el-estilo-fotografico-claves-para-reconocerlo-y-pistas-para-relacionarte-con-tu-estilo-propio/>

CONSTITUYENTE, ASAMBLEA. Constitución de la República del Ecuador. Ciudad Alfaro, 2008.

Lara, Ivonne. hipertextual.com. 29 de abril de 2015.
<https://hipertextual.com/2015/04/teoria-del-color-goethe>.

GOETHE, JOHANN WOLFGANG VON. Zur Farbenlehre. Austria: eBook von / from, 1812.

Fontcuberta, Joan. Estética fotográfica. Selección de textos. Barcelona: Blume, 1984

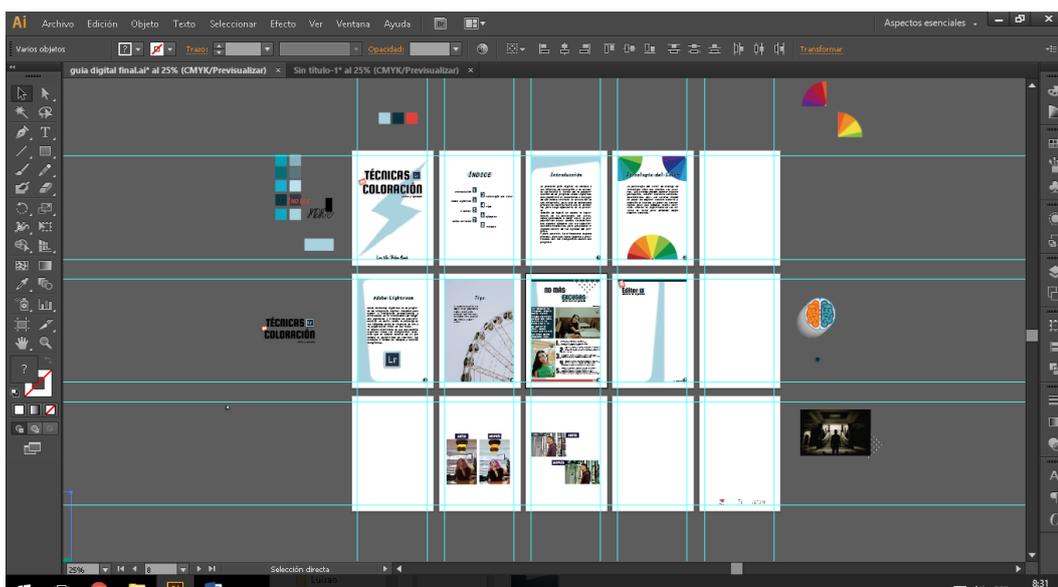
HELLER, Eva. Psicología del color. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2004.

Anexos

ANEXOS

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

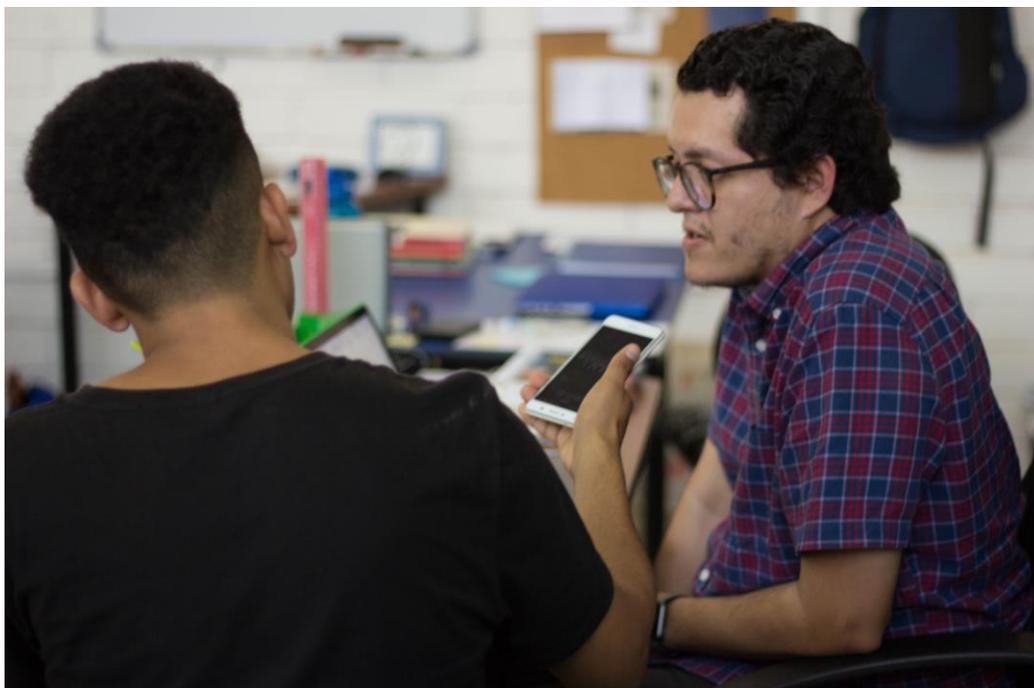


Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Véliz Pacheco Rosado



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado



Fuente: Datos de la investigación

Elaborado por: Luis Veliz Pacheco Rosado

