

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POST GRADO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL
PROYECTO DE INTERVENCIÓN I

**“CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB DE CONTENIDO SOBRE EL SÉPTIMO
ARTE Y LA CULTURA POPULAR”**

POR:

ARIEL MUÑOZ

**Proyecto de intervención presentado como requisito para
optar al grado de maestría en Periodismo Digital**

Panamá, República de Panamá

2021

Obsequio Autor

13 JUN 2022

57

DEDICATORIA

Primeramente, quiero dedicarle este trabajo a Dios, pues Él es el único que me ha dado la sabiduría y el conocimiento para salir adelante en mi etapa universitaria, es quien me ha proporcionado las fuerzas para superar los momentos más difíciles de estrés, para así levantarme y continuar.

En segundo lugar, a mis pilares de vida: mis padres, ya que sin su apoyo moral e incondicional, no hubiese logrado subir este escalón en mi vida profesional.

AGRADECIMIENTO

Quiero expresar mi gratitud a Dios, pues Él con su apoyo espiritual, trabaja firmemente sobre mi vida; a mis familiares y a las personas que me rodean.

También agradezco a mis profesores, Elizabeth Arona, Jaime Águila, Abdel Fuentes e Iván Arango, quienes con su apoyo en este año y medio de carrera universitaria dentro de la rama de comunicación, demostraron un gran interés para con sus estudiantes, tanto en el aula como en la vida cotidiana, mostrando empatía con ellos a la hora de la realización de proyectos dentro de la rama del periodismo.

¡Mil gracias a todos!

Tabla de contenido	Página
PORTADA	I
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iv
INTRODUCCIÓN	xi
RESUMEN EJECUTIVO	xiii
EXECUTIVE SUMMARY	xv
CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN	17
1.1.- Planteamiento del problema	18
1.2.- Objetivos de la investigación	19
1.2.1.- Generales	19
1.2.2.- Específicos	19
1.3.- Pregunta de investigación	20
1.4.- Marco metodológico	20
1.4.1.- Tipo de investigación	21
1.4.2.- Hipótesis	21
1.4.2.1.- Variable dependiente	21
1.4.2.2.- Variable independiente	21
1.4.3.- Fuentes de información	21
1.4.4.- Población y muestra	21
1.4.4.1.- Población	21
1.4.4.2.- Muestra	22
1.4.5.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos	22
1.4.5.1.- Técnicas	22
1.4.5.2.- Instrumentos de recolección	22
1.5.- Limitaciones	22

1.6.- Delimitaciones	22
1.7.- Cronogramas de actividades	23
1.8.- Programación financiera	23
1.9.- Justificación	24
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO	25
2.1.- Antecedentes del séptimo arte	26
2.1.1.- El cine en Panamá	26
2.1.2.- Precursores del cine en Panamá	27
2.2.- Conceptos del séptimo arte	28
2.2.1.- Definiciones	28
2.2.2.- Características de la producción cinematográfica	30
2.2.3.- Géneros de producciones cinematográficas	32
2.3.- El periodismo	40
2.3.1.- El periodismo digital	40
2.3.2.- Periodismo de espectáculos	40
2.4.- Premiaciones dentro del séptimo arte	41
2.5.- Sitios webs	46
2.5.1.- Clasificación de sitios webs	46
2.5.2.- Tipos de sitios webs	47
2.5.3.- <i>Weebly</i>	48
2.5.4.- <i>Wix</i>	49
2.6.- Redes sociales	49
2.6.1.- Concepto de redes sociales	50
2.6.2.- Características de redes sociales	50
2.6.3.- Instagram	51
2.6.4.- Twitter	51
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA	

INFORMACIÓN	53
3.- Presentación y análisis de los resultados	54
3.1.- Análisis de los resultados	54
CAPÍTULO IV: PROPUESTA	62
4.1.- Naturaleza de la propuesta	63
4.2.- Denominación	63
4.3.- Diseño técnico	63
4.4.- Nombre del proyecto	65
4.5.- Justificación	65
4.6.- Beneficios	65
4.7.- Objetivos de la intencionalidad	66
4.8.- Estrategia de método	66
4.9.- Desglose de guía de trabajo	67
4.10.- Costo	67
4.11.- Tiempo	68
4.12.- Diseño de implementación	68
4.12.1.- Contrato de personal	68
4.12.2.- Ejecución de proyectos	68
4.12.3.- Revisión de prototipos	69
4.12.4.- Publicación	69
4.12.5.- Resultados esperados	69
4.13.- Logo	70
4.14.- Estructura de la página	70
4.14.1.- <i>Home</i>	70
4.14.2.- Últimas noticias del cine	71
4.14.3.- Notipop radio	71
4.14.4.- Mundo <i>gaming</i>	71
4.14.5.- Lo nuevo en <i>streaming</i>	71

4.14.6.- Cine <i>premiere</i>	71
4.14.7.- Quiénes somos	72
Conclusión	73
Recomendación	75
Glosario	77
Bibliografía e infografía	80
Anexo	83

Tabla de contenido (índice de cuadros)

N.º	Descripción	Página
1.	Cronograma de actividades	23
2.	Premiaciones más importantes del séptimo arte	42
3.	Desglose de guía de trabajo	67

INTRODUCCIÓN

El siguiente proyecto de investigación tiene como principal objetivo brindar información importante de cómo podemos elaborar un sitio web dedicado a la cultura pop y al mundo del séptimo arte, aplicando los conocimientos adquiridos en diferentes asignaturas dentro del periodo académico de maestría.

Este proyecto se ha dividido en cuatro capítulos, cada uno brinda una investigación completa, la cual les brinda facilidad a aquellos que desean emprender de manera ardua en el mundo del periodismo digital.

En la actualidad, los medios de comunicación periodísticos han ido avanzando de manera agigantada, y el objetivo de este proyecto es mostrar que se pueden aplicar artefactos modernos para mejorar el periodismo digital.

En el capítulo primero se aborda la problemática que hay en los medios periodísticos a la hora de brindar información, junto con el planteamiento del problema y los objetivos generales a avanzar, y por qué en Panamá no existen este tipo de sitios webs de entretenimiento, lo que muestra las limitaciones que hay dentro del país centroamericano.

En el capítulo segundo, la investigación profundiza arduamente en cómo surgió el cine en Panamá, los precursores, los diferentes géneros cinematográficos, entrega de premios para galardonar el séptimo arte y mucho más sobre el periodismo digital y el periodismo de espectáculo, enfocados en cuál es su importancia y cuáles son sus beneficios en el área de entretenimiento.

En el capítulo tercero se lleva más allá la mencionada propuesta, se explica la elaboración técnica de una encuesta anónima para obtener los resultados sobre cuál sería el impacto y el recibimiento del sitio web, si este es llevado a cabo.

En el capítulo cuarto se plantea la propuesta de manera minuciosa, de qué trata, el diseño técnico de la misma y cómo se llevará a cabo. Se menciona una breve reseña del origen del nombre y cómo estará estructurado el sitio.

RESUMEN EJECUTIVO

Analizar la presencia del periodismo de espectáculo y cultura popular en los diferentes medios de comunicación digitales para determinar las fortalezas y deficiencias de la misma en la sociedad panameña, y con él una planificación para la creación de contenidos atractivos en diferentes sitios webs, con el fin de atraer clientes y aumentar el interés en la cultura popular para aquella audiencia digital, es el propósito de este escrito.

Mediante el proceso de encuestas se obtendrá un resultado específico de una audiencia digital, de tal manera, para mejorar aspectos dentro del área de periodismo.

Se abordará la tutoría sobre: **¿qué es el periodismo digital de espectáculo?**, para ampliar más los conocimientos sobre el mismo y así brindarlos a una audiencia específica dentro del área de la comunicación social.

Palabras claves: Cultura popular, sitio web, entretenimiento, periodismo digital, séptimo arte.

EXECUTIVE SUMMARY

Analyze the presence of entertainment journalism and popular culture in the different digital media to determine its strengths and deficiencies in Panamanian society; and with it a planning for the creation of attractive content on different websites, in order to attract customers and increase interest in popular culture for that digital audience, is the purpose of this writing.

Through the survey process we will obtain a specific result from a digital audience, in such a way, to improve aspects within the area of journalism.

We will address the tutorial on **what is digital entertainment journalism?** Expanding more the knowledge of them, to use them for a specific audience within the area of social communication.

Keywords: Popular Culture, website, entertainment, digital journalism, seventh art.

CAPÍTULO I

ASPECTOS GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Planteamiento del problema

En estos últimos años el cine panameño ha crecido como espuma, y se le ha dado seguimiento y visión a nuevas propuestas audiovisuales; tanto es así, que la audiencia panameña comienza a interesarse y a empaparse mucho más sobre el mundo del séptimo arte y la cultura popular.

Programas televisivos que generan este tipo de contenido han estado incumpliendo ciertas normas de contenido periodístico en redes sociales, tomando en cuenta que las audiencias utilizan las redes sociales como medio eficaz de información.

Dicho esto, programas con contenido de este tema se han enfocado en plagiar columnas o robar información dada por las páginas de noticias de cine certificadas. Su manera tan ortodoxa de subir contenido plagiado tiende a verse forzado, simplemente para ganar visitas sin esforzarse realmente en llevar información de altura.

Como este caso hay muchos, y se vive más en la ola *millennial*; esta generación de periodistas y creadores de contenido, al tener todo tipo de accesibilidad al alcance de un botón, crecen con un pensamiento mediocre buscando el camino fácil. Si las nuevas generaciones siguen este método de investigar una noticia de cine y espectáculo sin antes verificar la fuente, pueden llegar a estar ante ciertos problemas legales.

En el proceso de copiar una noticia sin seguir un dinamismo para entretener a la ciberaudiencia como ya se ha mencionado, puede afectar mucho en cuanto al orden ético del periodista o comunicador, ya que se cometen faltas de derechos de autor. **¿Acaso es justo caer en este tipo de actos?**, la deshonestidad en este campo existe desde que los medios de comunicación

compiten como tales, como por ejemplo, quién lleva la primicia, o como escritor, quién puede tener mejor crédito.

Como periodista es necesario que se tenga en cuenta una regla primordial en cuanto al periodismo, y es el respeto a la verdad; esta será tu piedra para mantenerte firme en cuanto a tu nombre y tu credibilidad, ya que es lo único que te respalda si eres un periodista que lleva contenido digital.

Si nos tomamos el rato de revisar o investigar dónde podemos hallar contenido de cine de calidad en Panamá, se nos dificultará conseguir dichas páginas. Actualmente las redes sociales son las que se enfocan en brindar ese contenido e información de cine y espectáculo, pero las pocas páginas en Panamá han perdido dinamismo para llevar a cabo esta tarea de informar a la ciberaudiencia, básicamente no saben cómo llegarle a un público para poder brindarle contenido de calidad.

1.2.- Objetivos de investigación

1.2.1.- Generales

- Diseñar un proyecto digital con contenido del séptimo arte y la cultura popular, para generar empatía entre los cibernautas.
- Implementar una página web de entretenimiento y espectáculo con la herramienta www.weebly.com.
- Estructurar una interfaz visual que pueda servir de apoyo para motivar a los periodistas digitales a crear columnas informativas sin necesidad de plagiar contenido.

1.2.2.- Específicos

- Emplear técnicas de redacción en columnas de noticias del cine para mejorar el rendimiento de interacciones en redes sociales.

- Aplicar mejoras en el manejo de redes sociales de proyectos audiovisuales que se enfoquen en brindar contenido del mundo del séptimo arte y la cultura pop.
- Determinar el tipo de periodismo digital que este lleve a cabo mediante su interfaz para informar a la ciberaudiencia.

1.3.- Pregunta de investigación

¿Por qué en Panamá no existen páginas digitales dedicadas al mundo de cine y la cultura popular?

1.4.- Marco metodológico

El presente material se realizó con base en el comportamiento de usuarios que desconocen la importancia, la trascendencia y el valor que hay dentro del mundo del cine y la cultura popular, muchos se toman muy a la ligera el tema de disfrutar un proyecto audiovisual en las salas de cine, tomando en cuenta estas aptitudes de los mismos, esto ha servido como motor para la elaboración de este material.

Los estudios y material a investigar se tomarán en cuenta basados en los medios audiovisuales en Panamá, programas radiales, entre otros. Una vez aceptado el proyecto audiovisual se llevará a cabo tomando en cuenta el resultado obtenido de las encuestas y entrevistas.

Este estudio permitirá evaluar de manera eficiente los materiales o informaciones dentro del mundo del cine y la cultura popular, así como también los aspectos más relevantes del periodismo digital. El desarrollo de investigación está enfocado en método cuantitativo y cualitativo, ya que se buscará implementar una página web en el sitio de weebly.com, bajo el nombre de Notipop.

En este enfoque de investigación cuantitativo se usará la recolección de datos mediante encuestas realizadas a ciberusuarios, lo que nos llevará a comprobar la

hipótesis con bases numéricas y datos estadísticos que establecerán patrones de conducta de la ciberaudiencia en cuanto al entretenimiento y análisis de columnas de contenido dentro de la página web.

1.4.1.- Tipo de investigación

El tipo de investigación es descriptiva, con métodos cualitativos y cuantitativos, pues se planea estudiar el comportamiento de una gran masa, cuyo interés principal es la cultura popular.

1.4.2.- Hipótesis

La creación y elaboración de una página web de séptimo arte y cultura popular podría incentivar a la ciberaudiencia a impartir conocimientos sobre el cine y el mundo de la tecnología.

1.4.2.1.- Variable dependiente: La creación de una página web

1.4.2.2.- Variable independiente: Incentivar conocimientos de cine y el mundo de la tecnología.

1.4.3.- Fuentes de información

Actualmente se cuenta con 5 páginas dedicadas al mundo del séptimo arte y la cultura popular para recopilar información de la misma. Y para la elaboración del manual, se contará con libros especializados en cine, cultura, periodismo, periodismo digital y sobre todo, materiales dentro de sitios webs.

1.4.4.- Población y muestra

1.4.4.1- Población

La población a investigar se dividió en un número específico de personas, las cuales fueron: 50 periodistas, 50 comunicadores, 50 personas comunes y 75

usuarios de redes sociales, lo que dio un total de 225 personas dentro del rango total de panameños en que se basan nuestras delimitaciones.

1.4.4.1- Muestra

La muestra es probabilística de 206 personas, pues fue realizada la encuesta de manera aleatoria, y también no probabilística porque parte de los encuestados eran personas escogidas.

1.4.5.- Técnicas e instrumentos de recolección de datos

1.4.5.1.- Técnicas

Se formulará la técnica de observación, esta se basa en el análisis de aptitudes, relaciones, situaciones, casos o fenómenos, con el fin de obtener una información para la investigación.

1.4.5.2.- Instrumentos de recolección

Como instrumentos de recolección de datos hemos optado por el proceso de encuesta digital y entrevistas a ciertos ciberusuarios, tomando como base el rango de edad para determinar un resultado.

1.5.- Limitaciones

- Falta de tiempo.
- Falta de factor económico para la compra del dominio web.
- No contar con el equipo adecuado de trabajo.

1.6.- Delimitaciones

La investigación se desarrollará vía web, y contará con los usuarios panameños, pero será más enfocada en el área de la ciudad de Panamá y Colón.

1.7.- Cronograma de actividades

Tabla N.º 1

Actividades/tiempo	Noviembre		diciembre		enero		marzo		abril							
	1-15	16-30	1-15	16-31	1-15	16-30	1-15	16-30	1-15	15-31						
Revisión bibliográfica																
Diseño de la investigación																
Elaboración de instrumento																
Revisión de instrumento																
Validación del instrumento																
Aplicación del instrumento																
Tabulación del instrumento																
Análisis de información																

Fuente: Autor

1.8.- Programación financiera

- Tarjeta de celular prepago \$15.00
- Disco duro externo \$60.00
- Lápices y bolígrafos \$4.00
- Transporte \$50.00
- Fotocopias \$5.00
- Total: \$134.00

1.9.- Justificación

La principal conveniencia de este proyecto es que los habitantes del país centroamericano han estado consumiendo estas tres puntas de la comunicación, y ello ha provocado que se vuelva algo representativo de cada hogar. Por ende, se busca inculcar con esta investigación, que realmente se puede crear algo sano y que importa, que las familias panameñas puedan disfrutar y compartir ideas desde diferentes puntos de vista sobre el mundo del séptimo arte.

Esta investigación servirá como guía para producir una página web especializada en culturizar a los ciberusuarios. Panamá es un país que, con el pasar de los años, ha estado creciendo de manera inimaginable en cuanto a la comunicación, para ser más específicos, en radio, cine y televisión.

Una de las relevancias sociales es que el motivo que provocó esta investigación fue el impacto de la decadencia del mundo del cine en el público general.

Este proyecto servirá como ejemplo a futuros periodistas digitales, tomando en cuenta sus conocimientos en el área estudiada de la misma. Este apoyo didáctico fue redactado de forma clara para el entendimiento del estudiante.

Una de las implicaciones o problemas prácticos que ayudará a esta investigación es la elaboración desconocida de cómo diseñar una página web.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO

2.1.- Antecedentes del séptimo arte

El cine es un tema de veta inextinguible para el periodismo. La acabada historia del cine, que les presentamos ahora, tampoco ha agotado el tema, pero sí aspiramos a que sea una de las más amplias y documentadas que se hayan publicado en revistas. Se trata de un relato circunstanciado y objetivo, desde los tiempos en que Daguerre registrara una imagen fija hasta los aparatosos efectismos del cinerama de hoy, filmado a tres cámaras, y proyectado en una pantalla gigante. Desde que los hermanos Lumière oficiaban de notarios de la vida cotidiana, captando con ingenuidad la salida de los obreros de su fábrica hasta que los realizadores europeos asustaron a los buenos burgueses con una trama en que se entremezclan, indiferenciadamente, pasado, presente y futuro. Es un reportaje completo, que no agota el tema, pero que aborda, con independencia y ecuanimidad, los aspectos más sobresalientes y polémicos del llamado séptimo arte. (Barros, 2001)

2.1.1.- El cine en Panamá

La investigadora colombiana Leila El'Gazi Durán detalla que a bordo del vapor Holstia, donde venía la compañía del prestidigitador de origen sueco Balabrega, llegados al puerto de Colón el 13 de abril de 1897, se trajo un vitascopio de Edison. La primera presentación de imágenes en movimiento en el Istmo se dio el día miércoles 14 de abril de 1897 en un lote ubicado entre la Avenida del Frente y Calle Sexta de Colón. No se tiene el detalle del repertorio, pero se pudiese llegar a la conclusión de que se proyectaran los mismos títulos lanzados en Colombia más tarde, a saber Las señoritas Shalt en el baile de las palomitas, La serpentina, Elena y Marta con el andarín de Carlos y El martirio de Juana de Arco, entre otros. Balabrega continuó rumbo a Panamá y el 19 de abril presentó el vitascopio en la capital.

Durante la primera mitad del siglo XX podemos destacar la apertura de las primeras salas de cine en Panamá. Pasamos de las carpas a las salas, y La Aurora, inaugurada en 1909, fue la primera. En 1910 abre la sala Sara Bernard (sic), inspirada en el nombre de la actriz Sarah Bernhardt. Asimismo, podemos mencionar la apertura de salas como los teatros El Dorado (1913), Cecilia (1914) y con posterioridad Variedades, Amador, Strand en Colón, Amalia en Chitré y muchos más en la ciudad y a lo largo del país.

2.1.2.- Precursores del cine en Panamá

No fue sino hasta 1946, en la provincia de Veraguas, cuando Carlos Luis Nieto, un apasionado por el cine, filmó el primer medimetraje de ficción del que se tiene noticia en Panamá, llamado "Al calor de mi bohío". Nieto era costarricense, casado con una santiagueña y establecido en la provincia aquella se hizo propietario del cine María Luisa. La película como señala Del Vasto fue una muestra local del "cine de pecadoras" muy popular en el cine mexicano, en el cual la protagonista era seducida y abandonada por un rufián, tras lo cual se arrojaba esta a la mala vida. El elenco incluía a Áurea Torrijos, Uriel Santacoloma, América Hill, Santander Tristán, Augusto Castellero, Carlos Francisco Changmarín y Robert Hidalgo.

De esta manera una compañía recientemente creada, de nombre Panamá Sono Films, produce la película de ficción "Cuando muere la ilusión" en 1949. El argumento se circunscribe al ya mencionado "cine de pecadoras" y contó con un elenco formado por Elda de Ycaza, Irma Raquel Hernández, Rosendo Ochoa y Manuel Martínez.

Vemos cómo el panameño culturoso empieza a interesarse en el cine, y gracias a los esfuerzos de personas como Ladislao Sosa, panameño quien estudió cine en México y trató de hacer industria cinematográfica en Panamá. Sosa crea una especie de escuela y se considera el padre de la

Publicidad e Imagen panameña, rompiendo el paradigma existente hasta entonces del predominio de la palabra escrita.

Sobresalen en esos años producciones como “El misterio de la pasión”, filmada en San Francisco de la Montaña, provincia de Veraguas en 1954 por el Padre Ramón María Condomines con los moradores de dicho pueblo, representando la Pasión de Cristo; “Panamá, tierra mía” (1965) de Jorge I. De Castro y la actuación de Ralph Joren (seudónimo de Rafael Arrocha), Deborah Carbone, Claudio LoPolito, Mara Dess, Conjunto Canajagua, Margarita Escala. De Castro, de igual forma, produce en 1966 el largometraje de 90 minutos “Ileana, la mujer” con un gran presupuesto para esa época – treinta mil dólares – con la actuación de Isabelita Damián, Donald Cardoze, Scarlett Cunningham, José M. Zardón, Ema Rodríguez, Antonio Damián. (Trejos, 2007)

2.2.- Conceptos del séptimo arte

Riccioto Canudo, escritor, poeta y crítico cinematográfico italiano, fue el primero en etiquetar al cine como ‘séptimo arte’ en 1911.

Hasta entonces, y desde la antigüedad, se había estado etiquetando los diferentes movimientos artísticos y disciplinas, hasta quedar a principios del siglo XX en seis artes.

Canudo veía el cine como un “arte plástico en movimiento” y quiso que estuviera presente entre las diferentes disciplinas artísticas. Su influencia dentro del movimiento teórico, intelectual y artístico era muy importante, lo que llevó a que se acogiese al cine como un arte más. (López, 2011)

2.2.1.- Definiciones

Se llama cine o cinematografía a la tecnología que reproduce fotogramas de forma rápida y sucesiva creando la llamada “ilusión de movimiento”, es

decir, la percepción visual de que se asiste a imágenes que se mueven. También se le dice cine al edificio o sala donde se proyectan las películas.

El término tiene la misma raíz griega que otras palabras como cinética, kinesiología y otras que se relacionan con el movimiento.

En el año 1995 el cine cumplió cien años, luego de que el 28 de diciembre de 1895 los hermanos Lumière proyectaran el primer film que reproducía la salida de los obreros de una fábrica francesa en Lyon. Desde entonces, el cine ha atravesado diferentes períodos, desde la etapa muda hasta el comienzo del cine sonoro, desde el cine no narrativo hasta el cine de géneros y así en adelante. Esta evolución reconoce ciertos hitos específicos que han representado verdaderos cambios históricos; sin dudas, el primero de ellos consistió en la incorporación del sonido, en especial de voces humanas y música, sin olvidar los efectos sonoros. El segundo impacto de alta relevancia consistió en la posibilidad de incorporar color y abandonar el estilo tradicional de proyecciones en blanco y negro. Finalmente, la aparición de tecnologías digitales ha sido el tercer golpe de efecto en la historia del cine, que ha permitido la generación de imágenes sorprendentes en el marco de un cambio notable de los costos.

Hoy el cine ha desarrollado una vasta teoría que lo emparenta con otras artes como la literatura, la pintura y la fotografía. Así, es considerado el "séptimo arte". Asimismo, el alcance del cine ha excedido en forma superlativa a su fin puramente artístico, y constituye en realidad tanto una herramienta para la difusión de la ciencia o la cultura como una industria que genera innumerables fuentes de trabajo. En efecto, la realización cinematográfica requiere de un equipo técnico constituido por una unidad de producción, de dirección, de guion, de fotografía, de montaje, de dirección de arte y muchas otras. Esta realidad se plasma en la actividad febril y reconocida de Hollywood en Estados Unidos, así también en

naciones cuya producción internacional es menos conocida, pero que generan una gran producción anual de películas, como ocurre en India, Hong Kong o Nigeria, entre otros ejemplos.

A su vez, el cine desde sus comienzos ha reconocido a diversos autores tales como John Ford, Orson Welles, Francis Ford Coppola, Steven Spielberg, Martin Scorsese y otros. Por otra parte, distintas modalidades se incluyen en el análisis de la cinematografía como el cine de animación, documental, pornográfico, entre otros, e incluso géneros como el cine de western, de acción, romántico, de ciencia ficción, policial, etcétera. Muchos actores y actrices han trascendido el mundo del cine para convertirse en verdaderos íconos de su momento histórico; a su vez, muchos famosos procedentes de otros campos de la actividad humana han encontrado en el cine su lugar definitivo, como ha ocurrido con expertos en artes marciales y en otras disciplinas completamente diferentes. (Bembibre, 2008)

2.2.2.- Características de la producción audiovisual o cinematográfica

Se entiende como producción audiovisual a los procesos de selección de medios técnicos y humanos para la ejecución de una idea. Idea que cuenta con la unión de matices artísticos y comunicacionales, para transmitir una realidad empleando la herramienta audiovisual (imagen y sonido). La producción audiovisual se la divide en tres etapas de suma importancia:

La primera es la preproducción, etapa que se caracteriza por planificar y tomar decisiones sobre el rodaje; la segunda es la producción, etapa en la que se ejecuta y elabora el material audiovisual; y la tercera es la postproducción, en la que se junta todo el material para ser transformado en un solo producto.

Preproducción

La preproducción es la primera etapa en la realización de un proyecto audiovisual porque se toman decisiones, se selecciona al personal que conformará el equipo, se trabaja una historia y se organiza todo a partir de la elaboración de desgloses, presupuestos, planes de rodaje y planes de trabajo.

Luego de tener una idea y tomar la decisión de elaborar un producto audiovisual, el paso siguiente es la planificación, momento en el que se realiza el trabajo de escritura. Primero, consiste en elaborar un *story line*, una sinopsis, los argumentos, el *storyboard*, el guion literario, el guion técnico, los desgloses, el plan de trabajo y el plan de rodaje, las herramientas que ayudarán a trabajar la narración y cómo se llevará a cabo.

Las herramientas que más elaboran las productoras audiovisuales son el guion literario, guion técnico y *storyboards*, que son dibujos estilo cómic de cómo se verán las escenas. Si son productos cinematográficos, es esencial elaborar una carpeta de producción que contenga todas las herramientas de planificación.

Producción

Una vez concluida la preproducción y aprobados todos los requerimientos, se pasa a la etapa de producción o rodaje. La producción es el comprobante si se realizó una adecuada planificación del proyecto. La producción es la parte más importante en la realización audiovisual porque todos los esfuerzos intelectuales, humanos y físicos empleados en la elaboración darán como resultado un producto audiovisual. Dentro de los rodajes cochabambinos se identifican tres factores claves para el desarrollo de esta etapa: equipo humano, equipos técnicos y el tipo de comunicación.

Equipo humano

El equipo humano en audiovisuales está conformado por todos los realizadores audiovisuales que participan dentro de los seis departamentos establecidos (producción, dirección, arte, fotografía, sonido y montaje). En la realidad cochabambina no existen estos departamentos tan definidos, e incluso los realizadores repiten roles. Si bien todos los realizadores son conscientes de los departamentos y las tareas que cada uno debe cumplir porque tienen conocimiento de la teoría y cómo se debe aplicar, la realidad no permite que se trabaje de ese modo.

Equipo técnico

Los equipos técnicos son todos los materiales tecnológicos que se emplean para tener un buen registro de imagen, sonido y poder trabajarlos posteriormente en las islas de edición. Los equipos varían según las preferencias de las productoras y sus necesidades. Estos pueden dividirse en equipos propios o alquilados.

Posproducción

La posproducción es la última etapa de la realización audiovisual. En ella se comprueba y revisa que se haya conseguido todo el material que se planificó en la preproducción. Por otro lado, los realizadores coinciden en que las tareas que más dificultan en la posproducción son: la musicalización, la selección de material y la colorización. (Guizada, 2017)

2.2.3.- Géneros de producciones cinematográficas

Cada vez que se habla de géneros se abren las puertas de una gran controversia porque, según la perspectiva, se tienden a enfrentar las categorías entre sí, e incluso a trasladar las características de un género a otro y a no aceptar otros.

Los géneros cinematográficos deben ser reconocidos por el espectador tanto por las evidencias que muestran (tipos de personajes –estereotipos, escenarios, iluminación o ambientes) como por el tratamiento de las acciones y situaciones. Se puede hablar de una gran primera clasificación genérica: cine documental (no ficción) y cine de ficción.

El cine documental tiene como finalidad describir la realidad, con seguridad si se trata de un relato verídico (tipo histórico) mientras que el cine de ficción desarrolla un relato imaginario, es decir, una semificción (construida a partir de un hecho real); de lo contrario, se tratará de una ficción total.

Para agrupar las obras audiovisuales narrativas cinematográficas tenemos estas 14 categorías:

- 1) Documental
- 2) Biográfico
- 3) Histórico
- 4) Musical
- 5) Comedia
- 6) Infantil
- 7) Western
- 8) Aventura y acción
- 9) Bélico
- 10) Ciencia ficción
- 11) Drama
- 12) Suspenso
- 13) Terror / horror

14) Porno

Cine documental

Género de carácter informativo más que dramático, no histórico, generalmente sin intervención de actores profesionales, de personajes, de puesta en escena o cualquier tipo de intervención en la realidad que muestra y que tiene por finalidad dar a conocer esa realidad, que da a conocer un tema (hecho, idea o entidad material) en forma periodística. Se aleja de la ficción y refleja acontecimientos reales.

Puede valerse de imágenes espontáneas, con cámara oculta, entrevistas y testimonios, material de archivo, etc. También puede ser más o menos creativo y más o menos interpretativo y dependiendo de la materia tratada y del punto de vista adoptado, poseer un talante de divulgación científico, artístico, sociopolítico, médico, educativo, propagandístico, histórico.

Cine biográfico

Género que narra la biografía de una persona real y famosa (líderes políticos o religiosos, deportistas, artistas, músicos o personas comunes que por alguna acción llaman la atención de la sociedad, más excepcionalmente de un personaje de ficción) con ciertas licencias históricas, cuya trama recrea los episodios más relevantes.

Cine histórico

Filme que recrea momentos o sucesos ocurridos a lo largo de la historia conocida, ciñéndose lo más posible a la realidad. Al igual que sucede con la novela y con cualquier otra obra narrativa, el cine forma parte de la documentación susceptible de ser catalogada e interpretada por los historiadores. Obviamente, una película ofrece un punto de vista ideológico en torno a la realidad –pasada o contemporánea– reflejada en su guion. Pero sería engañoso definir el género llamado histórico como un

complemento viable y eficaz de las monografías y ensayos donde la historia se relata y analiza. El género histórico no es otra cosa que un producto imaginativo, derivado del folletín, en el que se da forma al pasado hasta componer el telón de fondo de una aventura o de un melodrama.

Adopta la perspectiva realista en su tratamiento de sucesos del pasado. Interpretaciones de la historia (principalmente del siglo XX), guerras, revoluciones y grandes gobernantes. Las películas históricas suelen basarse en relatos literarios y conceden gran importancia a la ambientación. Sus variantes son el cine político y el cine de catástrofes.

Cine musical

Al referirnos al género musical, aludimos a todas aquellas producciones cinematográficas cuya temática gire en torno o se manifieste a través de expresiones musicales que incluyan canciones o temas bailables como parte fundamental de su desarrollo dramático.

En su totalidad, las variantes del cine musical tienen una raigambre teatral cuya característica genérica es una puesta en escena de coreografías que toma como sitios principales para desarrollarse el teatro, el cabaret, o la calle. Este apremio forma parte intrínseca de la trama, de tal modo que la música y los bailes avanzan en conjunto con la intriga. Los musicales versan alrededor de cualquier modaailable cuya adaptación al cine contribuye a popularizar entre el público todas esas fórmulas escenográficas.

Cine de comedia

Género que busca la carcajada en el espectador mediante episodios de humor elemental, grotesco o absurdo, carente de matices o profundidad psicológica. Las películas de cine cómico son una sucesión de gags hilvanados y -a diferencia de la comedia- no poseen una estructura



dramática precisa, progreso narrativo o evolución en los personajes. Se basan en conflictos resueltos a base de persecuciones, batallas de tartas, golpes, caídas... con un tratamiento amable. También se llama comedia *slapstick* o comedia de payasadas. Destacan las obras de Mack Sennet, Max Linder, Buster Keaton, Charles Chaplin, Stan Laurel y Oliver Hardy y Harold Lloyd.

Explota la dialéctica infracción/castigo, el tipo del chico travieso, la figura del paleta y del vagabundo o la persecución. Origen en el burlesco que tiene como rasgos los sucesos disparatados, persecuciones frenéticas, bofetadas, batallas con tartas, conflictos con agentes, sucesión de gags.

Cine infantil

Película que por su temática va dirigida a los niños, con fines didácticos o de entretenimiento, basados en situaciones de la vida real o ficciones, por lo general, presentadas en dibujos animados, filmaciones reales o mezcla de ambos.

Cine del viejo oeste o Western

Como su nombre indica, es el género cinematográfico que relata historias relacionadas con la conquista y colonización de los territorios occidentales de Estados Unidos. Es uno de los géneros más cinematográficos, pues no se encuentra antes en la literatura o en el teatro, sino que tiene una vertiente literaria heredera de la novela caballerescas, que sirvió para exaltar las virtudes de pistoleros al servicio de la ley y de militares del cuerpo de caballería, pues ambas ocupaciones eran garantía de seguridad en un momento histórico sometido a muy violentas tensiones. Se caracteriza por la llegada de la civilización en la persona de un individuo aislado (vaquero), con un código moral que muchas veces no respeta lo señalado por la sociedad o la ley, es decir, solo obedece a sus principios sin importar el

consenso social. Conquista que fue llevada a término a lo largo del siglo XIX, y más concretamente, entre 1860 y 1890, por parte de inmigrantes europeos, que llegaban en caravanas para ocuparse en los tres principales negocios que brindaba esa franja continental: la agricultura, la ganadería y la minería aurífera.

Cine de aventura y acción

Dado que se trata de un modelo dramático sin una ambientación específica, conviene aclarar que el género de aventuras puede generar argumentos de inspiración policíaca, histórica o bélica; con una trama ficticia cuyo objetivo principal consiste en exponer una secuencia cautivante de acciones sin llevar a una reflexión sobre las mismas (propósito de simple entretenimiento "liviano"). De hecho, esta variedad cinematográfica engloba subgéneros como el cine de espías, el cine de aventuras selváticas, piratas, musicales, el cine de artes marciales y el cine de capa y espada.

Cine bélico

Género cinematográfico que trata de hazañas épicas reales o ficticias en campo de batalla. Se puede subclasificar en: Guerras del siglo XX, Cine épico y Cine de romanos.

Cine de ciencia ficción

Género cinematográfico al que pertenecen películas que narran historias en un futuro imaginario, ordinariamente caracterizado por un desarrollo tecnológico mayor. Suele estar emparentado con el género fantástico, aunque se diferencia en que este no siempre se refiere al futuro y en que la ciencia ficción tiene mayor realismo, los argumentos se justifican desde un punto de vista científico, aunque haya elementos no reales, como viajes en el tiempo o inventos inverosímiles.

Presenta situaciones futuras o pasadas con elementos fantásticos vinculados al uso de recursos técnicos actualmente inexistentes o no desarrollados.

El antecedente de este género se encuentra en la literatura del siglo XIX, época de inventos, descubrimientos y del avance tecnológico de la Revolución Industrial. Autores como Julio Verne y otros escribieron aquello que imaginaron y que alguna vez la humanidad realizaría.

En el cine las películas del famoso ilusionista teatral George Méliès, llevaron la máxima conquista de la ciencia a la pantalla con La Llegada del hombre a la luna, entre muchas otras.

Cine de drama

El término vendría a describir, más que un género, una forma de narrar, basada en los giros súbitos de la acción, el juego simplificado de connotaciones morales y el resorte sentimental y apasionado que mueve a los personajes. Si bien puede tener características de otras categorías aquí mencionadas, el drama centra su temática en los conflictos emocionales de o entre seres humanos, o bien trata de poner de relieve valores fundamentales de la humanidad.

Cine de suspenso

También llamado intriga o thriller, aborda sucesos criminales o que entrañan amenazas de muerte, aunque estos quedan en segundo plano frente al mecanismo narrativo que hace de la participación del espectador –a quien se proporciona una información hábilmente dosificada cuando no manipulada– y de diversas hipótesis sobre los interrogantes planteados el motivo espectacular. Los personajes son investigadores (policías, detectives privados, agentes secretos, periodistas o simples aficionados) y falsos culpables, criminales, agentes enemigos, etc., pero en ningún caso,

tienen relación con el crimen organizado como sucede en el cine de *gangsters*.

Cine de terror / horror

Su trama –con o sin elementos fantásticos– va dirigida a producir en el espectador emociones como miedo, temor o pánico y jugar con estas emociones al someterlo a suspensos, sobresaltos y ansiedades. Engloba todas aquellas producciones cinematográficas cuya finalidad es formular dramas efectistas, truculentos o misteriosos, capaces de inducir sensaciones de inquietud, temor y sobresalto en el espectador. De acuerdo con las normas fijadas en literatura por la novela gótica, este tipo de argumentos suelen recurrir a ingredientes siniestros y morbosos, siguiendo una galería de arquetipos que viene a simbolizar, en diverso grado, el abanico de sensaciones que se abre entre la muerte y el dolor.

Una de sus vertientes es el cine gore en el que sin ningún pudor se muestra sangre, vísceras y huesos de las víctimas, y tiene sus antecedentes en lo inverosímil y lo sanguinario. Por lo común, en este tipo de creaciones no suele faltar el romance, añadiendo la simbología amorosa a ese repertorio ya resumido.

Cine porno

El cine pornográfico (también llamado cine porno, o simplemente porno) es aquel en el que explícitamente se muestran los genitales mientras se realiza el acto sexual y cuyo único propósito es el de excitar al espectador, es totalmente de esencia física y erótica, ya que se representan las vivencias íntimas entre las parejas.

La trama, en general muy pobre de contenidos, puede ser simplemente una excusa para dicha exposición. (Morales, 2013)

2.3.- El periodismo

El periodismo es un ejercicio profesional cuyo foco lo constituye la creación, recolección, reelaboración y difusión de información que sea de interés público en distintos formatos y presentaciones.

El periodismo tradicionalmente se lo piensa como parte de las ciencias sociales (ciencias de la comunicación, comunicación social, etc.) o de las ciencias de la información, y a menudo ha sido considerado como el “cuarto poder” de las sociedades, dada la importancia creciente que el manejo de la información ha cobrado en las sociedades contemporáneas.

Quienes ejercen dicho oficio se suelen denominar periodistas, aunque también se usan como más o menos sinónimos: reportero, comunicador social o simplemente comunicador. (Uriarte, 2020)

2.3.1.- El periodismo digital

La convergencia de medios (prensa, radio, televisión) y recursos en una misma plataforma: el internet. El periodismo digital aprovecha los recursos y servicios que provee el internet para ampliar la información en un solo medio y de forma inmediata. (Aroche, 2009)

2.3.2.- Periodismo de espectáculos

El periodismo de espectáculos es la disciplina que se encarga de informar al público sobre el acontecer del mundo del arte, en la que se incluye la música, el cine, la televisión y el teatro, como expresiones.

Al igual que la industria del espectáculo, este tipo de periodismo busca entretener y complementa al resto de las secciones del periódico, pues ayuda al lector a sacar su mente de los problemas que le afectan a diario y al mismo tiempo comprender su realidad mediante la proyección de la vida de sus artistas. (Ordóñez, 2012)

2.4.- Premiaciones dentro del séptimo arte

Cada primer trimestre del año representa una época muy importante para el mundo del cine, pues es la época en la que se reconoce a los mejores trabajos del año anterior. Para ello, existen distintas organizaciones que evalúan, votan o simplemente nombran a lo que ellos consideran fue lo más sobresaliente en el transcurso de las últimas 52 semanas. (Segura, 2012)

Estas son las premiaciones cinematográficas más importantes del séptimo arte, y cada una se caracteriza por su gran elaborada ceremonia que por años se vuelven muy memorables. Cabe mencionar que en los últimos años los Óscares se han reinventado estructurando su programa creando nuevos *openings*, monólogos interactivos con la audiencia y nuevas cápsulas para el entretenimiento del público.

Tabla N.º 2

Premiaciones más importantes del séptimo arte

Premios	Lo entrega	¿Cómo funciona?	¿Por qué es importante?
Óscar	La Academia de las Ciencias y las Artes Cinematográficas (The Academy of Motion Pictures Arts and Sciences o AMPAS) desde 1929.	La Academia, compuesta de más de 6,000 miembros en Estados Unidos y el resto del mundo, votan para elegir a los nominados y a los ganadores. Para votar se necesita cumplir con ciertos lineamientos	El medio cinematográfico estadounidense reconoce lo mejor de su propio sector

		dependiendo de la categoría.	
Globos de Oro	La Asociación de Prensa Extranjera de Hollywood (Hollywood Foreign Press Association o HFPA) desde 1944.	La Asociación está compuesta por 93 miembros pertenecientes a la prensa extranjera que residen en Estados Unidos. Ellos votan y deciden a los ganadores.	Es el punto de vista no estadounidense sobre el cine y la televisión de aquel país.
Los premios de los Sindicatos/Gremios	El Screen Actors Guild (actores), el Directors Guild of America (directores), el Producers Guild of America (productores), el Writers Guild of America (guionistas) y demás sindicatos de cada sector respectivamente.	Los miembros de cada sindicato eligen a sus nominados y ganadores enfocados en cada rama. Por ejemplo, el SAG vota por el mejor actor, mejor actriz, mejor ensamble para cine, mejor ensamble para televisión, etc.	Es el reconocimiento de cada sector creativo, artístico y técnico entre sus propios colegas.
Sundance	El Instituto Sundance.	Realmente no es un premio, sino un festival de cine que se desarrolla desde 1978 y en el que se reparten distintos	Es el escaparate de cine independiente más famoso, además de tener al legendario actor

		reconocimientos en diversas categorías. Estar dentro de su selección oficial ya es algo para presumir sin discreción. Además, el perfil de las cintas exhibidas ahí son principalmente independientes.	Robert Redford a la cabeza de todo.
Cannes	El jurado designado para cada edición anual del Festival de Cine de Cannes desde 1955 (entre 1939 y 1954 se le conocía como el "Gran Premio del Festival").	El jurado consiste en un presidente y varias personalidades del cine internacional que determinan al vencedor de la competencia. Por lo general, el presidente es una figura famosa dentro del medio, como lo ha sido Robert De Niro, Tim Burton o Quentin Tarantino.	Es considerado como el "Mundial del Cine", en el que se presentan obras de todas partes del mundo sin importar su género o presupuesto. Los ganadores de la Palma de Oro son considerados como los mejores absolutos del año.
BAFTA	La Academia Británica de las Artes Cinematográficas y	Los miembros de la academia votan por los mejores	Son equivalentes a los Óscar en Gran Bretaña, aunque su

	Televisivas (British Academy of Film and Television Arts) desde 1948.	proyectos que hayan sido exhibidos en las salas del Reino Unido, haciendo una mención especial a los que son de nacionalidad británica.	selección es más internacional.
Goya	La Academia de las Artes y las Ciencias Cinematográficas de España desde 1987.	La Academia vota por las mejores producciones y coproducciones que hayan sido estrenadas en los cines durante el año que transcurrió. La estatuilla representa el rostro del artista Francisco de Goya.	Son los Óscar de España, orientados a premiar lo mejor del cine español e iberoamericano.
Ariel	La Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas desde 1947.	La Academia vota por las mejores producciones y coproducciones nacionales, sin importar que no hayan sido lanzadas comercialmente.	Es buena publicidad para las cintas que aún no se han dado bien a conocer. Es equivalente al Óscar en México, aunque su prestigio se ha ido deteriorando con el tiempo. Últimamente, la Academia ha

			tratado de rescatarlo del abismo.
People's Choice Awards	Es una producción de Procter & Gamble en asociación con Mark Burnett, pero la decisión es del público internacional; se entrega desde 1975.	La gente vota por sus artistas, programas y películas favoritos vía internet, teléfono o correo.	Es sencillamente la voz del pueblo que elige lo que más les haya gustado dentro del mundo del entretenimiento en el año. No hay mejor forma de medir el <i>rating</i> que este.
Razzies	La Fundación del Premio de la Frambuesa de Oro (Golden Raspberry Award Foundation) desde 1981.	Los miembros de la fundación votan por lo peor de la industria cinematográfica en el año anterior. Usualmente se da la lista de nominados y se realiza la ceremonia de entrega un día antes que los Óscares.	Tal vez no son lo que digamos importantes, pero es un buen momento para reírse.

(Segura, 2012)

2.5.- Sitios web

Un sitio web es un conjunto de páginas webs desarrolladas en código html, relacionadas a un dominio de Internet, el cual se puede visualizar en la World Wide Web (www) mediante los navegadores webs o también llamados browser como son Chrome, Firefox, Edge, Opera, entre otros.

Cada página web perteneciente al sitio web tiene como objetivo publicar contenido, y este contenido podrá ser visible o no al público.

2.5.1.- Clasificación de sitios webs

Los sitios webs se pueden clasificar en dos tipos:

Sitios webs estáticos: Se les denomina así a aquellos que no acceden a una base de datos para obtener el contenido. Por lo general, un sitio web estático es utilizado cuando el propietario del sitio no requiere realizar un continuo cambio en la información que contiene cada página.

Sitios webs dinámicos: Por el contrario, los sitios webs dinámicos son aquellos que acceden a una base de datos para obtener los contenidos y reflejar los resultados obtenidos de la base de datos, en las páginas del sitio web. El propietario del sitio web podrá agregar, modificar y eliminar contenidos del sitio web a través de un "sistema web", generalmente con acceso restringido al público mediante usuario y contraseña, el cual se denomina *back end*.

Se asume que a la hora de contratar el desarrollo de un sitio web, el propietario especificará al desarrollador web, la cantidad de páginas que contendrá el sitio, discriminando si son dinámicas o estáticas.

2.5.2.- Tipos de sitios webs

Institucionales

Son denominados así, aquellos sitios webs sencillos que contienen información básica de la empresa.

No suelen contener grandes volúmenes de información; al tratarse de algo institucional, debería contener:

- *Home* o página principal
- Acerca de (misión, visión, valores, objetivos)
- Servicios (detalle de cada servicio ofrecido por la empresa)
- Ubicación (mapa de ubicación de la oficina comercial y sucursales)
- Contacto (dirección, teléfonos y formulario de contacto)

One page o landing page

Son aquellos sitios que concentran toda su información en una sola página, y el usuario va accediendo al contenido a medida que va desplazando hacia abajo con el *mouse* o el teclado.

Una *landing page* es un concepto relativamente nuevo, se caracteriza por ser de armado simple y que se está utilizando bastante, sobre todo por su bajo costo.

La información contenida suele ser bastante reducida, pero no deja de ser efectiva si está bien lograda y segmentada la información.

Blogs

Los *blogs* son sitios webs generalmente de carácter personal, con publicaciones que contienen un orden cronológico, de actualización dinámica y continua.

Los *blogs* tienen la particularidad de almacenar artículos escritos por uno o más autores, de diferentes temáticas y buscan lograr un *feedback* (intercambio de opiniones) entre los escritores y los lectores a través de comentarios.

Los *blogs* están comprendidos dentro de los sitios webs dinámicos.

Sitios e-commerce

Son aquellos sitios que permiten realizar un comercio electrónico mediante el sitio web, también llamados como carritos de compras o ventas.

Estos sitios webs permiten realizar transacciones entre comprador y vendedor, permitiendo:

- Realizar compra-venta mediante tarjeta de crédito
- Realizar un pedido *online*
- Reserva de producto o servicio. (Pairuna, 2018)

2.5.3.- Weebly

Es una plataforma *online* dedicada a la creación de sitios gratuitos y de pago cuyos orígenes se remontan a 2006. Una aplicación que te permitirá conseguir resultados más que dignos sin demasiados quebraderos de cabeza.

Para empezar a utilizarla no será necesario descargar *software* alguno, sino que bastará con acceder a su página web y registrarnos. Además, con el correspondiente formulario integrado en el que deberán figurar nuestro correo electrónico, nombre completo y contraseña que podemos hacerlo a través de nuestras cuentas de Facebook y Google.

Seguidamente, deberemos aceptar las condiciones de la aplicación y, automáticamente se nos redirigirá a una página en la que se ubican diferentes plantillas. Estas se agrupan por diferentes temáticas: negocios, tienda en línea, personal, eventos, *blog* y portfolio. Todas ellas son gratuitas y cuentan con ejemplos por los que podemos navegar con el fin de hacernos una idea de cómo se adaptaría a nuestras necesidades. (Llorca, 2016)

2.5.4.- Wix

Wix es una plataforma en la que podrás crear tu propia página web, *blog* o tienda *online* sin pagar nada en el inicio, gracias a sus cientos de plantillas que tienen para cada tipo de web. Pero lo mejor de *Wix* es que no necesitarás saber nada sobre diseño web para crear tu propia página.

Muchas otras empresas *online* de este tipo te darán alojamiento en internet para empezar tu *blog* o página, pero será necesario que sepas al menos lo básico sobre diseño web o incluso un poco sobre añadir y editar códigos para personalizar tu sitio *online*. (García, 2019)

2.6.- Redes sociales

Tradicionalmente, una red social se ha definido como un conjunto de personas que tienen vínculos entre sí, sea por temas comerciales, amistad, trabajo, parentesco, etc.

Las “redes sociales” como nosotros las conocemos, permitieron que esos conjuntos de personas se encontraran en un entorno virtual y se convirtieran en sitios webs conformados por comunidades de personas que tienen cosas en común. Y es que, en sus comienzos, los sitios webs solo permitían una comunicación unidireccional y muy poca interacción.

Hoy, las redes sociales les dan el protagonismo a los usuarios y a las comunidades que estos conforman.

Estos sitios facilitan la comunicación entre las personas, el intercambio de información (como fotos, videos y más) y les permiten conocer gente nueva, ampliando aún más su red. (Obeso, 2020)

2.6.1.- Concepto de redes sociales

Son numerosas las propuestas conceptuales que han intentado delimitar las propiedades y características de las redes sociales, lo cual da cuenta de la importancia de este fenómeno en el estudio de las formas de interacción humana dentro de las agrupaciones que los individuos establecen y en la sociedad misma. La psicología social ha sido una de las disciplinas con mayor nivel de interés en las redes sociales por los aportes sustanciales que su estudio representa para la comprensión del comportamiento social del hombre, en esta tarea, las interlocuciones con la sociología han sido indispensables para la construcción de sistemas conceptuales y propuestas teóricas y metodológicas dirigidas a la comprensión de las redes como sistemas complejos de desarrollo.

2.6.2.- Características de redes sociales

Las redes sociales poseen un carácter dinámico determinado por el flujo continuo de intercambios que en las mismas se dan, ese flujo combina elementos emocionales o de soporte social, así como elementos instrumentales o materiales de forma que el intercambio implica diversas unidades de circulación de productos que incluyen información, alimentos, salud, consejos, apoyo afectivo y muchos otros factores. Esa multiplicidad de elementos que fluyen en los intercambios son los que enriquecen la naturaleza dinámica de la red y complejizan la circulación de productos sociales. (Ávila-Toscano, 2012)

2.6.3.- Instagram

Instagram es una red social y una aplicación móvil al mismo tiempo. Esta permite a sus usuarios subir imágenes y videos con múltiples efectos

fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc., para posteriormente compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras redes sociales.

Esta aplicación o red es actualmente una de las que mayor crecimiento tienen en el mundo. (Lavagna, 2018)

2.6.4.- Twitter

Algunos lo usamos para estar en contacto con gente que conocemos y compartir con ellos a diario y de manera inmediata distintos tipos de información, también sirve para estar al tanto de lo que se va publicando en diversos *blogs*, para seguir cuentas oficiales gubernamentales, de periódicos, estados o estado del servicio de diversas aplicaciones... los usos son técnicamente infinitos.

Realmente, y aunque hay quien afirma o pretende afirmar lo contrario, no hay una manera única y establecida de usarla, es parte de su tremenda diversidad. Lo mejor es plantearse que tenemos una serie infinita de pequeños micromensajes de no más de 140 caracteres en los que podemos volcar cualquier tipo de contenido.

Puede servir para poner todo lo que se nos pasa por la cabeza, así lo usan la mayoría de las personas con resultados muy variados. Puede servir para dar a conocer cierta información que nos parece interesante: basta con copiar el enlace, acompañarlo de una breve descripción y compartirlo con nuestros seguidores. Puede servir para cualquier propósito, los límites de Twitter nunca han estado, están ni estarán completamente definidos; de hecho, todavía muy frecuentemente surgen nuevas aplicaciones que le encuentran nuevas utilidades, a pesar de que ya hace 5 años que se puso en marcha el servicio. (Rebato, 2011)

CAPÍTULO III

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

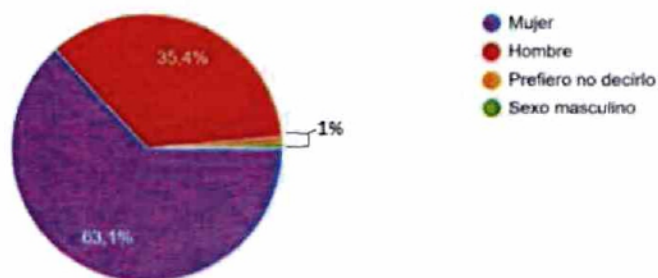
3.- Presentación y análisis de los resultados

A continuación se presentarán los resultados obtenidos de la encuesta sobre el sitio web de entretenimiento dedicado al séptimo arte y la cultura popular. Aplicados a diferentes personas de la República de Panamá, se hizo énfasis en realizar esta encuesta, dadas las delimitaciones del estudio enfocadas en las provincias de Panamá y Colón. Para llevar a cabo un análisis de forma más clara, se adaptaron una serie de preguntas en la herramienta de **Google Forms**, todos los datos suministrados de la encuesta fueron adaptados de esta herramienta a una serie de gráficas que nos facilitó el sitio web.

3.1.- Análisis de los resultados

Se recibió un total de 206 respuestas realizadas de manera anónima en un formulario de 12 preguntas dentro de la herramienta *google forms*. Mediante el proceso de revisión de resultados se detectaron múltiples anomalías; usuarios que no respetaron la selección de respuestas alteraron el proceso de cálculo de cada gráfica y provocaron una disyuntiva matemática, al final se pudo tomar en cuenta estos resultados para así adaptarlos de la mejor manera.

Sexo
206 respuestas

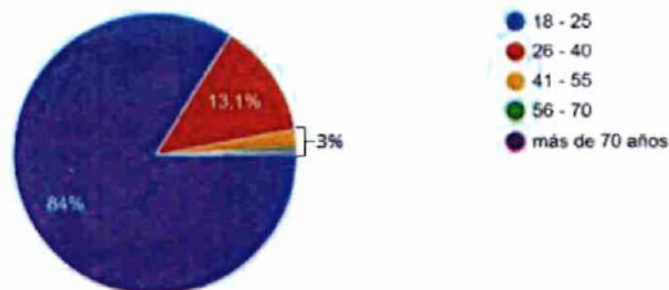


Fuente: Autor

Como resultado de la encuesta de sexo, un 63% fue realizada en mujeres; un 35%, en hombres, y un 1% decidió no decir su sexo.

Edad

206 respuestas

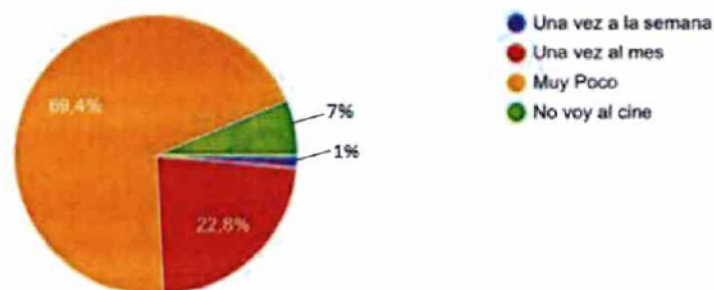


Fuente: Autor

Como resultado de la encuesta de edad, un 84% fue de edades de 18 a 25, un porcentaje de 13% fue de 26 a 40, y mayores de 41 años fue de un 3%.

1. ¿Cada cuánto tiempo vas al cine?

206 respuestas

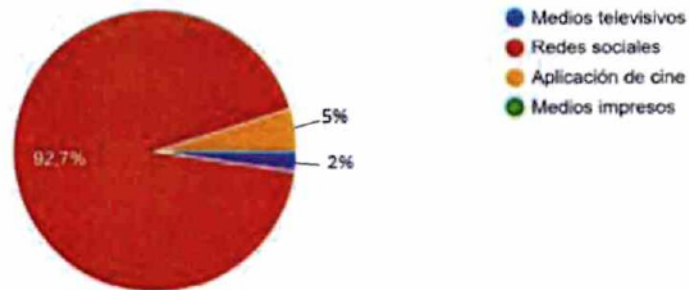


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta tuvimos como resultado que un 69% va muy poco al cine; un 22%, una vez al mes; un 7% no va al cine, y un 1%, una vez a la semana.

2. ¿Usualmente dónde te informas de estrenos de películas?

206 respuestas

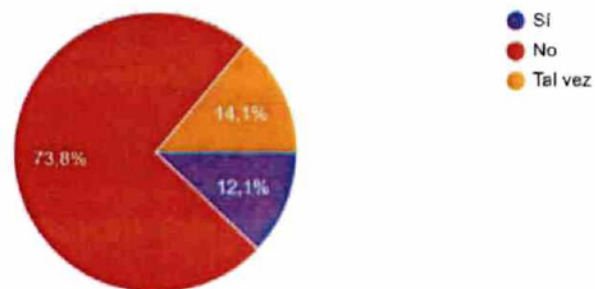


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta tuvimos como resultado que un 92% se informa por redes sociales; un 5%, por aplicaciones de cine, y un 2% se informa por medios televisivos.

3. ¿Acostumbra a leer medios impresos de cine y espectáculo?

206 respuestas

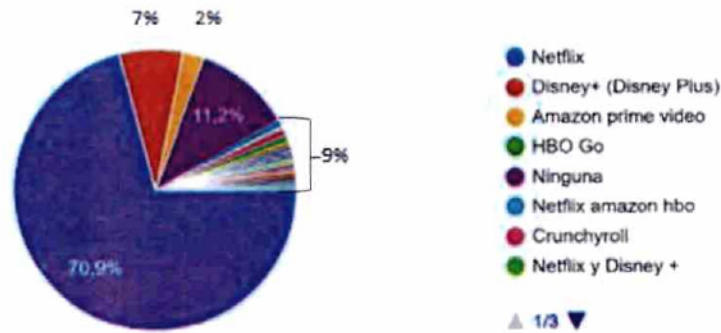


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta, el resultado es que un 73% no lee medios impresos, un 14% tal vez y un 12% sí lee de los mismos.

4. ¿A qué servicios de streaming se mantiene suscrito?

206 respuestas

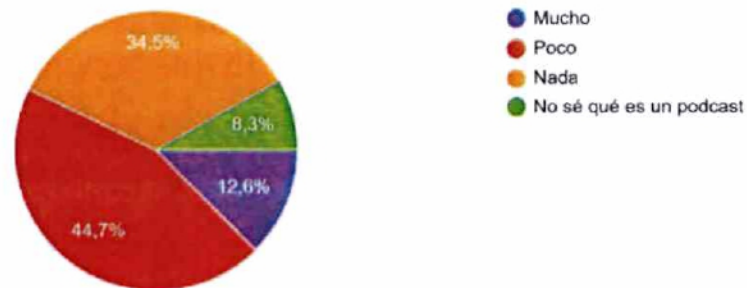


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta tuvimos como resultado que un 70% utiliza Netflix; un 11%, ningún servicio; un 9%, otros servicios; un 7%, Disney plus, y un 2% utiliza Amazon Prime video.

5. ¿Usualmente cada cuánto escuchas podcast?

206 respuestas

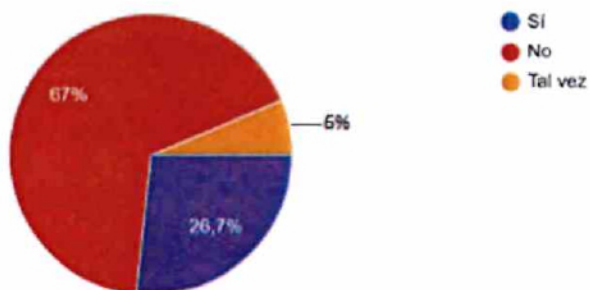


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta tuvimos como resultado que un 44% escucha poco; un 34% no escucha; un 12%, mucho, y un 8% no sabe qué es un podcast.

6. ¿Conoce alguna página web panameña dedicada al cine?

206 respuestas

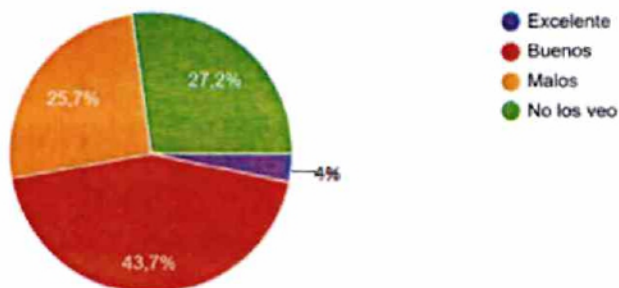


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta, el resultado es que un 67% no conoce de páginas webs de cine, un 26% sí conoce y un 6% tal vez.

7. ¿Cómo considera los reportajes de espectáculo y entretenimiento en su país?

206 respuestas

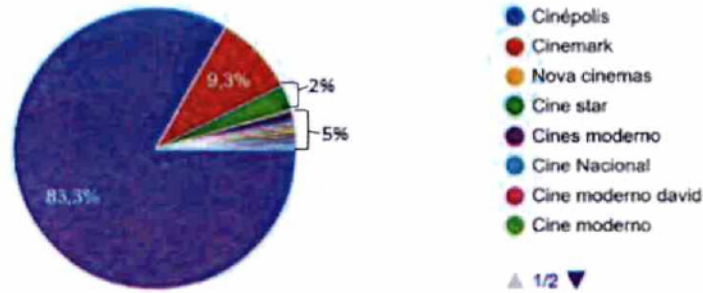


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta tuvimos como resultado que un 43% considera los reportajes buenos, un 27% no los ve, un 25% los considera malos, y un 4%, excelentes.

8. ¿A qué salas de cine prefiere ir?

204 respuestas

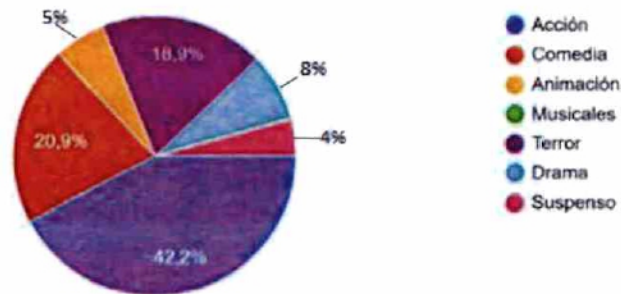


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta, el resultado es que un 83% prefiere ir a Cinépolis; un 9%, Cinemark; un 5%, otros, y un 2% prefiere cinestar.

9. ¿Qué género de películas consume cuando va al cine?

206 respuestas

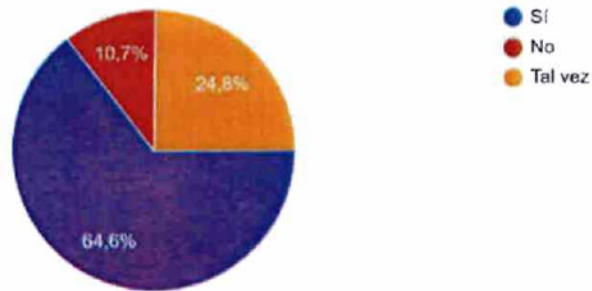


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta tuvimos como resultado que un 42% ve películas de acción; un 20%, películas de comedia; un 18%, de terror; un 8% ve dramas; 5% ve películas animadas y un 4%, de suspenso.

10. ¿Te gustaría informarte de un sitio web dedicado al séptimo arte (Cine)?

206 respuestas

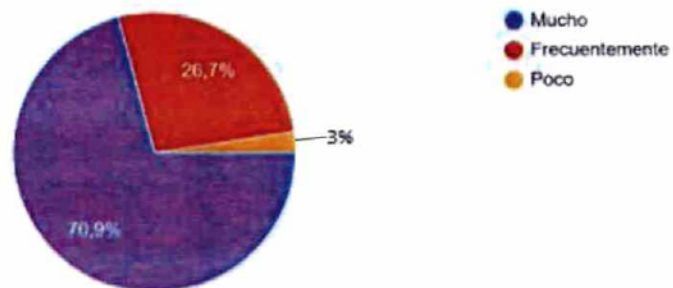


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta tuvimos como resultado que a un 64% sí le gustaría informarse de un sitio web de séptimo arte, a un 24% tal vez, y a un 10%, no.

11. ¿Usualmente cuánto tiempo navegas por internet?

206 respuestas

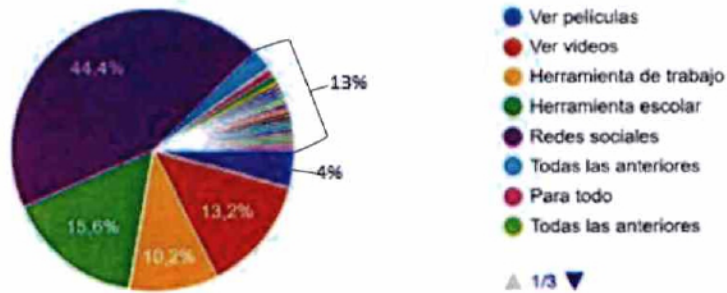


Fuente: Autor

En la siguiente pregunta, el resultado es que un 70% navega mucho por internet; un 26%, frecuentemente, y un 3%, poco.

12. ¿Para qué utilizas el internet?

205 respuestas



Fuente: Autor

En la siguiente pregunta, el resultado es que un 44% utiliza internet para redes sociales; un 15%, como herramienta escolar; un 13%, para ver videos; un 10%, para herramienta de trabajo; un 4%, para ver películas, y un 13%, para todas las anteriores.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

**“CREACIÓN DE UNA PÁGINA WEB DE CONTENIDO SOBRE EL
SÉPTIMO ARTE Y LA CULTURA POPULAR”**

4.1.- Naturaleza de la propuesta

Elaborar una página web dedicada al mundo del séptimo arte y la cultura popular, para así reforzar los conocimientos de los mismos en los periodistas de espectáculo y entretenimiento, brindando noticias actualizadas de lo que sucede en este mundo con un toque informativo y verídico.

Véase: <https://notipop.weebly.com/>

4.2.- Denominación

Este es el **proyecto 2**, que tiene como base la adaptabilidad de la propuesta del proyecto “**Programa radial y *streaming online* dedicado a la cultura popular y el mundo del séptimo arte**”.

Véase:

<file:///D:/Archivos%20de%20Ariel/Documentos/Practica%20Profesional/Trabajo%20Final%20Verificado/Tesis%20Ariel.pdf>

Esta extensión web será la continuidad del **proyecto 1**, la cual consta en la creación de un podcast transmitido en radio e internet de manera simultánea. El **proyecto 2** sería la parte con información para una audiencia específica que quiera estar informada al igual que los periodistas de espectáculo digital.

Esta investigación tiene como importancia llevar a cabo un proyecto completo para adaptarse de manera completa vía web, televisiva y radial.

4.3.- Diseño técnico

La página web cuenta con una interfaz minimalista que facilita una navegación cómoda y con sentido para el usuario.

Versión web: La versión web para computadoras cuenta con una amplia visualización del panel de navegación y muestra de manera resumida las noticias y otras ventanas con información de la cultura popular.

Imagen N.º 1



Fuente: Autor

Versión móvil: Adaptándose al toque minimalista, la navegación de la misma en esta versión es similar a la versión web, la diferencia está en su posicionamiento estético, que es el deslizamiento vertical.

Imagen N.º 2



Fuente: Autor

Imagen N.º 3



4.4.- Nombre del proyecto

El proyecto tiene como nombre Noti Pop. Nació como una dinámica de entretenimiento en redes sociales, el autor de este proyecto de investigación regularmente utilizaba su cuenta personal de Instagram para informar noticias de entretenimiento y cultura popular.

Al final de cada noticia, el fundador creaba un espacio en sus historias adaptando el formato de trivias que este mantenía, hacía preguntas para entretener a sus seguidores a medida que iba informando de cada proyecto dentro del área de entretenimiento.

Y por último se le agregó un eslogan para darle más identidad a nuestra marca, y es este: "MUCHO MÁS QUE ENTRETENIMIENTO, SOMOS CULTURA POP".

4.5.- Justificación

La principal conveniencia de este proyecto es que los medios periodísticos le dan mucha importancia solo a los acontecimientos y ello ha provocado que se vuelva algo repetitivo en cada franja noticiosa. Por ende se busca inculcar con esta investigación, que realmente se pueda crear algo representativo y sano, que los periodistas digitales y familias panameñas puedan disfrutar y compartir ideas desde diferentes puntos de vista sobre el mundo del séptimo arte. (Muñoz, PROGRAMA RADIAL Y *STREAMING ONLINE* DEDICADO A LA CULTURA, 2019)

4.6.- Beneficios

Los beneficios del **proyecto 2** se clasifican de la siguiente manera:

- Facilitar al periodista digital una fuente de información verídica.
- Funcionar como asesoría a aquellos periodistas de espectáculo.
- Brindar a los usuarios internautas una fuente de entretenimiento innovadora con contenido semanal actualizado.

4.7.- Objetivos de la intencionalidad

Hoy en día vivimos en una sociedad en que las franjas televisivas, medios impresos y otros medios periodísticos se enfocan en brindar contenido repetitivo.

Y en nuestros días, como periodistas nos preparan para informar dentro del rango o área: social, religioso, económico y político.

Actualmente hay áreas en donde no preparan a periodistas, un gran ejemplo son los periodistas deportivos, quienes con conocimiento propio han salido adelante sin necesidad de una tutoría enfocada en esa área.

La idea de este proyecto es preparar con información veraz a aquellos periodistas y comunicadores sociales que se quieren adentrar en el área del periodismo de espectáculo, brindando conocimiento e información sencilla de digerir.

4.8.- Estrategia de método

La promoción de la página web se llevará a cabo mediante la publicidad de pago en las cuentas de redes sociales. Mientras, la difusión directa del sitio web será por mensajes de difusión vía correo electrónico. La página web será alimentada todos los domingos, brindando contenido semanal actualizado, mediante las publicidades activaremos una alerta de actualización de contenido para que el usuario sepa que ya hay contenido nuevo.

Dato: Actualmente solo contamos con un dominio gratuito de la página web.

4.9.- Desglose de guía de trabajo

Tabla N.º 3

	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Creación del sitio web.					
Actualización de la página web.					
Actualización de redes sociales.					
Renovar dominio del sitio.					
Búsqueda de nuevos clientes.					

Fuente: Autor

Nota: La actualización del sitio web es realizada una vez por semana, las redes sociales, todos los días con contenido nuevo, y la renovación del sitio es mensual.

4.10.- Costo

Actualmente contamos con una programación financiera del proyecto de creación de la página web que consta de la siguiente manera:

Materiales y personal

• Cámara Canon eos r mirrorless full frame (2)	B/ 2.299.00
• MacBook Pro de 16 pulgadas	B/ 2.990.00
• Micrófono de solapa (3)	B/ 30.00
• Trípode de 2 m (2)	B/ 50.00
Total:	B/ 7.668.00

Pero dentro de este rango adicional, añadiremos a este capítulo el costo mensual del servicio web que estaremos trabajando, en este caso Weebly.

Weebly cuenta con paquetes por categoría: Connect, Pro, Business y Business plus.

Mientras, nos enfocaremos en el Pro, ya que cuenta con las herramientas que vamos a necesitar para trabajar durante el proyecto digital. Este cuenta con un costo de 12 dólares por mes facturado anualmente, y la segunda opción es 18 dólares de mes a mes.

4.11.- Tiempo

Según nuestro cronograma de actividades, el tiempo estimado para trabajar el proyecto es de aproximadamente 5 meses.

4.12.- Diseño de implementación

Nuestro diseño de implementación se basa en un proceso personalizado de la versión CANVAS. Este proceso de implementación será aplicado dentro de la empresa con base en el reclutamiento de nuevos subordinados por temporadas hasta tener buenos resultados; es decir, que si los **resultados esperados** dan buenos frutos, el proceso de **contrato de personal** será anulado hasta nuevo aviso.

4.12.1.- Contrato de personal

En este primer eje del proceso CANVAS nos enfocaremos en el reclutamiento y llamado de personal especializado en las siguientes áreas: *marketing* y publicidad, comunicación audiovisual, diseñadores webs y diseñadores gráficos.

4.12.2.- Ejecución de proyectos

En este segundo eje de nuestro diseño de implementación, nos enfocaremos en crear, crear propuestas de mercadeo, diseño web y personalización del atractivo visual de nuestra página web.

4.12.3.- Revisión de prototipos

En el tercer eje del diseño de implementación, nos enfocaremos en el resultado final elaborado por parte de los subordinados. Deliberaremos aquellos proyectos que no se asocian a nuestra marca, y juntaremos aquellas propuestas para fusionarlas y mejorar las que fueron seleccionadas.

4.12.4.- Publicación

Después de la escogencia de los prototipos y convertirlos en proyectos, es hora de publicarlos.

4.12.5.- Resultados esperados

En este último eje de nuestro diseño de implementación, nos enfocaremos en esperar qué tan grato o no sea el recibimiento de nuestro proyecto dentro de la página web, este proceso es muy importante, ya que nos dice si el resultado de nuestro proyecto aprobado es bien recibido y qué tan eficiente resulta para los nuevos clientes.



Fuente: Autor

4.13.- Logo

El logo de Noti Pop mantiene un diseño de imagen moderno, en el que se utilizan colores fríos para mantenerse fiel al diseño fresco de la página.

El logo contiene elementos que se pueden identificar con el mundo del séptimo arte y la cultura popular; por ejemplo: El rollo de película, la pantalla con el símbolo de play, la bebida y las palomitas de maíz. Debajo tenemos el nombre de la página web de color de los elementos, con un fondo gris para que se pueda identificar del fondo.

Imagen N.º 4



Fuente: Autor

4.14.- Estructura de la página

La página web consta de múltiples secciones, cada una conforma un tema diferente, pero con un tema en común:

4.14.1.- Home

Es la página de inicio del sitio web, la conforma un video de bienvenida que explica qué es Noti Pop, algunos resúmenes que veremos en el

sitio web de las otras secciones y un botón directo a nuestro podcast al final de la página.

4.14.2.- Últimas noticias del cine

En esta sección nos enfocaremos en eje principal de lo que es Notipop, que es revelar las últimas noticias del cine y la cultura pop, en esta sección nos enfocaremos solo a hablar de cine.

4.14.3.- Notipop radio

Este es el enlace externo que nos llevará directo a nuestro programa semanal, un podcast creado para hablar de todo un poco del mundo del séptimo arte y la cultura pop, que tiene como invitados semanalmente a expertos del mundo del entretenimiento.

4.14.4.- Mundo *gaming*

Hecho especialmente para aquellos amantes de los videojuegos, el mundo del *gaming* también forma parte de la cultura pop; por ende, hemos adaptado al sitio esta sección dedicada a las últimas noticias del mundo de los videojuegos.

4.14.5.- Lo nuevo en *streaming*

Creada especialmente para aquellos que están suscritos a servicios de *streaming*, ya sea: Netflix, Disney plus, Amazon prime video o HBO Max.

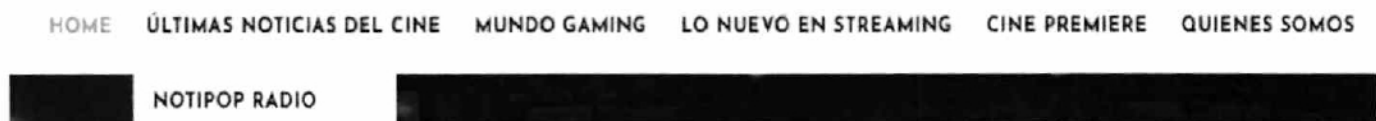
4.14.6.- Cine *premiere*

Este enlace externo nos lleva directamente a otro sitio web, pero a diferencia del nuestro, este se enfoca solo al cine, es colocado en nuestra página a modo de apoyo para aquellos cinéfilos que quieren contar con una fuente más precisa en información.

4.14.7.- Quiénes somos

Como todo sitio web, es necesaria una sección enfocada en nosotros, quiénes somos y qué seguiremos trabajando. Dentro de esta sección se encuentra la información del autor, redes sociales y cómo contactarle.

Imagen N.º 5



Fuente: Autor

CONCLUSIÓN

Este proyecto de investigación brindó información práctica para la elaboración y creación de un sitio web de entretenimiento y cultura popular, con la finalidad de despertar y resaltar la cultura como influencia en los medios periodísticos.

Desde sus inicios, el periodismo fue un pilar muy importante dentro de los medios de comunicación, que hasta en nuestros días sigue en pie brindando información, novedad y entretenimiento como tal, pero ha llegado a la época en que lo digital es el ahora.

- Dentro de este proyecto se mostró una propuesta con el fin de incentivar a los periodistas digitales. Que se necesita trabajar en buen contenido periodístico para alcanzar gran impacto en los hogares de los cibernautas.
- Se pudo mostrar cómo funciona la elaboración de un sitio web, cuáles son los supuestos generales para la elaboración del mismo, cuáles son los elementos que se necesitan para estructurar un sitio web y llevarlo a cabo, entre otros.
- Se construyó de manera sencilla la elaboración de una propuesta de un sitio web de entretenimiento dinámico, tomando en cuenta las necesidades básicas que hacen falta para la realización del mismo.
- Dado el resultado de la encuesta realizada, ocurrieron anomalías en cuanto a la selección de respuestas, lo que dio como resultado porcentajes muy variados. Se pudo observar de cerca cuán familiarizado está el pueblo panameño con el mundo del séptimo arte y la cultura popular.

Esperamos que este informe sea de gran ayuda para aquellos estudiantes de periodismo y comunicación social, con el fin de que puedan apoyarse para realizar sus futuros proyectos.

RECOMENDACIONES

Después de analizar el presente proyecto de investigación, cabe resaltar que siempre se desea una mejora dentro de los medios periodísticos. Por ende, se les recomienda a futuros aspirantes de periodismo digital, que tengan en cuenta este y otros proyectos enfocados en el área de la comunicación social. Con todo el conocimiento que se pudo adquirir en la maestría de periodismo digital, se recomienda incluir contenidos digitales de creación para páginas webs en clase, como metodología dinámica para que los estudiantes puedan desarrollar estas y otras habilidades de las mismas, creando otra ventana en la que el educando pueda visualizarse a sí mismo como un profesional. Entre otras recomendaciones:

- Hay que tomar en cuenta la propuesta web digital de forma experimental, ya que puede servir como base o referencia para futuros proyectos dentro del campo de periodismo.
- Se busca incentivar al estudiante del área de comunicación social con este material, que es necesario para la evolución de los medios con nuevos proyectos digitales webs. Siendo esto lo que va a evolucionar con el tiempo, crecerá y permanecerá.
- Ser una roca para incentivar a los estudiantes de comunicación. Es necesario tener una lección básica dentro de la creación de sitios webs periodísticos, así se podrá perfeccionar y brindar el conocimiento que se aprendió en el aula de clases.

GLOSARIO

1. **Canvas:** El modelo canvas se utiliza para pasar de idea a proyecto y plasmar nuestra idea en un modelo empresarial. Es un modelo "vivo", es decir, que vamos modificando según se va desarrollando, vamos validando clientes, surgen nuevas ideas. (Alcalde, 2017)
2. **Cibernauta:** Se conoce como cibernauta a aquel que recorre el ciberespacio. (Merino, 2016)
3. **Cultura popular:** Se entiende por cultura popular a la acumulación de diversas manifestaciones culturales tales como la música, literatura, arte, moda, baile, cine, cibercultura, radio, televisión, etc., que son consumidos por el más amplio público. (Uriarte, Caracteristicas.co, 2020)
4. **Dominio:** Presenta dos acepciones, la primera es el conjunto de ordenadores conectados a una red y, uno de ellos administra a los usuarios y los privilegios que cada uno posee en la red. (Significados.com, 2019)
5. **Interfaz:** Es el mecanismo o herramienta que posibilita esta comunicación mediante la representación de un conjunto de objetos, íconos y elementos gráficos que vienen a funcionar como metáforas o símbolos de las acciones o tareas que el usuario puede realizar en la computadora. (Significados.com, 2015)
6. **Logo:** es un diseño gráfico que representa la imagen corporativa e identidad visual de una marca. (Significados.com, 2019)
7. **Página web:** Las páginas webs son los documentos individuales que conforman un sitio web. Puede accederse a ellas a través de la "World Wide Web" por medio de un navegador (programas específicos para acceder a la misma). Se diferencia de un sitio web, ya que el mismo está constituido por diversas páginas. (uriarte, Caracteristicas.co)
8. **Periodismo digital:** Llamado también ciberperiodismo o periodismo en línea, es una modalidad del ejercicio periodístico cuyo principal entorno de desarrollo es internet y cuyos medios auxiliares son de índole digital (multimedial). En otras palabras, es la rama del periodismo que ha evolucionado en la era digital

y que emplea el ciberespacio para investigar y producir sus contenidos. (Uriarte, 2020)

9. Periodismo: Es un ejercicio profesional cuyo foco lo constituye la creación, recolección, reelaboración y difusión de información que sea de interés público en distintos formatos y presentaciones. (Uriarte J. M., 2020)

10. Séptimo arte: Es el apelativo con el cual se denota a la cinematografía desde hace más de cien años. El término fue acuñado en 1911 por el poeta italiano Riccioto Canudo, y nació a partir de la clásica enumeración de las diferentes artes, que viene desde la antigüedad, y que hasta el momento solo contaba con seis. (LÓPEZ, 2011)

BIBLIOGRAFÍA E INFOGRAFÍA

Bibliografías e infografías

- Alcalde, J. C. (14 de junio de 2017). *economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/modelo-canvas.html>
- Aroche, S. F. (26 de octubre de 2009). *Maestros Del Web*. Obtenido de <http://www.maestrosdelweb.com/periodismo-digital-definiciones-caracteristicas/>
- Ávila-Toscano, J. H. (2012). *Redes sociales y análisis de redes*. Barranquilla: Azul y Violeta.
- Barros, P. (2001). Historia del cine. *sucesos*, 246.
- Bembibre, V. (diciembre de 2008). *Definición ABC*. Obtenido de <https://www.definicionabc.com/general/cine.php>
- García, M. N. (16 de agosto de 2019). *Gananci*. Obtenido de Qué es Wix, para qué sirve, y cómo crear tu página web GRATIS: <https://gananci.org/wix-que-es-y-para-que-sirve/>
- Guizada, C. M. (diciembre de 2017). *Scielo*. Obtenido de LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA CIUDAD DE COCHABAMBA: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762017000200003
- Lavagna, E. (agosto de 2018). *Webescuela*. Obtenido de ¿Qué es instagram, para qué sirve y cuáles son las ventajas de esta red social?: <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirve/>
- Llorca, Á. A. (1 de agosto de 2016). *Genbeta*. Obtenido de Así es Weebly, una herramienta para crear tu web sin conocimientos de diseño: <https://www.genbeta.com/a-fondo/asi-es-weebly-otra-herramienta-para-crear-tu-web-sin-conocimientos-de-diseno>
- López, A. (octubre de 2011). *20 Minutos*. Obtenido de ¿Por qué al cine se le llama 'Séptimo arte'? : <https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/por-que-al-cine-se-le-llama-septimo-arte/>
- LÓPEZ, A. (21 de octubre de 2011). *blogs.20minutos.es*. Obtenido de <https://blogs.20minutos.es/yaestaellistoquetodolosabe/por-que-al-cine-se-le-llama-septimo-arte/>
- Merino, J. P. (2016). *definicion.de*. Obtenido de <https://definicion.de/cibernauta/>
- Morales, J. (2013). *LOS GÉNEROS CINEMATOGRAFICOS*. Obtenido de CÁTEDRA DE CINE: <https://jesusvisual.files.wordpress.com/2013/02/guia-4-cine.pdf>
- Muñoz, A. (2019). *PROGRAMA RADIAL Y STREAMING ONLINE DEDICADO A LA CULTURA*. Colón, Panamá.
- Muñoz, A. (abril de 2019). *PROGRAMA RADIAL Y STREAMING ONLINE DEDICADO A LA CULTURA*. Obtenido de

file:///D:/Archivos%20de%20Ariel/Documentos/Practica%20Profesional/Trabajo%20Final%20Verificado/Tesis%20Ariel.pdf

Obeso, P. (8 de junio de 2020). *Rockcontent*. Obtenido de Redes sociales: qué son, cómo funcionan, qué tipos existen y cómo influyen en las estrategias de Marketing: <https://rockcontent.com/es/blog/que-son-las-redes-sociales/>

Ordóñez, R. I. (2012). *El periodismo de espectáculos en medios escritos populares*. Guatemala.

Pairuna, L. (18 de octubre de 2018). *Code Dimension*. Obtenido de ¿Qué es y para que sirve un sitio web?: <https://www.codedimension.com.ar/noticias-sobre-tecnologia/noticias/que-es-y-para-que-sirve-un-sitio-web/1>

Rebato, C. (2011). *Twitter: 5 años Un recorrido por la herramienta*. Hipertextual S.L.

Segura, J. F. (25 de enero de 2012). *luisgyg*. Obtenido de <https://luisgyg.com/los-premios-cinematograficos-del-mundo/>

Significados.com. (1 de septiembre de 2015). Obtenido de <https://www.significados.com/interfaz/>

Significados.com. (5 de agosto de 2019). Obtenido de <https://www.significados.com/dominio/>

Significados.com. (19 de agosto de 2019). Obtenido de <https://www.significados.com/logotipo/>

Trejos, E. G. (2007). Breve Historia del Cine Panameño. *REVISTA LOBBY*.

Uriarte, J. M. (10 de marzo de 2020). *Características*. Obtenido de Periodismo: <https://www.caracteristicas.co/periodismo/>

uriarte, J. m. (9 de marzo de 2020). *Características.co*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/periodismo-digital/>

uriarte, J. m. (9 de marzo de 2020). *Características.co*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/pagina-web/>

Uriarte, J. M. (6 de 3 de 2020). *Características.co*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/cultura-popular/>

Uriarte, J. M. (10 de marzo de 2020). *Características.co*. Obtenido de <https://www.caracteristicas.co/periodismo/>

ANEXO

UNIVERSIDAD DE PANAMÁ
VICERRECTORÍA DE INVESTIGACIÓN Y POST GRADO
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PROGRAMA DE MAESTRÍA EN PERIODISMO DIGITAL
ENCUESTA

Aviso: Los datos suministrados para el proyecto, en este formato de encuesta, son totalmente anónimos y se le garantiza que serán utilizados única y exclusivamente con fines de investigación. Por lo tanto, esperamos contar con su completa sinceridad y responder la totalidad de las preguntas.

Rango de edad 18 en adelante:

Sexo: masculino, femenino, prefiere no decirlo.

1. ¿Cada cuánto tiempo vas al cine?
2. ¿Usualmente, ¿dónde te informas de estrenos de películas?
3. ¿Acostumbras a leer medios impresos de cine y espectáculo?
4. ¿A qué servicios de *streaming* se mantiene suscrito?
5. ¿Usualmente, ¿cuándo escuchas podcast?
6. ¿Conoce alguna página web panameña dedicada al cine?
7. ¿Cómo considera los reportajes de espectáculo y entretenimiento en su país?
8. ¿A qué salas de cine prefiere ir?
9. ¿Qué género de películas consume cuando va al cine?
10. ¿Te gustaría informarte de un sitio web dedicado al séptimo arte (cine)?

11. ¿Usualmente, ¿cuánto tiempo navegas por internet?

12. ¿Para qué utilizas el internet?

MENU

Noti Rápidas - Lo último del cine



'Harry Potter y el legado maldito' podría convertirse finalmente en película

Durante la conferencia Media & Telecommunications, el jefe de WarnerMedia Jason Kilar ha adelantado nuevos proyectos sobre la saga de Animales



¿Por qué Eddie Murphy decidió dejar el cine en 2011?

Eddie Murphy fue uno de los actores más reconocibles de los años 80. No obstante, en 2011 el intérprete dejó de actuar.



'Thor: Love and Thunder': Primeras imágenes de Natalie Portman como Jane Foster

Tras el final de WandaVision, muchos fans de Marvel esperan con ansias los próximos proyectos de la compañía. Entre ellos se encuentra **Thor Love and Thunder**, la cuarta entrega del dios del trueno que

POWERED BY weebly

AA notipop.weebly.com

X

HOME

ÚLTIMAS NOTICIAS DEL CINE

NOTIPOP RADIO

MUNDO GAMING

LO NUEVO EN STREAMING

CINE PREMIERE

QUIENES SOMOS

AA notipop.weebly.com

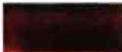
NOTIPOP

"MUCHO MÁS QUE ENTRETENIMIENTO, SOMOS CULTURA POP"

POWERED BY weebly



[HOME](#) [ÚLTIMAS NOTICIAS DEL CINE](#) [MUNDO GAMING](#) [LO NUEVO EN STREAMING](#) [CINE PREMIERE](#) [QUIENES SOMOS](#)



NOTIPOP RADIO

