



**UNIVERSIDAD  
DEL AZUAY**

FACULTAD DE  
**DISEÑO**  
ARQUITECTURA Y ARTE

**Escuela de Diseño Gráfico**

**Diseño de un producto audiovisual para la  
difusión y comprensión de las nuevas  
herramientas de edición de imágenes  
basadas en la inteligencia artificial.**

Trabajo de graduación previo a la obtención  
del título de Licenciado en Diseño Gráfico

**Autor:**

David Macarlupo

**Tutor:**

Edgar Marcelo Espinoza Méndez, Mgt

**Cuenca-Ecuador 2024**

**Autor:**

David Macarlupo.

**Tutor:**

Marcelo Espinoza.

**Fotografía:**

La mayoría de fotografías usadas son de dominio libre en internet y pertenecen a sus correspondientes autores

**Diseño y Diagramación**

David Macarlupo.

**Cuenca- Ecuador**

**2024**



**Escuela de Diseño Gráfico**

**Diseño de un producto audiovisual para la difusión  
y comprensión de las nuevas herramientas de  
edición de imágenes basadas en la inteligencia  
artificial.**

Trabajo de graduación previo a la obtención  
del título de Licenciado en Diseño Gráfico

**Autor:**

David Macarlupo.

**Tutor:**

Marcelo Espinoza.

**Cuenca- Ecuador**

**2024**

# Dedicatoria

Esta tesis va dedicada a las personas que siempre estuvieron conmigo durante este proceso, apoyándome, ayudándome y haciendo de este camino algo más ligero de llevar. Dedicado a las personas que creyeron en mí y en este proyecto, familia, amigos y profesores.

# Agradecimientos

Quiero agradecer a mi madre por su infinito apoyo en todo este proyecto, gracias a mi familia en general por acompañarme, soportarme y ayudarme durante el desarrollo de esta tesis, sin ustedes estaría sentimental y físicamente acabado. También agradecer a mis amigos quienes fueron un pilar fundamental para la conclusión de este proyecto.

Gracias a mis tutores quienes con sabiduría lograron dirigirme en todo momento.

Por último, pero no menos importante, gracias Nicolux por su apoyo en el proceso de la creación del producto final.



# Índice

## Capítulo 1

|                                   |           |                                   |           |
|-----------------------------------|-----------|-----------------------------------|-----------|
| <b>1.Introducción</b>             | <b>16</b> | 2.3.6.Particularidades del sector | 67        |
| <b>1.1.Antecedentes</b>           | <b>17</b> | 2.3.7.Niveles de producto         | 67        |
| <b>1.2.Estado del Arte</b>        | <b>18</b> | 2.3.8.Tendencias del mercado      | 68        |
| <b>1.3.Marco Teórico</b>          | <b>25</b> | 2.3.9.Competencia                 | 68        |
| 1.3.1.Inteligencia artificial     | 26        | 2.3.10.Análisis del consumidor    | 68        |
| 1.3.2.Postproducción              | 27        | <b>2.4.Partidos de diseño</b>     | <b>69</b> |
| 1.3.3.Diseño Audiovisual          | 28        | 2.4.1.Formal                      | 70        |
| 1.3.4.Difusión de contenidos      | 29        | 2.4.2.Funcional n del             | 78        |
| 1.3.5.Imagen Corporativa          | 30        |                                   |           |
| <b>1.4.Análisis de Homólogos</b>  | <b>31</b> |                                   |           |
| 1.4.1.Photolari                   | 32        |                                   |           |
| 1.4.2.RBG ESCUELA                 | 35        |                                   |           |
| 1.4.3.Aura Prods                  | 38        |                                   |           |
| <b>1.5.Investigación de campo</b> | <b>41</b> | <b>3.2.LLuvia de ideas</b>        | <b>83</b> |
| 1.5.1.Julian Sarubbi              | 42        | <b>3.3.Método SCAMPER</b>         | <b>84</b> |
| 1.5.2.Oscar Vintimilla            | 43        | <b>3.4.Análisis de tendencias</b> | <b>85</b> |
| 1.6.Conclusión del                | 44        | <b>3.6.Conclusión del</b>         | <b>90</b> |

## Capítulo 2

|  |           |                                  |            |
|--|-----------|----------------------------------|------------|
| <b>2.1.Introducción</b>                        | <b>48</b> | <b>4.2.Sistema Gráfico</b>       | <b>95</b>  |
| <b>2.2.Análisis y definición del usuario</b>   | <b>49</b> | <b>4.3. Guión técnico</b>        | <b>100</b> |
| 2.2.1.Persona Design                           | 50        | <b>4.4.Preparación del video</b> | <b>105</b> |
| 2.2.2.Mapa de empatia                          | 52        | <b>4.5.Pruebas de luz</b>        | <b>106</b> |
| 2.2.3.Persona Design                           | 54        | <b>4.6.Rodaje del video</b>      | <b>107</b> |
| 2.2.4.Mapa de empatia                          | 56        | <b>4.6.Edición</b>               | <b>109</b> |
| 2.2.5.Persona Design                           | 58        | <b>4.7.Validación</b>            | <b>114</b> |
| 2.2.4.Mapa de empatia                          | 60        |                                  |            |
| <b>2.3.Brief de marca</b>                      | <b>62</b> |                                  |            |
| 2.3.1.Objetivos de la marca                    | 63        |                                  |            |
| 2.3.2.Público objetivo                         | 64        |                                  |            |
| 2.3.3.Tono de comunicación                     | 64        |                                  |            |
| 2.3.4.Ventajas competitivas del producto       | 65        |                                  |            |
| 2.3.5.Ciclo de vida del producto en el mercado | 66        |                                  |            |

## Capítulo 3

## Capítulo 4

# Imágenes

|  |     |
|--|-----|
| IMG 1.Fotografía conceptual sobre la normalización de las maquinas en nuestra vida | 16  |
| IMG 2.Proceso de búsqueda de referencias   | 18  |
| IMG 3.Libros amontonados   | 25  |
| IMG 5.Fotografía extraída de un video de Photolari.                                | 32  |
| IMG 6.Fotografía extraída de un video de Photolari.                                | 33  |
| IMG 7.Fotografía extraída de un video de Photolari.                                | 33  |
| IMG 8.Fotografía extraída de un video de Photolari.                                | 34  |
| IMG 9.Fotografía extraída de un video de RBG ESCUELA.                              | 35  |
| IMG 10.Fotografía extraída de un video de RBG ESCUELA.                             | 36  |
| IMG 11.Fotografía de herramientas fotográficas.                                    | 36  |
| IMG 7.Fotografía extraída de un video de Photolari.                                | 36  |
| IMG 13.Fotografía extraída de un video de Aura Prods.                              | 38  |
| IMG 14.Fotografía extraída de un video de Aura Prods.                              | 39  |
| IMG 15.Fotografía extraída de un video de Aura Prods.                              | 39  |
| IMG 16.Fotografía extraída de un video de Aura Prods.                              | 40  |
| IMG 16.Imágen de un saludo   | 41  |
| IMG 17.Fotografía de Julian Sarbbi   | 42  |
| IMG 18.Fotografía de Oscar Vintimilla  | 43  |
| IMG 1.Fotografía conceptual sobre la normalización de las maquinas en nuestra vida | 48  |
| IMG 19.Fotografía de un proceso analítico.   | 48  |
| FIGURA 1. Persona Desing 1.  | 51  |
| FIGURA 2. Mapa de empatia 1.   | 53  |
| FIGURA 3. Persona Desing 2.  | 55  |
| FIGURA 4. Mapa de empatia 2.   | 57  |
| FIGURA 5. Persona Desing 3.  | 59  |
| FIGURA 6. Mapa de empatia 3.   | 61  |
| IMG 20. Fotografía de lentes fotográficos.   | 63  |
| IMG 21. Fotografía de una persona sorprendida.                                     | 64  |
| IMG 22. Fotografía de rollo de película.   | 66  |
| IMG 23. Fotografía de un controlador de audio.                                     | 67  |
| IMG 24. Fotografía de un Story.  | 69  |
| IMG 26. Fotografía silueta de un camarógrafo.                                      | 70  |
| IMG 29. Fotografía de objetos similares.   | 70  |
| IMG 27. Fotografía silueta de un camarógrafo.                                      | 70  |
| IMG 28. Fotografía atrás de camara.  | 70  |
| IMG 30. Fotografía de fichas de una juego.   | 70  |
| IMG 31. Fotografía de conexiones.  | 71  |
| IMG 34. Fotografía de una persona con lentes VR.                                   | 71  |
| IMG 32. Fotografía de engranajes.  | 71  |
| IMG 33. Fotografía de equipo fotográfico.  | 71  |
| IMG 35. Fotografía de un set fotográfico.  | 72  |
| IMG 36 Fotografía de una máquina de escribir.                                      | 73  |
| IMG 37. Fotografía de una computadora.   | 75  |
| IMG 38. Fotografía de una bombilla.  | 76  |
| IMG 39. Fotografía de una libreta vacía.   | 82  |
| IMG 40. Fotografía de un equipo creativo trabajando.                               | 83  |
| FIGURA 7. Tabla de analisis de tendecias.  | 85  |
| FIGURA 8. Tabla de analisis de tendecias 2.  | 85  |
| IMG 40. Collage de la idea principal.  | 88  |
| IMG 41. Collage de la idea principal.  | 89  |
| IMG 42. Silueta de una camarógrafo.  | 94  |
| IMG 43. Logotipo Enfócate Ai.  | 95  |
| IMG 44. Logotipo Enfócate Ai.  | 100 |
| IMG 45. Imágen del guión tecnico, creado en sheets.                                | 101 |
| IMG 46. Imágen del guión tecnico, creado en sheets.                                | 102 |
| IMG 47. Imágen del guión tecnico, creado en sheets.                                | 103 |
| IMG 48. Imágen del guión tecnico, creado en sheets.                                | 104 |

# Imágenes

|  |     |
|--|-----|
| IMG 49. Fotografía de la cámara usada en el rodaje.            | 105 |
| IMG 51. Fotografía de la segunda prueba de luz.                | 106 |
| IMG 50. Fotografía de la primera prueba de luz.                | 106 |
| IMG 52. Fotografía de la segunda prueba de luz 2.              | 106 |
| IMG 53. Collage de fotografías tomadas en el set de grabación. | 108 |
| IMG 54. Captura de pantalla del proceso de edición.            | 109 |
| IMG 55. Captura de pantalla del proceso de edición 2.          | 109 |
| IMG 56. Captura de pantalla del proceso de edición .           | 109 |
| IMG 57. Collage del video final                                | 110 |
| IMG 58. Collage del video final 2                              | 111 |
| IMG 59. Fotografía de una persona viendo el video              | 114 |





# Resumen

La inteligencia artificial se integra en la vida actual, especialmente para diseñadores y fotógrafos impulsada por tecnologías generativas. La falta de recursos explicativos en este tema es notoria. Utilizando metodologías como SCAMPER y análisis de tendencias, se propuso un formato único que combinara elementos del video tutorial y del noticiero. El objetivo era satisfacer las necesidades de aprendizaje del público sobre edición de fotografía con IA. La propuesta partió del diseño de un producto audiovisual que explicará estas nuevas herramientas, a través de videotutoriales con un alcance más actual y dirigido a un público joven con difusión en distintas redes sociales.

## PALABRAS CLAVE

Video, fotografía, postproducción, aprendizaje autónomo, diseño generativo

# Abstract

Artificial intelligence is becoming integrated into contemporary life, particularly for designers and photographers driven by generative technologies. The lack of explanatory resources on this topic is noticeable. Using methodologies like SCAMPER and trend analysis, a unique format combining elements of video tutorials and news broadcasts was proposed. The aim was to meet the learning needs of the audience regarding AI-powered photo editing. The proposal began with the design of an audiovisual product to explain these new tools through video tutorials with a more current scope, aimed at a younger audience and distributed across various social media platforms.

## KEYWORDS

Video, photography, post-production, self-learning, generative design

# Objetivo general

Aportar a la difusión y comprensión de las nuevas herramientas de edición de fotografía basadas en inteligencia artificial, a partir del diseño de un producto audiovisual, para que fotógrafos puedan incluir estas herramientas en su proceso de postproducción.

# Objetivos específicos

Investigar sobre la inteligencia artificial aplicada a la edición y postproducción de imágenes para lograr un mejor producto visual.

Experimentar con los softwares para la edición de imágenes basados de inteligencia artificial para la mejora de calidad en producciones fotográficas.

Diseñar un producto audiovisual sobre las herramientas de edición de fotografía basado en la inteligencia artificial que ayude a la difusión y comprensión de las mismas.



# CAPÍTULO

1

CONTEX  
TUALIZA  
CIÓN

# 1. Introducción

La creciente presencia de la inteligencia artificial en la edición de imágenes se evidencia en la adopción masiva de tecnologías por empresas, generando reflexiones sobre la posible sustitución de fotógrafos tradicionales. Adobe responde a esta tendencia con herramientas avanzadas en Photoshop, mientras alternativas como Leonardo Ai y Magic Studio diversifican el mercado. Serxo González (2023) destaca el papel clave de la inteligencia artificial en la generación de fotografías, sugiriendo que las empresas podrían optar por expertos en IA por su eficiencia y menor costo asociado. La creciente presencia de la inteligencia artificial en la edición de imágenes se evidencia en la adopción masiva de tecnologías por empresas, generando reflexiones sobre la posible sustitución de fotógrafos tradicionales. Adobe responde a esta tendencia con herramientas avanzadas en Photoshop, mientras alternativas como Leonardo Ai y Magic Studio diversifican el mercado. Serxo González (2023) destaca el papel clave de la inteligencia artificial en la generación de fotografías, sugiriendo que las empresas podrían optar por expertos en IA por su eficiencia y menor costo asociado.



*IMG 1. Fotografía conceptual sobre la normalización de las maquinas en nuestra vida*

# 1.1. Antecedentes

En el año 2015, surgió una revolución en la edición de imágenes con la introducción de Deep Dream, una inteligencia artificial desarrollada por Google. Esta innovación permitió a los usuarios modificar el estilo de sus fotografías, destacando su singularidad en el ámbito de la manipulación visual. Cabe destacar que Deep Dream se nutría exclusivamente de imágenes de animales, marcando un punto inicial en el uso de inteligencia artificial con propósitos creativos.

Según los resultados de la encuesta “The state of AI in 2020” llevada a cabo por McKinsey & Company, se reveló que la mitad de los encuestados afirmaron que sus empresas habían adoptado tecnologías basadas en inteligencia artificial en al menos una función interna (Balakrishnan et al., 2020). Este hallazgo indica un aumento significativo en la incorporación de estas herramientas en diversos sectores, evidenciando la creciente presencia de la inteligencia artificial en la práctica empresarial.

A partir del año 2021, con el lanzamiento de Dall-e, fotógrafos de todo el mundo comenzaron a reflexionar sobre la posible sustitución de su labor por estas nuevas tecnologías. Serxo González (2022) argumenta que la inteligencia artificial podría desempeñar un papel clave en la generación de fotografías, especialmente en ámbitos publicitarios y de redes sociales. Además sugiere que las empresas podrían optar por expertos en inteligencia artificial en lugar de fotógrafos tradicionales, considerando la eficiencia y el menor costo asociado.

En respuesta a esta creciente tendencia, Adobe, una de las principales empresas

en el ámbito de la edición de imágenes, ha incorporado nuevas herramientas en la versión beta de Photoshop. Estas incluyen funciones de relleno generativo, mejora del reconocimiento de sujetos y objetos, así como la construcción de facciones, destinadas a mantener la relevancia en un mercado impulsado por la inteligencia artificial.

A pesar de que Photoshop es un programa de pago, la demanda de herramientas accesibles ha llevado al desarrollo de alternativas basadas en inteligencia artificial. Leonardo Ai, por ejemplo, ofrece servicios de relleno generativo para imágenes con opciones tanto gratuitas como de pago. Magic Studio, por otro lado, proporciona una variedad de herramientas para la edición de imágenes, incluyendo la eliminación de fondos, la supresión de objetos y mejoras en la calidad de la imagen. Por último, ClipDrop destaca por su capacidad de cambiar la iluminación mediante inteligencia artificial, mientras que DragGan, aunque en fase Demo, ofrece una potente herramienta para modificar la posición de objetos, así como expresiones y direcciones en imágenes. Estas alternativas reflejan la diversificación del mercado de edición de imágenes impulsada por la inteligencia artificial. Al presentarse toda esta revolución de manera apresurada y nueva existen fotógrafos que desconocen las herramientas que nos ofrece la inteligencia artificial en el campo de la edición de fotografías, entonces dentro de este problema surge la pregunta de ¿cómo el Diseño Gráfico puede ayudar a la difusión y comprensión de las nuevas herramientas de postproducción basadas en inteligencia artificial?.

# 1.2.Estado del Arte



*IMG 2. Proceso de búsqueda de referencias*

El propósito de este capítulo radica en el análisis exhaustivo de los trabajos existentes en el campo de estudio de este proyecto. Mediante esta revisión meticulosa, se pretende alcanzar una comprensión profunda del estado de conocimiento actual en el área, con el fin de identificar áreas específicas donde este proyecto pueda realizar contribuciones originales y significativas. Al explorar críticamente la literatura existente, se busca no solo consolidar nuestro entendimiento del panorama actual, sino también discernir las brechas y oportunidades que guiarán la investigación hacia nuevas perspectivas y descubrimientos. Este análisis riguroso servirá como fundamento para la formulación de hipótesis y la toma de decisiones metodológicas durante el desarrollo de esta investigación.



# 1.2.1. Estudio de la inteligencia artificial en campañas publicitarias en Guayaquil/ Ecuador

Jose Alejandro Castro Araujo

El estudio de Jose Castro Araujo se centró en la importancia de la inteligencia artificial (IA) en las agencias publicitarias de Guayaquil, Ecuador. Se utilizó una metodología cualitativa, cuantitativa, descriptiva y de campo, que incluyó encuestas y entrevistas a expertos en IA y profesionales del medio publicitario. El objetivo fue investigar cómo la IA puede mejorar la eficiencia de los procesos publicitarios, evaluar sus beneficios y proponer recomendaciones para su implementación en campañas publicitarias digitales.

Las encuestas se enfocaron en la eficiencia de los procesos actuales y la accesibilidad de las herramientas de pauta digital, mientras que las entrevistas exploraron la contribución de la IA en la eficiencia de los procesos publicitarios, su aporte en la creación de imágenes realistas y las sugerencias para su incorporación en las campañas publicitarias digitales. En resumen, el estudio buscó obtener una visión integral de la percepción y el uso de la IA en el contexto publicitario de Guayaquil, con el fin de proponer recomendaciones para

su implementación exitosa en campañas publicitarias digitales.

El estudio de Castro Araujo proporciona un marco metodológico y de análisis relevante para comprender la implementación de la inteligencia artificial en contextos publicitarios locales. Su enfoque cualitativo y cuantitativo puede inspirar la investigación sobre herramientas de IA para la edición fotográfica, facilitando la comprensión y difusión de estas tecnologías en tu tesis audiovisual.

## 1.2.2.IAs y Diseño Gráfico: nuevas posibilidades de comunicación visual

Valeria del Rosario Vega Avila

El artículo investiga cómo la inteligencia artificial (IA) afecta el diseño gráfico, centrándose en herramientas como DALL-E y GauGAN, capaces de generar imágenes a partir de texto y bocetos simples. Se analiza el funcionamiento de estas herramientas y su potencial para transformar el proceso creativo en el diseño gráfico. El propósito es informar a los lectores sobre las capacidades emergentes de la IA en el diseño gráfico y sus implicaciones para los diseñadores. Se reflexiona sobre el papel de los diseñadores en un entorno donde la IA es cada vez más relevante, explorando implicaciones éticas, filosóficas y profesionales. El alcance de la investigación abarca desde la descripción de las herramientas de IA hasta la reflexión sobre su impacto en la industria del diseño.

La inteligencia artificial tiene el potencial de transformar el proceso creativo en el diseño gráfico, pero no reemplazará completamente a los diseñadores. La IA puede ser una herramienta útil para agilizar ciertos aspectos del proceso creativo, pero los diseñadores seguirán siendo esenciales para la toma de decisiones creativas y la supervisión del trabajo de la IA.

El artículo de Vega Avila explora el impacto de la inteligencia artificial en el diseño gráfico, destacando herramientas como DALL-E y GauGAN. Ofrece perspectivas sobre cómo la IA puede transformar el proceso creativo y reflexiona sobre el papel de los diseñadores en este nuevo contexto. Su investigación informa sobre las capacidades emergentes de la IA en el diseño gráfico y sus implicaciones éticas y profesionales, proporcionando un marco valioso para tu tesis sobre herramientas de IA en la edición fotográfica.

## 1.2.3. Diseño y desarrollo de identidad de marca y contenidos digitales para un sitio web con herramientas de inteligencia artificial

Amate Bonachera, Agustín Bordes Arnal

El proyecto se enfocó en el diseño y desarrollo de la identidad de marca y contenidos digitales para Pluton UPV, utilizando herramientas de inteligencia artificial para la generación automatizada de contenidos. Se llevó a cabo a través de una metodología centrada en el usuario, que incluyó la evaluación de diversas herramientas de IA, como el modelo de lenguaje GPT-2 de OpenAI y el software Canva. El propósito principal fue crear una identidad de marca sólida y un sitio web con contenidos multimedia e interactivos que se ajusten a los objetivos de marketing establecidos.

El alcance del proyecto abarcó la creación de una identidad de marca coherente, el desarrollo de un sitio web atractivo y la implementación de estrategias para aumentar la visibilidad y el alcance de Pluton UPV en las redes sociales. En resumen, el proyecto logró satisfactoriamente sus objetivos, sentando las bases para futuras investigaciones en el campo de la generación automatizada de contenidos.

El proyecto de Bonachera y Bordes Arnal demostró cómo utilizar herramientas de inteligencia artificial para diseñar y desarrollar una identidad de marca y contenidos digitales para Pluton UPV. Su enfoque metodológico centrado en el usuario y la evaluación de diversas herramientas de IA proporciona un modelo para futuras investigaciones en la generación automatizada de contenidos. Su éxito en la creación de una identidad de marca coherente y un sitio web atractivo establece un precedente valioso para la implementación de estrategias de marketing innovadoras basadas en IA.

## 1.2.4. Fotografía conceptual aplicada a productos editoriales

Germán Alejandro Chicaiza Villavicencio

En el trabajo de titulación de Germán Alejandro Chicaiza Villavicencio se llevó a cabo una investigación exhaustiva sobre la aplicación de la fotografía conceptual en productos editoriales, centrándose específicamente en el Diario La Prensa de la ciudad de Riobamba. Se realizaron entrevistas estructuradas a profesionales en el área de fotografía y editorial, como el gerente encargado del Diario La Prensa, un diseñador gráfico y fotógrafo, y una fotógrafa de la misma editorial. Además, se utilizó el método de investigación fotográfica, la observación e interpretación de ejemplares impresos, y la formulación de preguntas específicas para recopilar información relevante. El objetivo principal fue analizar la incidencia de la adaptación de fotografías conceptuales a los contenidos de productos editoriales para atraer el interés del público lector. El alcance de este trabajo incluyó la propuesta de imágenes para la portada del Diario La Prensa, con el fin de mantener la dirección del ejemplar y adaptarse a la situación sanitaria, esperando

una respuesta positiva del público lector.

El trabajo de Chicaiza Villavicencio investigó la aplicación de la fotografía conceptual en productos editoriales, con énfasis en el Diario La Prensa de Riobamba. Mediante entrevistas y métodos de investigación fotográfica, analizó cómo estas imágenes influyen en el interés del público lector. Su propuesta de imágenes para la portada buscó mantener la relevancia del diario y adaptarse a la situación sanitaria, con la expectativa de una respuesta positiva de los lectores. Este estudio proporciona una perspectiva valiosa sobre el uso estratégico de la fotografía conceptual en el ámbito editorial.

## 1.2.5.Artes mediales e inteligencia artificial: la crisis de la ética y la precariedad laboral en el campo artístico-digital

Diego Bernaschina

El artículo habla sobre cómo la inteligencia artificial afecta al arte digital y a la ética y el trabajo en este campo. Se habla de cómo se puede crear contenido multimedia con la ayuda de la inteligencia artificial, cómo proteger los derechos de autor y cómo regular el uso de la inteligencia artificial en el arte. El objetivo principal es analizar cómo la inteligencia artificial afecta a la producción artística y proponer medidas para mejorar las condiciones laborales y garantizar la ética en la creación artística. El estudio abarca desde la teoría sobre cómo la inteligencia artificial se integra en el arte hasta la presentación de propuestas concretas para regular su uso. El objetivo es fomentar un debate informado y reflexionar sobre el futuro del arte digital en el contexto de la inteligencia artificial.

El artículo de Bernaschina examina el impacto de la inteligencia artificial en el arte digital, destacando preocupaciones éticas y laborales. Propone medidas para proteger los derechos de autor y regular el uso de IA en el arte,

buscando mejorar las condiciones laborales y garantizar la ética en la creación artística. Desde la teoría hasta propuestas concretas, el estudio promueve un debate informado sobre el futuro del arte digital en la era de la inteligencia artificial, ofreciendo una perspectiva valiosa para la comunidad artística y tecnológica.

## 1.2.6.Divulgación y representación de contenidos audiovisuales científicos en la red social TikTokeditoriales

Gallardo-Camacho, Jorge; Melendo Rodríguez-Carmona, Laura; Presol-Herrero, África

El artículo investiga cómo la inteligencia artificial (IA) afecta el diseño gráfico, centrándose en herramientas como DALL-E y GauGAN, capaces de generar imágenes a partir de texto y bocetos simples. Se analiza el funcionamiento de estas herramientas y su potencial para transformar el proceso creativo en el diseño gráfico. El propósito es informar a los lectores sobre las capacidades emergentes de la IA en el diseño gráfico y sus implicaciones para los diseñadores. Se reflexiona sobre el papel de los diseñadores en un entorno donde la IA es cada vez más relevante, explorando implicaciones éticas, filosóficas y profesionales. El alcance de la investigación abarca desde la descripción de las herramientas de IA hasta la reflexión sobre su impacto en la industria del diseño.

La inteligencia artificial tiene el potencial de transformar el proceso creativo en

el diseño gráfico, pero no reemplazará completamente a los diseñadores. La IA puede ser una herramienta útil para agilizar ciertos aspectos del proceso creativo, pero los diseñadores seguirán siendo esenciales para la toma de decisiones creativas y la supervisión del trabajo de la IA.

El artículo de Vega Avila explora el impacto de la inteligencia artificial en el diseño gráfico, destacando herramientas como DALL-E y GauGAN. Ofrece perspectivas sobre cómo la IA puede transformar el proceso creativo y reflexiona sobre el papel de los diseñadores en este nuevo contexto. Su investigación informa sobre las capacidades emergentes de la IA en el diseño gráfico y sus implicaciones éticas y profesionales, proporcionando un marco valioso para tu tesis sobre herramientas de IA en la edición fotográfica.

# 1.3.Marco Teórico

El marco teórico de este proyecto se construye sobre fundamentos sólidos que abordan aspectos clave en la integración de inteligencia artificial (IA) en la fotografía y la producción audiovisual. Desde las definiciones de la IA según McCarthy y Florez, hasta la percepción del fotógrafo científico Luis Monje sobre su impacto en el campo fotográfico, se destaca una evolución significativa en la práctica profesional. La postproducción y el diseño audiovisual emergen como elementos esenciales para potenciar la creatividad y la calidad técnica en la producción de contenidos visuales, mientras que la difusión de contenidos y la imagen corporativa se posicionan como pilares para comunicar efectivamente las nuevas herramientas y garantizar la coherencia visual con los valores de la organización. Este marco teórico proporciona un contexto sólido para abordar los desafíos y oportunidades que surgen en la convergencia entre IA y producción visual.



*IMG 3. Libros amontonados*

# 1.3.1. Inteligencia artificial

John McCarthy (2007) define a la Inteligencia artificial (IA) como “la ciencia y la ingeniería de hacer máquinas inteligentes, especialmente programas de computadora inteligentes”, esta definición nos permite pensar a la inteligencia artificial como un campo de múltiples teorías. Para Florez (2020) La IA se puede considerar como un actor dominante dentro de las principales tendencias tecnológicas digitales que dan forma a nuestra economía y sociedad global actual (p8.).

Aunque la IA ha tenido un desarrollo durante esta última década, en el mundo de la fotografía no tuvo mayor impacto hasta la salida de Dall-e y la generación de imágenes desde prompts en 2021. A partir de ese punto estas nuevas tecnologías han entrado en el campo de la fotografía apurando al fotógrafo ha un adaptación rápida según Luis Monje (2023), fotógrafo científico de la Universidad de Alcalá, quien dice que las nuevas herramientas de inteligencia artificial suponen “La tercera revolución de la fotografía”. (...) Lo están cambiando todo por completo, y van a terminar con una parte de la profesión, excepto aquellos que sepan adaptarse o buscar especialidades en las que la inteligencia artificial todavía no tiene mucho que decir, como es el caso de la fotografía científica”.

La integración de la inteligencia artificial en la fotografía ha desencadenado una revolución significativa en la profesión. Tecnologías como DALL-E han transformado la creatividad visual y plantean desafíos a los fotógrafos tradicionales. Según el fotógrafo científico Luis Monje (2023), estamos presenciando la “tercera revolución de la fotografía”, donde la adaptabilidad se vuelve crucial. La advertencia de que ciertos aspectos de la profesión podrían desaparecer subraya la necesidad de explorar especialidades aún no influenciadas por la IA, como la fotografía científica. En resumen, la inteligencia artificial redefine la naturaleza de la fotografía, exigiendo a los profesionales una rápida adaptación y la advertencia de que ciertos aspectos de la profesión podrían desaparecer subraya la necesidad de explorar especialidades aún no influenciadas por la IA, como la fotografía científica. En resumen, la inteligencia artificial redefine la naturaleza de la fotografía, exigiendo a los profesionales una rápida adaptación y la identificación de áreas resistentes a estos cambios para garantizar la relevancia y la supervivencia en un paisaje en constante evolución.



# 1.3.2. Postproducción

Según Agustín Rubio (2006), la postproducción, también conocida como “post” en la jerga de la industria cinematográfica estadounidense, ha reemplazado gradualmente al tradicional montaje en las últimas décadas. La postproducción se refiere a la fase final del proceso de construcción de una producción, donde se integran diversos elementos en un único soporte.

La postproducción se refiere a una expresión técnica utilizada en la industria audiovisual abarcando una serie de procesos aplicados a material grabado. Estos procesos incluyen el montaje, la integración de otras fuentes visuales o auditivas, la adición de subtítulos, las grabaciones de voz en off y la implementación de efectos especiales. En el contexto de actividades asociadas con servicios y el reciclaje, la postproducción se clasifica en el sector terciario, en contraste con los sectores industrial o agrícola (Bourriaud, 2007).

Bajo estos dos conceptos podemos argumentar que la Postproducción en fotografías son una ayuda a la mejora de las imágenes tanto en manera técnica con la exposición y colores o calidad de composición o de imagen agregando texturas o nuevos elementos. El proceso de edición se vuelve indispensable cuando hablamos de producciones publicitarias, con el

podemos agregar o quitar elementos, los cuales apoyan el concepto que se trabaja, o tal vez situaciones menos complejas, como mejorar colores, texturas o la iluminación de la fotografía.

Las nuevas tecnologías de postproducción basadas en inteligencia artificial serán indispensables para la mejora del proceso de edición. Viendo a la postproducción como un proceso prácticamente indispensable dentro de la producción fotográfica, las IAs entran en un rol importante para mejorar las herramientas de edición. Gracias a los avances de la inteligencia artificial, los fotógrafos pueden mejorar la calidad de sus composiciones, mejorar la exposición e iluminación en general, incluso la posibilidad de generar objetos en la fotografía para así facilitar el montaje de los mismos.

# 1.3.3. Diseño Audiovisual

Desde su definición literal y acepción más amplia abarca todo lo concerniente a la planificación y construcción formal de productos audiovisuales (Bohórquez, 2011. p 156.), Si partimos de este concepto podemos entender al diseño audiovisual como una construcción de productos audiovisuales que produzcan sentimientos. Sea humor, terror, compasión u otros sentimientos, alcanzar con éxito su objetivo requiere del diseño de unos procesos constructivos que impliquen tanto múltiples elementos como son tema, argumento, diálogos, tratamiento visual o sonoro (Alaminos 2020. p 119.)

El diseño audiovisual genera diálogos, guiones y elementos que mejoran la comunicación de los videos, este concepto se puede entender desde un proceso hasta el producto final. Con esta rama del diseño se puede transmitir mensajes de una manera sólida y crear productos audiovisuales que lleguen a generar sentimientos, los cuales sirven para mejorar la pregnancia de lo dicho en el diseño.

Para el proyecto es importante transmitir de manera clara las nuevas herramientas de IA, el diseño audiovisual será una ayuda importante para el desarrollo de guiones y

la producción del producto audiovisual. Los conceptos que maneja el diseño audiovisual sirven para la construcción de un producto final que cumpla con el objetivo de difundir y explicar las nuevas herramientas de postproducción basadas en IA, es primordial la construcción de un guión interesante y nutrir al video con elementos que serán clave para que este no se vuelva monótono.

# 1.3.4. Difusión de contenidos

La difusión del conocimiento científico es una responsabilidad de todo aquel que investiga, porque contribuye a la democratización del conocimiento, realimentando las desigualdades preexistentes o comunicando resultados a la comunidad formada por los especialistas en la materia (Victoria Espinoza, 2010) . La difusión y comunicación de los hallazgos científicos desempeñan un papel fundamental en garantizar la amplia y diversa llegada de los resultados de la investigación científica (Jiménez Rolland y Gensollen, 2022). (...) a su vez, la divulgación científica contribuye al incremento del entendimiento público en torno a la ciencia y estimula el interés hacia la investigación (Campos, 2022). Las redes sociales se han convertido en un canal de difusión (Losada-Díaz et al., 2021).

La Difusión de Contenidos Científicos se configura como el proceso fundamental mediante el cual se comparten y comunican de manera extensiva los hallazgos y resultados derivados de la investigación científica. Su objetivo primordial reside en asegurar la accesibilidad y diversidad en la divulgación, a la par que aspira a elevar la comprensión pública de la ciencia, estimulando así el interés general por la investigación. En el contexto contemporáneo, las plataformas de redes sociales han emergido como un medio

destacado para llevar a cabo esta difusión, constituyendo un canal efectivo para amplificar el valor transmedia de la información científica.

La efectiva difusión de contenidos, clave en mi investigación, se posiciona como un elemento fundamental para abordar la problemática planteada. En este contexto, la accesibilidad de la información emerge como un componente crítico. Las redes sociales, identificadas como un canal de difusión destacado, ofrecen un potencial significativo para optimizar la distribución de los contenidos científicos. Dedicar esfuerzos a una red social específica se presenta como una estrategia promisoría, ya que no solo amplía la audiencia, sino que también maximiza la visibilidad y el impacto de los contenidos divulgados. Esta decisión estratégica, respaldada por un análisis preciso de la audiencia y las características de la plataforma seleccionada, puede contribuir de manera sustancial al logro de los objetivos de la investigación.

# 1.3.5. Imagen Corporativa

Juan Carlos Gutiérrez (2014) define la imagen corporativa como el conjunto de percepciones afectivas y racionales que las personas asocian a una empresa, resultantes de sus experiencias, creencias, actitudes y sentimientos. El entorno influye en esta imagen al configurar una situación social y de mercado específica (p. 4).

La imagen corporativa, como carta de presentación visual para el público, es un elemento crucial que comunica los valores y ofrece una primera impresión de la empresa. Su importancia radica en la capacidad de facilitar la rápida identificación de la entidad. En su construcción, se deben tener en cuenta no solo los valores internos de la empresa, sino también el entorno circundante. Esta consideración contextual permite una propuesta más adecuada, reconociendo las diferencias inherentes a la creación de la imagen corporativa para una panadería local en comparación con un banco multinacional.

La imagen corporativa se presenta como eje central para la concepción visual de los videos, influyendo en elementos como fotografías y la paleta cromática. Estas propuestas visuales, alineadas con los principios de la imagen corporativa,

conferirá coherencia estética y reflejarán los valores de la organización en el ámbito videográfico. Este enfoque justifica la creación de una entidad gráfica cohesiva, esencial para la producción audiovisual y la coherencia conceptual del material presentado.

# 1.4. Análisis de Homólogos

El análisis de homólogos en este proyecto se centra en la exploración de youtubers que desempeñan un papel fundamental en la difusión de técnicas y temas de fotografía. Estos creadores de contenido representan una fuente invaluable de conocimiento práctico y teórico para fotógrafos aficionados y profesionales por igual. A través de sus canales, ofrecen tutoriales, consejos y críticas que abarcan desde los fundamentos de la composición hasta las últimas tendencias en edición fotográfica. Este capítulo examina la influencia y el impacto de estos youtubers en la comunidad fotográfica, así como las estrategias utilizadas para comunicar eficazmente la información y fomentar el desarrollo de habilidades en el ámbito de la fotografía.



# 1.4.1. Photolari

## Análisis formal

### Composición visual

**Encuadre y composición:** En Photolari se utilizan una mezcla de planos estáticos y planos en movimiento, esto agrega dinamismo al video y ayuda muchas veces a la comprensión de su contenido.

**Color y tonalidad:** No se tiene una gama específica para el tema de iluminación dentro del video, pero por lo general se utiliza luz blanca para iluminar a los personajes principales y una luz de un color que según el contexto, separe el personaje del fondo.

**Estilo visual:** Aunque su difusión de contenido no destaca por ser particularmente creativa o logran atraer con una mezcla de formalidad pero manteniendo un tono humorístico, esto se refleja en algunos planos que usan dentro del video.



IMG 5. Fotografía extraída de un video de Photolari.



IMG 6. Fotografía extraída de un video de Photolari.

## Narrativa

**Transiciones:** Photolari no utiliza transiciones complejas pero se pueden destacar fundidos y deslizamientos, estos últimos generalmente lo usan para cambiar a planos más prácticos, esto para recalcar el dinamismo de estos.

**Símbolos y metáforas:** Al momento de presentar una tecnología nueva se la presenta como un personaje, esto ayuda al entendimiento de las capacidades de la misma.

**Punto de vista:** Todo el contenido que realizan las personas a cargo de photolari se presenta de una manera objetiva, esto debido a que suelen comentar especificaciones técnicas. No tienen preferencias con marcas y aunque muchas de estas prestan sus equipos para que hablen de ellas, en Photolari procuran ser objetivos, hablando de lo bueno y malo.

## Análisis tecnológico

### Calidad técnica

**Resolución:** Se trata de siempre mantener la mayor calidad que se puede, esto para que el producto al comentarlo se muestre de la mejor manera posible.

**Calidad de sonido:** Los efectos de sonido y la calidad de la voz es muy íntegra, esto ayuda a la comprensión de lo que se está hablando.

**Edición:** Aunque no se vea una edición muy creativa, se usa una corrección de color que ayuda a identificar la calidad de producto.



IMG 7. Fotografía extraída de un video de Photolari.

## Herramientas tecnológicas usadas

**Herramientas de grabado:** Se usan cámaras que cumplen con un mínimo de resolución de 1080p y un micrófono que ayude a que la voz sea nítida.

**Iluminación:** Utilizan un esquema de iluminación que se basa en una luz directa con un difusor, una luz de relleno para que las sombras no sean tan fuertes y por último una luz que ilumine el fondo para que la toma quede perfectamente iluminada.

## Análisis funcional

### Mensaje y propósito

**Tema central:** El tema central sería la difusión de nuevas tecnologías en el campo de la fotografía. En ocasiones siendo una cámara el tema central, hasta llegar a nuevos programas de edición.

**Público objetivo:** La mayoría de personas que consumen photolari son interesados en la fotografía, pueden ser fotógrafos con años de experiencia o simplemente personas que quisieran adquirir su nueva cámara y necesitan una guía. Está dedicado a personas de 15 años para arriba y de cualquier país hispanohablante.

**Intención del creador:** Su intención es clara, difundir las nuevas tecnologías de la fotografía al mayor público posible, esto para generar una comunidad que les sea fiel al momento de querer conocimiento de fotografía.

### Estructura narrativa

**Inicio, desarrollo y conclusión:** En sus videos ellos utilizan una estructura básica en donde presentan el producto con el cual van a hablar, acompañado de un breve contexto, después se desarrollan las especificaciones del producto y lo ponen a prueba y por último realizan una conclusión en general.

En conclusión, Photolari emerge como un referente destacado para el proyecto, destacándose como uno de los principales canales de fotografía en lengua española. Su permanencia y relevancia se atribuyen a la habilidad para equilibrar guiones lúdicos sin comprometer la seriedad inherente a los temas tratados. La combinación experta de tecnicismos con un carisma distintivo confiere a sus videos una accesibilidad y atractivo, evitando generar tedio en la audiencia. La influencia de Photolari se revela, por tanto, como un modelo a seguir en la creación de contenido fotográfico en el ámbito hispanohablante.



IMG 8. Fotografía extraída de un vídeo de Photolari.



# 1.4.2.RBG ESCUELA

## Análisis formal

### Composición visual

**Encuadre y composición:** Se utilizan planos estáticos que demuestran la formalidad del canal, esta formalidad se alivia un poco con el guión.

**Color y tonalidad:** Se mantiene una gama de luces entre cálidas y azules, usadas para iluminar al sujeto y el fondo respectivamente, esto le da más identidad al video y se apega mucho a la marca del canal.

**Estilo visual:** Se usa un estilo visual muy dinámico, con efectos de zoom, efectos de audio y transiciones que ayudan a que este producto aunque formal se muestra interesante y dinámico.



*IMG 9. Fotografía extraída de un video de RBG ESCUELA.*



IMG 10. Fotografía extraída de un video de RBG ESCUELA.

## Narrativa

**Transiciones:** Utiliza transiciones de zoom, efectos de fundido y algunos deslizamientos, estos efectos hacen que la dinámica del video se haga mucho más atractiva

**Símbolos y metáforas:** ASe usan metáforas para presentar las herramientas de edición y también para presentar algunas tecnologías.

**Punto de vista:** Ruben maneja su canal bajo un punto de vista objetivo, siempre con la meta de enseñar algo a sus seguidores.

## Análisis tecnológico

### Calidad técnica

**Resolución:** Se trata de siempre mantener la mayor calidad que se puede, esto para que el producto o técnica al comentar se muestre de la mejor manera posible.

**Calidad de sonido:** Los efectos de sonido y la calidad de la voz es muy íntegra, esto ayuda a la comprensión de lo que se está hablando.

**Edición:** La edición de video es algo que siempre se luce en este canal, utilizando efectos, una colorización impecable y transiciones adecuadas para el tipo de video.



IMG 11. Fotografía de herramientas fotográficas.



## Herramientas tecnológicas usadas

**Herramientas de grabado:** Se usan cámaras que cumplen con un mínimo de resolución de 1080p y un micrófono que ayude a que la voz sea nítida.

**Iluminación:** Utilizan un esquema de iluminación que se basa en una luz directa con un difusor, una luz de relleno para que las sombras no sean tan fuertes y por último una luz que ilumine el fondo para que la toma quede perfectamente iluminada.

## Análisis funcional

### Mensaje y propósito

**Tema central:** El tema central sería la difusión de nuevas tecnologías en el campo de la fotografía. En ocasiones siendo una cámara el tema central, hasta llegar a nuevos programas de edición.

**Público objetivo:** La mayoría de personas que consumen photolari son interesados en la fotografía, pueden ser fotógrafos con años de experiencia o simplemente personas que quisieran adquirir su nueva cámara y necesitan una guía. Está dedicado a personas de 15 años para arriba y de cualquier país hispanohablante.

**Intención del creador:** Su intención es clara, difundir las nuevas tecnologías de la fotografía al mayor público posible, esto para generar una comunidad que les sea fiel al momento de querer conocimiento de fotografía.

### Estructura narrativa

**Inicio, desarrollo y conclusión:** En sus videos ellos utilizan una estructura básica en donde presentan el producto con el cual van a hablar, acompañado de un breve contexto, después se desarrollan las especificaciones del producto y lo ponen a prueba y por último realizan una conclusión en general.

RBG Escuela se presenta como una referencia clave para el proyecto, combinando formalidad y dinamismo en sus videos sobre videografía. Su enfoque en la enseñanza de nuevas tecnologías y técnicas audiovisuales, respaldado por una alta calidad técnica y una narrativa visual atractiva, ofrece valiosas lecciones. La consistencia en el uso de luces y colores, así como la atención meticulosa a la edición, se traducen en un modelo a seguir para mantener estándares elevados en la producción de contenido. En resumen, RBG Escuela puede proporcionar valiosos insights para la planificación y ejecución efectiva de mi proyecto.

# 1.4.3. Aura Prods

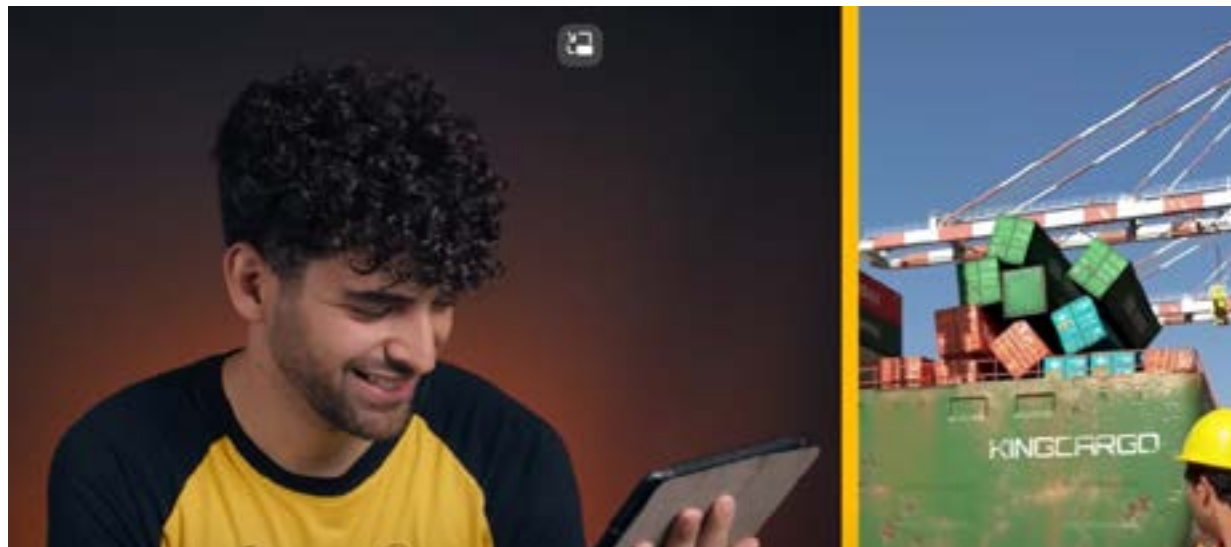
## Análisis formal

### Composición visual

**Encuadre y composición:** Aura Prods usa encuadres basados en la ley de los tercios para cuando se comenta o se explica efectos, aunque también predomina el básico sujeto al centro.

**Color y tonalidad:** Cuando hablamos de logotipo utiliza dos colores, uno amarillo con código de color #FFC100 y un blanco con código de color #FFFFFF los cuales están presentes en las miniaturas de los videos. Entrando en el contenido audiovisual, la paleta cromática está presente en pequeños elementos gráficos usados y la iluminación suele hacer referencia a esta .

**Estilo visual:** Se logran unos increíbles contrastes con el fondo, y su edición hace que el contenido mostrado sea dinámico y entretenido para los usuarios.





IMG 14. Fotografía extraída de un video de Aura Prods.

## Narrativa

**Transiciones:** Utiliza transiciones de zoom, efectos de fundido y algunos deslizamientos, estos efectos hacen que la dinámica del video se haga mucho más atractiva

**Símbolos y metáforas:** ASe usan metáforas para presentar las herramientas de edición y también para presentar algunas tecnologías.

**Punto de vista:** Ruben maneja su canal bajo un punto de vista objetivo, siempre con la meta de enseñar algo a sus seguidores.

## Análisis tecnológico

### Calidad técnica

**Resolución:** Se trata de siempre mantener la mayor calidad que se puede, esto para que el producto o técnica al comentar se muestre de la mejor manera posible.

**Calidad de sonido:** Los efectos de sonido y la calidad de la voz es muy íntegra, esto ayuda a la comprensión de lo que se está hablando.

**Edición:** La edición de video es algo que siempre se luce en este canal, utilizando efectos, una colorización impecable y transiciones adecuadas para el tipo de video.



IMG 15. Fotografía extraída de un video de Aura Prods.

## Herramientas tecnológicas usadas

**Herramientas de grabado:** Se usan cámaras que cumplen con un mínimo de resolución de 1080p y un micrófono que ayude a que la voz sea nítida.

**Iluminación:** Utilizan un esquema de iluminación que se basa en una luz directa con un difusor, una luz de relleno para que las sombras no sean tan fuertes y por último una luz que ilumine el fondo para que la toma quede perfectamente iluminada.

## Análisis funcional

### Mensaje y propósito

**Tema central:** El tema de sus videos es la edición y los nuevos efectos que se descubren en redes sociales.

**Público objetivo:** La gente que suele consumir este canal es gente interesada por las nuevas tendencias de edición de video y que le gusta aprender técnicas nuevas para mejorar la calidad de sus productos audiovisuales.

**Intención del creador:** La intención está en visibilizar las nuevas técnicas de edición de fotografía.

### Estructura narrativa

**Inicio, desarrollo y conclusión:** Los videos suelen iniciar con una breve descripción de lo que vamos a ver y se comienza a explicar o analizar las técnicas o efectos para al final de una pequeña conclusión.

Aura Prods se destaca como una referencia clave para el proyecto, combinando encuadres bien pensados y una composición visual atractiva. Su uso consistente de colores distintivos y una iluminación adecuada crea una identidad visual coherente. La edición dinámica y entretenida, junto con transiciones suaves, mejora la experiencia del usuario. Su enfoque pedagógico en nuevas técnicas y efectos de edición, dirigido a un público interesado en tendencias audiovisuales, lo convierte en un modelo a seguir. En resumen, Aura Prods proporciona valiosos insights para la planificación y ejecución efectiva de mi proyecto.



IMG 16. Fotografía extraída de un video de Aura Prods.

# 1.5. Investigación de campo

La investigación de campo realizada a través de entrevistas a Julian Sarubbi y Oscar Vintimilla proporciona valiosas perspectivas sobre la producción y difusión de contenido en redes sociales, tanto en el ámbito deportivo como en el audiovisual. Estos testimonios revelan estrategias y prácticas clave utilizadas por profesionales exitosos para adaptar y optimizar contenido para diferentes plataformas digitales. Desde el proceso de creación hasta la elección de herramientas de edición y la consideración de audiencias específicas, estas entrevistas ofrecen una visión detallada de los desafíos y oportunidades en la difusión de contenido en el entorno digital actual. Este análisis de campo enriquece nuestra comprensión de las dinámicas y tendencias emergentes en la producción de contenido para redes sociales, proporcionando una base sólida para la exploración y el análisis en profundidad en este ámbito.



IMG 16. Imágen de un saludo

# 1.5.1. Julian Sarubbi

## Entrevista

Julian Sarubbi, periodista deportivo y uno de los tres creadores del canal de difusión deportiva "Punto Fútbol", ha logrado obtener una cantidad considerable de seguidores a pesar de que el canal es relativamente nuevo, con un inicio hace 1 año y 7 meses. La presencia de este canal en redes sociales como TikTok, Instagram, Youtube y Facebook ha acumulado más de 500 mil seguidores. Durante una entrevista, se exploró el proceso de adaptación de los videos para cada plataforma, a lo que Julian explicó que el proceso no era complicado. Consistía en crear cápsulas de video con las partes más destacadas o atractivas, de modo que el contenido fuera entretenido y llamativo, adaptándose así a los formatos verticales y cortos característicos de plataformas como TikTok o Instagram. Este proceso requiere un conocimiento básico de herramientas de edición. Julian mencionó que solían trabajar desde sus teléfonos celulares para grabar los videos, aunque también utilizaban computadoras para cuestiones gráficas.

En cuanto a la edición, empleaban el programa Capcut debido a su facilidad de uso, y para los gráficos, preferían utilizar Canva. Se discutió también sobre la importancia de la innovación del producto y la constancia en la publicación de contenido para mantener una presencia sólida en las redes sociales. Julian destacó que suelen publicar cuatro videos al día, lo que contribuye a mejorar su presencia en estas plataformas. Respecto a la generación de ideas para los videos, Julian explicó que no siguen un proceso formal de escritura de guiones, sino que se basan en el contexto de cada video. Las ideas suelen surgir de manera espontánea, pero también



IMG 17. Fotografía de Julian Sarbbi

admitió que están influenciadas por el mercado europeo en ciertos casos. Finalmente, se abordó la preferencia por la plataforma de Youtube para subir los videos, ya que es la que les permite monetizar. Julian mencionó que TikTok o Reels se utilizan para atraer tráfico hacia el canal de Youtube, ya que estas cápsulas sirven como anzuelo para dirigir a la audiencia hacia los videos más largos y completos en esa plataforma.



# 1.5.2.Oscar Vintimilla

## Entrevista

Oscar Vintimilla, un productor audiovisual especializado en narrativa y motion graphics, ofreció perspectivas clave sobre las tendencias actuales en la organización de videos para redes sociales durante una entrevista. Destacó la importancia de considerar el público objetivo y el estilo narrativo deseado al crear contenido para plataformas como YouTube, TikTok y otras. Se enfatizó la necesidad de adaptar el guión y el contenido visual para captar la atención del espectador en entornos donde el tiempo de atención es limitado, como las redes sociales. También nos mencionó la diversidad de estilos y tonos disponibles, desde informativos hasta humorísticos, y subrayó la relevancia de elementos visuales y texto para transmitir mensajes efectivos. Además, se señaló la diferencia en la concepción de guiones para redes sociales, donde el espectador no dedica tiempo específico para ver un video, sino que es capturado mientras navega.

También se discutió la importancia de seguir tendencias en elementos gráficos y palabras clave para aumentar la efectividad del contenido. En cuanto a consejos para adaptar guiones a diferentes medios, nos recomendó comenzar con una idea general y luego regionalizar el contenido según las particularidades de cada plataforma de exposición, priorizando elementos visuales o auditivos según sea necesario.



*IMG 18.Fotografía de Oscar Vintimilla*

# 1.6.Conclusión del

# CAPÍTULO



El primer capítulo de la tesis proporciona una base sólida y completa para comprender el panorama actual en la producción y difusión de contenido en redes sociales. Al integrar elementos teóricos, análisis de homólogos, estado del arte, antecedentes, y una investigación de campo, se obtiene una visión holística y multifacética de este campo en constante evolución. Las conclusiones extraídas de este análisis son fundamentales para informar y orientar el desarrollo y la implementación de estrategias efectivas de contenido en redes sociales en el proyecto. Se destaca la importancia de la innovación, la adaptación, la constancia y la atención al público objetivo como elementos clave para el éxito en este entorno digital altamente competitivo. Además, se reconoce la relevancia de seguir tendencias emergentes y aprovechar las herramientas y tecnologías disponibles para mantener la relevancia y el impacto en las plataformas digitales.

# CAPÍTULO

2

PRO  
GRA  
MA  
CIÓN

# 2.1.Introducción

En este capítulo, se aborda el desarrollo del Brief de marca y los Partidos de diseño para el proyecto en cuestión. El Brief de marca establece los objetivos generales y específicos del proyecto, define el público objetivo, el tono de comunicación, las ventajas competitivas del producto, el ciclo de vida del producto en el mercado, las particularidades del sector, los niveles de producto, las tendencias del mercado, la competencia y el análisis del consumidor. Por otro lado, los Partidos de diseño se centran en aspectos formales, funcionales, tecnológicos y conceptuales del producto. Se definen elementos como el formato del video, la paleta de colores, el estilo, la jerarquía, el sistema gráfico, la tipografía, la función general y específica del video, las consideraciones de uso, la ergonomía visual, la interactividad, los dispositivos y softwares necesarios, el uso de nuevas tecnologías, el tono y guión del video, la definición de contenidos y la hoja de ruta para la producción del video. Estos elementos se combinan para crear una visión clara y detallada de cómo se desarrollará el proyecto y qué se espera lograr con él.



IMG 19.Fotografía de un proceso analítico.

# 2.2. Análisis y definición del usuario

En este capítulo, se presenta un análisis detallado del usuario en el ámbito del diseño gráfico y la fotografía, utilizando metodologías como el perfil de usuario y el mapa de empatía para comprender mejor sus necesidades y expectativas. Se exploran tres perfiles representativos, que incluyen a estudiantes de diferentes niveles educativos y a profesionales del campo. A través de estas metodologías, se identifican las necesidades, desafíos y expectativas comunes en relación con el uso de herramientas de inteligencia artificial para la edición y mejora de imágenes. Estos perfiles destacan la importancia de desarrollar herramientas accesibles y efectivas que satisfagan las demandas específicas de los usuarios en este ámbito creativo y laboral.

# 2.2.1. Persona Design

## Marta Rodríguez

Elena García, una estudiante de la escuela La Asunción, compartió sus experiencias y puntos de vista sobre el uso de imágenes en sus proyectos escolares y presentaciones académicas. Elena considera importante contar con imágenes atractivas y coherentes para mejorar la calidad visual de sus trabajos. Sin embargo, reconoce la dificultad para encontrar este tipo de imágenes en internet y admite su falta de familiaridad con herramientas de inteligencia artificial generativa para fotografías. A pesar de estos desafíos, Elena muestra un claro interés en aprender sobre estas tecnologías para enriquecer sus presentaciones académicas. Su testimonio destaca la necesidad de abordar estas demandas específicas en el entorno educativo y promover la capacitación en nuevas herramientas tecnológicas para mejorar la calidad visual de los proyectos académicos.





FIGURA 1. Persona Desing 1.

## 2.2.2. Mapa de empatía



Marta Rodríguez

### ¿Qué oye?

**Oye:** Conversaciones en la escuela sobre el desafío de encontrar imágenes adecuadas. También escucha sobre talleres o actividades relacionadas con la mejora de habilidades tecnológicas y creativas.

### ¿Qué ves?

**Ve:** Observa a sus compañeros que logran presentaciones visuales impactantes y recibe feedback sobre la importancia de la estética en la presentación de proyectos escolares.

### ¿Qué piensa y siente?

**Piensa:** Se preocupa por la calidad visual de sus proyectos escolares y cómo impactan en sus compañeros y profesores.

**Siente:** Experimenta frustración al no encontrar fácilmente imágenes coherentes en internet y ansía aprender nuevas habilidades tecnológicas para mejorar sus presentaciones.

### ¿Qué dice y hace?

**Dice:** Expresa su interés en aprender sobre herramientas de inteligencia artificial y mejorar sus habilidades en la edición de imágenes.

**Hace:** Investiga en línea, busca recursos educativos y participa activamente en actividades escolares relacionadas con la creatividad y la tecnología.

### ¿Esfuerzos?

**Esfuerzos:** Marta busca proactivamente talleres, cursos o recursos en línea para mejorar sus habilidades visuales.

Colabora con compañeros en proyectos para aprender de sus enfoques creativos.

### ¿Resultados?

**Resultados:** A medida que Marta adquiere nuevas habilidades, mejora la calidad visual de sus proyectos académicos.

Su confianza aumenta y comienza a destacar en la comunidad estudiantil por presentaciones visuales impactantes.

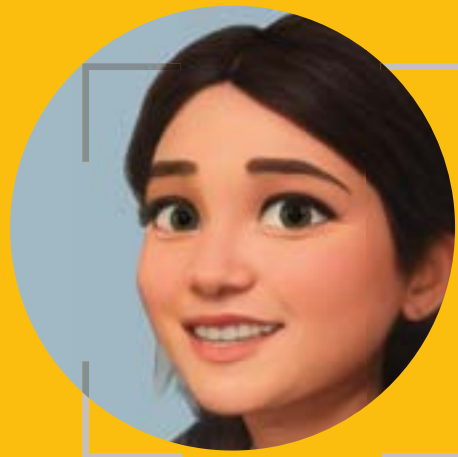


FIGURA 2. Mapa de empatía 1.

# 2.2.3. Persona Design

## Sebastian Atariguana

Es un estudiante de la Universidad del Azuay, matriculado en la carrera de Diseño Gráfico, quien se autodefine como un entusiasta de la fotografía. Su interés por esta disciplina ha surgido a raíz de sus estudios universitarios, ya que presenta la necesidad de crear y editar imágenes que contribuyan a su desempeño académico, facilitando determinados procesos inherentes a su campo de estudio.

Sebastian comparte que, a pesar de poseer conocimientos limitados en el ámbito de la fotografía, al intentar emplear programas basados en inteligencia artificial para la edición de imágenes, no logra obtener los resultados deseados. Esta situación, en ocasiones, genera demoras en sus procesos de trabajo, generando frustración. Aunque cuenta con un entendimiento del lenguaje fotográfico y bases en el tema, manifiesta sentirse desorientado al abordar la edición de imágenes en plataformas como Photoshop o Lightroom.

El estudiante expresa su interés en los avances de la inteligencia artificial que podrían coadyuvar a mejorar la calidad de sus fotografías, otorgándoles un matiz más profesional. Esta narrativa subraya la importancia de explorar y capacitar a los estudiantes de diseño gráfico en las herramientas actuales de edición.





FIGURA 3. Persona Desing 2.

## 2.2.4. Mapa de empatía





FIGURA 4. Mapa de empatía 2.

# 2.2.5. Persona

## Design

### Ana Belén Herrera

Una profesional del diseño gráfico que desempeña el rol de fotógrafa para catálogos empresariales. Ana se encuentra constantemente buscando maneras de mejorar sus habilidades en la edición fotográfica, especialmente en lo que respecta al uso de tecnologías basadas en inteligencia artificial para optimizar los procesos de postproducción y mantenerse al día con las tendencias estéticas en su campo laboral.

A pesar de contar con un conocimiento avanzado en edición fotográfica, Ana reconoce la dificultad de aprovechar plenamente las capacidades que ofrece la inteligencia artificial para mejorar sus creaciones visuales. Esto la lleva a buscar recursos que le permitan profundizar en esta área específica.

Ana menciona que recurre a contenido en línea, como videos en redes sociales, como medio para adquirir conocimientos adicionales. Sin embargo, encuentra que estos recursos a menudo son insuficientes o no cumplen con sus expectativas. Esta situación resalta la importancia de contar con fuentes de información más estructuradas y especializadas en el ámbito académico para abordar de manera más efectiva sus metas profesionales en el uso de tecnologías de edición fotográfica basadas en inteligencia artificial.







FIGURA 5. Persona Desing 3.

## 2.2.4. Mapa de empatía



Ana Belén Herrera

### ¿Qué oye?

*Oye:* Conversaciones en su campo sobre la importancia de la inteligencia artificial en la edición de imágenes y la mejora de procesos de postproducción.

### ¿Qué ves?

*Ve:* Observa a colegas que aplican exitosamente la inteligencia artificial en la edición fotográfica y nota la evolución constante de las tendencias estéticas.

### ¿Qué piensa y siente?

*Piensa:* Busca maneras de optimizar la postproducción en su trabajo y mantenerse actualizada en las tendencias estéticas.

*Siente:* Reconoce la necesidad de comprender completamente las posibilidades de la inteligencia artificial en la edición fotográfica.

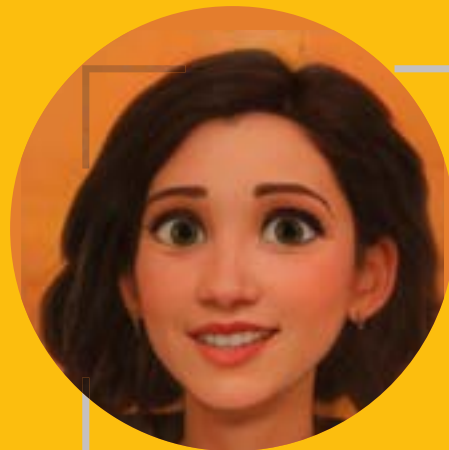
### ¿Qué dice y hace?

*Dice:* Expresa su inquietud por la dificultad de conectar completamente con las posibilidades de la inteligencia artificial.

*Hace:* Busca activamente recursos educativos en línea, pero se siente insatisfecha con la falta de especialización y estructura en la información disponible.

### ¿Esfuerzos?

*Esfuerzos:* Ana Belén busca activamente mejorar sus habilidades explorando recursos en línea y participando en conversaciones profesionales en su campo.



### ¿Resultados?

*Resultados:* A medida que Ana Belén accede a cursos especializados y plataformas educativas más estructuradas, fortalece su conocimiento en la aplicación de inteligencia artificial en la edición fotográfica, optimizando así la postproducción en su trabajo.

FIGURA 6. Mapa de empatía 3.

## 2.3. Brief de marca

Con la ayuda del Brief de marca se pueden determinar cualidades y aclarar ciertos puntos importantes que llega a tener el proyecto, este es el caso del tono, que llega a ser importante para definir cosas del diseño. Aparte en el brief podemos definir públicos y niveles de producto, esto con el afán de llegar a la etapa de ideación con una proyección más clara de lo que se quiere lograr.

# 2.3.1. Objetivos de la marca

## Objetivo General:

Posicionar el canal de YouTube como un destino atractivo y divertido tanto para los entusiastas de la fotografía como para aquellos fotógrafos más experimentados que buscan mantenerse actualizados sobre las nuevas tendencias de edición fotográfica basadas en inteligencia artificial.

## Objetivos Específicos:

Producir contenido visualmente atractivo y fácil de entender que demuestre de manera práctica cómo aprovechar las herramientas de inteligencia artificial en la edición de fotografías, promoviendo la creatividad y la experimentación.

Establecer la marca del canal como una autoridad confiable y accesible en el ámbito de la edición fotográfica con inteligencia artificial, proporcionando información precisa y actualizada que sea útil para fotógrafos de todos los niveles de experiencia.



*IMG 20. Fotografía de lentes fotográficos.*

## 2.3.2. Público objetivo

El público objetivo de la marca es diverso y abarca desde estudiantes de diseño gráfico y fotografía hasta profesionales en el campo. Estos individuos comparten la necesidad de mejorar sus habilidades en la edición fotográfica, especialmente en el uso de herramientas de inteligencia artificial. Buscan recursos educativos accesibles y de calidad que les permitan explorar y dominar estas tecnologías, tanto para sus proyectos académicos como para su desarrollo profesional. La marca debe dirigirse a este público con contenido claro, práctico y atractivo, que satisfaga sus necesidades de aprendizaje y los inspire a utilizar las últimas tendencias en edición fotográfica.

## 2.3.3. Tono de comunicación

Juvenil / profesional

*IMG 21. Fotografía de una persona sorprendida.*

## 2.3.4. Ventajas competitivas del producto (video)

- Contenido detallado y práctico.
- Enfoque dinámico y accesible.
- Relevancia en las últimas tendencias tecnológicas.
- Ofrece soluciones concretas a problemas comunes en la edición fotográfica.

# 2.3.5.Ciclo de vida del producto en el mercado

Dado el constante avance tecnológico y la demanda en el campo de la fotografía y el diseño, se espera que el video mantenga su relevancia a lo largo del tiempo. Sin embargo, es importante seguir actualizando el contenido para adaptarse a las nuevas tendencias y herramientas que surjan en el mercado.



*IMG 22. Fotografía de rollo de película.*



## 2.3.6.Particularidades del sector

Gusto por la fotografía y el diseño demandan tecnología innovadora, el video aborda estas necesidades específicas.

## 2.3.7.Niveles de producto

**Producto central:** video educativo que ayude a comprender las nuevas herramientas de edición de fotografías basadas en IA

**Producto real:** Acceso al vídeo mediante la plataforma Youtube.

**Producto aumentado:** Masificación del video mediante las plataformas TikTok o Instagram (reels).



IMG 23. Fotografía de un controlador de audio.

## 2.3.8.Tendencias del mercado

Las tendencias actuales en el mercado de la fotografía y el diseño incluyen un aumento en la demanda de contenido educativo y práctico sobre herramientas de edición fotográfica avanzadas. El video se alinea con estas tendencias al ofrecer contenido relevante y útil para la audiencia.

## 2.3.9.Competencia

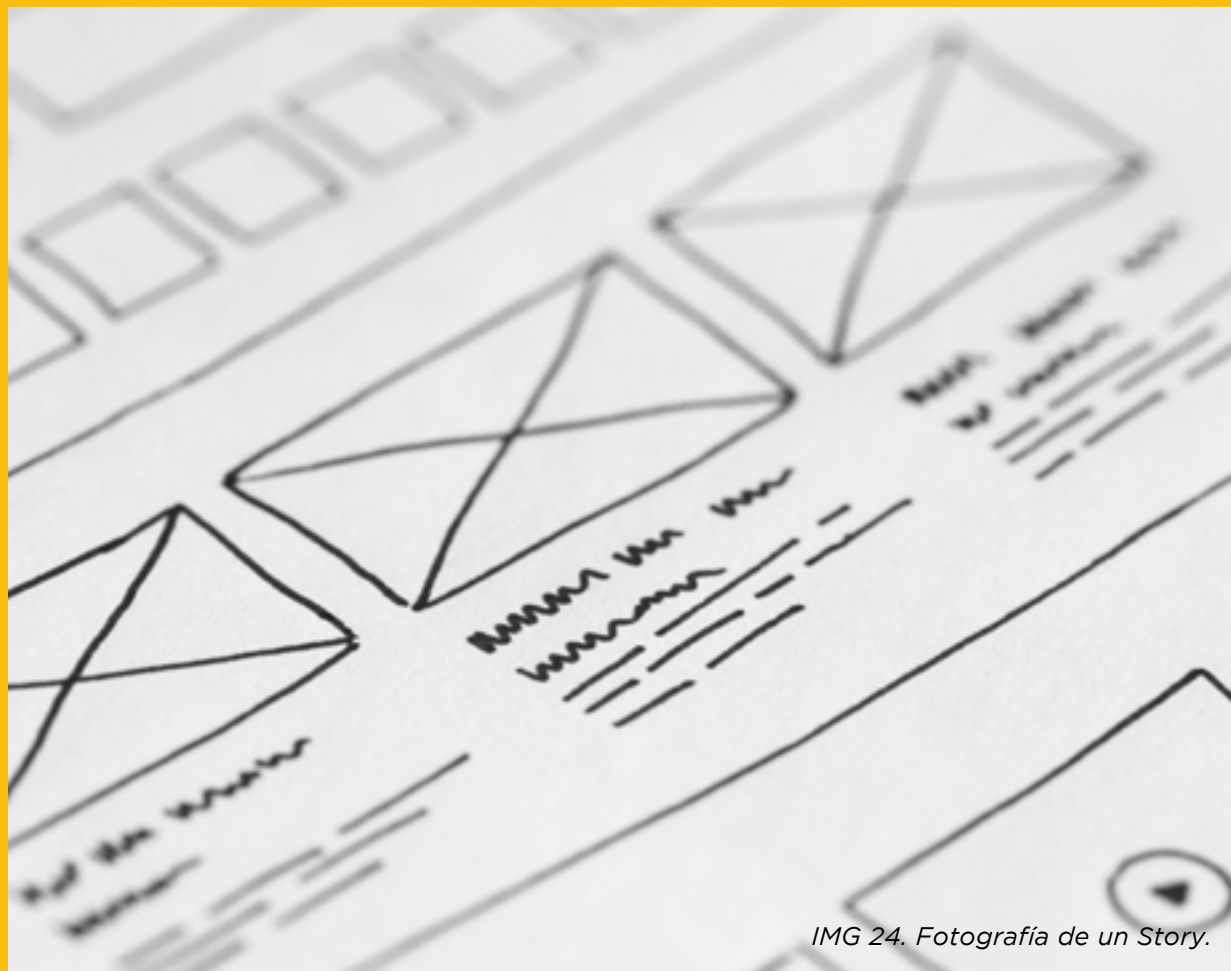
Las tendencias actuales en el mercado de la fotografía y el diseño incluyen un aumento en la demanda de contenido educativo y práctico sobre herramientas de edición fotográfica avanzadas. El video se alinea con estas tendencias al ofrecer contenido relevante y útil para la audiencia.

## 2.3.10.Análisis del consumidor

El consumidor del video es una audiencia diversa que incluye desde estudiantes universitarios hasta profesionales en el campo del diseño y la fotografía. Tienen un interés compartido en mejorar sus habilidades de edición fotográfica y están dispuestos a aprender sobre las últimas tecnologías disponibles. Tienen una actitud positiva hacia el video, buscando contenido informativo y práctico que les ayude a alcanzar sus objetivos creativos y profesionales.

# 2.4.Partidos de diseño

Los partidos de diseño son fundamentales para este proyecto, aquí es donde de forma funcional, formal, tecnológica y conceptual; se comienza a moldear lo que será nuestro producto final. En esta parte del proyecto, aclaramos necesidades y damos respuesta al cómo se llevará a cabo el producto.



IMG 24. Fotografía de un Story.

# 2.4.1. Formal

## FORMATO

Video digital en formato estándar de 16:9 (los videos generados para la plataforma de Tik Tok o Reels serán verticales) con resolución mínima de 1920x1080.



## CROMÁTICA

La paleta de colores debe seguir los colores de la imagen de la marca.



## ESTILO

Estilo seguirá el sistema de la marca.



## JERARQUÍA

Destacar la información clave de manera clara y concisa, utilizando técnicas de edición que refuercen la seriedad y el profesionalismo.



## SISTEMA GRÁFICO

El sistema gráfico seguirá el sistema de la marca.

## TIPOGRAFÍA

La tipografía será acorde a la marca.

## ELEMENTOS GRÁFICOS

Elementos acordes a la marca planteada, sin interrumpir o distraer al espectador.



# 2.4.2.Funcional

## Función General

Proporcionar información clara y práctica sobre el uso de herramientas de edición fotográfica basadas en inteligencia artificial.



## Funciones específicas

Enseñar contenidos fáciles de entender sobre las nuevas tecnologías de edición de fotografías.



## Ergonomía Visual

Diseño intuitivo que facilite la comprensión y la interacción del usuario. Correcto uso de medidas



## Interactividad

Permitir al usuario explorar y experimentar con las herramientas presentadas en el video, posiblemente a través de demostraciones prácticas.

## Consideraciones de uso

Destacar la información clave de manera clara y concisa, utilizando técnicas de edición que refuercen la seriedad y el profesionalismo.

# 2.4.3.Tecnológico

## Dispositivos necesarios para trabajar

Cámara

Luces

Micrófono

Computador

## Apps o Softwares

Adobe premiere, Adobe After Effects, FI Studio, Adobe Photoshop, Adobe Lightroom, Adobe Illustrator.

## Nuevas Tecnologías

El uso de la IA para la edición de video es un tema relevante al momento de la postproducción del video.



IMG 35. Fotografía de un set fotográfico.

# 2.4.4. Conceptual

## Tono y gui3n

La idea es que la influencia del tono no solo llegue al sistema gr1fico de la marca, sino tambi3n, al gui3n del video para crear un concepto s3lido.



# 2.4.5. Definición de contenidos

## Introducción al video

Breve explicación sobre la importancia de la edición fotográfica.

Conceptos básicos sobre herramientas de edición.

## Herramientas de edición fotográfica intermedias

Explicación detallada de herramientas más avanzadas como capas, filtros y ajustes selectivos.

Ejemplos prácticos de cómo utilizar estas herramientas para mejorar la calidad de las imágenes.

## Herramientas de edición fotográfica básicas

Descripción y demostración de herramientas simples como ajustes de brillo y contraste, recorte y rotación, y corrección de color.

## Herramientas de edición fotográfica intermedias

Presentación de herramientas profesionales como máscaras de luminosidad, retoque de piel y eliminación de objetos.

Tutoriales paso a paso para utilizar estas herramientas con eficacia.



# Casos de estudio y ejemplos prácticos

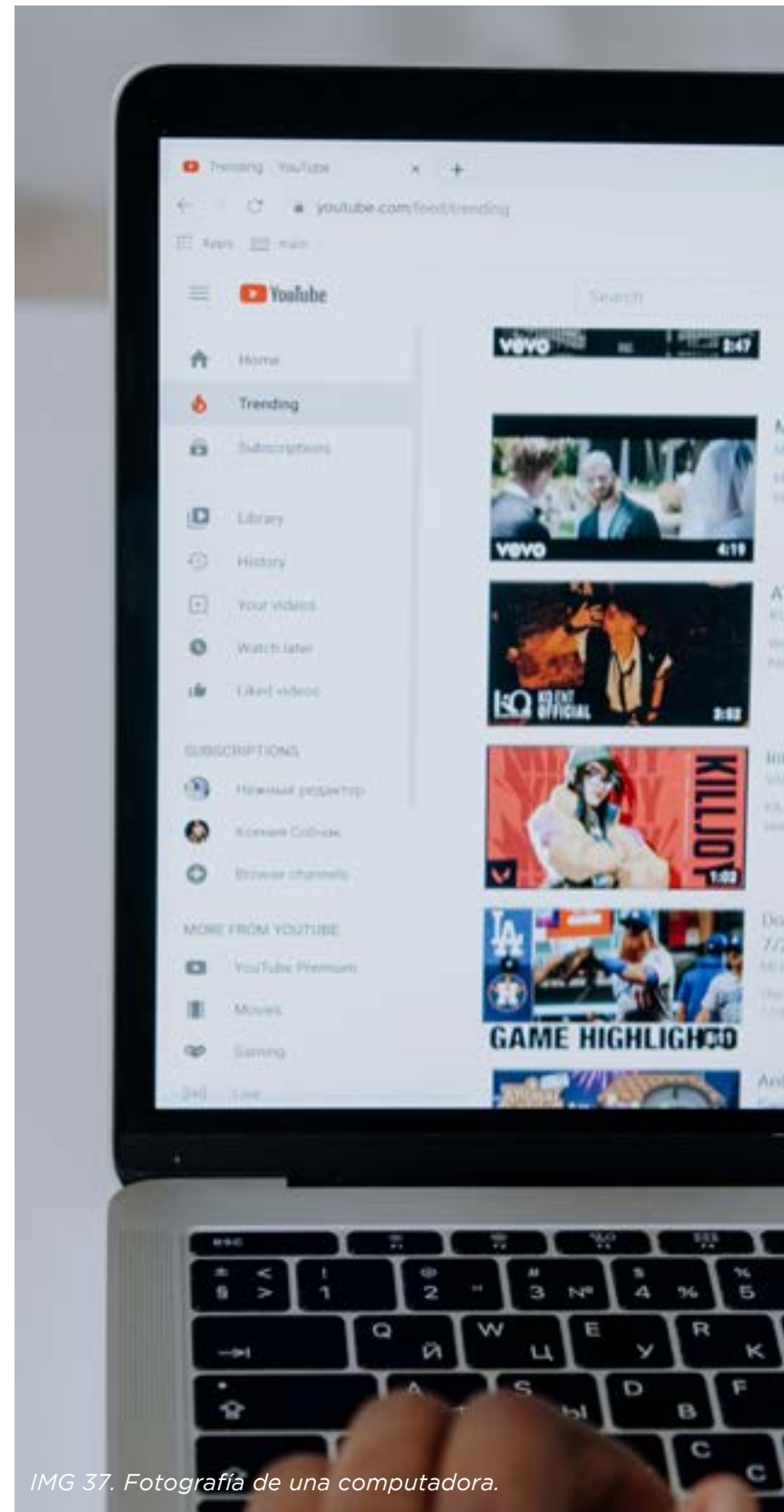
Análisis de casos reales de fotografías antes y después de la edición.

Ejercicios prácticos para que los espectadores apliquen lo aprendido a sus propias imágenes.

# Recursos adicionales

Enlaces a sitios web, tutoriales y cursos para aquellos que deseen profundizar en la edición fotográfica.

Lista de aplicaciones y programas recomendados para la edición fotográfica en diferentes niveles de habilidad.



IMG 37. Fotografía de una computadora.

## 2.5.Hoja de ruta

Esta hoja de ruta detalla el proceso integral de creación de un proyecto audiovisual y de marca, abarcando desde la conceptualización hasta la implementación final. En la sección del video, se describe cada paso desde la selección del tema, la investigación y guionización, hasta la producción, postproducción y publicación en plataformas digitales como YouTube y TikTok. Paralelamente, en la sección de marca, se aborda la creación del sistema gráfico y la identidad del producto, pasando por la investigación, ideación, bocetaje, digitalización, adaptación y aplicación. Esta estructura meticulosa asegura que cada etapa del proyecto se realice de manera organizada y coherente, optimizando el resultado final y garantizando su éxito.



*IMG 38. Fotografía de una bombilla.*

# Video

**Selección de temas:** Se realizará la elección del tema del video, y cuales serían los posibles subtemas que se explicarían.

**Investigación:** Se hará una investigación de las herramientas que se utilizarán, también se buscará información del cómo enseñar de mejor manera los contenidos seleccionados.

**Guionización de video:** Según lo investigado, se realizará el guión principal del video, esta etapa será de vital importancia esto

**Storyboard:** El Storyboard es una herramienta importante para la producción de nuestro producto. Aquí se comenzará a definir que como se verá al final el video.

**Pre producción:** En esta etapa se comenzará a pensar en los materiales necesarios para realizar el video y se construirá el set para el rodaje.

**Rodaje:** Se comenzará la grabación del video con todos los instrumentos que en la anterior etapa se pensaron.

**Postproducción Youtube / Tiktok:** Aquí se editará el video tanto para la plataforma de Youtube como para TikTok

**Publicación Youtube / Tik Tok:** La última etapa del proceso de creación es la publicación, para comprobar si los formatos y las especificaciones fueron bien pensadas.

# Marca

**Investigación:** Se investigará para saber como crear el sistema gráfico y la identidad del producto.

**Ideación:** mediante una lluvia de ideas se darán propuestas o caminos para abordar el sistema del producto.

**Bocetaje:** Aquí se dará forma a las ideas antes pensadas, para que funcionen como filtros de funcionalidad.

**Digitalización:** Se formaliza la idea que se vea más funcional y atractiva.

**Adaptación:** Se comenzará a adaptar el sistema gráfico a las diferentes necesidades que tenga nuestro producto.

**Aplicación:** Se aplicará el sistema en el producto.

**2.6.Conclusión del**

**CAPÍTULO**

# 2

Este capítulo ha sido fundamental para comprender las necesidades y expectativas de los usuarios en el ámbito del diseño gráfico y la fotografía, especialmente en relación con el uso de herramientas de inteligencia artificial. A través del análisis de perfiles de usuarios y la definición de partidos de diseño, se ha obtenido una visión clara de cómo desarrollar soluciones efectivas que satisfagan estas demandas específicas. Además, el brief de marca y la hoja de ruta proporcionan una guía sólida para el desarrollo e implementación del proyecto, asegurando que se alcancen los objetivos establecidos de manera eficiente. En resumen, este capítulo ha sentado las bases necesarias para crear un producto relevante y útil que aborde las necesidades del mercado objetivo de manera efectiva.

# CAPÍTULO

3

IDEA  
CIÓN

# 3.1. Introducción

En este capítulo, exploraremos el proceso de ideación detrás del desarrollo del producto audiovisual, partiendo desde la generación de ideas hasta la definición de la propuesta final. Comenzaremos examinando el método SCAMPER utilizado para dar forma a las ideas iniciales, seguido por un análisis detallado de las tendencias en el contenido audiovisual de plataformas como YouTube y TikTok. A través de este análisis, identificaremos las características clave que guiarán el diseño y la producción de nuestro producto. Finalmente, revelaremos la idea final del proyecto, detallando cómo combina elementos de un noticiero con el formato de un tutorial para crear una propuesta única y atractiva para nuestra audiencia objetivo. Este capítulo nos llevará a través del emocionante proceso de transformar ideas en realidad, estableciendo las bases para la creación de un producto audiovisual impactante y relevante



*IMG 39. Fotografía de una libreta vacía.*



## 3.2.LLuvia de ideas

Para iniciar la fase de ideación, se utilizó el método de Lluvia de ideas. Este enfoque permite generar ideas más profundas y originales a partir del análisis de homólogos, que en la mayoría de los casos estaban representados por videos tutoriales. Gracias a esta metodología, se lograron obtener 5 propuestas para el producto final.

Gracias al análisis del público objetivo y la elección de tono que se dio en el anterior capítulo, la propuesta del Noticiero es la que mejor encaja, siendo una destrucción del formato original para hacerlo más amigable para nuestro público objetivo.

Ahora con una idea difusa se comenzó a realizar el método SCAMPER para que tome una mejor forma la idea.

**Noticiero:** Una propuesta de video que nace de combinar y sustituir las idea de tutorial con un programa de noticieros, esto para hacer más atractivo el formato

**Programa art attack:** Se propone un programa estilo Art Attack para cautivar nostalgia de parte del público objetivo.

**Podcast de Herramientas:** Un programa con formato podcast en donde se personifican las diferentes herramientas para que estas nos expliquen sus capacidades

**Tutorial con personajes:** Se plantea un tutorial que reúne a dos personajes, con posturas diferentes, que planteen escenarios en donde la IA solucione problemas de fotografía.

**Editando fotos de seguidores:** Con ayuda de mi comunidad creada en instagram, se creará un espacio en donde se editen las fotografías de seguidores, mientras se explican las herramientas de IA.



IMG 40. Fotografía de un equipo creativo trabajando.

# 3.3.Método SCAMPER

## ¿Qué se puede reemplazar?

Sustituir al youtuber por un presentador de noticias profesional.

## ¿Qué se puede combinar?

Combinar el formato de tutorial de YouTube con el estilo y la credibilidad de un programa de noticias.

## ¿Qué se puede añadir?

Añadir segmentos de noticias relevantes y actualizaciones informativas dentro del tutorial.

## ¿Qué se puede modificar?

Modificar el tono y el estilo del video para que sea más serio y objetivo, acorde con un noticiero.

## ¿Qué proposito tiene?

Utilizar el formato de tutorial de YouTube para ofrecer noticias y análisis en profundidad sobre diversos temas de actualidad.

## ¿Qué se puede eliminar?

eliminar elementos de entretenimiento innecesarios para centrarse en la presentación de noticias de manera clara y concisa.

## ¿Qué se puede reinvertir?

Reinvertir el proceso de producción implicaría iniciar con la selección de noticias relevantes y luego adaptarlas al formato de tutorial de YouTube, ofreciendo así un enfoque informativo desde el inicio.

# 3.4. Análisis de tendencias

Para realizar el análisis de tendencias, se toma en cuenta los videos en tendencia de las diferentes plataformas en las que se planea difundir el video. Siendo así un análisis visual de las dichas tendencias en donde se toman en cuenta parámetros como: Duración, tono, tecnología, ritmo, diseño y efectos.

| Formatos       | Duración          | Tono              | Tecnología  | Ritmo   | Diseño   | Efectos   |
|----------------|-------------------|-------------------|---|---|--|---|
| <b>Youtube</b> | De 5 a 20 minutos | Informal y Cómico | Se cuenta con equipo de calidad alta e iluminación adecuada | Gracias a los efectos de zoom o transiciones, se logra un ritmo entre cuadros dinámico y rápido | A pesar de que dentro del video hay una ausencia de diseño gráfico, se puede rescatar tipografías Sans serif y cromática saturada, con una paleta con alto contraste de tonos. | Dentro de los efectos visuales más notorios se encuentran los zooms, usados para enfatizar palabras, transiciones ocasionales y una que otra animación. Pero también es importante mencionar los efectos sonoros que acompañan a estos efectos. |

FIGURA 7. Tabla de analisis de tendecias.

| Formatos      | Duración             | Tono                       | Tecnología  | Ritmo   | Diseño   | Efectos   |
|---------------|----------------------|----------------------------|---|---|--|---|
| <b>TikTok</b> | De 15 a 1:50 minutos | Informal, juvenil y cómico | En TikTok ocurre una división de contenido dentro de sus tendencias, se encuentra contenido grabado con celulares, de una forma más "amateur" y también hay contenido guionizado y grabado con una cámara semiprofesional | Al ser videos cortos, el ritmo de estos suele ser rápido. Muchos de estos videos utilizan un único plano. | No hay mucho diseño que acompaña a los videos, las tipografías usadas en los videos son sans serif (tipografías de la misma aplicación) y no hay un cuidado de la cromática. Esto puede presentar un dilema pero también se puede ver como una oportunidad para resaltar el contenido. | Se usan transiciones de la misma aplicación, pero, esto es solo en pocos casos, los videos por lo general no cuentan con tantos efectos visuales y los efectos sonoros son dependientes a las tendencias del momento. |

FIGURA 8. Tabla de analisis de tendecias 2.

Gracias al análisis de tendencias, se pueden construir las bases para comenzar a diseñar el producto. Esta tabla nos ayuda a saber que tono y cuánto debe durar el guión del video.

**Y lo más  
importante nos  
ayuda a definir la...**



## 3.5.Idea final

Se concreta como idea final, un video que tome el formato de un noticiero pero con el guión de un tutorial, esto con el objetivo de llamar la atención de nuestro público objetivo. El vídeo debe tener una duración máxima de 15 min y debe contar con la mayor cantidad de especificaciones analizadas en la tabla de tendencias, esto para pueda tener una presencia grande en la red.



IMG 40. Collage de la idea principal.



67

IMG 41. Collage de la idea principal.

## 3.6. Conclusión del

# CAPÍTULO





En conclusión, el método SCAMPER ha demostrado ser una herramienta invaluable en el proceso de ideación, permitiendo transformar ideas iniciales en propuestas concretas y viables. Mediante este enfoque creativo, pudimos explorar diversas formas de abordar nuestro producto audiovisual, evaluando cada opción desde múltiples perspectivas y refinando continuamente nuestras ideas hasta llegar a una propuesta final sólida. Además, el análisis de tendencias en plataformas de contenido digital nos proporcionó información clave sobre las preferencias y expectativas de nuestra audiencia objetivo, orientándonos hacia un diseño y una producción que se alineen con las demandas del mercado actual. La idea final del proyecto, inspirada en la combinación de un noticiero con un tutorial, promete ofrecer un enfoque fresco y atractivo para la entrega de contenido educativo y práctico sobre herramientas de edición fotográfica basadas en inteligencia artificial. Con estas bases sólidas establecidas, estamos listos para llevar adelante la realización de nuestro producto audiovisual con confianza y determinación.

# CAPÍTULO

**4**

**DI  
SE  
NO**

# 4.1.Introducción

El capítulo 4 aborda el proceso esencial para la producción de cualquier producto audiovisual, al principio enfocándose en la creación de los pilares fundamentales: el sistema gráfico y el guión técnico. Estos elementos son cruciales para definir la estética y las normas del video. El sistema gráfico establece la coherencia visual mediante la selección de tipografías, colores y elementos gráficos, mientras que el guión técnico detalla los aspectos específicos de la producción, desde la planificación de escenas hasta las indicaciones técnicas para grabación y edición. Juntos, aseguran la cohesión y calidad del noticiero.



IMG 42. Silueta de una camarógrafo

## 4.2. Sistema Gráfico

Las hojas de ruta expuestas en este documento delinear claramente el desarrollo de una marca que dará nombre a nuestro noticiero. Por esta razón, se inició el proceso de diseño con el desarrollo de dicha marca.

Para comenzar, se decidió iniciar con la creación del nombre del noticiero. Para ello, se llevó a cabo una práctica de lluvia de ideas, contemplando todo el proceso de análisis planteado en capítulos anteriores. A través de este proceso, se obtuvieron cuatro nombres interesantes que podrían ser implementados. Sin embargo, tras una deliberación, se concluyó que el nombre “Enfócate AI” era el más adecuado, debido a su ingenioso juego de palabras que mezcla conceptos de fotografía con la abreviatura de inteligencia artificial.

Después de generar el nombre del noticiero, se reflexionó sobre el concepto que este debía transmitir. En fotografía, el desenfoco genera profundidad y se destaca en el fondo de un retrato. Aplicar este concepto en un sistema gráfico es un desafío diferente. Finalmente, se decidió que el desenfoco dentro del logotipo de la marca estaría bien aplicado, considerando que se trata de una marca que se desarrolla en la virtualidad y no requiere materiales físicos para su reproducción, como impresiones o técnicas de grabado.

El logotipo de Enfócate AI se construye con la tipografía Gotham Bold para la palabra “Enfócate” y la tipografía Book para las letras “AI”, donde reposan también las figuras de un cuadro de enfoque clásico presente en los visores de cámaras. Este cuadro ayuda a mantener un equilibrio visual entre el texto “Enfócate” y la abreviatura “AI”, asegurando que el logotipo mantenga su balance. Además de su función estética, este diseño es práctico para animaciones de introducción.

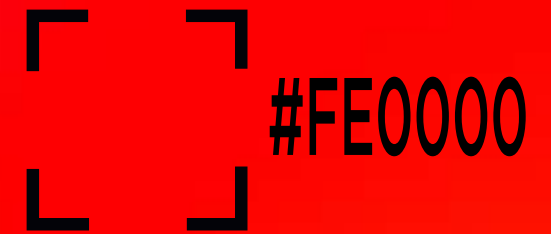
FOTO NOTICIA  
EL NOTICIA RIO  
AI FOCUS  
**ENFÓCATE AI**



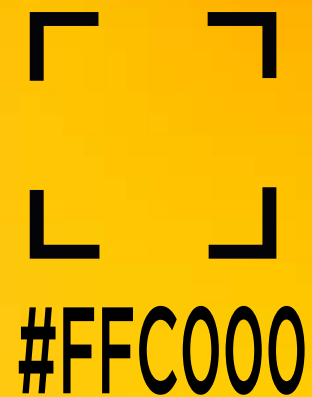
**Enfócate**

**[AI]**

IMG 43. Logotipo Enfócate Ai.



Teniendo en cuenta estos aspectos, se planificó la creación de un sistema gráfico más simple, diseñado específicamente para beneficiar al producto audiovisual. Se definieron los colores del sistema considerando nuestro público objetivo y el análisis de tendencias realizado. La paleta cromática se compone exclusivamente de colores cálidos, inspirados en la clásica pantalla de “sin señal”, aunque se realizaron ajustes para mantener la coherencia dentro del sistema cálido que se estaba desarrollando. Después de tener definidos los colores se creó un fondo basado en la actual tendencia “blur diffusion” que genera degradados de colores, mezclándolos en un fondo atractivo para nuestro público objetivo.



# [GOTHAM]

LIGHT      Cuerpos

BOOK      Cuerpos pequeños

**MEDIUM**      **Subtítulos**

**BOLD**      **Titulos**

En cuanto a la tipografía, se consideraron varias opciones para complementar la tipografía del logotipo, pero finalmente se decidió aplicar la tipografía Gotham en el sistema. Esta elección se debió a que es una tipografía sans-serif que transmite valores de modernidad, actualización y juventud, alineándose con la investigación previa. Para mantener la jerarquía en el sistema, se utilizaría toda la familia tipográfica, empleando la variante Bold para los títulos y Book para los cuerpos de texto.

El cuadrado de enfoque generado en el logotipo puede ser usado también para contener textos, pero este se deberá ampliar como se muestra en los siguientes casos:

┌ Lore ipsum dolor sit amet, consectetuer ┐  
└ ──┘

┌ Lore ipsum dolor sit amet, consectetuer ┐  
└ adipiscing elit, sed diam nonummy nibh ┘

┌ Lore ipsum dolor sit amet, consectetuer ┐  
└ adipiscing elit, sed diam nonummy nibh ┘  
└ Lore ipsum dolor sit amet, consectetuer ┘





Por último, con este desarrollo de sistema, se planteó la generación de un sistema de transiciones y animaciones, esto para contribuir con el dinamismo del video. Se propusieron 2 transiciones básicas y la animación principal del logotipo, que servirá también como introducción del video.

# 4.3. Guión técnico

Durante la planificación del desarrollo del video en las hojas de ruta, se consideró inicialmente la creación de un guión narrativo para definir las palabras y textos que se utilizarían en el video, junto con un storyboard para mejorar la visualización del guión. Sin embargo, tras analizar el tiempo disponible para guionizar, dibujar y grabar, se decidió optar por un guión técnico, ya que es mucho más explicativo y específico. Esta elección facilitó el rodaje, permitiendo tener en cuenta aspectos como el tipo de lente a utilizar en ciertas tomas y los efectos que podrían aplicarse en los planos. En el guión técnico se desarrollaron las siguientes partes:

- *Escena*
- *Plano*
- *Narrativa*
- *Encuadre*
- *Efectos*
- *Ángulo de cámara*
- *Movimientos de cámara*
- *Óptica*
- *Iluminación*
- *Sonido*

Estos elementos constituyen una parte fundamental del video. El guión fue elaborado en Google Sheets debido a su versatilidad con el formato requerido. Este proceso de guionización plasmó por escrito lo previamente planificado, desarrollándose con base en el concepto de marca propuesto anteriormente.

Como se mencionó anteriormente, el guión debía mantener un tono juvenil y cómico, al mismo tiempo que poseía un grado de seriedad para transmitir veracidad en el contenido del video. Para lograr esto, se jugó con ciertas palabras, evitando que el video resultara pesado. Además, se incorporaron efectos y planos secundarios para aportar dinamismo al producto audiovisual.



IMG 44. Logotipo Enfócate Ai.

| Escena | Plano | Narrativa  | Encuadre/Plano   | Efectos                                | Ángulo de cámara                | Movimiento de cámara   | Óptica     | Iluminación                    | Sonido                         |
|--------|-------|--|--|--|---------------------------------|------------------------|------------|--------------------------------|--------------------------------|
| 1      | 1     | Inicio del noticiero con el logo del programa  | Encuadre al centro/<br>Plano del logo del Noticiero  | Animación del logotipo                 | No uso de cámara                | No uso de cámara       | Sin óptica | Sin iluminación                | Música de noticiero            |
| 2      | 1     | Iluminar como tu quieras a tus fotografías   | Plano de imagen editada en Clipdrop, moviendo, agregando o mejorando luces.                  | Transición animada del sistema gráfico | No uso de cámara                | No uso de cámara       | Sin óptica | Sin iluminación                | Música de noticiero            |
| 2      | 2     | Harto del grano en tus fotografías   | Plano de imagen editada en Lightroom, movimiento de mouse corrigiendo grano.                 | Transición animada del sistema gráfico | No uso de cámara                | No uso de cámara       | Sin óptica | Sin iluminación                | Música de noticiero            |
| 2      | 3     | Mejora tu iluminación ambiente con Photoshop y Lightroom   | Plano de imagen editada en Photoshop, seleccionando fonco, mejorado iluminación en Lightroom | Transición animada del sistema gráfico | No uso de cámara                | No uso de cámara       | Sin óptica | Sin iluminación                | Música de noticiero            |
| 2      | 3     | Comenzamos (Sonrisa de presentador)  | Plano principal del presentador.   | Transición animada del sistema gráfico | Ángulo recto                    | Cámara estática        | 18-55mm    | iluminación básica con 2 luces | Música de noticiero            |
| 3      | 1     | Si hablamos de fotografía estamos hablando de luz  | Plano principal del presentador.   | Corte A                                | Ángulo recto                    | Cámara estática        | 18-55mm    | iluminación básica con 2 luces | Sin música                     |
| 3      | 2     | La iluminación permite dar carácter y fuerza a la fotografía es por eso que es tan importante.     | Plano secundario del presentador.  | Corte A                                | Ángulo ligeramente contrapicado | Slide ligero derecha   | 35 mm      | iluminación básica con 2 luces | Sin música                     |
| 3      | 3     | Pero qué pasa si no tenemos los instrumentos adecuados para iluminar nuestras fotografías.         | Plano principal del presentador.   | Corte A                                | Ángulo recto                    | Cámara estática        | 18-55mm    | iluminación básica con 2 luces | Sin música                     |
| 3      | 4     | Para estos casos se recurre a programas de edición fotográfica, a continuación veremos cómo es que | Plano secundario del presentador.  | Corte A                                | Ángulo ligeramente contrapicado | Slide ligero izquierda | 35 mm      | iluminación básica con 2 luces | Sin música                     |
| 3      | 5     | la Inteligencia artificial incorporada en estos programas puede ayudarnos.                         | Plano principal del presentador.   | Corte A                                | Ángulo recto                    | Cámara estática        | 18-55mm    | iluminación básica con 2 luces | Sin música                     |
| 3      | 6     | Para ayudarnos con la primera herramienta David con la sección de deportes                         | Plano principal del presentador.   | Corte A                                | Ángulo recto                    | Cámara estática        | 18-55mm    | iluminación básica con 2 luces | Sin música                     |
| 4      | 1     | Hola Hola con todos nuestros oyentes   | Plano presentador de deportes 1  | Transición animada del sistema gráfico | Ángulo recto                    | Zoom in                | 18-55mm    | iluminación básica con 2 luces | Música de segmento de deportes |

IMG 45. Imágen del guión técnico, creado en sheets.

|   |    |  |                                 |  |                                 |   |            |                                |            |
|---|----|--|---------------------------------|--|---------------------------------|---|------------|--------------------------------|------------|
| 4 | 2  | Lightroom es un programa del paquete de adobe, el cual a incorporado inteligencia artificial al momento de quitar el ruido en nuestras fotografías | Piano presentador de deportes 2 | Corte A                                | Ángulo ligeramente contrapicado | Slide ligero derecha                      | 35mm       | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 4 | 3  | Esto significa que al momento de ajustar nuestra exposición de nuestra fotografía, podemos aumentar lo valores sin preocuparnos del molesto ruido  | Piano presentador de deportes 1 | Corte A                                | Ángulo recto                    | Cámara estática                           | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 4 | 4  | Pero mejor vealo usted mismo   | Piano presentador de deportes 2 | Corte A                                | Ángulo ligeramente contrapicado | Zoom in / rostro del presentador          | 35mm       | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 4 | 5  | Aquí tenemos una fotografía deportiva con exposición baja  | Pantalla del tutorial           | Transición animada del sistema gráfico | No uso de cámara                | No uso de cámara                          | Sin óptica | Sin Iluminación                | Sin música |
| 4 | 6  | aumentaremos los valores de exposición para que la imagen mejore su luz.   | Pantalla del tutorial           | Seguimiento de mouse                   | No uso de cámara                | Zoom in ligero                            | Sin óptica | Sin Iluminación                | Sin música |
| 4 | 7  | Ahora a pesar de tener una fotografía con una mejor iluminación, se presenta el molesto grano  | Pantalla del tutorial           | Apertura de seguimiento                | No uso de cámara                | Zoom out ligero                           | Sin óptica | Sin Iluminación                | Sin música |
| 4 | 8  | Para esto bajamos en los ajustes de Lightroom hasta el apartado de detalle   | Pantalla del tutorial           | Seguimiento de mouse                   | No uso de cámara                | Zoom in ligero                            | Sin óptica | Sin Iluminación                | Sin música |
| 4 | 9  | donde encontraremos el botón de reducción de ruido   | Pantalla del tutorial           | Seguimiento de mouse                   | No uso de cámara                | Piano estático                            | Sin óptica | Sin Iluminación                | Sin música |
| 4 | 10 | al pulsarlo se nos abrirá una ventana en donde podremos ajustar de mejor manera este efecto  | Pantalla del tutorial           | Seguimiento de mouse                   | No uso de cámara                | Zoom in ligero / ventana                  | Sin óptica | Sin Iluminación                | Sin música |
| 4 | 11 | como consejo no subiría la cantidad a más de 80, esto porque pierde mucho detalle  | Piano presentador de deportes 1 | Corte A                                | Ángulo recto                    | Cámara estática                           | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 4 | 12 | Después de esto solo pulsamos el botón de mejorar y listo  | Pantalla del tutorial           | Corte A                                | No uso de cámara                | Zoom Out ligero/ mostrar toda la pantalla | sin óptica | Sin Iluminación                | Sin música |
| 4 | 13 | Tendremos un resultado detallado y sin ruido   | Piano presentador de deportes 2 | Corte A                                | Ángulo ligeramente contrapicado | Piano estático                            | 35mm       | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 4 | 14 | es así cómo podemos ayudarnos de la IA y lightroom para mejorar nuestras fotografías   | Piano presentador de deportes 1 | Corte A                                | Ángulo recto                    | Cámara estática                           | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 4 | 15 | Ahora volvemos contigo David   | Piano presentador de deportes 1 | Corte A                                | Ángulo recto                    | Zoom out                                  | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |

IMG 46. Imagen del guión técnico, creado en sheets.

|   |   |  |                                   |                                    |                                 |                            |            |                                |            |
|---|---|--|-----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|----------------------------|------------|--------------------------------|------------|
| 5 | 1 | Muchas gracias por esa explicación   | Plano principal del presentador.  | Corte A                            | Ángulo recto                    | Cámara estática            | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 5 | 2 | Si bien es muy interesante la explicación de mi compañero, hay veces que los ajustes de exposición no nos ayudan del todo a conseguir la iluminación que queremos. | Plano secundario del presentador. | Corte A                            | Ángulo recto                    | Cámara estática            | 35mm       | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 5 | 3 | Qué pasaría si queremos agregar o quitar luces a nuestras fotografías. Para esto tenemos a David con el clima para ayudarnos con una herramienta muy interesante.  | Plano principal del presentador.  | Corte A                            | Ángulo recto                    | Cámara estática            | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 6 | 1 | Muchas gracias David. Clipdrop es una página basada en inteligencia artificial   | Plano presentador de clima 1      | Transición animada sistema gráfico | Ángulo recto                    | Cámara estática            | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 6 | 2 | que entre sus varias herramientas nos ofrece aumentar las luces de nuestras fotografías. Para usar esta herramienta  | Plano presentador de clima 2      | Corte A                            | Ángulo ligeramente contrapicado | Slide ligero derecha       | 35mm       | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |
| 6 | 3 | tenemos que entrara a la página de clipdrop, dar click en tools que se encuentra en la parte norte y abrir la herramienta de Relight                               | Pantalla del tutorial             | Seguimiento de mouse               | No uso de cámara                | Zoom in ligero / ventana   | Sin óptica | Sin iluminación                | Sin música |
| 6 | 4 | Agregamos nuestra fotografía y seleccionamos la opción gratuita, a menos que quieran pagar.  | Pantalla del tutorial             | Seguimiento de mouse               | No uso de cámara                | Zoom in ligero / ventana   | Sin óptica | Sin iluminación                | Sin música |
| 6 | 5 | Después se nos abrirá la fotografía con varios presets o ajustes preestablecidos de la página  | Pantalla del tutorial             | Seguimiento de mouse               | No uso de cámara                | Zoom out ligero / Pantalla | Sin óptica | Sin iluminación                | Sin música |
| 6 | 6 | Escogemos el que más nos ayude y ahora si dependiendo lo que queramos lograr   | Pantalla del tutorial             | Seguimiento de mouse               | No uso de cámara                | Zoom in / Presets          | Sin óptica | Sin iluminación                | Sin música |
| 6 | 7 | podemos mover las luces o agregar o quitar.  | Pantalla del tutorial             | Seguimiento de mouse               | No uso de cámara                | Zoom out ligero / Pantalla | Sin óptica | Sin iluminación                | Sin música |
| 6 | 8 | En este caso yo haré esto y moveré esto, esto sirve para esto y esto   | Pantalla del tutorial             | Seguimiento de mouse               | No uso de cámara                | Cámara estática            | Sin óptica | Sin iluminación                | Sin música |
| 6 | 9 | Y así podemos controlar la iluminación de nuestras fotografías.  | Plano presentador de clima 2      | Corte A                            | Ángulo ligeramente contrapicado | Slide ligero derecha       | 35mm       | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |

|   |   |                                   |                                    |                                 |                                    |            |                                |            |  |
|---|---|-----------------------------------|------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|------------|--------------------------------|------------|--|
| 1 | Muchas gracias por esa herramienta David  | Plano principal del presentador.  | Corte A                            | Ángulo recto                    | Cámara estática                    | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |  |
| 2 | El fondo es una parte importante de la composición fotográfica, ¿qué pasa si este no está correctamente expuesto?   | Plano secundario del presentador. | Corte A                            | Ángulo recto                    | Cámara estática                    | 35mm       | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |  |
| 3 | la fotografía se cae y muchas veces se ve raro para solucionar este problema David en el área de farandula nos tiene una herramienta que en sus propias palabras dice: esta picantísima | Plano principal del presentador.  | Corte A                            | Ángulo recto                    | Cámara estática / zoom rostro      | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |  |
| 1 | Hola con todos amigos, hoy veremos cómo usar Lightroom para mejorar la luz de nuestros fondos   | Plano presentador de farandula 1. | Transición animada sistema gráfico | Ángulo recto                    | Zoom In                            | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |  |
| 2 | para que de esta manera nuestro sujeto pueda resaltar de mejor manera   | Plano presentador de farandula 2. | Corte A                            | Ángulo ligeramente contrapicado | Slide ligeramente derecha          | 35mm       | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |  |
| 3 | Simplemente abrimos Lightroom y vamos al apartado de máscara  | Pantalla del tutorial             | Seguimiento de mouse               | No uso de cámara                | Zoom in ligero / ventana           | Sin óptica | Sin iluminación                | Sin música |  |
| 4 | Damos click a fondo y por arte de magia con ia de inteligencia artificial nuestro fondo estará listo para trabajarlo como queramos  | Pantalla del tutorial             | Seguimiento de mouse               | No uso de cámara                | Zoom ou ligero / pantalla completa | Sin óptica | Sin iluminación                | Sin música |  |
| 5 | en este caso yo moveré esto ajustare esto y me ayudare de esto que sirve para esto  | Pantalla del tutorial             | Seguimiento de mouse               | No uso de cámara                | Zoom in ligero / ventana           | Sin óptica | Sin iluminación                | Sin música |  |
| 6 | de esta forma el sujeto tiene más presencia en la fotografía y nosotros una imagen mejor iluminada  | Plano presentador de farandula 1. | Corte A                            | Ángulo recto                    | Zoom In                            | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |  |
| 1 | Y esa fue nuestra única herramienta, con esto finalizamos nuestro programa de hoy   | Plano principal del presentador.  | Corte A                            | Ángulo recto                    | Cámara estática / zoom rostro      | 18-55mm    | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |  |
| 2 | y recuerda si crees que puedes mejorar en algo de tu fotografía   | Plano secundario del presentador. | Corte A                            | Ángulo recto                    | Cámara estática                    | 35mm       | Iluminación básica con 2 luces | Sin música |  |
| 3 | Enfócate AI   |                                   |                                    |                                 |                                    |            |                                |            |  |



*IMG 49. Fotografía de la cámara usada en el rodaje.*

## 4.4. Preparación del video

El rodaje del video se planificó dentro de una habitación, pero luego de desarrollar el guión era claro que se necesitaba un espacio un poco más grande. Gracias a la Licda. Nicole Rubio quien ayudó con el alojamiento para el rodaje, presentó un lugar que tenía el suficiente espacio para el rodaje. El problema dentro de este espacio era la presencia de una reverberación en el lugar. Para esto se tuvo que adquirir un micrófono de corbata que reduzca el eco en la grabación.

Parte importante del rodaje era la iluminación del set, para esto se realizaron algunas pruebas dentro del entorno, para comprobar cuál podría ser el mejor esquema de iluminación

# 4.5.Pruebas de luz

Para el set final se decidió por usar 2 luces led proyectadas contra una pared blanca con la cromática del sistema gráfico, estas luces varían según el segmento en que se se encuentren, esto para dar presencia del sistema, una luz blanca cálida para separar al sujeto del fondo y una luz principal que ilumine de manera cenital al sujeto.





# 4.6. Rodaje del video

Para el día del rodaje se contó con la 2 cámaras nikon una de modelo Z50 y la otra una DSLR D5300. La de montura Z se usaría con un teleobjetivo 70-300 para garantizar un poco de desenfoque en el fondo. Y con este mismo objetivo la D5300 se usaría con un objetivo 50mm 1.4, que aportaría planos detalle al video.

Para el cambio de personajes se optó por usar simplemente un vestuario diferente. También tratar de personalizar un poco a cada uno, aunque de eso se encargaba mucho más el guión.

El rodaje se dividió en partes para que este pueda ser lo más óptimo posible. Primero se grabaron las tomas del presentador principal, después las tomas del presentador de deportes, luego la del presentador del clima y por último las del presentador de farándula. Así se pudo optimizar de mejor manera la grabación.



*IMG 53. Collage de fotografías tomadas en el set de grabación.*

# 4.6. Edición

La postproducción del video se puede dividir en varias etapas, comenzando con el ensamblaje inicial del material. En esta primera fase, se unieron los segmentos de video grabados, estructurándolos en una secuencia lógica que incluye una introducción, una presentación, tutoriales y un cierre breve. Se eliminaron las partes no funcionales y se sincronizaron los audios grabados previamente con los videos correspondientes.

En la segunda etapa de la edición, se mejoraron individualmente los clips mediante técnicas de colorización para optimizar los colores y la iluminación del video. Asimismo, se aplicaron efectos de reducción de ruido y reverberación al audio, logrando así una calidad de sonido significativamente superior a la original. Siguiendo el sistema gráfico del noticiero, se añadieron diversas transiciones y símbolos característicos de la marca. También se incorporaron pequeñas nubes de texto para facilitar el seguimiento de los pasos en los tutoriales, basadas en el sistema gráfico establecido.

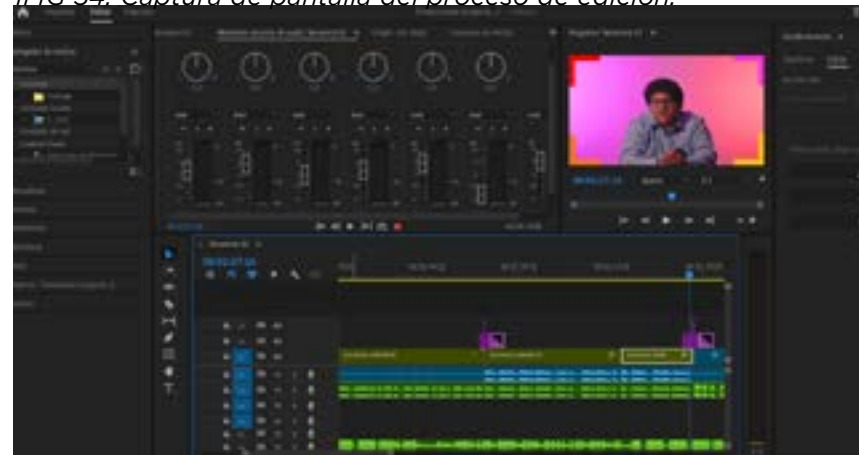
El audio del video se compone de varias capas. La capa principal contiene la voz principal y cuenta con dos canales de audio. A continuación, se encuentra la capa de efectos de sonido, que tiene un solo canal. La capa de música se utiliza para mantener la atención de los espectadores, y finalmente, se añadió una ligera capa de sonido ambiente de estudio para mejorar la mezcla general del audio.

Para la edición de las cápsulas, se seleccionó una parte del gancho del video original que introduce brevemente el problema a abordar, seguido del tutorial sintetizado y un cierre breve. En cuanto al audio de las cápsulas, se utilizaron las mismas capas, aunque la capa de música tiene mayor protagonismo, utilizando canciones en tendencia en redes sociales.

Una vez completada la edición, se obtuvo un video total de cinco minutos, junto con tres cápsulas para redes sociales con una duración de entre 20 y 30 segundos cada una.



IMG 54. Captura de pantalla del proceso de edición.



IMG 55. Captura de pantalla del proceso de edición 2.



IMG 56. Captura de pantalla del proceso de edición .



IMG 57. Collage del video final

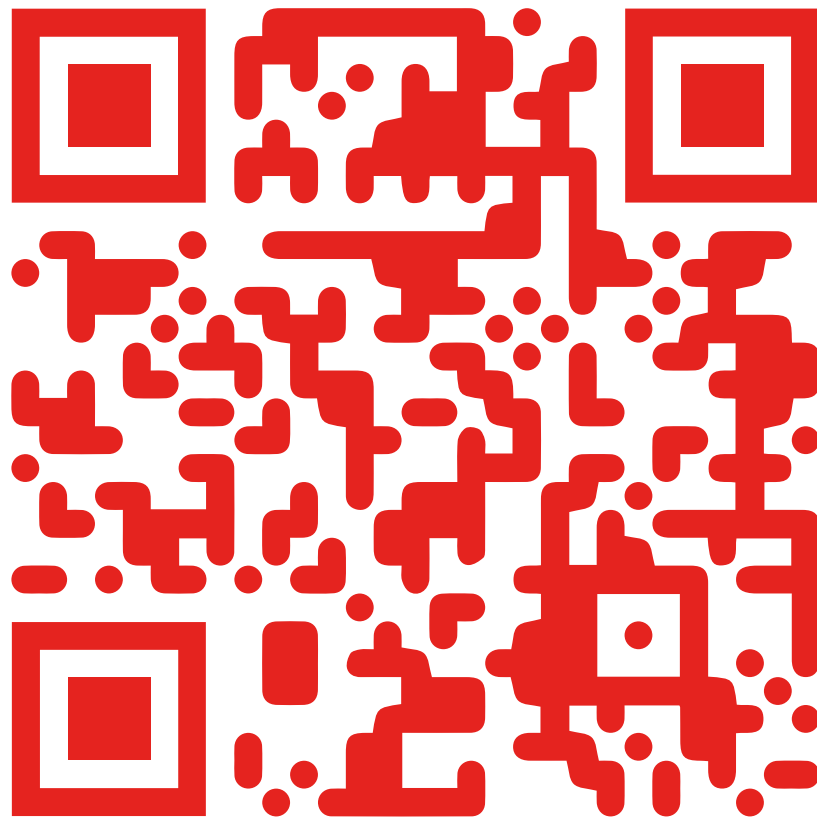
# Enfócate [AI]



IMG 58. Collage del video final 2



**Video completo**



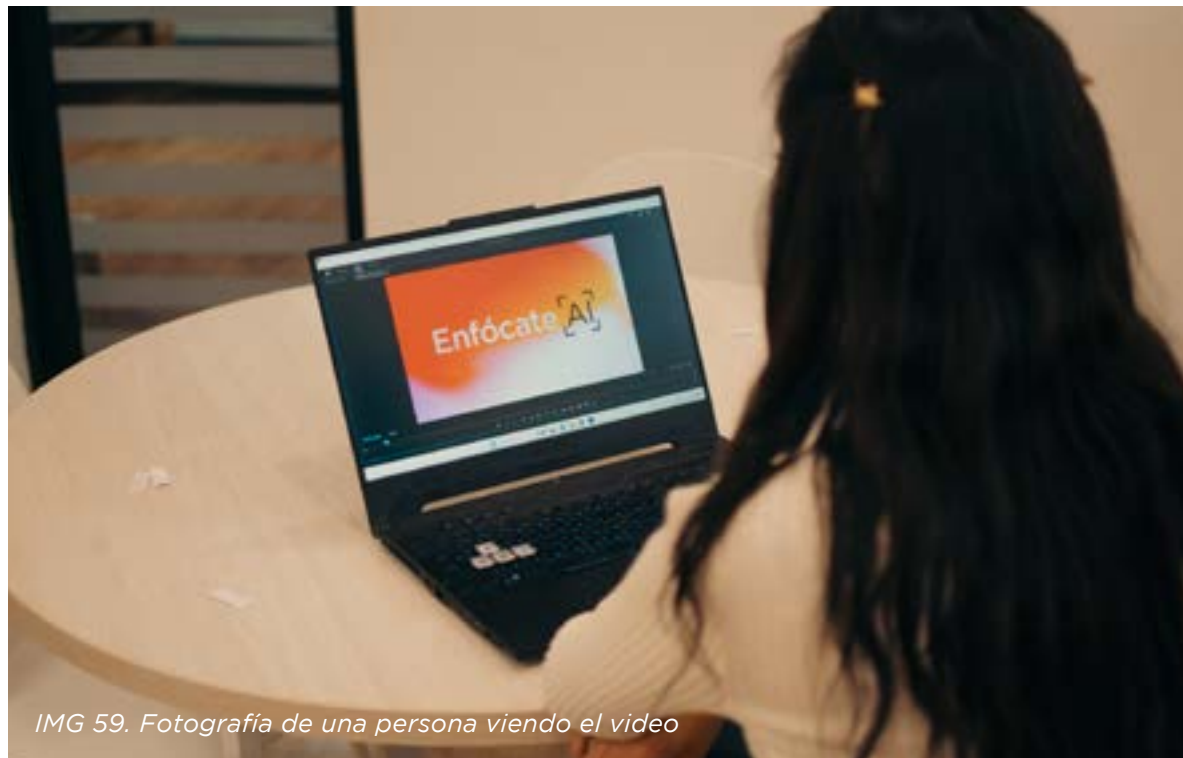
**Video completo**

# 4.7. Validación

Para validar el proyecto, se presentó el video final a tres personas con diferentes niveles de conocimiento fotográfico, quienes forman parte del público objetivo identificado en capítulos anteriores. El proceso comenzó con una breve introducción que contextualizó el contenido del video, seguido de su reproducción. Inicialmente, las tres personas mantuvieron expresiones neutras, pero al concluir la primera parte del video (Introducción / gancho), sus rostros empezaron a mostrar interés.

A medida que el video avanzaba, los espectadores exhibieron diversas expresiones faciales, incluyendo asombro por las herramientas presentadas y sonrisas debido al tono amigable y accesible del video. Al finalizar, el grupo coincidió en que el video era entretenido y efectivo en captar su atención. Además, manifestaron asombro por el potencial de la inteligencia artificial, destacando lo fácil que resultaba aprender mediante este formato. Comentaron que en el futuro no tendrían dificultades en buscar contenido similar para mejorar su comprensión de las herramientas.

En conclusión, esta fase de validación demostró que el enfoque del proyecto era adecuado para el público objetivo. El video cumplió tanto una función educativa como de entretenimiento, facilitando el proceso de aprendizaje de los espectadores.



*IMG 59. Fotografía de una persona viendo el video*





# 4.7. Conclusiones y recomendaciones

El video es una herramienta poderosa y, cuando se combina con el diseño gráfico, puede lograr resultados excepcionales. Esta combinación permite la masificación del conocimiento en redes sociales, facilitando la difusión de contenidos académicos y mejorando el entendimiento entre los jóvenes. Las redes sociales se han convertido en un medio importante para compartir conocimientos, y no deben ser vistas únicamente como una forma de entretenimiento. Plataformas como TikTok, YouTube e Instagram tienen el potencial para viralizar contenidos académicos, razón por la cual este proyecto de grado se centró en generar contenido para estas plataformas.

Otro pilar fundamental de este proyecto son las herramientas de inteligencia artificial (IA), que están avanzando rápidamente y logrando resultados notables. Con estos avances, es crucial que las personas aprendan a manejar estas herramientas, tanto para mejorar sus procedimientos como para evitar la percepción errónea de que la IA puede reemplazar a los profesionales.

La riqueza de este proyecto radica en la unión de dos conceptos clave: la necesidad de aprender a utilizar las herramientas de IA y la difusión de contenidos en redes sociales. Los logros alcanzados son el resultado de una cuidadosa investigación y planificación del producto, que se diseñó para educar y entretener a personas interesadas en la fotografía.

Este proyecto demuestra que un video en redes sociales puede ser un medio eficiente para difundir contenido académico. Como recomendación, invito a docentes y académicos dedicados a la enseñanza a investigar más sobre estos métodos de difusión de contenido en redes sociales. Pueden enriquecer su metodología de enseñanza en las aulas de manera favorable. A lo largo de mi carrera y mi vida como estudiante, hubiera deseado contar con una enseñanza más ligera y práctica, basada en video tutoriales diseñados específicamente para mí.

En resumen, este proyecto no solo muestra el potencial de los videos combinados con diseño gráfico para la difusión del conocimiento, sino también la importancia de adoptar nuevas tecnologías y métodos de enseñanza para mejorar el proceso educativo.

**Y recuerda, si  
crees que puedes  
mejorar en algo tu  
fotografía...**

**Enfócate [AI]**

# Bibliografía

Bohórquez, Miguel. (2011). El Diseño Audiovisual. Cali: Universidad del Valle.

Borriaud, Nicolas. (2007). Postproducción. La cultura como escenario: modos en que el arte reprograma el mundo contemporáneo. Buenos Aires: Adriana Hidalgo.

Campos, A. (2022). Comunicación efectiva de la ciencia: ¿qué es y cómo ayuda a los científicos a mejorar su carrera y cumplir objetivos de impacto social? Revisión de la literatura. Hipertext.net, (24), 23-39.

Espinoza, Victoria. (2010). DIFUSIÓN Y DIVULGACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/262508799\\_DIFUSION\\_Y\\_DIVULGACION\\_DE\\_LA\\_INVESTIGACION\\_CIENTIFICA](https://www.researchgate.net/publication/262508799_DIFUSION_Y_DIVULGACION_DE_LA_INVESTIGACION_CIENTIFICA)

Florez, Maria. (2023). Pensamiento de diseño y marcos éticos para la Inteligencia Artificial. Gorginga: Universidad de Groningen.

Gallardo-Camacho, J., Melendo Rodríguez-Carmona, L., & Presol-Herrero, Á. (2023). Divulgación y representación de contenidos audiovisuales científicos en la red social TikTok. FOTOCINEMA, Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/373889994\\_Divulgacion\\_y\\_representacion\\_de\\_contenidos\\_audiovisuales\\_cientificos\\_en\\_la\\_red\\_social\\_TikTok](https://www.researchgate.net/publication/373889994_Divulgacion_y_representacion_de_contenidos_audiovisuales_cientificos_en_la_red_social_TikTok)

J. McCarthy, "What is Artificial Intelligence?" Computer Science Department. Stanford University, Stanford, USA, 2007. Disponible en: <https://bit.ly/3WjNu02>

Jiménez Rolland, M., y Gensollen, M. (2022). Ciencia ciudadana: pluralidad científica y pensamiento crítico. CIENCIA Ergo-Sum, 29(2). <https://www.doi.org/10.30878/ces.v29n2a6>

Losada-Díaz, J.C., Zamora-Medina, R., y Martínez-Martínez, H. (2021). El discurso del odio en Instagram durante las Elecciones Generales 2019 en España. Revista

Pilar, Samuel A. (2023). "La inteligencia artificial sacude los cimientos de la fotografía: 'Las imágenes han dejado de ser un reflejo de la realidad'". Recuperado el 25 de junio de 2023, de <https://www.rtve.es/noticias/20230625/inteligencia-artificial-sacude-fotografia-profesional/2449006.shtml>

Rubio, Agustín. (2006). La postproducción cinematográfica en la era digital: efectos expresivos y narrativos. Castellón: Universidad de Jaume.

Vega-Ávila, J. (s/f). Inteligencia Artificial en el diseño gráfico. Recuperado de <https://www.fc.edu.uner.edu.ar/catalogo/wp-content/uploads/2022/04/11.05.-Vega-Avila.pdf>

Mediterránea de Comunicación, 12(2), 195-208. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.19142>

Gutiérrez V., Juan Carlos. (2011). IDENTIDAD CORPORATIVA. Cajamarca, Perú: Núcleo de Derivados Lácteos en Cajamarca.

Gonzales S. (2023). El Impacto de la Inteligencia Artificial en Fotografía





[AI]