

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
CARRERA DE COMUNICACIÓN



TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMUNICACIÓN

TEMA:

**LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y LA TRANSFORMACIÓN DE LOS ESPACIOS
PARA CRÍTICA DE CINE.**

AUTORA:

Pazmiño Veloz Carmen Natividad

TUTORA:

Msc. Dahik Solís Cecilia

BABAHOYO - LOS RÍOS - ECUADOR

2024

DEDICATORIA

A mis estimados padres, aunque ya no estén físicamente conmigo, su amor y sabiduría continúan siendo mi inspiración cada día. Esta tesis está dedicada a ustedes, quienes siempre creyeron en mí y me alentaron a perseguir mis sueños. Su legado perdura en cada página de este trabajo y en cada paso que doy. Su recuerdo vivirá eternamente en mi corazón.

AGRADECIMIENTO

En mi primer lugar, doy gracias a Dios ya que ha sido mi fuerza en cada paso de este viaje. También agradezco de todo corazón a mis padres, quienes son mi motivación ya que su amor incondicional y sus enseñanzas perduras en cada logro que alcanzo.

A mi tutora Cecilia Dahik Solís, por su guía, paciencia y dedicación en orientarme a lo largo de este camino académico.

A mi hermana Deyssi, por su constante apoyo, ánimo y amor incondicional.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES PERIODISMO, INFORMACIÓN Y DERECHO
CARRERA DE COMUNICACIÓN (REDISEÑADA)



AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL

Yo, **Carmen Natividad Pazmiño Veloz**, portadora de la Cédula de Ciudadanía #125079342-7, estudiante de las tutorías del Informe Final, previo a la Obtención del Título de Licenciada en Comunicación, declaro, que soy autora del informe final del proyecto de investigación, el mismo que es original auténtico y personal, con el tema:

LAS PLATAFORMAS DIGITALES Y LA TRANSFORMACIÓN DE LOS ESPACIOS PARA CRÍTICA DE CINE

La Universidad Técnica de Babahoyo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad Institucional vigente.

Atentamente

Carmen Natividad Pazmiño Veloz

AUTORA

CERTIFICADO DE COMPILATIO



P2234

9%
Textos sospechosos

3w Similitudes
0w similitudes entre comillas (ignorado)
1w entre las fuentes mencionadas

< 1w Idiomas no reconocidos (ignorado)

6w Textos potencialmente generados por la IA

Nombre del documento: P2234.docx ID del documento: 4c78a7422d2e1512bd9e6be57c9ecb197ecbb274 Tamaño del documento original: 803,84 KB	Depositante: DAHIK SOLIS CECILIA ELIZABETH Fecha de depósito: 29/2/2024 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 29/2/2024	Número de palabras: 10.308 Número de caracteres: 70.211
--	---	--



ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO	3
AUTORIZACIÓN DE LA AUTORÍA INTELECTUAL	4
CERTIFICADO DE COMPILATIO	5
ÍNDICE GENERAL	6
ÍNDICE DE TABLAS.....	8
ÍNDICE DE GRÁFICOS	10
RESUMEN.....	11
ABSTRACT.....	12
CAPÍTULO I.....	13
INTRODUCCIÓN	13
1.1. Contextualización de la Situación Problemática	14
1.1.1. Contexto Internacional.....	14
1.1.2. Contexto Nacional.....	14
1.1.3. Contexto Local	15
1.2. Planteamiento del Problema	15
1.3. Justificación	16
1.4. Objetivos de Investigación.....	17
1.4.1. Objetivo General.....	17
1.4.2. Objetivos Específicos	17
1.5. Hipótesis	17
CAPÍTULO II	18
MARCO TEÓRICO	18
2.1. Antecedentes	18
2.2. Bases Teóricas.....	19
2.2.1. Plataformas Digitales	19
2.2.1.1. Evolución de las Plataformas Digitales	19
2.2.1.2. Tipos de Plataformas Digitales	20
2.2.1.3. Características de las Plataformas Digitales	20
2.2.1.4. Facebook	21
2.2.1.5. Instagram.....	21

2.2.1.6. TikTok.....	22
2.2.1.7. YouTube.....	22
2.2.2. Accesibilidad	23
2.2.3. Interactividad.....	23
2.2.3.1. Feedback	23
2.2.3.2. Material Informativo	24
2.2.3.3. Audiencia	24
2.2.4. Crítica de Cine	25
2.2.4.1. Tipos de Crítica	25
2.2.4.2. Lenguaje Visual.....	26
2.2.4.3. Iluminación.....	26
2.2.4.4. Efectos Sonoros	26
2.2.5. Medios de Comunicación	27
2.2.5.1. Evolución de los Medios de Comunicación.....	27
2.2.5.2. Tipos de Canales de Comunicación.....	28
2.2.6. Marketing.....	28
2.2.6.1. Estrategias	29
2.2.6.2. Motivación	29
CAPÍTULO III.....	30
METODOLOGÍA.....	30
3.1. Tipo y Diseño de Investigación.....	30
3.1.1. Método de Investigación Mixta	30
3.1.2. Método Descriptivo.....	31
3.2. Operacionalización de Variables	32
3.3. Población y Muestra de Investigación	33
3.3.1. Población	33
3.3.2. Muestra.....	33
3.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	34
3.4.1. Encuesta.....	34
3.4.2. Ficha de Observación	34
3.4.3. Entrevista	35
3.5. Procesamiento de Datos.....	35

3.5.1. Tabulación de Datos	35
3.5.2. Análisis Inferencial	36
3.6. Aspectos Éticos	36
CAPÍTULO IV	37
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	37
4.1. Resultados	37
4.1.1. Encuestas	37
4.1.2. Fichas de Observación.....	47
4.1.3. Entrevistas	52
4.2. Discusión	54
CAPÍTULO V.....	56
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	56
5.1. Conclusiones	56
5.2. Recomendaciones	57
REFERENCIAS.....	59
ANEXOS.....	65

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Operacionalización de Variables	32
Tabla 2 ¿Con que frecuencia usted utiliza las plataformas digitales (redes sociales)?	37
Tabla 3 ¿Cree usted que las plataformas digitales son una herramienta efectiva para descubrir contenido de crítica de cine?.....	38
Tabla 4 ¿Con qué frecuencia usted visualiza contenido de crítica de cine?	39
Tabla 5 ¿Cuál considera usted que es su plataforma digital favorita para ver contenido de crítica de cine?.....	40
Tabla 6 ¿En cuál plataforma digital suele usted seguir cuentas o perfiles relacionados con crítica de cine?	41
Tabla 7 ¿Qué tipo de cine usted prefiere que sea criticado en plataformas digitales?	42
Tabla 8 ¿Cuál formato de vídeo usted prefiere visualizar para críticas de cine?	43

Tabla 9 ¿Ha participado usted alguna vez en debates o discusiones sobre películas en plataformas digitales?	44
Tabla 10 ¿Cree usted que las opiniones de los críticos de cine influyen en su elección para ver una película?.....	45
Tabla 11 ¿Qué aspectos valora más usted en una reseña de cine publicada en plataformas digitales?.....	46
Tabla 12 Ficha de Observación #1.....	47
Tabla 13 Ficha de Observación #2.....	48
Tabla 14 Ficha de Observación #3.....	68
Tabla 15 Ficha de Observación #4.....	69
Tabla 16 Ficha de Observación #5.....	70
Tabla 17 Ficha de Observación #6.....	71
Tabla 18 Ficha de Observación #7.....	72
Tabla 19 Ficha de Observación #8.....	73
Tabla 20 Ficha de Observación #9.....	74
Tabla 21 Ficha de Observación #10.....	75
Tabla 22 Ficha de Observación #11.....	76
Tabla 23 Ficha de Observación #12.....	77
Tabla 24 Ficha de Observación #13.....	78
Tabla 25 Ficha de Observación #14.....	79
Tabla 26 Ficha de Observación #15.....	80
Tabla 27 Ficha de Observación #16.....	81
Tabla 28 Ficha de Observación #17.....	82
Tabla 29 Ficha de Observación #18.....	83
Tabla 30 Ficha de Observación #19.....	84
Tabla 31 Ficha de Observación #20.....	85
Tabla 32 Resultados Comparativos de las Entrevistas.....	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 ¿Con que frecuencia usted utiliza las plataformas digitales (redes sociales)?.....	37
Gráfico 2 ¿Cree usted que las plataformas digitales son una herramienta efectiva para descubrir contenido de crítica de cine?.....	38
Gráfico 3 ¿Con qué frecuencia usted visualiza contenido de crítica de cine?	39
Gráfico 4 ¿Cuál considera usted que es su plataforma digital favorita para ver contenido de crítica de cine?.....	40
Gráfico 5 ¿En cuál plataforma digital suele usted seguir cuentas o perfiles relacionados con crítica de cine?.....	41
Gráfico 6 ¿Qué tipo de cine usted prefiere que sea criticado en plataformas digitales?	42
Gráfico 7 ¿Cuál formato de vídeo usted prefiere visualizar para críticas de cine?	43
Gráfico 8 ¿Ha participado usted alguna vez en debates o discusiones sobre películas en plataformas digitales?	44
Gráfico 9 ¿Cree usted que las opiniones de los críticos de cine influyen en su elección para ver una película?.....	45
Gráfico 10 ¿Qué aspectos valora más usted en una reseña de cine publicada en plataformas digitales?.....	46
Gráfico 11 Encuesta Realizada por Google Forms	65
Gráfico 12 Entrevista al Productor Audiovisual Daniel López Vía Zoom	65
Gráfico 13 Entrevista al Productor Audiovisual Pablo Rivera Vía Zoom.....	66
Gráfico 14 Entrevista al Msc. Óscar Mora Vía Instagram.....	67

RESUMEN

Este estudio investiga la influencia de las plataformas digitales en la transformación de los espacios de crítica de cine, en un contexto donde estas plataformas han ganado relevancia en la discusión y consumo del cine. Se empleó una metodología mixta y descriptiva, combinando encuestas, fichas de observación y entrevistas, para indagar sobre el uso y la percepción de las plataformas digitales en la crítica cinematográfica. Los resultados revelan que TikTok e Instagram son las plataformas más utilizadas para la creación y difusión de contenido crítico, seguidas por YouTube y Facebook. Se destaca que YouTube y TikTok ofrecen una amplia variedad de contenido crítico, con enfoques tanto de cine popular como de contenido específico preferido por una audiencia, mientras que TikTok, con su enfoque en videos cortos y su interacción algorítmica, destaca por su capacidad para influir en las tendencias y modas. La democratización de la crítica de cine en las plataformas digitales se ve contrarrestada por desafíos relacionados con la objetividad y la calidad de las opiniones. En resumen, si bien las plataformas digitales han democratizado la crítica de cine, también plantean preocupaciones sobre la calidad y la influencia de las opiniones en un entorno digital.

Palabras clave: Plataformas digitales, Crítica de cine, Cine, Crítico de cine.

ABSTRACT

This project investigates the influence of digital platforms on the transformation of film critique spaces, within the context where these platforms have gained relevance in the discussion and consumption of cinema. A mixed and descriptive methodology was employed, combining surveys, observation records, and interviews, to explore the use and perception of digital platforms in film critique. The results reveal that TikTok and Instagram are the most utilized platforms for the creation and dissemination of critical content, followed by YouTube and Facebook. It is noteworthy that both YouTube and TikTok offer a wide array of critical content, encompassing mainstream cinema as well as niche content preferred by specific audiences. TikTok, with its focus on short videos and algorithmic interaction, stands out for its ability to influence trends and fads. However, the democratization of film critique on digital platforms faces challenges related to objectivity and the quality of opinions. In summary, while digital platforms have democratized film critique, they also raise concerns about the quality and influence of opinions in a digital environment.

Keywords: Digital Platforms, Film Criticism, Cinema, Film Reviewer.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

En las últimas tres décadas, el avance tecnológico ha dado lugar a la aparición y evolución de nuevas plataformas digitales. Estas plataformas han transformado la forma en que se llevan a cabo las críticas de cine, desplazándolas desde los medios tradicionales, como revistas, radio y televisión, hacia páginas web y redes sociales. Antes, las críticas de cine se limitaban a los medios convencionales, donde los expertos compartían sus opiniones en medios impresos o programas de radio y televisión. Sin embargo, con la llegada de internet y plataformas digitales, se ha producido un cambio significativo en la forma en que se comparten y consumen estas críticas.

A lo largo de la historia del cine y la crítica cinematográfica, principalmente las publicaciones periódicas en medios impresos han acompañado los acontecimientos más importantes de la industria cinematográfica. Por ejemplo, la cantidad de revistas de cine aún son inciertas debido a que han estado dirigidas a distintas audiencias y su circulación era masiva debido a una alta demanda, por ser consideradas como fuentes materiales indispensables para distintos abordajes teóricos (Gionco, 2020, pág. 333).

Anteriormente el manejo de la información de tipo crítica solo estaba a cargo de personas capacitadas en el ámbito cinematográfico, pero en días presentes cualquier persona que cree un usuario en una de las distintas redes sociales, puede expresar su opinión o reseña sobre alguna producción audiovisual. Esto se debe a la accesibilidad que tienen los usuarios de poder crear cualquier tipo de contenido multimedia y cargarlo en las distintas plataformas digitales. Según Silva y Núñez (2021) las plataformas digitales de tipo sociales, se construyen sobre una

infraestructura compartida e interoperable, están totalmente cargadas de datos y se caracterizan por las interacciones entre diferentes grupos de usuarios.

1.1. Contextualización de la Situación Problemática

1.1.1. Contexto Internacional

Las crecientes influencias de las plataformas digitales han provocado cambios significativos en la crítica cinematográfica. Estas plataformas han propiciado la democratización de la crítica y han dado voz a una amplia gama de críticos profesionales, entusiastas y cinéfilos de todo el mundo.

Al existir la facilidad de la creación de contenido para cualquier usuario, se presenta un gran reto para los críticos especializados quienes son personas con capacidad de influencia sobre los futuros espectadores, al ser muy relevantes dentro de la industria audiovisual y, por ende, su aporte a la crítica cinematográfica (Unir, 2023).

1.1.2. Contexto Nacional

La disponibilidad y el alcance de las plataformas digitales en el país han redefinido la creación, el intercambio y el consumo de críticas, que permite a las personas participar en debates interculturales y mejorar la comprensión del séptimo arte, sin importar si estas son profesionales en este campo o aficionados.

De esta forma es como la comunidad profesional en el ámbito de la cinematografía nacional; se mantiene vigente y con fuerte presencia al realizar festivales y galardonar a las producciones más destacadas. Tal es el caso del Festival de Cine ecuatoriano Kunturñawi que tuvo un impacto en 21.020 personas, 70 actividades, y 51 películas en las provincias de Bolívar, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo y Pastaza (Soto, 2023).

1.1.3. Contexto Local

Existe una problemática en la ciudad de Babahoyo donde se comparte muy poca información sobre el análisis de las tendencias cinematográficas y las escasas veces que sucede esto, no existe mucha repercusión por parte de los usuarios.

Así ocurre con las publicaciones de uno de los medios con mayor presencia en la ciudad que a pesar de compartir datos importantes sobre producciones audiovisuales relevantes, no cuenta con la interacción social de los usuarios que se acostumbra a visualizar en otras plataformas digitales.

Por ejemplo, en una publicación se detallan los datos de la aclamada producción animada de Disney: “La exitosa franquicia de Disney 'Frozen', que ha recaudado varios millones de dólares en taquilla, tendrá una tercera y una cuarta entrega” (Radio Libre 93.9 FM, 2023). A pesar de poseer una redacción atractiva, la interacción con los usuarios de este medio es prácticamente nula.

1.2. Planteamiento del Problema

A medida que las plataformas digitales han ganado terreno, se ha producido un cambio significativo en la forma en que se discute y consume el cine. Hace algunos años las publicaciones especializadas y las revistas cinéfilas dominaban la crítica, pero ahora, con la accesibilidad y diversidad que ofrecen los medios digitales, las comunidades de lectores online han adquirido un papel relevante en la conversación sobre películas. Este fenómeno plantea preguntas sobre cómo se ha adaptado la crítica al entorno digital, cómo se relaciona con las audiencias y cómo se construye el sentido público de las obras cinematográficas en este nuevo contexto.

La influencia de las plataformas digitales en la transformación de los espacios de crítica de cine es un tema relevante en la actualidad. Para abordar esta cuestión, se designó a los estudiantes de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo como nuestra muestra de estudio. Estos

estudiantes representan una diversidad de niveles académicos, desde pregrado hasta los últimos niveles, y están inmersos en el mundo digital de manera constante y al ser parte activa de la comunidad digital, desempeñan un papel crucial en este análisis.

En resumen, la perspectiva de los estudiantes de comunicación proporcionó información valiosa sobre cómo las plataformas digitales han modificado la dinámica entre críticos, audiencia y la industria cinematográfica en general. A través de encuestas y análisis se conocieron algunos factores sobre este fenómeno y contribuir al entendimiento de la crítica de cine en la era digital.

1.3. Justificación

La justificación de esta investigación se fundamenta en una perspectiva teórica, debido a que se propone examinar la influencia de las plataformas digitales en la crítica cinematográfica. Este análisis aborda específicamente la dinámica evolutiva de la tecnología y la ampliación de la oferta de contenido, especialmente en lo que concierne a la adaptación a los nuevos medios digitales y la diversificación de los contenidos para satisfacer las demandas de distintos tipos de targets.

Desde un enfoque práctico, este estudio promete trascender las investigaciones teóricas al aplicar los conocimientos adquiridos para comprender a profundidad cómo estas tecnologías, en particular las redes sociales, han alterado radicalmente los procesos de producción, distribución y consumo de material cinematográfico. Se espera que los hallazgos de esta investigación indiquen sobre las transformaciones concretas en la industria del cine inducidas por las plataformas digitales y cómo estas afectan los modos tradicionales de interacción entre los creadores de contenido y su audiencia.

En el contexto social, la investigación buscará identificar las plataformas digitales y las redes sociales más relevantes para la divulgación y el debate sobre la crítica cinematográfica. Este análisis social también aspira a fomentar una participación más efectiva y significativa en estos espacios, lo que podría tener un impacto duradero en la forma en que se percibe y se consume la crítica de cine en la sociedad contemporánea.

1.4. Objetivos de Investigación

1.4.1. Objetivo General

- Determinar la influencia de las plataformas digitales en la transformación de los espacios de crítica de cine.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Identificar las plataformas digitales más utilizadas para la difusión de la crítica de cine.
- Analizar el contenido y formato de la crítica cinematográfica presente en las plataformas digitales.
- Examinar cómo la adopción de las plataformas digitales ha impactado en la interacción entre críticos de cine, audiencia y la industria cinematográfica en general.

1.5. Hipótesis

Las plataformas digitales influyen de manera significativa en la transformación de los espacios de crítica de cine.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

En cuanto a proyectos de investigación que expliquen sobre el uso de plataformas digitales para la divulgación de la crítica de cine se encuentran muy pocos, sin embargo, los existentes plantean focos de interés de gran relevancia. Tal es el caso de la investigación perteneciente a Calabrese (2019), llamado “La crítica de cine en los medios digitales: un rol en transformación”. Aquel proyecto tuvo un enfoque problemático sobre el rol de la crítica y los críticos de cine en los medios digitales que han construido una comunidad online con participación frecuente de sus lectores. La autora se centró en dos sitios web de gran alcance, donde analizó los datos y opiniones vertidas por los críticos profesionales dueños de estas plataformas y los demás usuarios. De esta forma obtuvo como resultado la afirmación de una de sus hipótesis que mencionaba que los recientes medios de comunicación en línea crearon las condiciones aptas para el surgimiento de un nuevo consumidor de cine que no solo lee críticas de cinéfilos especializados, sino que participa activamente elaborando sus propias reseñas y sacando sus propias conclusiones.

Por otra parte, es importante destacar el trabajo de investigación de la Lcda. Churango, quién destinó un proyecto de investigación a las características de la crítica cinematográfica en medios digitales, según las plataformas Cinencuentro, Pasaje 18 y Cinesmero de Perú. Se realiza una mención enfática en los aspectos que se deben considerar para realizar una adecuada crítica cinematográfica. En este estudio destaca el estilo, la adaptación de la crítica y describe los recursos que emplean cada uno en las plataformas digitales. La autora usó una metodología descriptiva con fichas de cotejo y observación como instrumentos de recolección de datos, obteniendo como

resultado que los estilos de crítica que emplean cada plataforma, recurren a una hibridación de cada estilo de crítica, entre ellas, la dialógica, rizomática, estética, idiográfica y nomológica; debido a que buscan presentar una crítica con distintas características, pero evitando ambigüedad (Churango, 2021, pág. 66).

2.2. Bases Teóricas

2.2.1. Plataformas Digitales

Las plataformas digitales son entornos en línea que actúan como intermediarios para conectar a personas, empresas o entidades que desean interactuar, comerciar o compartir información. Estos entornos virtuales han revolucionado la forma en que las personas se comunican o relacionan debido a que están en constante evolución, adaptándose a las nuevas necesidades que surjan de los usuarios y las tendencias tecnológicas.

Estas plataformas proporcionan herramientas y servicios que permiten estas interacciones en el mundo de la web. “Son infraestructuras digitales que posibilitan la interacción de dos o más grupos. Por lo tanto, se posicionan como intermediarios que reúnen a diferentes usuarios, clientes, anunciantes, prestadores de servicios, productores, proveedores y hasta objetos físicos”. (García, 2020, pág. 14)

2.2.1.1. Evolución de las Plataformas Digitales

La humanidad, en su constante búsqueda de adaptación, evoluciona según las demandas cambiantes del entorno. En este contexto, las plataformas digitales han surgido como canal de comunicación, trascendiendo la simple transmisión de mensajes. Más allá de las palabras escritas, estas plataformas permiten expresar emociones, ideas y experiencias de manera más rica y diversa. A través de imágenes, videos, emojis y memes, se crea un lenguaje visual que va más allá de las limitaciones de un simple texto. “Estos espacios digitales cada día buscan posesionarse en las

necesidades de la comunicación humana, aunque estas se hayan creado para un objetivo específico, pero en el camino van evolucionando de acuerdo a los requerimientos y gustos del usuario”. (López & Sornoza, 2023)

2.2.1.2. Tipos de Plataformas Digitales

Las herramientas web se han convertido en parte fundamental de la vida cotidiana de millones de personas en todo el mundo y actualmente existen diferentes tipos de plataformas digitales que han sido creadas en base a las necesidades específicas de las personas, generando de esta forma un impacto significativo en la sociedad y en la economía global, siendo las plataformas educativas, sociales y de comercio electrónico o e-commerce, las más importantes y usadas en la web para cubrir las necesidades de las tendencias tecnológicas.

Las plataformas digitales educativas tienen como objetivo proporcionar información de investigación para los estudios escolares. En cambio, las plataformas sociales se basan en los contenidos visuales y audio como es la plataforma de Facebook, YouTube, Instagram, etc. En la Plataforma de comercio electrónico se lo conoce también como e-commerce, son las tiendas virtuales para realizar compra y venta de un bien o servicio (Santistevan, Sánchez, & Arias, 2022, pág. 210).

2.2.1.3. Características de las Plataformas Digitales

Las plataformas digitales sociales o redes sociales permiten la comunicación en tiempo real y la difusión de contenido de distintos modos entre los usuarios que se encuentren conectados entre sí. Además, estas plataformas virtuales permiten el envío de mensajes y la creación de comunidades virtuales, gracias a las cuales personas de distinta procedencia y distinta historia vital pueden coincidir y compartir gracias a sus gustos personales o sus formas de usar la red.

Equipo Editorial Etecé (2023) plantea que las redes sociales horizontales se dirigen a todo público, sin un foco temático específico o una comunidad puntual, mientras que las redes sociales verticales se conciben en base a un eje temático que es el que agrupa a la

comunidad, es decir, cierto grado de especialización, por ejemplo: redes de empleo, redes de videojuegos, etc.

Entre las plataformas digitales más utilizadas se encuentran Tiktok, Facebook, X (Twitter), Instagram y YouTube. A pesar de que cada una de ellas tiene un estilo y manejabilidad distinta, comparten ciertos rasgos que las hacen menos diferentes como por ejemplo su apartado de mensajería, botones para indicar si el contenido gusta o no, para compartir, para repostear.

Estas plataformas digitales son redes virtuales híbridas que engloban tanto modalidades de comunicación asincrónicas, en forma de comentarios para distintas publicaciones y conversaciones de grupo que permiten intervenciones posteriores, como también modalidades sincrónicas, representadas principalmente por la mensajería privada (Candale, 2017).

2.2.1.4. Facebook

Facebook es una plataforma en línea que permite a los usuarios conectarse con amigos y familiares para compartir información, noticias y contenido multimedia, como fotos, videos y enlaces. Los usuarios pueden crear un perfil personal, acceder a toda la información de amigos y conocidos. A través de Facebook, se puede explorar, crear y compartir contenido sobre intereses, hacer amigos, comprar y vender cosas, y más.

El 4 de febrero de 2004, Mark Zuckerberg lanza este sitio web, junto a otros compañeros de la Universidad de Harvard como Eduardo Saverin, Andrey McCollum, Chris Hughes y Dustin Moskovitz. Pero no es hasta el 2008 cuando esta plataforma se encuentra disponible en español (Regalado, 2018).

2.2.1.5. Instagram

Instagram es una plataforma de redes sociales que se centra en contenido visual, como fotos y videos de corta duración. Los usuarios pueden aplicar efectos a sus publicaciones y también interactuar con las publicaciones de otros usuarios a través de comentarios y me gusta. Se puede

mantener al día los seguidores con “Historias” y “Notas” que desaparecen después de 24 horas, iniciar chats grupales y compartir momentos sin filtros con sus “Amigos Cercanos” y descubrir videos cortos y entretenidos en “Instagram Reels”.

Además, el Ayuntamiento de Mérida (2021) menciona que Instagram es una plataforma que puede ser utilizada por cualquier persona o empresa, ya que permite llegar a nuevas audiencias en un lugar donde las empresas son bienvenidas. Además, ofrece herramientas narrativas para diseñar contenido que conecte con los compradores y fomenta el descubrimiento de productos para potenciar el impacto de una marca.

2.2.1.6. TikTok

TikTok es una aplicación para compartir videos de corta duración muy famosa entre adolescentes de todo el mundo, a pesar de que está creada para ser visualizada por personas de cualquier edad. Según TikTok (s.f), esta plataforma no solo es el destino de los videos de formato corto, sino que también brinda a los creadores las herramientas necesarias para capturar y compartir su creatividad, conocimiento y momentos importantes con una audiencia mundial.

2.2.1.7. YouTube

Es una plataforma digital que permite a los usuarios compartir y ver videos de todo tipo, desde tutoriales hasta contenido musical y entretenido. Romero (2022) plantea que YouTube brinda el acceso de ver y subir videos a los usuarios, fomenta la interacción con otros usuarios a través de comentarios, likes y compartiendo contenido. Los usuarios pueden crear su propio canal, subir videos, personalizar su perfil y conectarse con otros usuarios a través de comentarios y mensajes.

2.2.2. Accesibilidad

La accesibilidad en las plataformas digitales se refiere a la capacidad de los sitios web, aplicaciones móviles y otros recursos digitales para ser utilizados por todas las personas, incluyendo aquellas con discapacidades. Es una responsabilidad y un deber para asegurar que todas las personas puedan acceder y participar en igualdad de condiciones además de utilizar la tecnología de manera autónoma, segura, cómoda y justa, independientemente de sus capacidades o discapacidades.

La accesibilidad digital debe entenderse como un conjunto de principios y técnicas que se deben respetar a la hora de diseñar, construir, mantener y actualizar los sitios web, las aplicaciones para dispositivos móviles y los contenidos virtuales para que puedan ser utilizados por personas con discapacidad (Fundación ONCE, 2021, pág. 6).

2.2.3. Interactividad

La interactividad en las plataformas digitales se refiere a la capacidad de los usuarios para interactuar con los contenidos digitales y los dispositivos. Además, permite a los usuarios comunicarse con los contenidos digitales y los dispositivos y recibir respuestas a sus acciones. La inmediatez de las respuestas y la posibilidad de interactuar con personas de todo el mundo han convertido a las redes sociales en un espacio completamente dinámico.

Puede ser aprovechada para mejorar la experiencia del usuario, aumentar la participación y el compromiso, y mejorar el aprendizaje. La interactividad se refiere a la comunicación entre las personas y los dispositivos o los contenidos digitales. Es la capacidad de un ordenador, un programa o un contenido de responder a las acciones de la persona que lo está utilizando (Peña, 2021).

2.2.3.1. Feedback

El feedback en las plataformas digitales se refiere a la información que los usuarios proporcionan sobre su experiencia con un producto o servicio en línea. Puede ser positivo o

negativo y puede ser proporcionado por los usuarios a través de comentarios, reseñas, encuestas, calificaciones, etc. La respuesta rápida a los comentarios y la atención personalizada a los seguidores fortalecen la relación entre los usuarios y las marcas o creadores.

El feedback o retroalimentación es una estrategia de comunicación que se basa en una respuesta que da el receptor al emisor del mensaje. Por supuesto, esta respuesta debe estar totalmente relacionada al primer mensaje recibido y ayuda a generar una comunicación bidireccional (Paez, 2021).

2.2.3.2. Material Informativo

El material informativo en las plataformas digitales se refiere a los recursos que proporcionan información sobre un tema específico. Estos recursos pueden incluir textos, imágenes, videos, gráficos, infografías, presentaciones, etc. Los recursos informativos son útiles para los usuarios que buscan aprender sobre un tema en particular o para aquellos que necesitan información para tomar decisiones informadas.

Este tipo de recursos educativos están desarrollados para ayudar en la adquisición de conocimiento informando acerca de un tema particular y reforzando temáticas y procesos. De la mano con lo anterior, son indispensables para desplegar y fortalecer capacidades y habilidades digitales y evaluar el conocimiento adquirido (Rivera, 2021).

2.2.3.3. Audiencia

La audiencia en las plataformas digitales se refiere al número y/o características de las personas que están expuestas a un tipo particular de publicidad o a algún medio de comunicación. La audiencia es vital para el mundo del marketing, ya que sin ella no se puede generar ningún ingreso a través de la publicidad. “La interactividad y contenido digital generado por los usuarios, así como la estrategia de velar por la participación de la audiencia con contenidos personalizados, cobra importancia” (Sánchez Gonzales, 2022).

2.2.4. Crítica de Cine

La crítica cinematográfica o crítica de cine es el análisis y evaluación de películas, ya sea de manera individual o en conjunto. Se sumerge en aspectos como la actuación, la dirección, la fotografía y otros elementos para proporcionar una visión informada sobre una película en particular. También se puede mencionar que la crítica de cine es una disciplina que combina el análisis riguroso con la subjetividad de la experiencia cinematográfica, contribuyendo al diálogo cultural y al entendimiento del séptimo arte.

Se trata de la opinión que usualmente ofrecen los profesionales a modo de reflexión de una producción que fue estrenada. Por supuesto algunas películas tienen buenas críticas y otras no, antes se creía que la influencia de estas opiniones condicionaba el éxito de los estrenos; pero el público puede tener una percepción totalmente diferente (EUROINNOVA, 2023).

2.2.4.1. Tipos de Crítica

Por lo general las críticas cinematográficas se dividen en dos categorías: la crítica académica y la crítica periodística. “Los aspectos controversiales, y frente a los cuales cada cibercrítico adopta una postura, suelen manifestarse a partir de diferentes dicotomías: profesionalismo/amateurismo, objetividad/subjetividad, forma/contenido, opinión/rigurosidad y periodismo/academia”. (Maldonado, 2022, pág. 96)

La crítica académica es realizada por especialistas en teoría cinematográfica, se sumerge en aspectos más profundos de las películas. Estos críticos exploran elementos como la dirección, la cinematografía, el simbolismo y la narrativa. Por otro lado, la crítica periodística aparece regularmente en periódicos y otros medios de comunicación. Los críticos de cine que trabajan en esta área suelen escribir reseñas de estrenos cinematográficos.

2.2.4.2. Lenguaje Visual

El lenguaje visual dentro de una producción cinematográfica es la forma en la que se constituye toda la esencia del séptimo arte. A través de sus elementos como la iluminación, el color, tomas, composición y movimientos el cine comunica y transmite emociones, significados y narrativas al espectador. Además, el simbolismo del color y la perspectiva también desempeñan un papel crucial en la construcción de significado en la pantalla.

Según Alcalá (2022) en el cine, no solo es importante la trama de la película, sino también como esta se refleja y se interpreta. Una de los aspectos cinematográficos que se consideran más relevantes a la hora de transmitir en una película es el color. Este factor es muy importante para el espectador, en cuanto a las sensaciones y percepciones que puede experimentar.

2.2.4.3. Iluminación

La iluminación en el cine es un factor expresivo y funcional que desempeña un papel crucial en la creación de continuidad entre los distintos planos y en la expresión artística de la imagen. Las funciones principales de la iluminación son crear una atmósfera, mantener claridad visual y darles autenticidad a las escenas porque cada plano, ángulo y movimiento de cámara tiene un propósito específico desde los primeros planos que revelan detalles íntimos de los personajes hasta los planos generales que contextualizan la acción en un escenario más amplio.

Gran parte de las herramientas que existen para iluminar están divididas en dos grupos: luz natural y luz artificial. Las principales fuentes de luz natural son el sol y la luz reflejada de la luna. La luz artificial se subdivide a su vez en diferentes fuentes que producen distintas temperaturas de color y diferentes calidades de luz (Guerra, 2018).

2.2.4.4. Efectos Sonoros

Los efectos sonoros o de sonido en una película forman parte vital de los recursos necesarios dentro de las producciones cinematográficas para crear una experiencia inmersiva,

añadir profundidad a la narrativa visual y de esta forma mantener expectante al observador. Además, los sonidistas, crean su propio catálogo de efectos, asegurando que cada detalle sea creíble y coherente con la historia. Sin estos efectos, las películas perderían parte de su impacto emocional y narrativo.

En la mayoría de las películas que existen, los sonidos que se escuchan no son los sonidos reales de la grabación de la escena. Se trata más bien de sonidos creados con diferentes técnicas y añadidos en postproducción y reciben el nombre de efectos de sonido (Munoz, 2023, pág. 10).

2.2.5. Medios de Comunicación

Los medios de comunicación son sistemas técnicos que facilitan la transmisión de información y contenidos entre individuos o grupos. Estos medios desempeñan un papel crucial en la sociedad, ya que brindan información relevante, entretienen y conectan con el mundo. Tradicionalmente, los medios masivos incluyen la televisión, la radio y los medios impresos como periódicos y revistas. Sin embargo, en la era digital, las plataformas digitales han revolucionado la forma en que se consume la información.

El reconocimiento de la transnacionalización de las comunicaciones masivas, especialmente de las electrónicas, debe asociarse, sobre todo, a la propiedad de los medios, captación, manipulación, transmisión y consumo de la información, donde los factores y desarrollo tecnológico son determinantes, pues responden a intereses de diferente orden (económicos, políticos, ideológicos, etc.) (Andrade, 2021).

2.2.5.1. Evolución de los Medios de Comunicación

La evolución de los medios de comunicación ha sido un hito importante a lo largo de la historia. Desde los primeros días de la imprenta hasta la era digital actual, los medios han experimentado transformaciones significativas. En el pasado, los televidentes tenían un número limitado de canales de televisión para elegir, pero con la difusión de la televisión por cable en las décadas de 1980 y 1990, el panorama mediático se expandió enormemente. “Los medios de

comunicación han experimentado una transformación significativa en las últimas décadas, impulsada por avances tecnológicos y cambios en los hábitos de consumo. Esta evolución ha dado lugar a un panorama mediático diversificado y en constante cambio”. (Anima, 2023)

Hoy en día, los consumidores pueden acceder a una variedad desmedida de contenido: desde canales de noticias a todas horas hasta videos musicales, documentales y programas de telerrealidad. Además, la proliferación de medios en línea, como películas bajo demanda y transmisiones en línea, ha llevado a un aumento exponencial en la cantidad de información consumida por las personas.

2.2.5.2. Tipos de Canales de Comunicación

Se denomina canales de comunicación a las distintas formas por las que se transmite el mensaje desde el emisor hasta el receptor. Estos canales son los medios físicos a través de los cuales se lleva a cabo el acto comunicativo. Existen varios canales de comunicación, pero por lo general su clasificación se basa en canales personales o interpersonales, al igual que direccionales o bidireccionales.

Al hablar de medios digitales se hace referencia al uso del canal de comunicación bidireccional, lo que significa que permite la interacción entre los usuarios. “La comunicación bidireccional es la comunicación en cual que se lleva a cabo una retroinformación constante, en la que tanto el receptor del mensaje como el emisor intercambian los papeles para crear una conversación en ambas direcciones”. (Villaverde, 2022)

2.2.6. Marketing

El marketing de contenidos en las plataformas digitales ha revolucionado la forma en que los especialistas en marketing se comunican con sus audiencias. Estas plataformas permiten a las marcas entregar mensajes específicos, automatizar la distribución y coordinar eficazmente su

contenido. “El rápido desarrollo de Internet y de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, han traído consigo nuevas formas de interactuar gracias al surgimiento de las redes sociales”. (Lores, 2022)

2.2.6.1. Estrategias

El marketing en las plataformas digitales es una disciplina que ha revolucionado la forma en la que las marcas o personajes se comunican con su audiencia. De esta forma es como han surgido las necesidades de mantener siempre cerca a los usuarios a través de distintas estrategias.

La planificación, la creación de contenido atractivo y relevante, hacer publicidad pagada, investigar al público objetivo y seleccionar el canal adecuado, además del planteamiento de metas, son las estrategias más empleadas. “Trabajar en el contenido de las publicaciones y la imagen que proyectamos en las plataformas sociales se ha convertido en un requisito para adquirir notoriedad de marca”. (Muxach, 2024)

2.2.6.2. Motivación

Al estar inmersos en el mundo de las plataformas digitales y el permanecer capacitado en cuanto al marketing, las motivaciones que tienen las personas o empresas que crean contenido para sus marcas, son la obtención del alcance y la visibilidad necesaria de sus páginas para poder monetizar sus creaciones.

Las formas de monetización son efectivas tanto para un creador de contenido como para una empresa cuyo objetivo es tener más notoriedad en sus redes sociales, lograr un mayor impacto, hacer crecer su marca de manera ininterrumpida y, por supuesto, generar más ingresos y beneficios (Ojeda, 2024).

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

La metodología de la investigación son procesos viables que integran un conjunto de técnicas y procedimientos para abordar de manera ordenada un tema de investigación. Su propósito es otorgar rigor científico y severidad a los resultados alcanzados en el proceso de estudio. Esta metodología puede ser cualitativa, cuantitativa o mixta.

La metodología de investigación es un marco sistemático que se utiliza para resolver el problema de investigación mediante el uso de los mejores y más factibles métodos para llevar a cabo la investigación, al tiempo que se alinea con la finalidad y los objetivos de su investigación (Pamplona, 2022).

De acuerdo con los requerimientos y necesidades del tema planteado se determinó que el enfoque óptimo para este proyecto de investigación es el enfoque mixto que ayudó a indagar con mayor amplitud cada una de las variables, acompañado del método descriptivo como tipo de investigación, los cuales sirvieron para cumplir con éxito los objetivos planteados desde el principio de este proyecto.

3.1.1. Método de Investigación Mixta

La investigación mixta es una metodología de investigación que combina tanto métodos cuantitativos como cualitativos. “Representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta”. (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018, pág. 612)

Se ha aplicado este enfoque de investigación para buscar una comprensión más completa y detallar los aspectos más significativos de los usuarios de las plataformas digitales que tienen afinidad por la crítica de cine, algo que no se podría lograr con cada método por separado.

3.1.2. Método Descriptivo

La metodología de investigación descriptiva se enfoca en describir las características de la población o fenómeno bajo estudio. A diferencia de indagar sobre las razones detrás de un fenómeno el “por qué”, la investigación descriptiva se centra en el “qué”. “Un estudio descriptivo es aquel que pertenece a la investigación cuantitativa y que presenta una sola variable de estudio denominada variable de interés”. (Ochoa & Yunkor, 2020, pág. 14)

El objetivo principal consiste en examinar el contenido y formato de los videos de crítica cinematográfica presentes en diversas plataformas digitales. Debido a este requerimiento se optó por la implementación del método descriptivo debido a su enfoque en analizar una única variable que arroja resultados basados en datos cualitativos.

3.2. Operacionalización de Variables

Tabla 1 Operacionalización de Variables

Variables	Definición Conceptual	Dimensiones	Indicadores	Ítem / Instrumento
Independiente: Plataformas Digitales	Son entornos en línea que actúan como intermediarios para conectar a personas, empresas o entidades que desean interactuar, comerciar o compartir información.	Plataformas digitales	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Evolución ◦ Tipo ◦ Características 	Encuesta (214 estudiantes); Ficha de Observación; (Tabla) Entrevista: (Cuestionario).
		Accesibilidad	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Contenido multimedia ◦ Empatía ◦ Herramientas tecnológicas 	
		Interactividad	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Feedback ◦ Material informativo ◦ Audiencia 	
Dependiente: Crítica de Cine	La crítica cinematográfica es el análisis y evaluación de películas, ya sea de manera individual o en conjunto. Se sumerge en aspectos como la actuación, la dirección, la fotografía y otros elementos para proporcionar una visión informada y subjetiva sobre una película en particular.	Tipos de crítica	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Efectos sonoros ◦ Lenguaje visual ◦ Iluminación 	
		Medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Evolución ◦ Tipos de canales de comunicación 	
		Marketing	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Estrategias ◦ Recursos ◦ Motivación 	

Nota: Elaboración propia.

3.3. Población y Muestra de Investigación

3.3.1. Población

La población de este trabajo de investigación está centrada en la comunidad estudiantil de la carrera de comunicación de la Universidad Técnica de Babahoyo, los cuales son en total 480 estudiantes entre todos los semestres. Además, como recurso necesario se contactó a profesionales y aficionados nacionales por la crítica cinematográfico en plataformas digitales para que compartan información valiosa en base a sus experiencias y conocimientos.

3.3.2. Muestra

Se considera como muestra a una parte del total de la investigación estudiada en la investigación, que facilita el estudio y los hace más eficaz. El presente estudio requiere del análisis a una muestra finita con su respectiva fórmula.

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Población N= 480

Nivel de confianza Z= (95%= 1.96)

Probabilidad de obtener el resultado esperado p= (50%= 0.5)

Probabilidad de no obtener el resultado esperado q= (1-p = 0.5)

Margen de error e= (3%= 0.03)

$$n = \frac{480 * 1.96^2 * 0.5 * 0.5}{(0.03)^2 * (480 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{480 * 3.8416 * 0.5 * 0.5}{0.0025 * 479 + 3.8416 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{480 * 3.8416 * 0.25}{0.0025 * 479 + 3.8416 * 0.25}$$

$$n = \frac{460.992}{1.1975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{460.992}{2.157}$$

$$n = 213.7$$

$$n = 214$$

3.4. Técnicas e Instrumentos de Investigación

3.4.1. Encuesta

Una encuesta es un método de investigación que sirve para recolectar datos de una muestra específica de personas. El objetivo de una encuesta es, a partir de preguntas específicas, extraer información e ‘insights’ sobre una población o grupo de interés (Silva D. D., 2022).

De esta forma se escogió la encuesta como instrumento de recolección de datos para detallar y conocer cuál es la red social más usada para la difusión de contenido multimedia sobre la crítica de cine. Para llevar a cabo este proceso se usó la plataforma de Google Forms y se aplicó a la muestra designada quienes fueron 214 estudiantes de todos los niveles de la carrera de comunicación de la universidad técnica de Babahoyo.

3.4.2. Ficha de Observación

Para estudiar las plataformas digitales y determinar cuál es el formato de vídeo más usado para la presentación de crítica de cine se consideró pertinente el uso de la ficha de observación como instrumento de medición. “La ficha de observación se utiliza cuando el investigador quiere medir, analizar o evaluar un objetivo en específico; es decir, obtener información de dicho objeto”. (Arias G. J., 2020, pág. 14)

Se elaboraron un total de 20 fichas de observación, asignando 5 a cada una de las plataformas digitales estudiadas: Facebook, Instagram, YouTube y TikTok. Al obtener la información necesaria detallada se logró cumplir con el segundo objetivo específico.

3.4.3. Entrevista

El principal objetivo de una entrevista es obtener información de forma oral y personalizada sobre acontecimientos, experiencias, opiniones de personas. Siempre, participan como -mínimo- dos personas. Una de ellas adopta el rol de entrevistadora y la otra el de entrevistada, generándose entre ambas una interacción en torno a una temática de estudio (Folgueiras, 2019, pág. 2).

Es importante la obtención de información de conocedores inmersos en el ámbito cinematográfico, por esa razón se realizaron 3 entrevistas a profesionales que se dedican a crear contenido o tienen relación con distintas plataformas digitales sobre el séptimo arte. Se consideró factible la aplicación de entrevistas virtuales mediante la plataforma Zoom e Instagram debido a múltiples limitantes como la movilización o falta de tiempo que pudieron haber presentado estos profesionales al llevar un estilo de vida muy proactivo de acuerdo a los requerimientos de su oficio.

3.5. Procesamiento de Datos

3.5.1. Tabulación de Datos

Para Arias (2021) la tabulación es un paso fundamental en el análisis descriptivo que precede a otros, como la inferencia. Por lo tanto, una vez que obtenemos los datos, debemos organizarlos adecuadamente para su uso posterior, y esto se logra mediante la agrupación sistemática en tablas. De acuerdo al requerimiento de esta investigación la tabulación de los datos se efectúa en los resultados obtenidos de las encuestas, los cuales están representados en tablas de frecuencia y diagramas de pastel por cada una de las preguntas realizadas, lo que permite visualizar de forma detallada los datos recopilados.

3.5.2. Análisis Inferencial

La estadística inferencial según Acosta, Laines, & Piña (2018) se ocupa del análisis, interpretación de los resultados y de las conclusiones a las que se puede llegar a partir de la información obtenida de una muestra con el fin de extender sus resultados a la población bajo estudio. En este proyecto de investigación fue necesaria la implementación del análisis inferencial para presentar los datos cualitativos de las entrevistas realizadas a los 3 críticos profesionales de cine y ayudar a la aclaración de las opiniones brindadas por estos entrevistados.

3.6. Aspectos Éticos

En cuanto a los datos mostrados anteriormente se consideró la obtención del consentimiento informado de los participantes de los distintos métodos de recolección de datos, el cual garantizó la confidencialidad de sus datos personales y opiniones, además, se respetó su autonomía y libertad para retirarse cuando estén siendo encuestados o entrevistados.

Con respecto a la información detallada en este trabajo de investigación se puede visualizar que ha sido considerada y respetada la implementación de Normas APA 7ma (Séptima) edición. Lo cual demuestra que el presente proyecto de integración curricular es netamente propio de su autor, salvo el uso de citas necesarias para validar información importante.

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1. Resultados

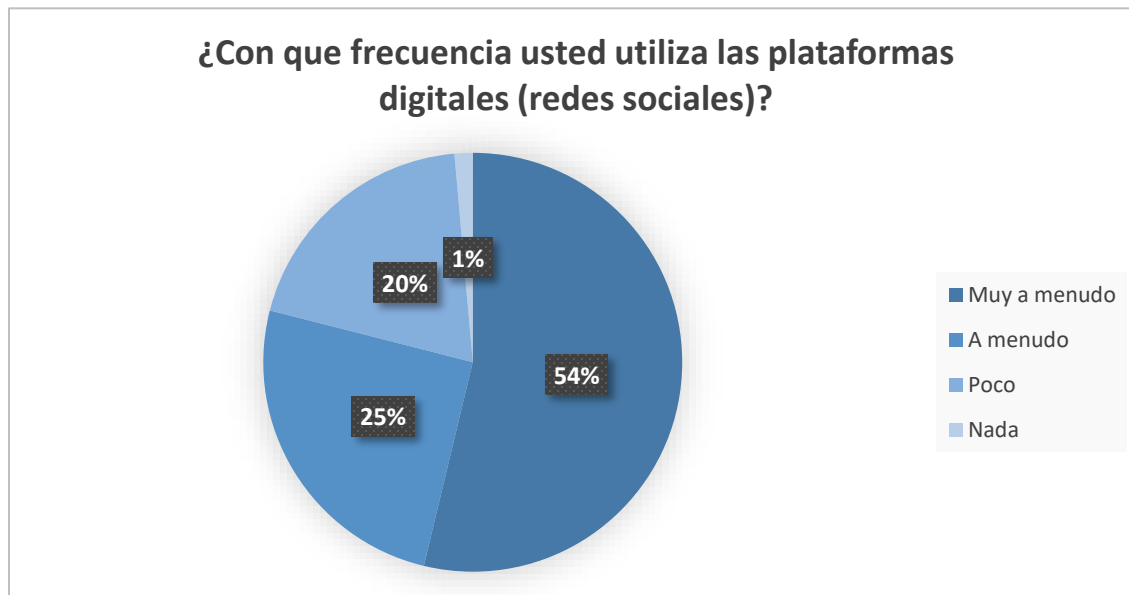
4.1.1. Encuestas

Tabla 2 ¿Con que frecuencia usted utiliza las plataformas digitales (redes sociales)?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy a menudo	115	53,7%
A menudo	54	25,2%
Poco	42	19,6
Nada	3	1,4
Total:	214	100%

Nota: Elaboración propia

Gráfico 1 ¿Con que frecuencia usted utiliza las plataformas digitales (redes sociales)?



Análisis e interpretación:

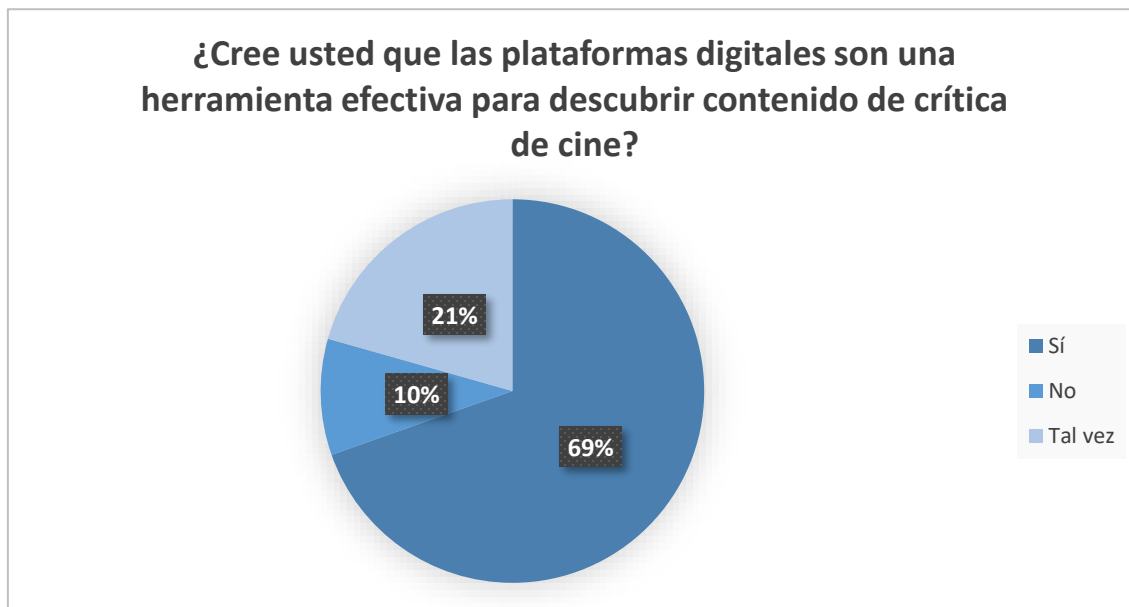
Según los datos, el 53,7% de los estudiantes respondió que las usa “Muy a menudo”, mientras que el 25,2% indicó que las utiliza “A menudo”. Además, el 19,6% de los encuestados dijo que las utiliza “Poco”, y una pequeña fracción manifestó que no las utiliza en absoluto. Estos resultados sugieren una alta prevalencia del uso de redes sociales entre los estudiantes encuestados.

Tabla 3 ¿Cree usted que las plataformas digitales son una herramienta efectiva para descubrir contenido de crítica de cine?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	149	69,6%
No	21	9,8%
Tal vez	44	20,6%
Total:	214	100%

Nota: Elaboración propia

Gráfico 2 ¿Cree usted que las plataformas digitales son una herramienta efectiva para descubrir contenido de crítica de cine?



Análisis e interpretación:

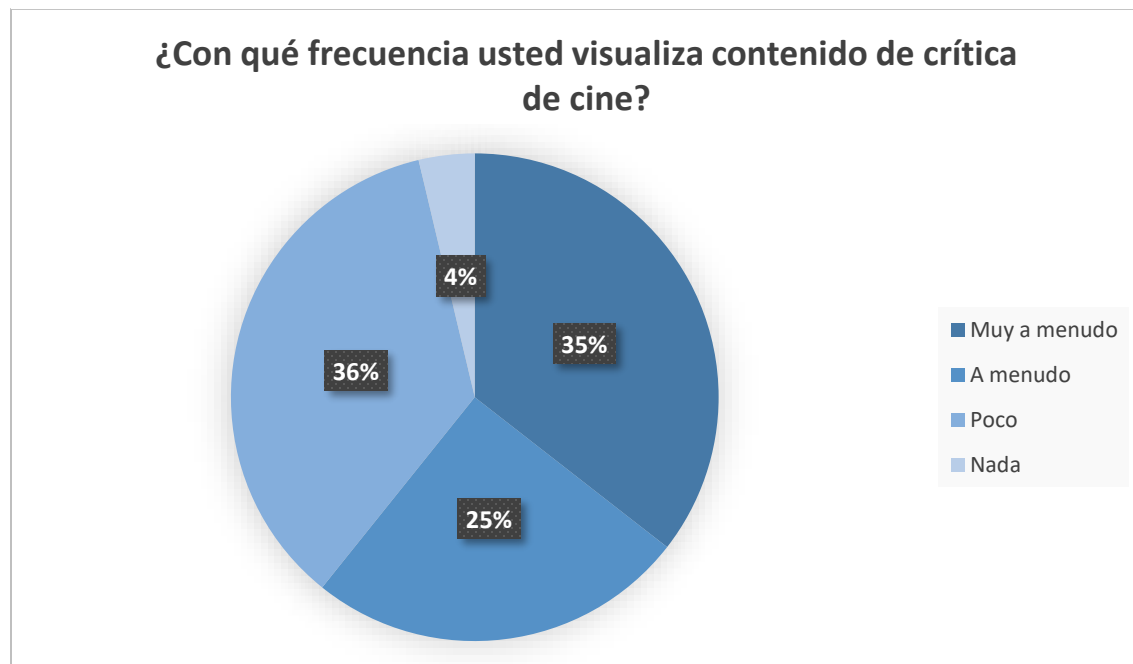
El 69,6% de los encuestados escogió afirmativamente, indicando una percepción generalizada de la eficacia de estas plataformas en proporcionar contenido relevante y valioso en el ámbito de la crítica cinematográfica. Sin embargo, un 20,6% está indeciso y un 9,8% no cree que sean efectivas.

Tabla 4 ¿Con qué frecuencia usted visualiza contenido de crítica de cine?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Muy a menudo	76	35,5%
A menudo	54	25,2%
Poco	76	35,5%
Nada	8	3,7%
Total:	214	100%

Nota: Elaboración propia

Gráfico 3 ¿Con qué frecuencia usted visualiza contenido de crítica de cine?



Análisis e interpretación:

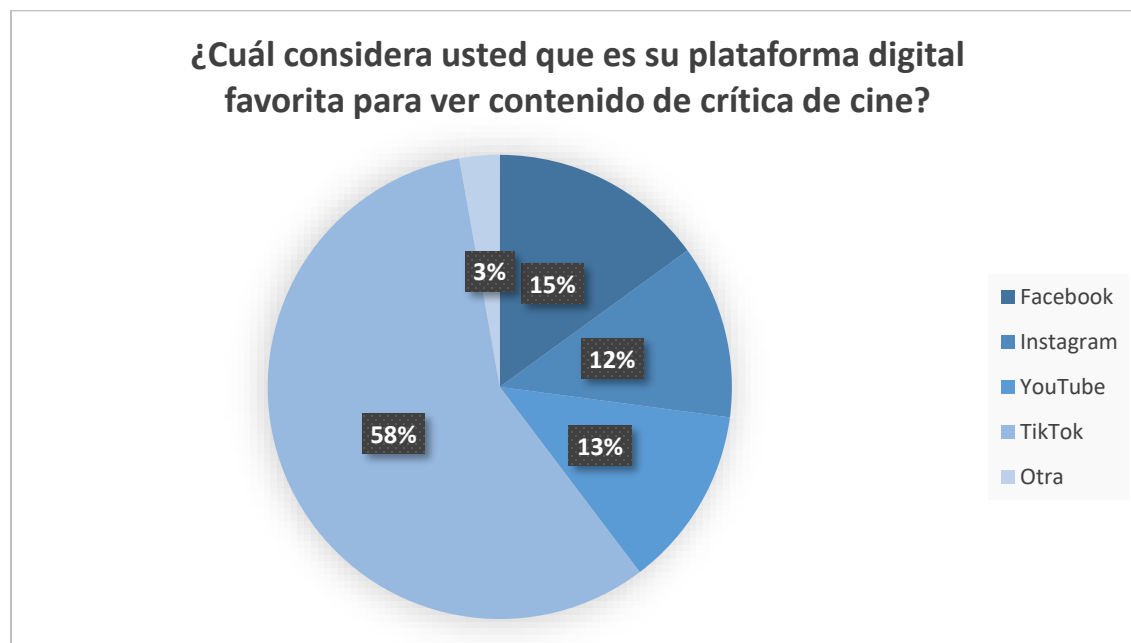
Los resultados revelan una división clara entre los estudiantes: un 35,5% responde que lo hace “Muy a menudo”, otro 35,5% dice “Poco”, un 25,2% lo hace “A menudo” y solo un pequeño porcentaje (3,7%) responde “Nada”. Esto sugiere que algunos estudiantes se involucran regularmente con críticas cinematográficas, mientras que otros no tienen interacción alguna con este tipo de contenido.

Tabla 5 ¿Cuál considera usted que es su plataforma digital favorita para ver contenido de crítica de cine?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	32	15%
Instagram	26	12,1%
YouTube	27	12,6%
TikTok	123	57,5%
Otra	6	2,8%
Total:	214	100%

Nota: Elaboración propia

Gráfico 4 ¿Cuál considera usted que es su plataforma digital favorita para ver contenido de crítica de cine?



Análisis e interpretación:

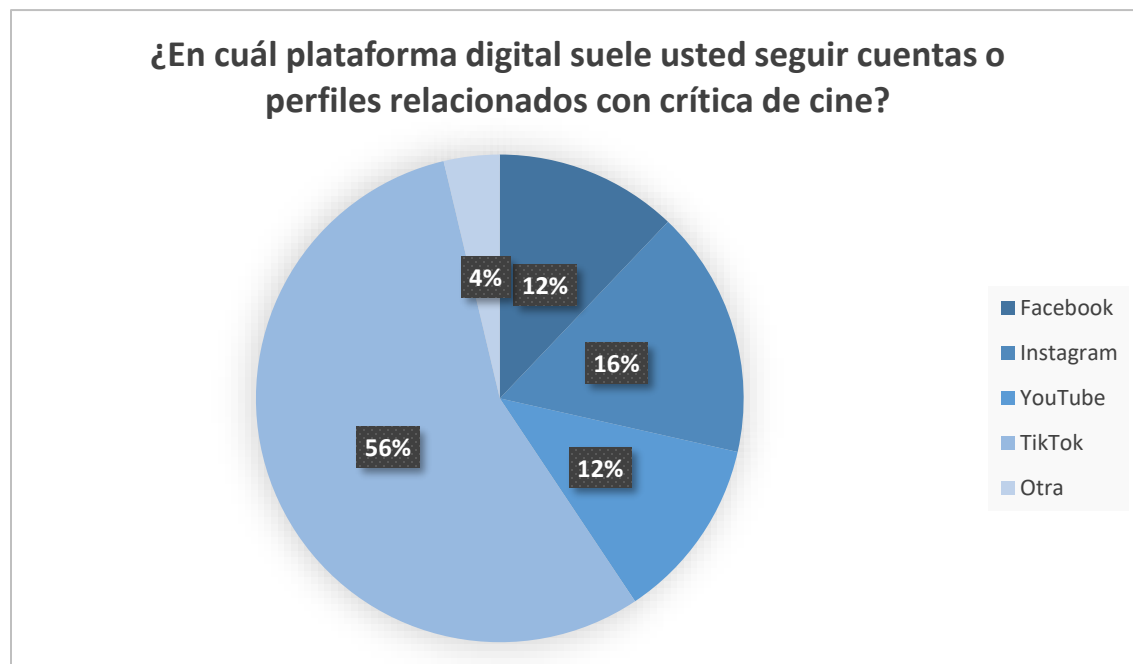
TikTok es la opción más popular con un 57,5% de las respuestas. Facebook es la segunda opción más popular de las opciones mencionadas, con el 15%. YouTube e Instagram tienen una preferencia similar entre los encuestados, con un 12,6% y un 12,1% respectivamente. Un pequeño porcentaje (2,8%) eligió “Otra” para hacer referencia a demás plataformas no mencionadas.

Tabla 6 ¿En cuál plataforma digital suele usted seguir cuentas o perfiles relacionados con crítica de cine?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	26	12,1%
Instagram	33	16,4%
YouTube	26	12,1%
TikTok	119	55,6%
Otra	8	3,7%
Total:	214	100%

Nota: Elaboración propia

Gráfico 5 ¿En cuál plataforma digital suele usted seguir cuentas o perfiles relacionados con crítica de cine?



Análisis e interpretación:

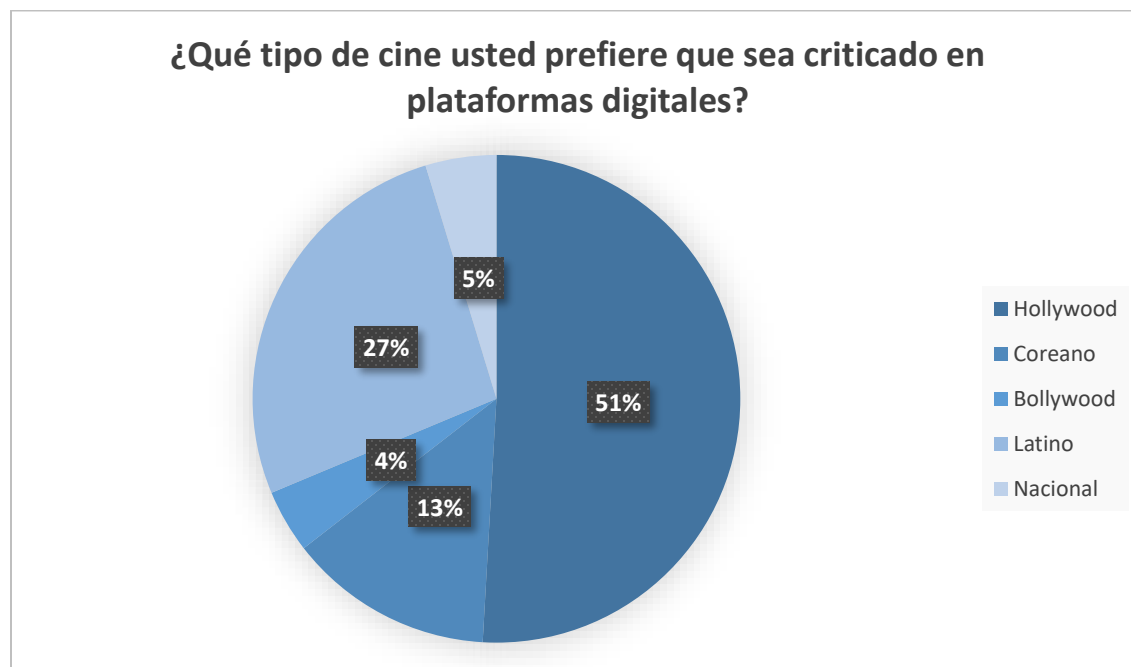
Los resultados revelan una preferencia clara entre los estudiantes: un 55,6% de los encuestados prefiere TikTok, seguido por Instagram con un 16,4%. YouTube y Facebook tienen una preferencia similar del 12,1%, mientras que la opción “Otra” es la menos popular en este contexto.

Tabla 7 ¿Qué tipo de cine usted prefiere que sea criticado en plataformas digitales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Hollywood	109	50,9%
Coreano	29	13,6%
Bollywood	9	4,2%
Latino	57	26,6%
Nacional	10	4,7%
Total:	214	100%

Nota: Elaboración propia

Gráfico 6 ¿Qué tipo de cine usted prefiere que sea criticado en plataformas digitales?



Análisis e interpretación:

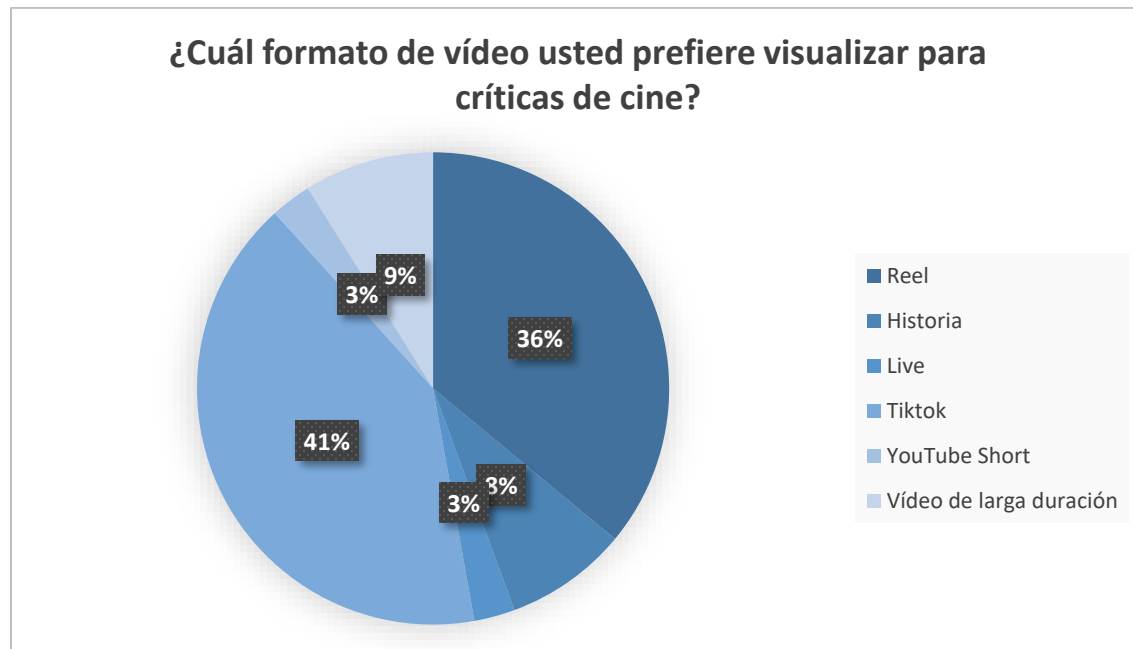
Los resultados revelan que el 50,9% prefiere el cine de Hollywood, seguido por un 26,6% que opta por el cine latino. Por otro lado, el cine coreano y el cine nacional son menos preferidos, con un 13,6% y un 4,7%, respectivamente. Mientras que el cine de Bollywood (India) es el menos solicitado con un 4,2%. En resumen, los estudiantes muestran una clara inclinación hacia el cine de Hollywood, seguido del latino para recibir críticas en línea.

Tabla 8 ¿Cuál formato de vídeo usted prefiere visualizar para críticas de cine?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Reel	77	36%
Historia	18	8,4%
Live	6	2,8%
TikTok	88	41,1%
YouTube Short	6	2,8%
Vídeo de larga duración	19	8,9%
Total:	214	100%

Nota: Elaboración propia

Gráfico 7 ¿Cuál formato de vídeo usted prefiere visualizar para críticas de cine?



Análisis e interpretación:

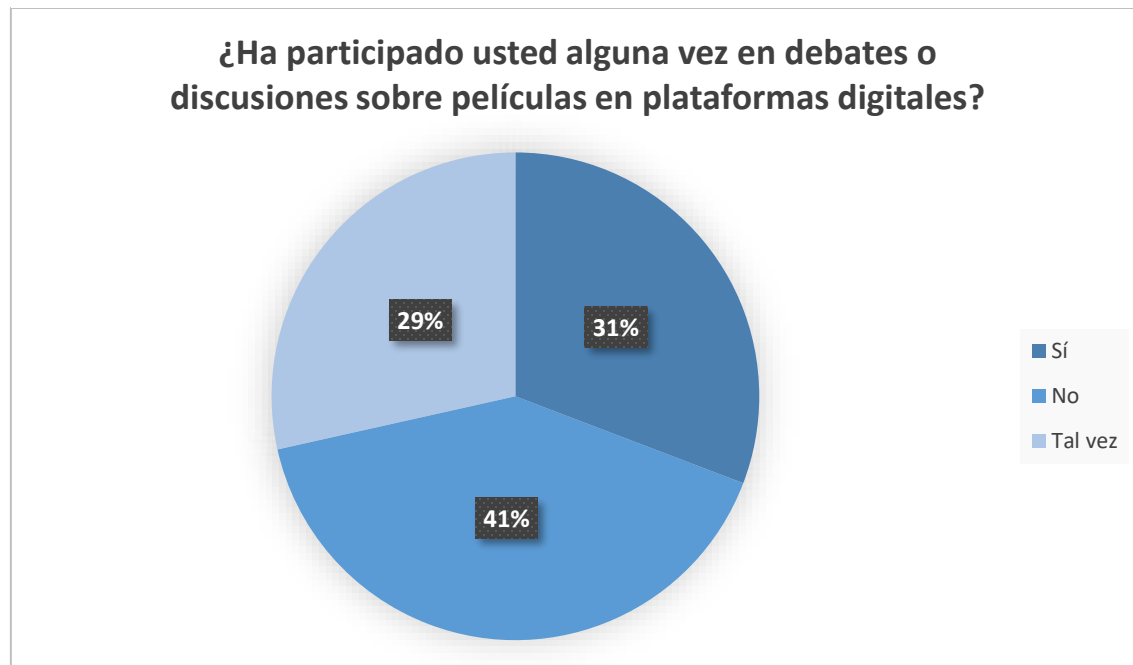
El 41,1% de los estudiantes prefiere TikTok, seguido por un 36% que opta por el formato Reel. Los vídeos de larga duración y las Historias se ubican casi al final de la encuesta, con un 8,9% y un 8,4%, respectivamente. Mientras que los Lives y los YouTube Shorts son los menos elegidos. Esto sugiere una tendencia hacia contenidos breves y dinámicos como TikTok entre la población estudiantil encuestada, aunque también existe una preferencia significativa por el formato Reel.

Tabla 9 ¿Ha participado usted alguna vez en debates o discusiones sobre películas en plataformas digitales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	66	30,8%
No	87	40,7%
Tal vez	61	28,5%
Total:	214	100%

Nota: Elaboración propia

Gráfico 8 ¿Ha participado usted alguna vez en debates o discusiones sobre películas en plataformas digitales?



Análisis e interpretación:

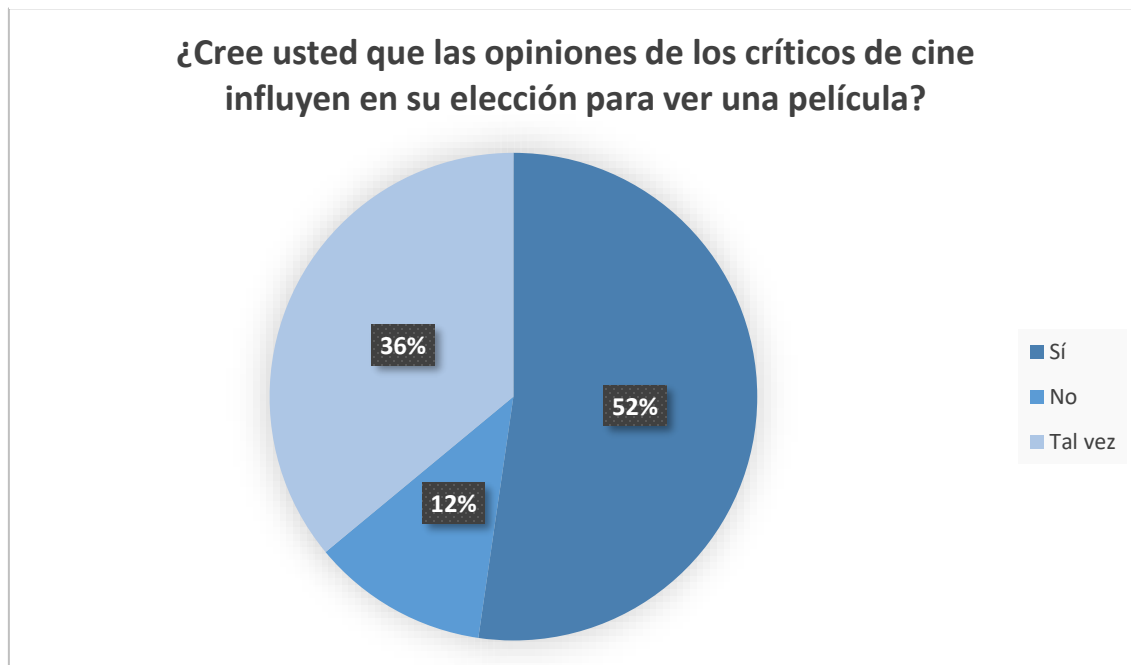
El 40,7% de los estudiantes respondió que no, el 30,8% que sí y el 28,5% indicó que tal vez ha participado. Esto demuestra que una proporción significativa de estudiantes aún no se ha involucrado activamente en debates en línea sobre películas, mientras que casi un tercio ha tenido alguna experiencia y otro tercio está indeciso o tiene una participación ocasional.

Tabla 10 ¿Cree usted que las opiniones de los críticos de cine influyen en su elección para ver una película?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Sí	112	52,3%
No	25	11,7%
Tal vez	77	36%
Total:	214	100%

Nota: Elaboración propia

Gráfico 9 ¿Cree usted que las opiniones de los críticos de cine influyen en su elección para ver una película?



Análisis e interpretación:

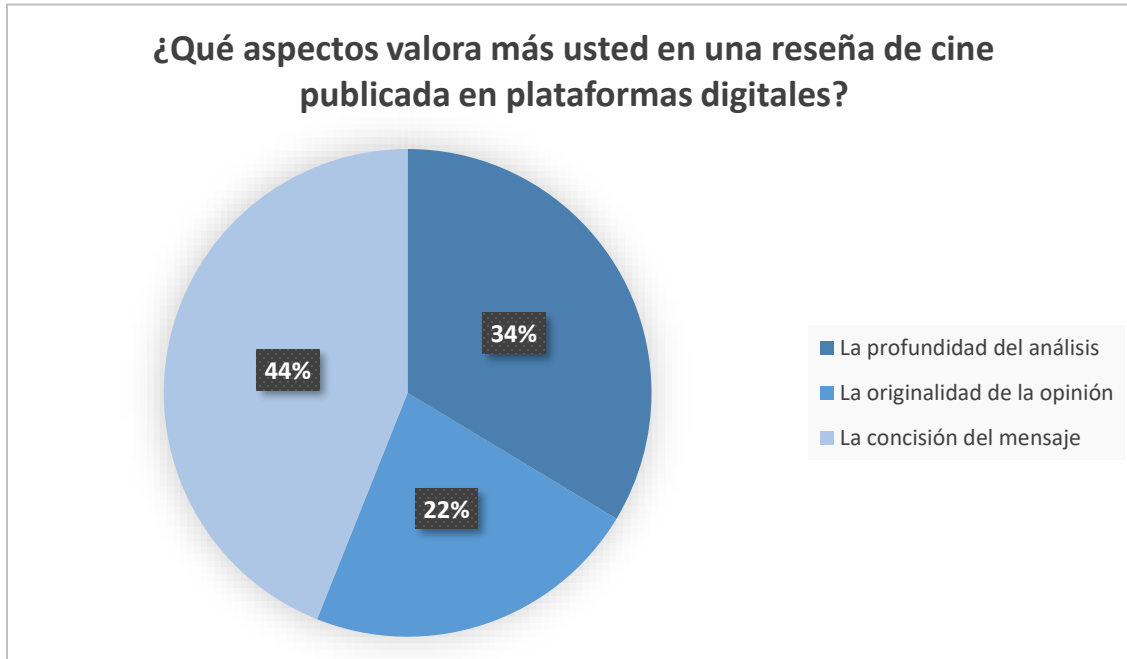
El 52,3% de los estudiantes respondió que Sí, el 11,7% que No ha participado y el 36% indicó que tal vez ha participado. Esto indica que una la mayoría de los estudiantes encuestados sí se han involucrado en debates o discusiones online sobre películas, mientras que casi un tercio expresa que tal vez lo ha hecho.

Tabla 11 ¿Qué aspectos valora más usted en una reseña de cine publicada en plataformas digitales?

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
La profundidad del análisis	72	33,6%
La originalidad de la opinión	48	22,4%
La concisión del mensaje	94	43,9%
Total:	214	100%

Nota: Elaboración propia

Gráfico 10 ¿Qué aspectos valora más usted en una reseña de cine publicada en plataformas digitales?




Análisis e interpretación

El 43,9% de los estudiantes valora la concisión del mensaje resaltando una preferencia por reseñas claras y directas. El 33,6% aprecia la profundidad del análisis, sugiriendo un interés en evaluaciones detalladas y bien fundamentadas. Finalmente, el 22,4% prefiere la originalidad de la opinión indicando que buscan perspectivas únicas y creativas en las reseñas.

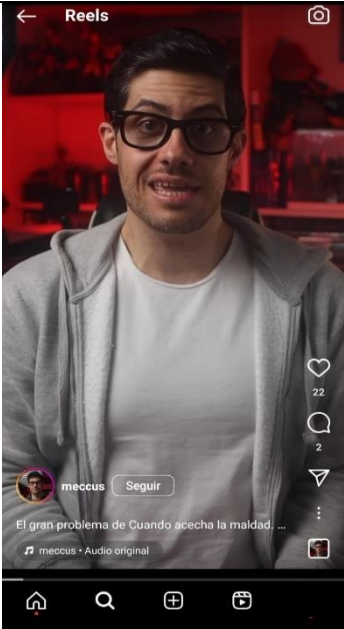
4.1.2. Fichas de Observación

Tabla 12 *Ficha de Observación #1*

FICHA DE OBSERVACIÓN #1 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: INSTAGRAM		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2024-02-25
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Daniel López (@cinedaniellopez) Productor Audiovisual, Creador de Contenido y Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Reel (01:28 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Drive-Away Dolls (Comedia/Suspense)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Drive Away Dolls (2024)”	
5. Número de Visualizaciones:	3.09 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	103 Me Gusta 6 Comentarios 5 Compartidos	<p>El crítico da la introducción del vídeo dando aclaraciones antes de hablar de este filme. Habla sobre la premisa de esta producción y luego menciona que a la mitad su historia empieza a tambalearse ya que ocurren muchas cosas que podrían confundir al espectador.</p> <p>Hace una comparativa entre esta y las antiguas producciones sobre el abordaje de temas de relaciones inclusivas. Menciona que este filme está lleno de humor negro y que su edición es llamativa. Por último, da las recomendaciones correspondientes a su audiencia.</p>

Link: <https://www.instagram.com/reel/C3wT5QtNDun>

Tabla 13 Ficha de Observación #2

FICHA DE OBSERVACIÓN #2 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: INSTAGRAM		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2024-01-22
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Meccus (@meccus/ Victor López G.) Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Reel (02:08 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Cuando acecha la maldad (Latino/Terror)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“El gran problema de Cuando acecha la maldad. #cine #peliculas #terror #cuandoacechalamaldad”	
5. Número de Visualizaciones:	481 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	22 Me Gusta 2 Comentarios 0 Compartidos	Desde el principio muestra una postura firme y neutral, el video empieza con su rostro en pantalla. Si bien a diferencia de otros críticos en la plataforma no gesticula en exceso y su tono de voz es siempre calmado, logra enganchar con sus argumentos y su lenguaje corporal, mientras intercala con clips de la película. Su reseña empieza de forma contundente, pues expresa que a pesar de que considera a la película en cuestión como una gran obra, hubo un detalle que no le permitió ponerla más arriba, siendo el detalle el hecho de que la película se le hizo plana pues para el no existieron momentos que contrasten con lo pesado de la película, es decir, momentos de descanso para el espectador, como escenas donde los personajes puedan estar felices, para que así cuando vuelvan a sufrir el impacto sea mayor.

Link: <https://www.instagram.com/reel/C2aodpZKbVw/?igsh=MTd6ZHpkYjE2OTdpeA%3D%3D>

Nota: Véase las demás Fichas de Observación en los Anexos.

Análisis de las fichas de observación por plataforma digital

TikTok

La plataforma se presta para que los críticos puedan expresar su reseña y los puntos más importantes del filme. Son capaces de ahondar en temas de la producción referentes al diseño, ambientación y hasta del apartado sonoro. En esencia se ha podido identificar una tendencia a que aparezca el crítico con clips del filme, en ocasiones el autor está superpuesto mientras corre el metraje de fondo.

Además, al tener una duración mayor a un minuto, tienen la capacidad de expresar inquietudes y poder centrarse en aspectos que de tener menos tiempo no podrían y que son importantes en una crítica; como las actuaciones y que tienen que ofrecer, también predomina un lenguaje fácil de entender y mayormente enérgico, pero que se amolda al tono de la película. Adicionalmente se puede observar que las métricas, es decir los me gusta, compartidos y comentarios, la recepción en general, es buena, pasando sin problemas de las mil visualizaciones y con me gustas que oscilan entre los cien y dos mil.

Instagram

La plataforma presenta diferencias con TikTok a pesar de la similitud del formato Reel. Los críticos expresan sus reseñas de forma rápida, pues el tiempo en los reels es limitado, se pudo observar una queja directa de una de los creadores de contenido del límite de tiempo, llamando incluso a que vean su trabajo en otra plataforma.

Aun así, los críticos pudieron expresar sus opiniones sobre la cinematografía del film y su producción, pero al ser el tiempo limitado, es necesario reiterar, tocan los temas de forma superficial, no pudiendo ahondar en todos los temas necesarios de la reseña. Con duraciones entre

1 y 2 minutos, si logran superar las 10 mil visualizaciones y de igual forma los 10 mil me gusta de igual forma en ocasiones la recepción baja de los miles a solo cientos.

YouTube

La plataforma permite dos formatos para las reseñas, en primer lugar, están los videos de larga duración, los cuales permiten una profundidad de análisis muy extensa, en todos los casos, los autores son capaces de ahondar en los detalles más profundos de las películas que reseñan entrando en temas como la producción cinematografía, imagen, casting, dirección, fotografía, actuaciones, historia y trama.

Estos videos tienen un tono calmado y algo serio, pero no en exceso, pues si dan lugares a la ironía y hasta el humor. Los videos tienen una duración entre 15 minutos y media hora, con números que oscilan entre el medio millón y el millón de vistas y que van desde los 10 mil likes, especialmente, se puede observar que los comentarios sin problemas superan los 100. Gracias a que la duración de los videos no es limitada, los autores tienen el tiempo suficiente para expresar sus opiniones e inquietudes de forma cómoda, también se puede observar que no es necesario que en todo momento los autores muestren sus rostros.

El otro formato es YouTube Shorts, que al igual que los Reels de Instagram otorgan un espacio limitado, por lo que las reseñas revisadas no se toman demasiado tiempo para explicar todos los temas, pero si son capaces de tocar a la cinematografía, producción, cast y dirección, además, los números si bien pueden superar las 2 mil vistas, en interacción y comentarios tienen flaquezas; de igual forma se puede observar que no es necesario que en todo momento los autores muestren sus rostros.

Facebook

Al igual que YouTube, Facebook permite dos formatos en videos, los videos de larga duración y los Reels. No obstante, es necesario recalcar que el contenido de reseñas en Facebook es demasiado escaso, por lo que resulta complicado encontrar variedad igual a otras plataformas, especialmente en videos de larga duración, mientras que los Reels están en su mayoría enlazados a Instagram (pues son de la misma compañía, META).

En el caso de videos de larga duración, como sucede con YOUTUBE, el autor puede darse el tiempo de ahondar en cada detalle como en la producción cinematografía, imagen, casting, dirección, fotografía, actuaciones, historia y trama y hasta añadiéndole mensajes y reflexiones para complementar la narración.

Con duraciones que pasan los 20 minutos, es posible que a pesar de las facilidades del formato y de que las interacciones y visualizaciones que sobrepasan los 20 mil, Facebook no ofrezca más contenido de reseñas en este formato. Mientras que, en los Reels, la dinámica es igual a Instagram, con duración entre 1 y 2 minutos, y con una interacción que si sobrepasa los mil el tiempo es justo y da para tocar de forma superficial la cinematografía, producción e historia.

Análisis general de las fichas de observación

Las plataformas que más mueven son YouTube y TikTok; siendo la primera la que más números mueve con visualizaciones que sobrepasan el millón y con cientos de comentarios, además, al otorgar más tiempo, les permite a los autores de las reseñas expresar todas sus opiniones y detalles técnicos de los filmes ahondando punto a punto cada una de las características necesarias. Sin embargo, TikTok, también mueve grandes audiencias y la duración de sus videos otorgan el tiempo suficiente para detallar los pormenores del film y las opiniones necesarias.

Mientras que Instagram no otorga el tiempo suficiente, mueve números no tan grandes y la interacción es muy baja. De igual forma en los Reels de Facebook la interacción y números es baja y por el tiempo limitado tampoco permite a los críticos explicar a detalle las características necesarias para una crítica más completa; sin embargo, en los videos de larga duración, se puede observar que las reseñas se comportan de forma similar a YouTube, extensas y con atención a los detalles, en este caso, sin embargo, no fue posible encontrar más que una página dedicada realmente a reseñas, por lo que Facebook realmente alberga poco contenido en cuanto a críticas cinematográficas se refiere, siendo los Reels la más débil representación.

4.1.3. Entrevistas

Análisis del contenido de las entrevistas

De acuerdo a los conocimientos compartidos por parte de Daniel López, productor de cine y creador de contenido, se pudo recopilar como datos importantes que hace muchas décadas las críticas solo se mostraban en medios impresos y no saber quién está detrás de ellas, en comparación de la actualidad que gracias a los avances tecnológicos es posible notar quién hace la crítica de cine y obtener el reconocimiento necesario gracias al alcance que brindan.

Además, el entrevistado no considera que las plataformas digitales de tipo redes sociales hayan cambiado la forma en cómo se realiza una crítica porque considera que cada quién critica según su experiencia subjetiva. Sin embargo, menciona que la tendencia de las plataformas digitales es la que conlleva a que la mayoría de críticos se graben actualmente para crear contenido, antes que redactar y publicar en artículos o webs.

Las plataformas digitales más usadas en el país, según el entrevistado son TikTok Instagram y YouTube debido a la existencia de más críticos que se mantienen subiendo análisis de

producciones cinematográfica constantemente. En adición, menciona que uno de los aspectos positivos al estar presente en redes sociales es la posibilidad de tener gran difusión entre todos los usuarios, por el lado negativo también habla de estar expuesto constantemente a haters y críticas negativas que en algunos casos afecta al desarrollo de los críticos emergentes en estas plataformas.

Por otra parte, en la entrevista realizada al director de cine Alberto Pablo Rivera se conoció en base a su criterio que el consumo de producciones audiovisuales y las respectivas críticas de cine tuvieron un cambio durante la pandemia de la Covid-19 porque las necesidades de los espectadores y usuarios cambiaron al permanecer por mucho tiempo en sus casas. De esta forma él considera que las grandes productoras audiovisuales tuvieron que adaptarse y formar parte de plataformas digitales de streaming para difundir sus filmes. En ese sentido comenta que los críticos empezaron a ganar mayor alcance gracias al incremento del uso de dispositivos móviles.

Por otro lado, el entrevistado señala como un aspecto negativo que, en algunas ocasiones, los críticos de cine son directores cinematográficos que no lograron trascender en su trabajo, pero que cuentan con el conocimiento técnico necesario para analizar y hacer críticas a las películas. Sin embargo, no son lo suficientemente subjetivos al hablar de este tipo de producciones, lo que los lleva a caer en la objetividad. Esta objetividad podría perjudicar la difusión de las películas o la percepción de los espectadores.

Finalmente, en base a los criterios mencionados por parte del Msc. Óscar Mora se logró conocer que hace varios años atrás los únicos que tenían acceso a opinar eran los críticos profesionales que pertenecían a algún medio de comunicación masiva y que tenían el espacio respectivo para hacerlo. Afirma que en la actualidad cualquier persona podría dar su opinión sobre alguna película en una red social este a su vez sea amplificado. Menciona que uno de los principales cambios que han tenido los cines y la realización de la crítica ahora va más allá de solo

tenerlos cerca por momentos escasos como hace décadas atrás, y que en la actualidad gracias a las plataformas digitales este tipo de contenido se puede visualizar de forma infinita.

Considera que Facebook sigue siendo la plataforma digital más utilizada por los usuarios nacionales en redes. En adición a la entrevista comenta como aspecto positivo que el contenido de un crítico puede masificarse a niveles muy importantes para el crecimiento de la audiencia. Además, expresa un criterio similar al primer entrevistado haciendo referencia a que al tener presencia en redes y dar un punto de vista, en algunos casos puede ser un blanco de comentarios negativos si la crítica realizada no es del agrado de los demás internautas en lo que él denomina “selva digital” al existir una cantidad global de internautas que se muestran activos con sus respectivos criterios.

4.2. Discusión

Los resultados de las investigaciones analizadas muestran tendencias similares en cuanto al cambio y la evolución de la crítica cinematográfica en el entorno digital. Tanto el estudio de Calabrese (2019) como el trabajo de la Lcda. Churango (2021) coinciden en señalar el papel crucial que juegan las plataformas digitales en la difusión de la crítica cinematográfica, así como en la participación activa de la audiencia en la generación de contenido crítico. Ambos estudios resaltan la democratización del acceso a la crítica de cine, permitiendo que un amplio espectro de voces tenga la oportunidad de compartir sus opiniones y reseñas. Además, se destaca la importancia de adaptar la crítica cinematográfica a las características y peculiaridades de cada plataforma digital, ya sea mediante videos cortos en TikTok o mediante críticas más extensas en YouTube.

A pesar de estas similitudes, existen algunas diferencias en los enfoques y resultados de las investigaciones. Mientras que Calabrese se centra en el surgimiento de una comunidad participativa de consumidores de cine en línea, el estudio de la Lcda. Churango profundiza en los

estilos y características específicas de la crítica cinematográfica en diferentes plataformas digitales, como Cinencuentro, Pasaje 18 y Cinesmero de Perú. Esto sugiere que, si bien hay un consenso general sobre la importancia de las plataformas digitales en la crítica cinematográfica, también existen variaciones regionales y contextuales que influyen en la forma en que se lleva a cabo y se percibe la crítica de cine en línea. En resumen, ambos estudios ofrecen una perspectiva complementaria sobre el cambio en la crítica cinematográfica en el entorno digital, destacando la necesidad de adaptación y comprensión de las dinámicas cambiantes en este campo.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de datos a la muestra designada, se logró conocer que las plataformas digitales de tipo redes sociales más usadas para la creación y difusión de contenido de tipo crítica cinematográfica son TikTok e Instagram quienes poseen más alcance entre los usuarios en línea, debido a la gran cantidad de críticos que se encuentran creando contenido de forma variada y constante para sus distintos tipos de audiencia. En adición es importante mencionar que YouTube y Facebook aún poseen cierta cantidad considerable de usuarios y creadores de contenido sobre este tipo de información relacionada al séptimo arte.

Sin embargo, como conclusión de los resultados al segundo objetivo específico se determina que, a grandes y pequeños rasgos, las plataformas que más cabida les dan a las reseñas son YouTube y TikTok, ambas a su manera, pues YouTube brinda la opción tanto de cine popular como contenido específico preferido por una audiencia, y TikTok debido la interacción algorítmica, le da relevancia más a las modas, por lo que hay que tener en cuenta eso a la hora de crear contenido. El formato de video corto es ideal para redes sociales donde el contenido es más variado, por eso TikTok es superior en ese aspecto. Ahora los críticos de cine pueden compartir sus reseñas a una audiencia activa que es capaz de debatirlos y aportar opiniones de forma inmediata, por lo que la audiencia puede ser más crítica con el producto y más selectiva con lo que ve.

El análisis de las tres entrevistas revela un panorama complejo sobre cómo la adopción de plataformas digitales ha transformado la interacción entre críticos de cine, audiencia y la industria

cinematográfica en general. Se destaca el cambio significativo en la accesibilidad y visibilidad de las críticas, con un énfasis en la importancia de las redes sociales como TikTok, Instagram y YouTube para la difusión de análisis cinematográficos. Sin embargo, se subraya el desafío de mantener la subjetividad en un entorno donde la objetividad puede influir negativamente en la percepción de las películas. Además, se resalta cómo la pandemia de la Covid-19 ha acelerado esta transición hacia lo digital, obligando a las grandes productoras a adaptarse a las plataformas de streaming. En conclusión, se evidencia una democratización en la crítica de cine, pero también se plantean preocupaciones sobre la calidad y la influencia de las opiniones en un entorno digital caracterizado por una "selva digital" de comentarios y críticas.

5.2. Recomendaciones

En base al análisis realizado sobre las plataformas digitales más utilizadas para la difusión de la crítica de cine, se recomienda enfocar los esfuerzos de difusión y promoción de contenido cinematográfico en TikTok e Instagram, dada su amplia base de usuarios y su alcance significativo en línea. Estas plataformas ofrecen una variedad de herramientas y formatos que permiten a los críticos llegar a audiencias diversas de manera efectiva. Sin embargo, no se debe descartar la presencia en YouTube y Facebook, ya que aún cuentan con una cantidad considerable de usuarios interesados en este tipo de contenido. Es importante adaptar el enfoque de contenido a las características y preferencias de cada plataforma para maximizar el impacto y la visibilidad de la crítica cinematográfica.

A la hora de crear contenido de reseñas es necesario elegir bien el formato a desarrollar, por lo que en caso de elaborar videos cortos la plataforma TikTok permite gran difusión y mucha interacción de audiencia. Mientras que los videos de gran duración tienen cabida en YouTube donde la audiencia en los comentarios es más observadora y critica, pero permite mover mayor

número de visualización. Mientras, tocar temas técnicos, cinematografía, de cast, dirección y trama con toda la profundidad posible permitirán una reseña entretenida.

Se recomienda fomentar la diversidad de voces en la crítica cinematográfica aprovechando las plataformas digitales, al mismo tiempo que se abordan los desafíos relacionados con la objetividad y la exposición a críticas negativas en línea. Es esencial promover la reflexión crítica y la educación sobre los principios de la crítica cinematográfica para preservar la calidad y la subjetividad en un entorno digital. Además, se deben ofrecer apoyo y recursos a los críticos emergentes para ayudarles a manejar la exposición en línea y las críticas negativas. Esta recomendación busca aprovechar las oportunidades digitales para enriquecer el diálogo cultural y promover una apreciación más diversa del cine.

REFERENCIAS

Acosta, S., Laines, B., & Piña, G. (2018). *Estadística Inferencial*. Lima: Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. Obtenido de

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/316022>

Alcala, B. (20 de Enero de 2022). *Medium*. Obtenido de Lenguaje visual:

https://medium.com/@beatrizalcala_91315/lenguaje-visual-bfb0e9793c5f

Andrade, M. (2021). *Medios de Comunicación y Sociedad*. Loja, Ecuador: Opciones Digitales.

doi:[https://unl.edu.ec/sites/default/files/archivo/2021-](https://unl.edu.ec/sites/default/files/archivo/2021-02/Medios%20de%20Comunicacio%CC%81n%20y%20Sociedad1.pdf)

[02/Medios%20de%20Comunicacio%CC%81n%20y%20Sociedad1.pdf](https://unl.edu.ec/sites/default/files/archivo/2021-02/Medios%20de%20Comunicacio%CC%81n%20y%20Sociedad1.pdf)

Anima. (Septiembre de 2023). *Anima*. Obtenido de Evolución de los Medios de Comunicación:

Tendencias en Crecimiento y Declive: <https://animaads.com/es/blog/evolucion-medios-comunicacion>

Arias, E. R. (1 de Agosto de 2021). *Economipedia*. Obtenido de Tabulación de datos:

<https://economipedia.com/definiciones/tabulacion-de-datos.html>

Arias, G. J. (2020). *Técnicas e instrumentos de investigación científica*. Arequipa: Depósito

Legal en la Biblioteca Nacional del Perú. Recuperado el 01 de julio de 2023, de

<https://repositorio.concytec.gob.pe/handle/20.500.12390/2238>

Ayuntamiento de Mérida. (2021). *Ayuntamiento de Mérida [Taller de Alfabetización Digital]*.

Obtenido de ¿qué es y para qué sirve Instagram?:

<https://merida.gob.mx/cad/content/documents/ebooks/ebook-instagram.pdf>

- Calabrese, N. (2019). *La crítica de cine en los medios digitales: Un rol en transformación* :[Tesis de grado en Ciencias Sociales]. Universidad de Buenos Aires.
doi:<http://repositorio.sociales.uba.ar/items/show/1435>
- Candale, C. (2017). Las características de las redes sociales y las posibilidades de expresión abiertas por ellas. La comunicación de los jóvenes españoles en Facebook, Twitter e Instagram. *Colindancias: Revista de la Red de Hispanistas de Europa Central*(8), 201-208. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6319192>
- Churango, D. C. (2021). *CARACTERÍSTICAS DE LA CRÍTICA CINEMATOGRAFICA EN MEDIOS DIGITALES, SEGÚN LAS PLATAFORMAS CINENCUENTRO, PASAJE 18 Y CINESMERO; [Tesis de Grado]*. Trujillo.
doi:<https://repositorio.upn.edu.pe/handle/11537/29208>
- Equipo Editorial Etecé. (23 de Enero de 2023). *Enciclopedia Humanidades*. Obtenido de Redes Sociales: <https://humanidades.com/redes-sociales/#:~:text=Caracter%C3%ADsticas%20de%20las%20redes%20sociales%3A%201%20Comunidades%20virtuales,...%208%20Requisitos%20de%20uso%20...%20M%C3%A1s%20elementos>
- EUROINNOVA. (19 de Agosto de 2023). *EUROINNOVA*. Obtenido de Qué es una crítica cinematográfica: <https://www.euroinnova.ec/blog/que-es-una-critica-cinematografica>
- Folgueiras, B. P. (2019). *La entrevista*. Barcelona: Universidad de Barcelona. Obtenido de <https://diposit.ub.edu/dspace/handle/2445/99003>

- Fundación ONCE. (2021). *Guía de accesibilidad para la digitalización de las aulas*. España: CERMI. Obtenido de <https://www.uma.es/media/files/Guia-accesibilidad-en-digitalizacion-aulas-F.ONCE-CERMI.pdf>
- García, L. W. (2020). *Plataformas digitales 2020*. Ediciones Fiscales ISEF. Obtenido de https://books.google.com.ec/books/about/PLATAFORMAS_DIGITALES_2020.html?id=P3rtDwAAQBAJ&redir_esc=y
- Gionco, P. (2020). La digitalización de revistas de cine latinoamericanas: modelos para armar. *Imagofagia: revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*(22), 332-363. doi:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9041104>
- Guerra, A. M. (2018). *ESTRATEGIAS DE ILUMINACIÓN EN EL CINE*. Universidad de las Artes, Guayaquil. doi:<https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/9847>
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, T. C. (2018). *Metodología De La Investigación: Las Rutas Cualitativa, Cuantitativa Y Mixta*. México: MCGRAW-HILL. Recuperado el 01 de Julio de 2023, de <http://repositorio.uasb.edu.bo:8080/handle/54000/1292>
- López, J. C., & Sornoza, M. B. (9 de Enero de 2023). La evolución de la comunicación humana en las plataformas digitales. *Polo Del Conocimiento*, 8(1), 632-646. doi:10.23857/pc.v8i1
- Lores, S. H. (2022). Marketing en Redes Sociales. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*(2), 317-319. doi:<https://doi.org/10.17561/ree.n2.2022.7150>
- Maldonado, L. (2022). *Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual*(26), 86-108. doi:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9043594>

- Munoz, M. (2023). *EL USO DE LA MÚSICA Y EL SONIDO EN EL CONTEXTO CINEMATOGRAFICO. UNA PROPUESTA DIDÁCTICA*. Universidad de Valladolid, Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/60132/TFG-B.%201989.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Muxach, C. (15 de Enero de 2024). *Inboundcycle*. Obtenido de Marketing en redes sociales: cómo crear tu estrategia en redes sociales: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/como-crear-estrategia-de-marketing-en-redes-sociales>
- Ochoa, P. J., & Yunkor, R. Y. (2020). El estudio descriptivo en la investigación científica. *Acta jurídica peruana*, 10-28. Recuperado el 02 de julio de 2023, de <http://201.234.119.250/index.php/ajp/article/view/224>
- Ojeda, G. (2024). *Digital Business School*. Obtenido de La monetización de las redes sociales: <https://www.im.education/eventos/la-monetizacion-de-las-redes-sociales/>
- Paez, L. (23 de Noviembre de 2021). *Crehana*. Obtenido de ¿Qué es feedback y cómo aprovecharlo para potenciar tu estrategia de redes sociales?: <https://www.crehana.com/blog/transformacion-digital/que-es-feedback/>
- Pamplona, F. (8 de Agosto de 2022). *Mind The Graph*. Obtenido de ¿Qué es la metodología en la investigación y cómo podemos escribirla?: <https://mindthegraph.com/blog/es/que-es-la-metodologia-en-la-investigacion/>
- Peña, N. D. (2021). *Genially*. Obtenido de Por favor, ¿alguien sabe qué es la interactividad?: <https://blog.genial.ly/que-es-interactividad/>

Radio Libre 93.9 FM. (18 de Noviembre de 2023). *Facebook*. Obtenido de La Magia de Frozen Continuará con Dos Nuevas Películas:

<https://www.facebook.com/Libre93.9FM/EC/posts/pfbid034CQMpiJCkqkafzL2FeeWBcNtkNn6stcNsWnebqTdAJW2sWE34HzPzWf515LEYbitl>

Regalado, N. (22 de Marzo de 2018). *webescuela*. Obtenido de ¿Qué es Facebook, para qué sirve y cómo funciona esta red social?: <https://webescuela.com/facebook-que-es-como-funciona/>

Rivera, A. (2 de Diciembre de 2021). *Luca*. Obtenido de Los recursos educativos digitales son la herramienta base para la creación de buenos e innovadores ambientes de aprendizaje: <https://www.lucaedu.com/recursos-educativos-digitales/>

Romero, I. (14 de Diciembre de 2022). *metricool*. Obtenido de Qué es YouTube y cómo usarlo: <https://metricool.com/es/que-es-youtube/>

Sánchez Gonzales, H. (2022). Transformación digital del periodismo. La audiencia como eje central. *Ámbitos: revista internacional de comunicación*(56).
doi:<https://idus.us.es/handle/11441/132568>

Santistevan, K., Sánchez, S., & Arias, J. (1 de Febrero de 2022). Las plataformas digitales y su impacto en las ventas de las pequeñas empresa del cantón Paján. *Dominio de las Ciencias*, 8(1), 204-218. doi:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8383401>

Silva, D. D. (7 de Junio de 2022). *Zendesk*. Obtenido de ¿Cómo se elabora una encuesta de satisfacción?: <https://www.zendesk.com.mx/blog/como-elabora-encuesta/>

Silva, F. D., & Núñez, G. (2021). *La era de las plataformas digitales y el desarrollo de los mercados de datos en un contexto de libre competencia*. Santiago de Chile, Chile: Naciones Unidas. doi:<https://repositorio.cepal.org/server/api/core/bitstreams/0c2536f0-bacc-491b-81ff-330298b959f2/content>

Soto, F. (6 de Diciembre de 2023). *Los Andes El Periódico Regional*. Obtenido de Más de 21.000 personas participaron en el Festival Kunturñawi: <https://www.diariolosandes.com.ec/mas-de-21-000-personas-participaron-en-el-festival-kunturnawi/>

TikTok. (s.f). *TikTok ES LATAM*. Obtenido de <https://www.tiktok.com/creators/creator-portal/es-latam/getting-started-on-tiktok-es-latam/tiktok-101-es-latam/>

Unir. (12 de Diciembre de 2023). *Unir: La Universidad en Internet*. Obtenido de El crítico de cine: ¿qué hace y cómo serlo?: <https://www.unir.net/humanidades/revista/critico-cine/>

Villaverde, C. (25 de Marzo de 2022). *INBOUNDCYCLE*. Obtenido de Comunicación bidireccional: qué es, ventajas, ejemplos y cómo conseguirla en redes sociales: <https://www.inboundcycle.com/blog-de-inbound-marketing/comunicacion-bidireccional-que-es-y-como-conseguirla-en-redes-sociales>

ANEXOS

Gráfico 11 Encuesta Realizada por Google Forms

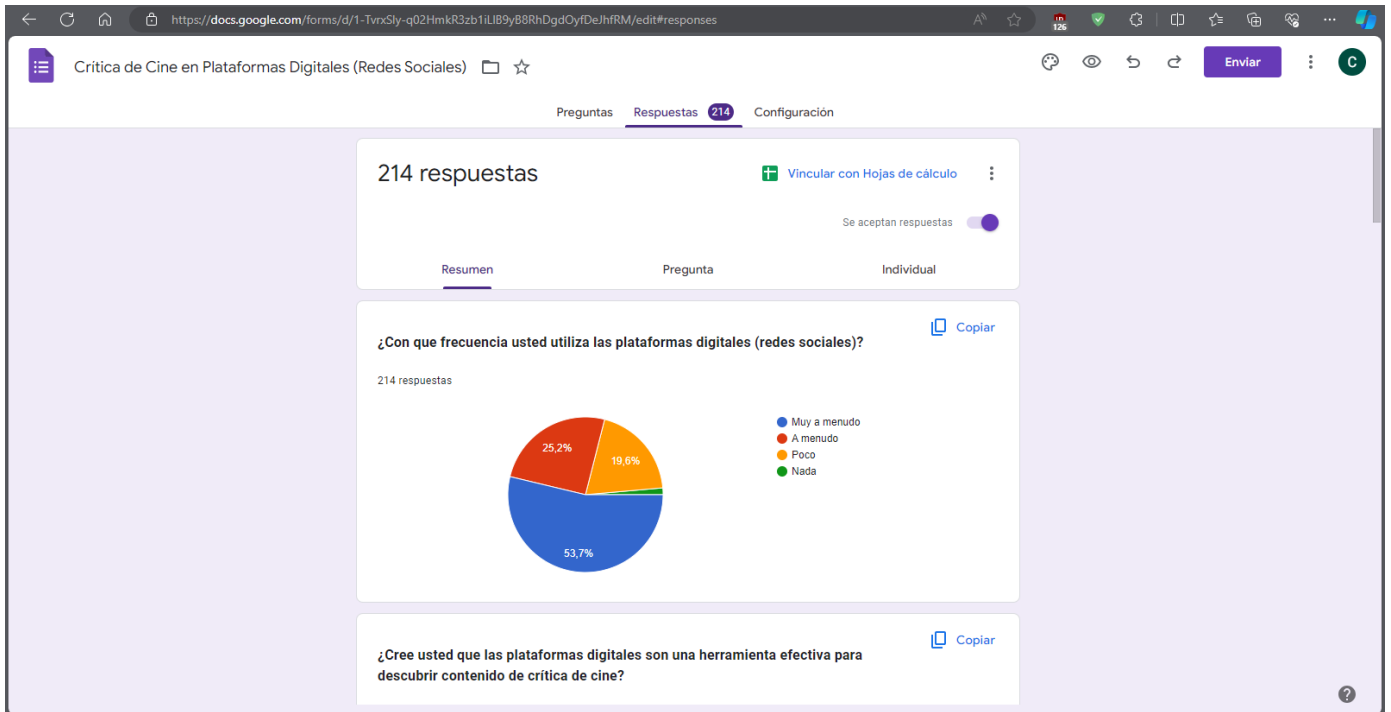


Gráfico 12 Entrevista al Productor Audiovisual Daniel López Vía Zoom

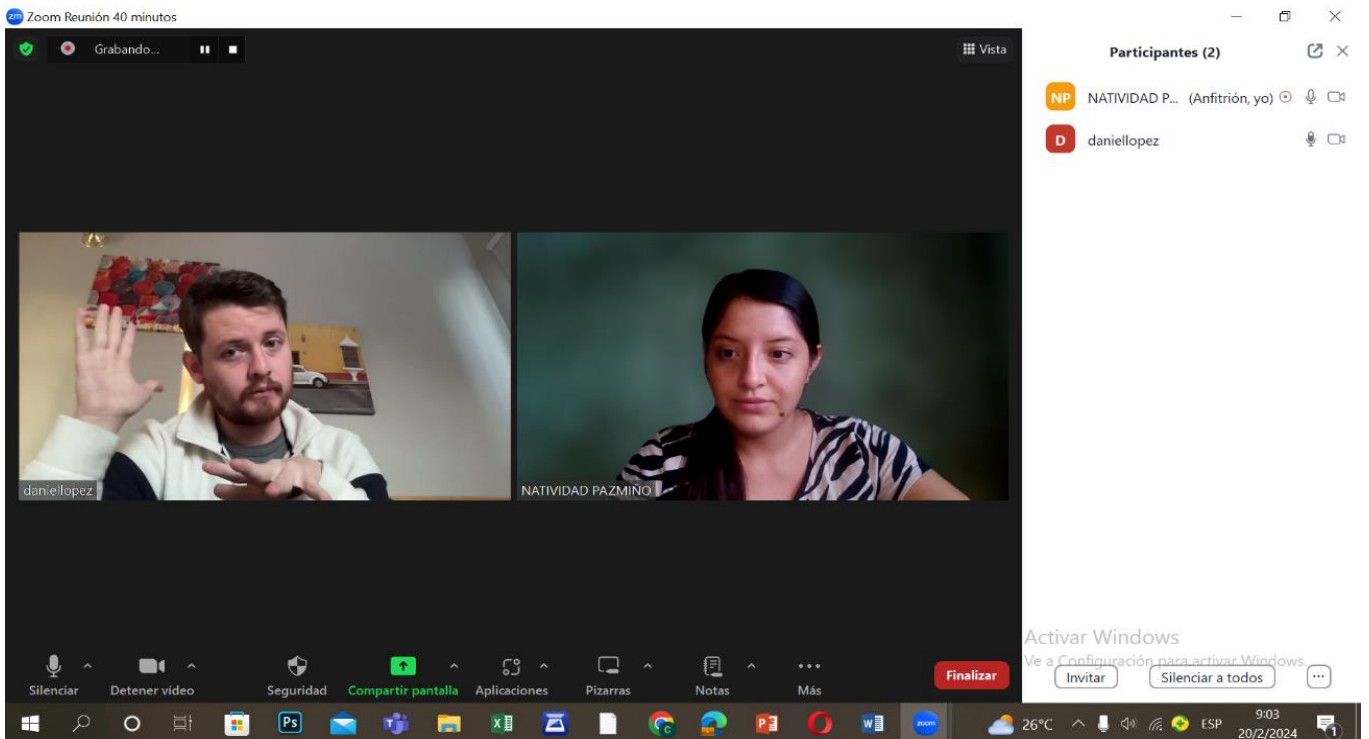


Gráfico 13 Entrevista al Productor Audiovisual Pablo Rivera Vía Zoom

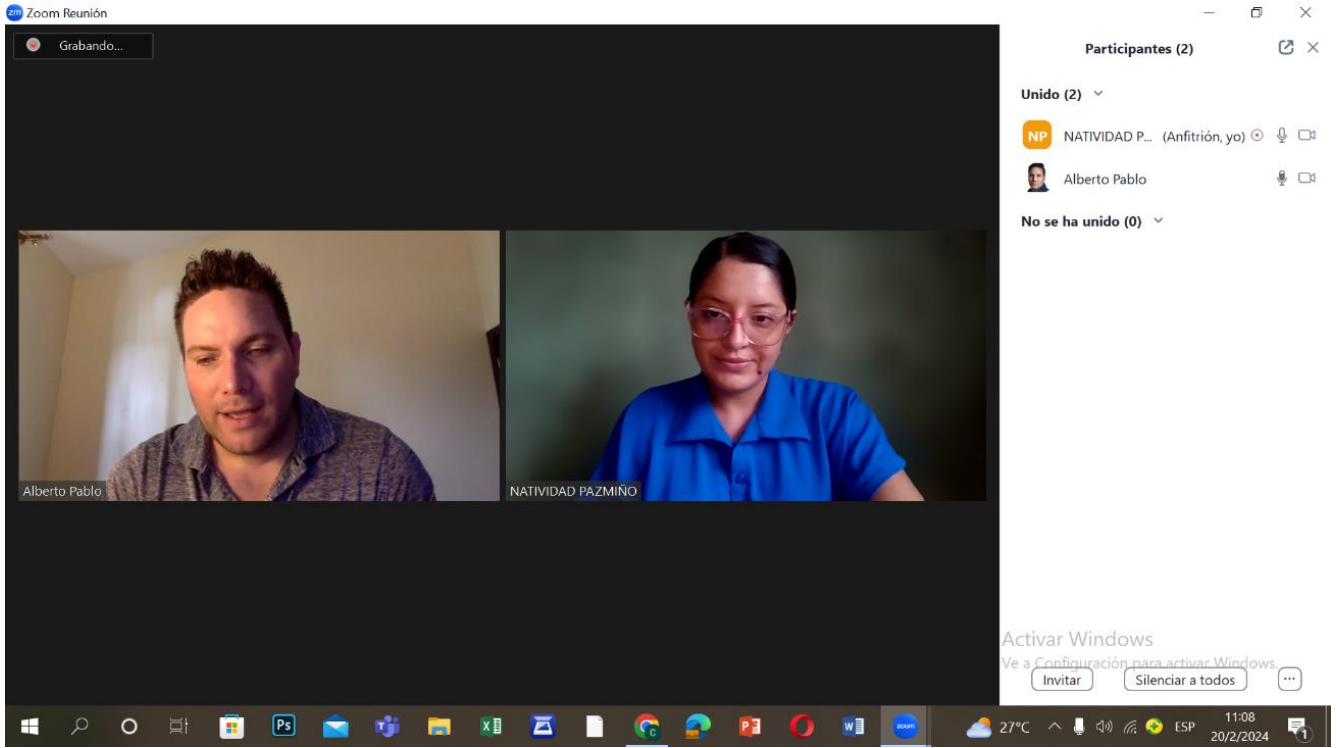


Gráfico 14 Entrevista al Msc. Óscar Mora Vía Instagram

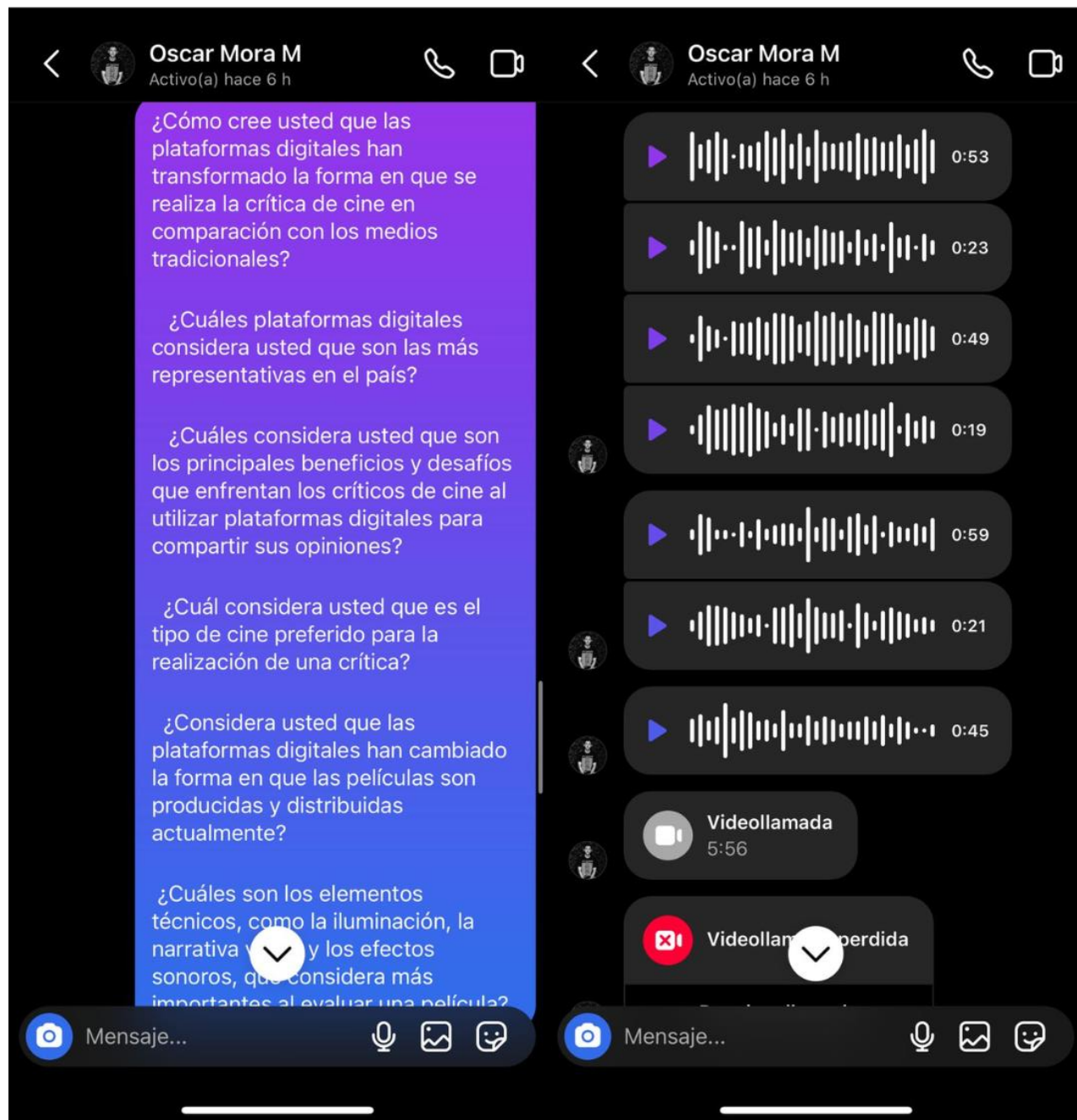



Tabla 14 Ficha de Observación #3

FICHA DE OBSERVACIÓN #3 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRAFICA EN LA PLATAFORMA: INSTAGRAM		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2023-11-12
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Gaby Meza (@gabymeza8) Licenciada en Cine y Televisión, Influencer, Crítico de Cine	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Reel (01:34 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Señora Influencer (Latina/Drama)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Señora Influencer una sorpresa bastante grata #cine #peliculas #opinion #pelicula #reseña #gabymeza #cinemexicano”	
5. Número de Visualizaciones:	153.000 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	10.100 Me Gusta 156 Comentarios 546 Compartidos	Con su ya característico estilo de narración animada y original. Presenta a la cinta “Señora influencer”. Desde el inicio del video presenta su rostro y explica de forma enérgica que la película le tomó por sorpresa, destacando que esperaba una comedia mexicana genérica. Pero en su lugar resalta que la cinta es una montaña rusa de emociones, analizando los aspectos más importantes de la película, como la excentricidad que maneja.


Link: https://www.instagram.com/reel/CzKes_Ntdyd/?igsh=MW9mNjZoZ2xnc2V6Zg%3D%3D

Tabla 15 Ficha de Observación #4

FICHA DE OBSERVACIÓN #4 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: INSTAGRAM		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2024-02-01
1. Autor del Vídeo y Profesión:	The Top Comics (@thetopcomicsoficial) Crítico de Cine y Comics.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Reel (01:28 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Argylle (Espías/Comedia)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“La nueva película de Henry Cavill: Argylle es mala.”	
5. Número de Visualizaciones:	347.000 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	14.800 Me Gusta 227 Comentarios 509 Compartidos	Una presentación calmada y neutral, en un tono suave pero amigable, hace entender su punto a pesar de que la película le pareció mala, destacando elementos como la promoción de la película, pues las estrellas invitadas tienen poco protagonismo, aunque se vendieron como principales, adicionando que la cinta no encuentra su identidad entre una película de espías o una comedia absurda y que ni siquiera encuentra un equilibrio entre ambos lados.

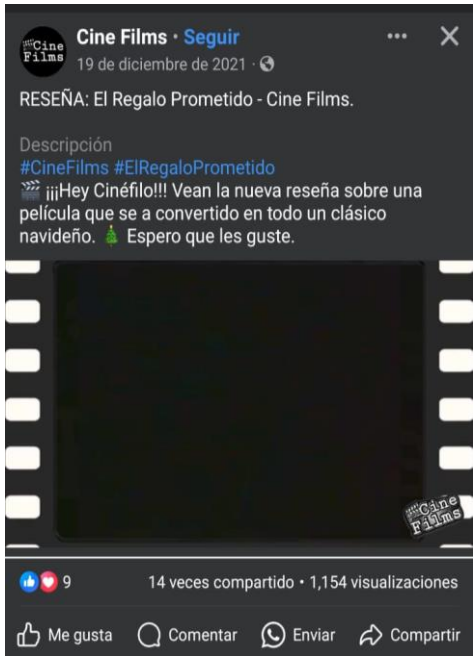
Link: <https://www.instagram.com/reel/C20FPeiuzI0/?igsh=bTE4d2poYmVoMHBj>

Tabla 16 Ficha de Observación #5

FICHA DE OBSERVACIÓN #5 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: INSTAGRAM		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2023-12-30
1. Autor del Vídeo y Profesión:	La Cinescopia (@la.cinescopia) Crítica de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Reel (01:27 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Saltburn (Drama)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Odio que instagram sólo me deje subir 90 segundos porque podría hablar de esta película por horas Pueden encontrar la reseña completa en mi TikTok (link en mi perfil) 🎬 ”	
5. Número de Visualizaciones:	228.000 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	11.900 Me Gusta 163 Comentarios 311 Compartidos	Usando un lenguaje amigable recomienda la película. Siendo su reseña parcial procede a exponer y exaltar los puntos fuertes de la película, como la cinematografía y las actuaciones, demostrando sus aspectos esenciales sin usar palabras demasiado técnicas. De forma divertida y amigable puede retener la atención del espectador, aunque está reseñando una película con un tono serio y crudo es capaz de suavizar el ambiente con su reseña. Cabe recalcar que en la descripción se queja del poco tiempo que le da la plataforma Instagram para su reseña por lo que invita a sus seguidores a seguirla en otra red social para su reseña completa.


Links: <https://www.instagram.com/reel/C1e6kXjrSVG/?igsh=bm1hemFhcnRrODc1>

Tabla 17 Ficha de Observación #6

FICHA DE OBSERVACIÓN #6 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: FACEBOOK		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2021-12-21
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Cine Films Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Vídeo de larga duración (6:05 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	El Regalo prometido (Comedia)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“¡¡¡Hey Cinéfilo!!! Vean la nueva reseña sobre una película que se a convertido en todo un clásico navideño. 🎄 Espero que les guste.”	
5. Número de Visualizaciones:	1.154 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y compartidos	9 Me Gusta 0 Comentarios 14 compartidos	Una reseña relajada con una duración de minutos, asemejándose más a un video de curiosidades, esta reseña sin embargo se da el tiempo para explicar detalles de la producción y observaciones sobre su trama e importancia, a este tipo de reseñas se las suele catalogar como retro reseñas.

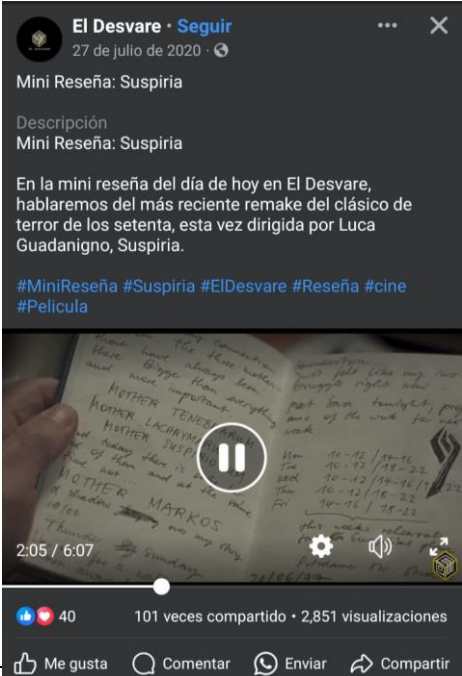
Link: <https://www.facebook.com/mx.cinefilms/videos/5170427499653782/?mibextid=oFDknk>

Tabla 18 Ficha de Observación #7

FICHA DE OBSERVACIÓN #7 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: FACEBOOK		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2023-12-23
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Farid Dieck (@fariddieck) Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Vídeo de larga duración (20:59 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Hacksaw Ridge (Bélico/Drama/Biopic)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Hace unos 80 años un hombre decidió pelear una gu3rr4 sin pistolas ni rifles. Así es, fue a combatir completamente desarmado. Lo único que lo acompañaba era su botiquín de emergencias y su fe en Dios.”	
5. Número de Visualizaciones:	197.000 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	107.352 Me Gusta 698 Comentarios 3509 Compartidos	El autor de la reseña empieza con un mensaje reflexivo a modo de resumen de lo que verá la audiencia. Al ser un video de larga duración, el crítico puede ahondar en la historia, resaltando momentos e incluyendo reflexiones sobre las situaciones, comparando y acotando contenido de la película, dándole más protagonismo a la historia y su mensaje sin resaltar demasiados aspectos de la producción como casting, cinematografía, etc. Su estilo de narración es calmado y enfático, capaz de mantener a la audiencia con comentarios puntuales, pero sin interrumpir la historia demasiado tiempo, de igual forma, aparece su rostro narrando en pocas cantidades dándole protagonismo a la película.


Link: <https://www.facebook.com/fariddieck/videos/1067243164560853/?mibextid=oFDknk>

Tabla 19 Ficha de Observación #8

FICHA DE OBSERVACIÓN #8 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: FACEBOOK		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2020-07-27
1. Autor del Vídeo y Profesión:	El Desvare Crítico de Cine.	 <p>The screenshot shows a Facebook post from 'El Desvare' dated July 27, 2020. The post is a video titled 'Mini Reseña: Suspiria'. The description says: 'En la mini reseña del día de hoy en El Desvare, hablaremos del más reciente remake del clásico de terror de los setenta, esta vez dirigida por Luca Guadanigno, Suspiria.' It includes hashtags #MiniReseña, #Suspiria, #ElDesvare, #Reseña, #cine, and #Pelicula. The video player shows a hand holding a notebook with handwritten notes. The video has 40 likes, 0 comments, and 101 shares. The interface includes buttons for 'Me gusta', 'Comentar', 'Enviar', and 'Compartir'.</p>
2. Formato de Vídeo y Duración:	Video de larga duración (6:07 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	El Regalo prometido (Comedia)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Mini Reseña: Suspiria En la mini reseña del día de hoy en El Desvare, hablaremos del más reciente remake del clásico de terror de los setenta, esta vez dirigida por Luca Guadanigno, Suspiria..”	
5. Número de Visualizaciones:	2.851 Visualizaciones	
6. Número de Me Gusta, Comentarios y compartidos	40 Me Gusta 0 Comentarios 101 compartidos	
		Observaciones
		<p>Una reseña de minutos de duración, centrada más en expresar la trama y sus detalles, explicando también aspectos técnicos de forma superficial, El narrador no muestra su rostro, su tono no cambia demasiado y se torna serio de momentos, pero de forma agradable. Al ser un video de duración más larga que los Reels el autor puede explayarse con un resumen de la obra, sin embargo, no deja de ser una reseña.</p>

Links: <https://www.facebook.com/eldesvareradio/videos/1023539434711027/?mibextid=oFDknk>

Tabla 20 Ficha de Observación #9

FICHA DE OBSERVACIÓN #9 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: FACEBOOK		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2023-04-7
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Jorge Vazquez (@jorgevazquez_) Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Reel (40 seg)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Black Phone (Terror)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	<p>“Opinión: BLACK PHONE 🎬 Había leído muy buenas recomendaciones de la peli. Pero ¿es de las mejores pelis de terror que han estrenado últimamente? Te cuento 😊 Si la has visto, cuéntame tú también en comentarios qué te ha parecido 😊 ”</p>	
5. Número de Visualizaciones:	30.000 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios	2.800 Me Gusta 71 Comentarios	<p>Una reseña directa en la que el autor de forma enérgica expresa su opinión y reseña la película. Tocando de forma superficial aspectos como la historia y las actuaciones. El tiempo es corto, pero logra tocar los temas de la producción y su opinión de que sensaciones otorga el filme, mostrando su rostro y clips de la película. Es importante recalcar que el Reel está conectado también a Instagram, pero las métricas muestran la recepción del video en Facebook.</p>


Link: <https://www.facebook.com/reel/608552704498481>

Tabla 21 Ficha de Observación #10

FICHA DE OBSERVACIÓN #10 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: FACEBOOK		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2024-01-26
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Puly.films (@Puly.films) Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Reel (01:3 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Anatomy of a Fall (Drama)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Esta película es parte de las 10 nominadas a mejor película en los Oscars así que si les gusta verlas todas aprovechen este fin de semana para verla en el cine.”	
5. Número de Visualizaciones:	3.216 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios	197 Me Gusta 7 Comentarios	<p>Es una reseña rápida que explora la superficie de elementos de la cinematografía, la producción y el cast de la película. El autor se muestra a él y al film en doble pantalla. Aprovecha el tiempo explicando detalles de la trama y los méritos de la película, especialmente resaltando las actuaciones, dirección y cinematografía.</p> <p>Es importante recalcar que el Reel está conectado también a Instagram, pero las métricas muestran la recepción del video en Facebook.</p>

Link: <https://www.facebook.com/share/r/mECbrVJKvf28Zbt8/?mibextid=oFDknk>

Tabla 22 Ficha de Observación #11

FICHA DE OBSERVACIÓN #11 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: YOUTUBE		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2023-12-09
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Tus análisis de cine Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Video de larga duración (15:54 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Blade Runner 2049 (Ciencia Ficción)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“El análisis que más estabas esperando. Blade Runner 2049 es una de las mejores películas de ciencia ficción de este siglo, con una visual impactante, justamente ganadora de los Oscars a Mejores Efectos Visuales y Mejor Fotografía...”	
5. Número de Visualizaciones:	47.000 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios	4.600 Me Gusta 185 Comentarios	<p>El crítico empieza su análisis de forma calmada, casi formal, tono que mantendrá a lo largo del video, en esencia va de acuerdo con el tono de la película reseñada “Blade Runner 2049”. Gracias a que YouTube permite subir videos de gran duración, el crítico tiene la posibilidad de ahondar en temas de la producción, el mensaje de la película, aspectos técnicos de la cinematografía de la cinta y sus percepciones personales. Durante todo el video intercala clips de la película con un par de apariciones de él, sin embargo, le da el protagonismo al filme, resaltando sus aciertos debilidades. Su tono es firme, casi serio, no utiliza en exceso palabras técnicas y puede llegar a retener a la audiencia a través de su forma de narrar.</p>


Link: https://www.youtube.com/watch?v=y83xOE_g2Cg

Tabla 23 Ficha de Observación #12

FICHA DE OBSERVACIÓN #12 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: YOUTUBE		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2022-05-03
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Axl Kss Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Video de larga duración (21:08 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	The Batman (Superhéroes/Acción)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Hay un loco que se hace llamar venganza, pero en nombre Batman le queda mejor. ¿Cuál es la diferencia entre venganza y justicia? Resolvamos el acertijo y hablemos de #TheBatman ”	
5. Número de Visualizaciones:	2,032.355 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios	120.000 Me Gusta 3.900 Comentarios	<p>En esta Review el crítico empieza con un tono alegre y lo mantiene durante todo el video, aunque no de forma exagerada, también da muestras de humor y chistes durante el video. Al ser un video de YouTube, la duración del video es larga y esto permite que se pueda ahondar en aspectos de producción, fotografía y las características cinematográficas de la película. A pesar de la duración del video tiene un gran número de visualizaciones, lo que demuestra que el youtuber tiene mucha retención de audiencia. Es necesario recalcar que en ningún momento el crítico muestra su rostro y todo el tiempo se muestran clips de la película, fotografías y clips de otros filmes.</p>

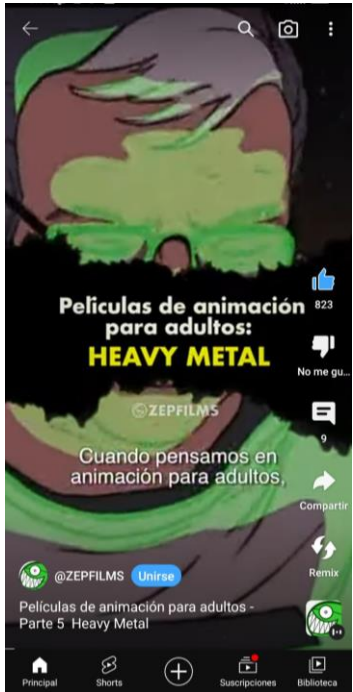
Link: <https://www.youtube.com/watch?v=n4wah1HS9r8>

Tabla 24 Ficha de Observación #13

FICHA DE OBSERVACIÓN #13 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: YOUTUBE	
Descripción e Interacción del Vídeo	
Fecha del vídeo: 2023-07-24	
1. Autor del Vídeo y Profesión:	SensaCine (Alejandro G. Calvo) Crítico de Cine/ Director
2. Formato de Vídeo y Duración:	Video de larga duración (23:16 min)
3. Nombre y género de la película analizada:	Opphenheimer (Biopic/Drama)
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Alejandro G. Calvo vuelve de un breve descanso y lo hace con la crítica de la película del verano, 'Oppenheimer' dirigida por Christopher Nolan y protagonizada por Cillian Murphy, Emily Blunt, Robert Downey Jr. y Matt Damon entre otros.”
5. Número de Visualizaciones:	321.429 Visualizaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios	14.000 Me Gusta 1.001 Comentarios
	
	Observaciones
	<p>El video empieza con una experiencia del crítico, evocando cercanía con su audiencia. Al ser un video de larga duración, el Youtuber tiene la oportunidad de explorar en muchos elementos a profundidad, como el reparto, las actuaciones, la cinematografía y dirección.</p> <p>El autor mantiene un tono cercano a su audiencia y hasta amigable, la review de la película es sólida en cuanto a profundidad de análisis y el crítico muestra su rostro junto a clips de la película reseñada.</p>

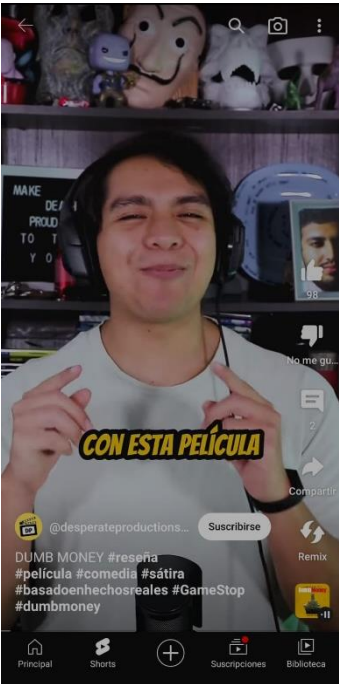
Link: https://www.youtube.com/watch?v=CtkPD_h-Di8

Tabla 25 Ficha de Observación #14

FICHA DE OBSERVACIÓN #14 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: YOUTUBE		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2023-08-07
1. Autor del Vídeo y Profesión:	ZepFilms (@ZEPFILMS) Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	YouTube Shorts (57 seg)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Heavy Metal (Ciencia Ficción/animación)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Películas de animación para adultos - Parte 5 Heavy Metal- ¡Busquen el video completo en ZEPfilms!”	
5. Número de Visualizaciones:	8.600 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	823 Me Gusta 9 Comentarios	<p>El video es una reseña corta de la esencia de Heavy Metal. El crítico toca temas de historia del film, su legado, aspectos de su cinematografía y construcción con un tono alegre y entusiasta. A pesar del corto tiempo logra abarcar a grandes rasgos las características del film. En la reseña el autor no muestra su rostro solo enseña clips de la cinta. Además, es necesario recalcar que, conociendo las limitaciones del formato, el creador invita a ver un análisis más profundo en un video de larga duración en el mismo canal, no obstante, esta reseña funciona bien por si misma por lo que no es simplemente un avance sino un producto propio.</p>


Link: https://www.youtube.com/shorts/b_Ab-CBZ1mI

Tabla 26 Ficha de Observación #15

FICHA DE OBSERVACIÓN #15 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRAFICA EN LA PLATAFORMA: YOUTUBE		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2024-02-16
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Normán López (@desperateproduction8882) Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	YouTube Shorts (56 seg)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Dumb Money (Sátira/Drama)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“DUMB MONEY #reseña#película #comedia #sátira #basadoenhechosreales #GameStop #dumbmoney”	
5. Número de Visualizaciones:	2.470 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	99 Me Gusta 2 Comentarios	Es un video de corta duración, donde el Crítico encapsula a grandes rasgos aspectos del elenco de la película, su elenco, resaltándolo especialmente, cuenta parte de la trama de la película de forma enérgica; intercalando secuencias del filme y su rostro. El video le da tiempo para tocar la superficie de la trama y la cinematografía, sirviendo más como una recomendación, pero sin dejar de ser una reseña válida.

Link: <https://www.youtube.com/shorts/pBYBDubaFXM>

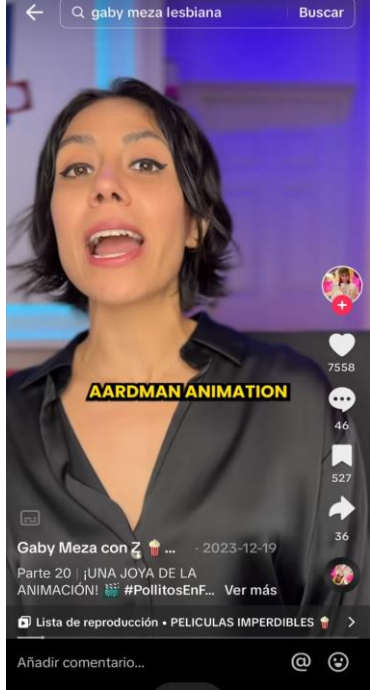

Tabla 27 Ficha de Observación #16

FICHA DE OBSERVACIÓN #16 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: TIKTOK		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2024-02-2
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Javier Ibarreche (@ibarrechejavier) Profesor de Español y Teatro, Influencer, Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	TikTok (03:05 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Past Lives (Romance/Drama Coreano)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Tremendo golpe emocional el de Past Lives. Recién estrenó en cines, sí denle algún premio”.	
5. Número de Visualizaciones:	3.800.000 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	478.000 Me Gusta 3540 Comentarios 27.800 Compartidos	El ritmo que tiene el autor para narrar la crítica es apresurada y exaltada, sin embargo posee una dicción impecable que hace que se entienda todo lo que menciona. El crítico muestra las escenas que va analizando por unos segundos y para, cuando hace comparaciones entre la ficción de la película y la realidad. Su análisis se caracteriza por ser profundo y que va más allá de lo que se muestra en las escenas. Considera que la película en sí debería obtener una nominación a los premios Oscar e invita a su audiencia a mirar esta producción.

Link:

https://www.tiktok.com/@ibarrechejavier/video/7331423384653352197?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7327744741645682182

Tabla 28 Ficha de Observación #17

FICHA DE OBSERVACIÓN #17 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: TIKTOK		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2023-12-16
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Gaby Meza (@gabymezaconz) Licenciada en Cine y Televisión, Influencer, Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	Tiktok (01:04 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Pollitos en Fuga (Animación/Comedia/ Aventura)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	<p>“¡UNA JOYA DE LA ANIMACIÓN!</p> <p> #PollitosEnFuga es más que una cinta animada sobre gallinas y esconde en su historia un trasfondo político, que la hace una cinta IMPERDIBLE antes del fin del mundo 🌍”.</p>	
5. Número de Visualizaciones:	115.200 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	7.558 Me Gusta 46 Comentarios 36 Compartidos	<p>Su estilo de narración está muy marcado con lenguaje neutro lo que la convierte en una presentadora más animada al momento de explicar la producción.</p> <p>Para destacarse de la competencia esta usuaria crea secciones de vídeos en su cuenta en las que recopila y muestra mediante los análisis. En este caso la crítica presentada pertenece a la sección “Películas que ver antes del fin del mundo”.</p> <p>Al inicio muestra su rostro por solo unos segundos para luego dejar las escenas de la animación y hablar acerca de los protagonistas y la premisa de la película. Luego hace énfasis en su análisis donde menciona que esta animación plantea una metáfora con diversos sucesos históricos y conflictos sociales. Para finalizar menciona la plataforma digital donde se puede visualizar esta producción.</p>

Link: <https://www.tiktok.com/@gabymezaconz/video/7314336721129213189>

Tabla 29 Ficha de Observación #18

FICHA DE OBSERVACIÓN #18 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: TIKTOK		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2024-02-07
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Antonio Menis (Tonio) (@TonioGeek) Creador de Contenido, Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	TikTok (01:34 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Past Lives (Romance/Drama Coreano)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Reseña Sin Spoiler EL BUFÓN 🎬 Atentos al final, hay SORTEO” 🎁”	
5. Número de Visualizaciones:	197.000 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	6.951 Me Gusta 308 Comentarios 300 Compartidos	<p>Posee buen léxico, lo que hace que, a pesar de hablar rápido en ciertas partes, sea comprensible. El crítico empieza el vídeo planteando una pregunta retórica, haciendo alusión a que la película que está por presentar es extremadamente mala. Habla sobre la sinopsis y luego hace una fuerte crítica preguntándose cómo fue posible que una producción como esta haya sido financiada, producida y estrenada pese a ser tan mala desde el guion.</p> <p>Menciona que las actuaciones son malas, la trama es lenta y a pesar de ser una producción de terror, no genera miedo.</p> <p>En todo momento del vídeo el crítico se muestra en cámara, sin embargo, también muestra escenas de la película.</p>


Link: <https://www.tiktok.com/@tonio geek/video/7332987326286531845>

Tabla 30 Ficha de Observación #19

FICHA DE OBSERVACIÓN #19 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: TIKTOK		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2024-01-21
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Daniel López (@cinedaniellopez) Productor Audiovisual, Creador de Contenido y Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	TikTok (01:28 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Barbarian (Terror/Suspense)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Barbarian (2022)”	
5. Número de Visualizaciones:	1.256 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	78 Me Gusta 2 Comentarios 2 Compartidos	<p>Empieza la introducción con buena dicción y recomendando a todos los amantes del cine de suspense a ver esta película. Habla sobre la premisa de esta producción y luego menciona que el trabajo realizado con el guion es bueno porque mantiene expectantes y va más allá de las predicciones de los espectadores.</p> <p>Hace una comparativa entre el desarrollo de personajes de esta cinta a los que denomina como astutos y demás películas de este género donde se suele caer en lo cotidiano mostrando actos absurdos por parte de los protagonistas. Finaliza el vídeo mencionando a su audiencia donde pueden encontrar este filme.</p>

Link: <https://vm.tiktok.com/ZMMRru3e7/>

Tabla 31 Ficha de Observación #20

FICHA DE OBSERVACIÓN #20 CONTENIDO Y FORMATO DE CRÍTICA CINEMATOGRÁFICA EN LA PLATAFORMA: TIKTOK		
Descripción e Interacción del Vídeo		Fecha del vídeo: 2024-01-18
1. Autor del Vídeo y Profesión:	Dany Gómez (@danynohoy) Creadora de Contenido, Crítico de Cine.	
2. Formato de Vídeo y Duración:	TikTok (02:02 min)	
3. Nombre y género de la película analizada:	Poor Things (Ciencia Ficción/ Comedia)	
4. Descripción del vídeo por el autor:	“Mi opinión de “Poor Things”. 🧠❤️”	
5. Número de Visualizaciones:	1.200.000 Visualizaciones	Observaciones
6. Número de Me Gusta, Comentarios y Compartido	135.400 Me Gusta 560 Comentarios 3.837 Compartidos	<p>Su forma de narrar el análisis la vuelve más convincente. Inicia el vídeo advirtiendo que la película que presenta no podría agradarles a todos los espectadores. Sin embargo, reconoce que tiene buen reconocimiento precisamente por haberse compartido escenas que se viralizaron en la misma plataforma. Menciona los aspectos principales de la producción y empieza a contar la premisa, para luego expresar que esta producción es una sátira a los conflictos de la sociedad vistos a través de la inocencia del personaje principal. Advierte que el ritmo podría parecerles un poco lento a ciertos espectadores y además comenta que posee un lenguaje metafórico que en algunos momentos podría confundirlos.</p> <p>Luego comenta que la actriz principal merece ser galardonada por realizar un gran trabajo en este filme y toma como referencia algunas películas antiguas en las que se podrían haber basado esta producción. Despide el vídeo pidiendo a sus espectadores que compartan sus opiniones en los comentarios.</p>

Link: <https://vm.tiktok.com/ZMMRhXJB7/>

Tabla 32 Resultados Comparativos de las Entrevistas

RESULTADOS COMPARATIVOS DE LAS ENTREVISTAS			
Entrevistados	Daniel López	Alberto Pablo Rivera	Óscar Mora Sánchez
Preguntas	Respuesta	Respuesta	Respuesta
<p>1. ¿Cómo cree usted que las plataformas digitales han transformado la forma en que se realiza la crítica de cine en comparación con los medios tradicionales?</p>	<p>yo creo que a través de diferentes de las redes sociales de Instagram, TikTok, este YouTube entre muchos otros sí. Tal vez es más fácil que las personas o sea justamente este cuando hable de una película hablen de lo que les pareció una película es más fácil que tengan difusión porque antes si escribías una crítica nadie digamos que veía la persona que estaba detrás de esa crítica, en cambio ahora justamente y todo crítico porque hay bastantes críticos de cine tienen un rostro. Hablan de la película no, no creo que las redes sociales hayan cambiado cómo se critica la película porque a la final cada quien, cada quien va a criticar la película este según su propia experiencia subjetiva, pero sí obviamente la tendencia a las redes sociales la tendencia que todo sea algo visual es lo que hace que las personas prefieran ya en vez de escribir críticas en páginas</p>	<p>Primero creo que una gran ventaja de las plataformas digitales que se ha podido masificar más el consumo del cine en sí .El cine siempre desde su creación desde los hermanos Lumière en Francia y que luego migró a México y luego a los Estados Unidos y luego se regó por el mundo siempre ha sido como un evento como un arte de consumo personal ha sido es que donde son los Teatro de exhibición de películas, los cinemas se les llaman Teatro también Teatro de la película por qué era lo mismo que ir al teatro salir de tu casa, vestirte elegante, hacer fila, pagar una entrada, consumir la película visitarla, pasando momento en familia o en pareja y regresas a tu casa y luego durante la cena comentas sobre lo que acabas de ver. Ese era como el evento tradicional, el arco tradicional que ocupaba una noche entera, así como por décadas se ha conseguido el cine.</p>	<p>Bueno obviamente la democratización de la información, de la opinión en la era digital hace que, pues cada ciudadano tenga esa oportunidad de criticar, de manifestar su criterio y que ese criterio sea amplificado por el tema de las redes sociales no algo que si lo comparas con los medios tradicionales es casi imposible antes los medios tradicionales los únicos que tenían acceso a opinar o dar un criterio sobre cine opinólogos expertos que tenía ese espacio en esos medios tradicionales. Hoy pues cualquier individuo, cualquier ciudadano, cualquier influencer, cualquier persona podría dar su opinión sobre alguna película en una red social ya sea; Twitter, TikTok, Instagram, Facebook y este a su vez sea amplificado entonces ahí creo que hay una gran diferencia en comparación con los medios tradicionales.</p>

	<p>web o en artículo del particular propios videos haciendo críticas de películas y eso prácticamente.</p>	<p>Entonces al ser un evento de élite que con su pacificación en poner salas de cines en países de segundo nivel y el tercer nivel en ese caso según categóricamente como está escrito Ecuador como tercermundista ya tenemos acceso a salas de cine que antes no teníamos, se fue como masificando y se fue convirtiendo como un evento también global pero con la llegada de la pandemia y el encierro y con tanta con el aumento del consumo en redes sociales y con llamémosle pequeña adicción a los celulares y a estas pantallas pequeñas de las nuevas generaciones la mía incluida la generación para abajo ya teníamos teléfonos desde adolescentes ha hecho que el efecto de ir a una sala de cine sea algo postergado para películas muy especiales. O sea, antes era algo de todos los fines de semana recurrente y ahora es casi como un evento especial es como ir a un concierto subconscientemente que lo estamos considerando como que voy a ver la nueva película de “rápido y furioso” que es un evento. De la única manera de salir de casa es con la llegada de las plataformas digitales, lo que fue en pandemia bueno no teníamos nada más que hacer cambio el chip de consumo lo que hace es que lo que pudo haber llegado ahora y puede entrar en cualquier plataforma HBO Max, Netflix, Disney y ya si tú tienes una suite</p>	
--	--	---	--

		<p>en cualquier país del mundo puedes alcanzar y ver tu teléfono entonces el alcance es muchísimo mayor, muchísimo más económico y mucho más fácil entonces esas son ventajas de las plataformas más digitales hablo del debate del romanticismo de las películas que es su formato original de una pantalla grande y ahora una pantalla pequeña no es lo mismo, ahora la pregunta es ¿Cómo ayudan? Yo me uní a un consorcio acá en Ecuador.</p>	
<p>2. ¿Cuáles plataformas digitales considera usted que son las más representativas en el país?</p>	<p>Voy a decir lo que yo creo, pero claro o sea en verdad habría que hacer un estudio de mercado, pero si yo creería que tanto: TikTok, Instagram y YouTube son las tres plataformas más representativas</p>	<p>Segundo lugar en Ecuador yo creo que esta Star+ que creo que es de un hijo o sobrino, pero lo capitalizaron más, entonces en Star+ como ingrediente número uno tienes de ver: transmisiones en vivo como partidos de la liga pro, entre otros. Por ejemplo, Directv que tiene con Star+ pagas otro tipo y te viene incluido la suscripción. Tv cable bueno también se puede ver y está HBO Max y Disney plus.</p>	<p>Sin duda alguna la más utilizada es Netflix por el lado de algo privado, creo que cuesta 12 la inscripción. Hay una plataforma que se llama “Cholo Flix” si no me equivoco que es una plataforma en la que puedes consumir cine ecuatoriano de manera gratuita y la verdad que va muy bien porque puedes ver cualquier película de cine ecuatoriano ahí en esa plataforma sobre todo las clásicas y de ahí plataformas o redes sociales más usadas pues se sigue manteniendo Facebook como la red social de preferencia en las personas, te hablo en el entorno de Babahoyo provincia los Ríos. Plataformas de consumo de cine, si hablamos de streaming de paga pues Netflix es la que creo yo que se lleva el pon yo como va la plataforma más usada de paga para consumo de cine.</p>

<p>3. ¿Cuáles considera usted que son los principales beneficios y desafíos que enfrentan los críticos de cine al utilizar plataformas digitales para compartir sus opiniones?</p>	<p>Como lo dije, una plataforma digital de tu propia experiencia respectiva a la final el cine es un arte subjetivo que tal vez este si hablamos de contras que cuenta en los medios digitales van a ver muchísimas personas y yo creo que ahí en tu contra tú tienes que aprender a manejar al público, a la audiencia y siempre va a haber gente siempre también va a haber seguidores que no que no estén de acuerdo con tus críticas con lo que sea pero si te pones, si te creas un canal para hacer crítica de películas. Este tienes que aprender también a lidiar con el que hay de muchas personas, entonces también muchos creadores de contenido también muchos de contenido a veces se frustran porque reciben comentarios de comentarios de odio pero a la final sí es algo que siempre va a venir este en estos medios digitales que ahora todo el mundo está acostumbrado a coger el teclado y poner el primer mensaje que se les venga la mente entonces eso así o sea como cosas negativas pueda que tu crítica no sea de la agrado de las personas y tenga hey pero a la final como dice todo es opinión personal y las personas tienen que aceptar eso. Y como cosas positivas tú te puedes esté crear una gran difusión puedes crear una gran difusión Por ejemplo en mi página</p>	<p>Los críticos de cine a nivel mundial tienen acceso a las películas de estreno para que puedan escribir sus reseñas, críticas. No una profesión que se yo pues te lo digo como más un experto en el universo cinematográfico.</p>	<p>Si bueno hay algo con respecto con la tercera pregunta creo que se llama la “selva digital” algunos lo definen como “selva digital” que quiere decir selva que es la selva digamos que puede ser un término también respectivo pero lo que a lo que hace referencia es que todos opinamos, criticamos y el riesgo que puede tener algún opinólogos a hacer una redacción como twitter, como otra al dar su criterio y que no coincida con el de otros y pues te ven encima una manada de guerreros digitales o de troles.</p> <p>Si tienes algún adversario a darte duro por tu criterio, opinión porque no lo comparten entonces estamos como que expuestos a recibir mucha crítica pues así mismo como antes los tradicionales digamos que estaban un poco más blindados este blindaje mediático no que digamos que te proteja un poco de la crítica ya que es un poco más fácil hacerla y recibirla también el ataque porque estamos expuestos básicamente eso sería la exposición en la redes sociales obviamente tú puedes bloquear comentarios, bloquear opiniones si es que quieres evitar que te insulte y verte expuesto a alguna opinión desagradable que no consiga con el criterio que está dando esté opinólogo de cine.</p> <p>Bueno beneficio es ese que puede tener más alcance tu criterio, tu opinión puede ser más</p>
---	---	---	--

	<p>y bueno no nunca empecé ya tengo 100,000 seguidores y también gracias a eso he podido he podido participar con marcas como: universal Picture, Warner Bros esté conocer a muchísimas personas que trabajan en la industria y probablemente esté este año ya empiece a hacer entrevistas a personas que trabajan en películas de Hollywood entonces esa esas son cosas también buenas de las redes sociales cuando logras llegar a una gran cantidad de personas.</p>		<p>puede ser amplificado por 1000 por 10,000 por miles millones de personas que puedan tener digamos que acceso a ese criterio no y puede ser masificado la masificación la inmediatez de la de las redes sociales, la plataforma digitales te permiten esto decir un gran beneficio no a la hora de dar una opinión sobre cine sobre todos los especialistas pues no que se dedican a este tema de poder llegar a miles y miles de personas con tu criterio tu opinión.</p>
<p>4. ¿Cuál considera usted que es el tipo de cine preferido para la realización de una crítica?</p>	<p>Hay decimos que las redes sociales utilizan cientos de millones de personas, hay nichos para todo, hay nichos justamente para las personas que sólo quieren escuchar recomendaciones románticas, hay un nicho para los amantes del terror, hay un nicho para el cine Blockbuster de superhéroes. Incluso hay un nicho para todas las personas que les gusta el cine independiente. Entonces yo no creo que haya una supremacía de una contra la otra hay diferentes nichos de personas por ejemplo en mi canal yo sí, porque yo he visto que hay muchísimos críticos de cine, pero críticos que hablan de un género en particular o sea algunos que sólo se dedican al terror otros que sólo se dedican a Marvel este hay otros que a mí</p>	<p>No es un hecho científico, pero sé que coincido con todos los cineastas en el universo cinematográfico. Los críticos de cine son como la cadena alimenticia acá arriba están los directores gloriosos exitosos y acá abajo están los críticos de cine o sea no como muy respetados realmente porque generalmente los críticos de cine son como si lo comparamos con la medicina es alguien que intentó para ser doctor pero no termino pero como tiene suficiente conocimiento para poder dar su opinión generalmente la usan como crítica de cine negativa y viene con un poco de sesgo de envidia eso es como el termómetro universal de cómo se llega a los críticos, es como históricamente antes se les</p>	<p>El cine preferido para la crítica pues yo creo que sería el cine que más consume, más masifica el más comercial en este caso podría ser el cine ficción, no el género de superhéroes digamos que habría que ver qué dicen los indicadores de consumo de preferencias no tanto en el cine tradicional como las plataformas, pero digamos que este cine que llena salas no pues. Así mismo de ciencia ficción ligados a los cómics o sea a estas franquicias de superhéroes, yo creo que por ahí va la cosa y ahí si te refieres a series pues yo creo que la serie de narcos no ves que generan mucho morbo, muchas expectativas sobre todo en Sudamérica no entonces yo creo que por ahí va la cosa.</p>

	<p>me encantan que hablan de todo tipo de cine y yo también quiero hacer eso en mi canal. En mi canal hablo a veces hablo de una película Blockbuster, a veces hablo de una cinta independiente a veces hablo de una comedia romántica y en otras una cinta de ciencia ficción entonces no creo que haya un género en específico que sea el dominante y como le dije en la en las redes sociales hay diferentes nichos para cada para cada cosa exacto.</p>	<p>mandaba la películas a los críticos para que las puedan ver antes de tiempo y así enviaban sus videos.</p> <p>¿Ahora esa labor ejerce el periodista por qué? Porque el crítico no da una opinión basado en hechos sino basado en sus objetividades , el crítico si al crítico no le gusta Spielberg no hay ninguna película Spielberg de la cual escriba un buen vivir ese es un poco como la diferencia de un periodista haga su trabajo y su ética es siempre ser neutral y sobre todo explique los hechos entonces ahora el crítico ha sido netamente reemplazo por el periodista, entonces justamente los comunicadores sociales y periodistas son quienes están ocupando ese rol porque pueden hablar un día sobre una película, mañana sobre teatro ,pasado mañana sobre el ballet y la próxima semana sobre el trabajo del presidente de la república entonces justamente el labor del periodista ha ido creciendo más en el emprendimiento.</p> <p>Entonces ¿qué tipo de plataforma le pertenece a un crítico o qué tipo de género es su favorito? Yo considero que no habría ninguno porque es muy subjetivo que el crítico tendrá su estilo favorito, su género favorito y basado en eso ver película sí le dará críticas positivas a lo que al él personalmente le gusta y le dará críticas negativas y esto es real ha pasado</p>	
--	---	--	--

		<p>en Hollywood y ha pasado hasta escáner de que si un día un crítico quiso darle la mano o entrevistar a un director en algún momento para comentar sobre una película y el director está con agenda ocupada de medios y no lo pudo atender ese crítico ya le guardo rencor a ese director y lo va acabar para siempre, muchas veces son cosas personales los que terminan creando una mala crítica a una película por eso es que a veces ves que un crítico escribe pésimo a una película y luego la ves y dices “yo la disfrute” y luego el público la disfruto y luego la taquilla fue exitosa y tú dices, ¿Qué película fue que vio ese crítico? Y de ahí te das cuenta que es por su misma labor le da muchos poderes subjetivos que es lo mismo que ser objetivo sobre lo que se está viendo</p>	
<p>5. ¿Considera usted que las plataformas digitales han cambiado la forma en que las películas son producidas y</p>	<p>La verdad yo considero que sí.</p>	<p>Claro en cuanto a la producción no tanto porque siguen siendo los mismos costos, los mismos tiempos hacer una película toma de 9 meses que es la versión más flash a 2, 3 años que la verdad si pide muchos efectos especiales o hay que viajar a diferentes países la logística va a alargarlos. Entonces los tiempos de producción no han cambiado ahí considero que hay ciertas producciones que son demasiadas caras para lo que al</p>	<p>Por supuesto que sí porque ya ha cambiado, ahora ya no vas a un cine tradicional como era antes. De hecho, hay que ver cuál es el desafío que enfrentan las salas de cine ahora mismo en Ecuador y en Latinoamérica tenían que reinventarse porque tienen ya plataformas alternativas, plataformas digitales que tú pagas una suscripción y puedes ver desde la comodidad de tu casa cualquier película las veces que tú quieras pues el tema de la repetición.</p>

<p>distribuidas actualmente?</p>	<p>final sale como producto final, pudo haber costado mucho menos pero decidieron hacerla más cara con elementos muchos más costosos que son ajenos a la parte artística y hay muchas cosas que carecen una producción en logística que no tienen que ver absolutamente nada con historias que están contando o sea si quieres grabar en Europa comercial, Europa turístico, cerrar calles en París, Alemania o Roma extremadamente caro los impuestos por pagar por hacer eso más el traslado, logística más el hospedaje hay lugares como Canadá, Europa o Nueva Zelanda que tienen exactamente el mismo look Europeo que pueden reemplazar cualquier ciudad y te cuesta 10 veces menos y los productores lo saben y dice si pero quiero la versión cara, vamos al lugar real y tu cuando ves la película no te das cuenta la diferencia solamente son gastos lujosos eso en cuanto a la producción no ha cambiado.</p> <p>En cuanto a la distribución gran ahorro de dinero porque la distribución justamente es la fase donde la película ya está terminada y la distribuidora se encarga de llevarla creo que existen solamente 91 países donde llegan las películas internacionales (las películas gringas) son las únicas que llegan a todo el mundo ese mundo solamente es 91 países no llega literalmente no sé creó que son como</p>	<p>Por ejemplo, te pongo un caso mi hijo se vio la película “elementos” en Disney Plus una plataforma de cine se la vio como 20,000 veces por ponerte un ejemplo exagerado porque le encantaba esa película una y una y una y una y otra vez en buena calidad cosa que antes pues era imposible. Pues no, ibas a la sala de cine veías la película una vez y de ahí ya no la volvías a ver más</p> <p>Entonces digamos que eso ha cambiado el consumo sobre todo el tema del streaming y del poder consumir una película un contenido audiovisual, cuando tú quieras, donde quieras y las veces que tú.</p>
---	--	---

		<p>1000 países que existen en el planeta pero solo llegan a 91 países que son los países que sí consumen películas, ese es el universo tope. Entonces llevar a cada país estas películas tomaba logística de viaje, de contratar a cada país que se encargue de recibir la copia que la copia antes en rollo y ahora en digital que la lleve a la sala de cine, que la cargue a la súper computadora que haga la prueba, que vea si no se está cambiando los colores, que pongan los afiches en la sala de cines que si no dices el precio y el conteo por cada consumidor que va.</p> <p>Toda esa gran logística mundial costaba millones de dólares, ahora termina la película la cargan a la plataforma y la puedes ver, entonces ahí si hay un gran ahorro. Entonces lo que hacen es cómo se ahorran la logística, lo que si gastan es en marketing tú ves que igual hay publicidad en más películas igual ves que los autores se van a Estados Unidos, Inglaterra, México y a diferentes países a promocionar la película cuando aparecen esto es como un problema que yo lo encuentro, el problema es que le hacen mucha bulla y las películas cuando son en plataformas se vieren solamente por ese fin de semana de estreno. Como que asumen que quien la va a ver la ver ese fin de semana y si estás de viaje, ocupado no la puedes ver es como que tu fin no está</p>	
--	--	--	--

		<p>contabilizado a ese fin de semana, así es como miden los éxitos ahora lo vieron tanto millones de personas el primer sábado pero entonces se empieza a convertir en películas descartables que estrenan un fin de semana y el siguiente fin de semana ya están hablando de la nueva película que estrenó y así sucesivamente durante las 52 semanas del año, entonces ya no se convierte en este gran evento que antes una película estaba en una sala de cine un mes, dos meses, a veces tres meses entonces si tu sumas la escala mundial de taquilla es un rango como de 10 meses o un año y ahí tú sumas la taquilla mundial en cambio ahora es como boom está la plataforma y dejamos de hablar ese tema la próxima semana.</p>	
<p>6. ¿Cuáles son los elementos técnicos, como la iluminación, la narrativa visual y los efectos sonoros, que considera más importantes al evaluar una película?</p>	<p>Sí o sea, para mí lo más importante ok el punto de una película es para mí hacer reflexionar a la audiencia sobre algún tema en particular entonces no sé tal vez donde debería contarte una historia clara con un inicio desarrollo y desenlace en esa historia hablar de algún tema tal vez te habla de la perversidad del ser humano, tal vez te habla de la soledad, tal vez te habla de los celos de parejas para hablar de 1 millón de temas y ahora la cosa es importante como a través de los elementos de lenguaje cinematográfico explora esos temas</p>	<p>Es que es un conjunto de todo por eso es que el cine es un arte tan completo, de hecho, el cine es el único arte que combina todas las artes. En el cine tienes la escritura, teatro, iluminación que vendría hacer lo más parecido a la pintura porque lo que ves en el cuadro, en el monitor o la película terminada es jugando con luces y con sombras tu das un look final un acabado como que si fuera un cuadro del renacimiento que cuando es ahí donde empezaron a jugar con texturas de lucky sombra y todo este tipo de figuras.</p>	<p>Depende mucho el tipo de película, depende mucho a qué audiencia va dirigida esta película depende mucho el estilo del director son muchísimos factores no que obviamente pues influyen ahí. Si es un cine de ciencia ficción de superhéroes pues el ritmo es muy acelerado porque tienes que mantener al espectador enganchado muchos efectos visuales estamos hablando de películas que superan los 100 millones de dólares en producción y realización no estamos hablando de cifras, cifras espaciales no entonces obviamente hay casi que es un cine perfecto raro ver una imperfección porque tú,</p>

<p>como a través del montaje la fotografía la música el diseño de producción los vestuarios del maquillaje explora esos temas y un ejemplo que pongo a menudo este “memento” una película en donde el protagonista tiene amnesia anterógrada no puede recordar nuevas cosas entonces tiene solamente los recuerdos este a corto plazo es una película que es una funda reflexión en ese tipo de padecimiento y ahora justamente lo que dije a través del montaje la película explora esto porque es como que la película comienza desde el final luego va al principio luego vuelve la escena final y prácticamente la película constantemente es un salto en el tiempo pero a través de ese montaje a temporal nos están haciendo reflexionar de cómo es un día a día en una persona que padece esta enfermedad. Entonces la película te habla un tema y utiliza los elementos de lenguaje cinematográfico en este caso en particular es el montaje. El montaje, el elemento más poderoso para profundizar en este tema entonces no es simplemente que la película tenga una linda fotografía, una linda iluminación, un lindo vestuario lo que sea, sino que esto elementos en particular se utiliza una forma consciente e inteligente para que se reflexione en lo que justamente el director quiere contar</p>	<p>Tenemos también música en el cine no solamente es sonido de los diálogos, más el ambiente, más pasos si no la música original que hay que crear para la película. Entonces yo creo, no se puede descuidar o no se puede decir este es más importante que el de acá, pero si tuviéramos que escoger uno yo creo que lo más importante o sea cuando entiendes que esto es lo más importante del cine te hace un mejor cineasta es que el corazón de una película siempre va ser su historia. Tú puedes cambiar los actores y se cuenta la historia, tú puedes cambiar directores y se cuenta la historia, tú puedes cambiar todo entonces mi historia me refiero no solo al papel que está escrito sino el trabajo de llevarlo al papel a la puesta en escena que ese si es una labor colaborativa. Entonces todo tiene que estar para que suceda bien, pero tú puedes ver un video grabado con el celular o si te ha pasado con mal sonido, mala calidad, pixelado y es sobre este abuelito que le da de comer al perrito y este perrito lo sigue y bla bla y al final el perrito cuando el viejito se muere, el perrito se muere con él entonces te conmueve y lloras entonces ¿Por qué estoy llorando por esta estupidez? De 4 minutos sobre un viejito que ni siquiera conozco y me lo mandaron pixelado por WhatsApp, ¿Qué me pasa? Y es porque eso realmente nos resuena como humanos</p>	<p>tanto dinero para invertir en una buena película que estos detalles pues de calidad están ahí presentes en cada segundo en cada frente la de la película.</p> <p>Y de ahí depende si es un cine de costo de bajo presupuesto no sé si en argentino y brasileño se hace con mucho menos recurso pues lo que se tiene en consideración es respetar los criterios mínimos de calidad, los criterios mínimos, técnicos no como una buena iluminación, una buena calidad de sonido ,una buena banda sonora, musicalización buena actuación, maquillaje, buen vestuario, no tener esos elementos mínimos que ayuden a tener una calidad aceptable de películas no, no al nivel Hollywood pues que no tiene punto de comparación.</p>
---	--	---

	de esa historia en particular.	es la historia el, ¿Qué pasa? y ¿Cómo pasó? es lo que nos hace conectar con nuestros traumas, con nuestros miedos, con nuestros amores, con nuestros deseos y eso es lo que nos hace humanos. Entonces la técnica de cómo lo filmes, los actores que pongas las poses que pongas son solamente como decorativos o son lo que atrae ver, pero lo que siempre va a importar el corazón es la historia.	
--	--------------------------------	--	--