REPÚBLICA BOLIVARIANA DE VENEZUELA

Ministerio del Poder Popular para la Comunicación e Información

Comisión Nacional de Telecomunicaciones

Fondo de Responsabilidad Social

Proyecto de Investigación

El teletrabajo en la reinvención de la producción audiovisual

Segunda Convocatoria. Año 2020

Responsable:

Ing. Carlos Castillo Palma
CI: V-13.582.537

Esta investigación ha sido financiada con recursos del **FONDO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL** de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, en cumplimiento de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos para el desarrollo de la producción nacional independiente y la construcción del nuevo modelo comunicacional

Caracas, febrero de 2021

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCION	**- 1 -**
CAPITULO I. EL PROBLEMA	**- 3 -**
1.- DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	**- 3 -**
1.1.- Planteamiento del Problema	**- 3 -**
1.2.- Interrogantes de la Investigación	**- 7 -**
1.3.- Objetivos de la Investigación	**- 8 -**
1.4.- Justificación de la Investigación	**- 8 -**
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL	**- 11 -**
2.1.- Antecedentes de la Investigación	**- 11 -**
2.2.- Fundamentos Teóricos	**- 13 -**
2.2.1.- Fundación Audiovisual Nacional de Televisión (ANTV)	**- 13 -**
2.2.2.- Producción audiovisual	**- 15 -**
2.2.3.- Tendencias digitales para la producción audiovisual	**- 16 -**
2.2.4.- Teletrabajo	**- 18 -**
CAPÍTULO III. MARCO METODOLÓGICO	**- 20 -**
3.1.- Diseño, Tipo y Nivel de la Investigación	**- 20 -**
3.2. Escenario de la investigación	**- 23 -**
3.3.- Informantes clave	**- 24 -**
3.4.- Técnicas e instrumentos para recolectar la información	**- 27 -**
3.5.- Método de análisis de la información	**- 28 -**
3.6.- Criterios de fiabilidad y credibilidad de la información	**- 29 -**

CAPÍTULO IV. INTERPRETACIÓN PROTOCOLAR DE LA INFORMACIÓN **- 32 -**

4.1.- Proceso de categorización **- 32 -**

4.1.1.- Consideraciones sobre la organización de la producción audiovisual y la televisión **- 37 -**

4.1.2.- Consideraciones sobre los recursos tecnológicos y los flujos de información **- 62 -**

4.1.3 Consideraciones sobre el equipamiento tecnológico para la realización audiovisual **- 68 -**

4.1.4.- Consideraciones sobre el teletrabjo y la producción de contenidos con soporte tecnológico **- 73 -**

4.1.5.- Consideraciones sobre las nuevas modalidades de producción audiovisual desde la perspectiva de la digitalización **- 83 -**

4.1.6.- Consideraciones sobre la producción audiovisual en Internet **- 97 -**

4.1.7.- Consideraciones sobre el teletrabajo desde el punto de vista legal y posibles relaciones con el campo de la producción audiovisual **- 111 -**

4.2.- Triangulación y esquematización de los flujos de trabajo **- 149 -**

CAPÍTULO V **- 157 -**
ORIENTACIONES TEORICAS PRÁCTICAS PARA LA REINVENCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DESDE EL TELETRABAJO, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1.- Grupo I: El Teletrabajo y la Condición Profesional **- 157 -**

5.2.- Grupo II: La Producción de Contenidos Audiovisuales Digitales, Flujos de Trabajo y Equipamiento **- 165 -**

5.3.- Grupo III: Nuevos Escenarios de Distribución de Contenidos **- 168 -**

CONCLUSIONES **- 178 -**

RECOMENDACIONES **- 181 -**

CAPÍTULO VI REFRENCIAS BIBLIOGRÁFICAS **- 184 -**

ANEXOS

Proyecto de Investigación

El teletrabajo en la reinvención de la producción audiovisual

RESUMEN

Las nuevas realidades que el mundo está enfrentando por la pandemia que lo azota producto del virus llamado Covid-19, suponen una afectación no sólo de la salud humana, sino un impacto que puede ser dramático en todos los ámbitos de las sociedades. En Venezuela, buena parte de la dinámica social del país se ha apalancado en el uso de los recursos digitales, lo cual ha podido solventar de manera medianamente efectiva muchas necesidades de la población; emergiendo el teletrabajo como una fuerte alternativa de viabilidad laboral y a su vez de control de la movilidad de la población. En el sector de las telecomunicaciones, específicamente lo relacionado con la producción audiovisual, se ha generado la preocupación de cómo abordar esta nueva realidad, para lo cual se plantea en este proyecto avanzar en un "Modelo de reinvención de la producción audiovisual desde el teletrabajo" partiendo del estudio de los flujos de trabajo de la televisora de la Fundación Audiovisual Nacional de Televisión, ANTV; el cual será abordado con una metodología documental de campo, en un contexto de estudio conformado por televisoras nacionales (ANTV y TeleSUR), aplicando para la recolección de información un cuestionario de preguntas, con el cual se pretende dar respuesta a los objetivos de la investigación, y en la triangulación realizada determinar los aspectos necesarios para la formulación un modelo de reinvención de la producción audiovisual en Venezuela.

Descriptores: Covid-19; teletrabajo; producción audiovisual; televisión.

Esta investigación ha sido financiada con recursos del **FONDO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL** de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones, en cumplimiento de la Ley de Responsabilidad Social en Radio, Televisión y Medios Electrónicos para el desarrollo de la producción nacional independiente y la construcción del nuevo modelo comunicacional

INTRODUCCIÓN

El teletrabajo o *home office* gana exponencialmente terreno tras el avance del Covid-19, ya que supone una manera segura para que las personas alrededor del mundo continúen trabajando, y tanto las empresas como las administraciones públicas no pierdan productividad o dejen de cumplir sus objetivos. El impacto social y económico en tiempos de una pandemia como la que se está viviendo puede ser muy fuerte; ante esto, las instituciones públicas y privadas se ponen a prueba para seguir operando sin perder eficiencia.

Es por ello que el trabajo a distancia ha sido una valiosa alternativa para continuar con el desarrollo sostenible en todos los entornos sociales, de producción y servicios, y en muchos casos en áreas donde nunca se había ensayado. En consecuencia, el gran desafío es cómo hacer teletrabajo pues la gran mayoría de las organizaciones no estaban preparadas para asumir e incursionar en esta modalidad, como es el caso del sector de producción audiovisual en Venezuela. Por dicha razón, se plantea en este proyecto avanzar en la formulación un "Modelo de reinvención de la producción audiovisual desde el teletrabajo" orientado a la televisora de la Fundación Nacional Audiovisual de Televisión, ANTV.

Para ello se plantea un abordaje de la investigación desarrollado en cinco capítulos a lo largo de este documento. En el Capítulo I se expone la realidad observada y se presenta la descripción de la problemática orientada a través de las interrogantes de investigación, las cuales dieron

lugar a su vez a los objetivos General y Específicos, así como a la Justificación.

En el Capítulo II, se presenta un compendio de resultados de investigaciones previas acerca de la temática abordada y e igualmente se desarrollan los fundamentos teóricos que sustentan la investigación, partiendo de una revisión documental de teorías primarias y secundarias.

En el Capítulo III se presentan el Diseño, Tipo y Nivel de la investigación, así como la propuesta metodológica. Se muestra igualmente el Diagrama de Gantt correspondiente al proyecto, en el que se indican las actividades a realizar durante la ejecución del proyecto.

En el Capítulo IV se hace la presentación y análisis de los resultados de investigación, entre los cuales se propone un ejercicio de triangulación que permite apreciar el funcionamiento de los elementos categoriales que han emergido del análisis.

Para cerrar, el Capítulo V corresponde al cuerpo de Conclusiones y Recomendaciones de la propuesta de investigación, junto con las Referencias aprovechadas para su desarrollo

CAPÍTULO I
EL PROBLEMA

1.- DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

1.1.- Planteamiento del Problema

“El mundo cambió” es una frase que se ha hecho recurrente en el marco de la pandemia causada por el Coronavirus o Covid-19, un flagelo que de alguna manera ha obligado a replantear esquemas de vida, rutinas, trabajo y forma de valorar el mundo tal y como se conocía. Basado en el análisis de expertos y organizaciones mundiales, este suceso pasará a la historia como uno de los más devastadores que la Humanidad ha vivido en especial por su alcance planetario.

Este evento de carácter global no sólo ha afectado a la salud humana, lo cual es evidente, sino que impacta de manera realmente dramática a la ya debilitada economía mundial representada por los fenómenos de la oferta y la demanda, ya sea a través de la interrupción de las cadenas de producción o del golpe severo a las estructuras de comercio mundial. Es evidente la pérdida de ingresos y ganancias en el sistema empresarial, desde las corporaciones más consolidadas hasta los negocios más pequeños, la dramática alza en el índice del desempleo, que roza ya los 500 millones de puestos de trabajo perdidos durante la pandemia. En el caso de las naciones, emergen mayores dificultades para cumplir con sus obligaciones de deuda, tal y como lo asegura la Secretaria Ejecutiva de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), Alicia Bárcena, quien

en una entrevista dada en el portal de la CEPAL el 19 de marzo de 2020 cuando advierte "…la pandemia del Coronavirus (COVID-19) tendrá efectos devastadores sobre la economía mundial, seguramente más intensos y distintos que los sufridos durante la crisis financiera global de 2008-2009".

Así pues, se plantea una economía agonizante y que debe forzosamente entrar en un proceso de reinvención, por las duras medidas de cese de actividades en casi todos los sectores productivos y de servicios, dejando como única alternativa particularmente viable el uso de las tecnologías de información para dar respuesta a las áreas de atención de los Estados. En este sentido, Venezuela no ha escapado de esta realidad demandante a pesar de no tener una situación de emergencia grave, por la acertada prevención y control sanitario gubernamentales, lo que ha logrado contener la propagación del virus en la población.

La dinámica social del país, siguiendo la tendencia mundial, se ha apalancado en el uso de los recursos digitales, lo cual ha podido solventar de manera medianamente efectiva muchas necesidades de la población, en especial durante los momentos más estrictos de la cuarentena. En este escenario, el teletrabajo surge como una fuerte alternativa de viabilidad laboral y a su vez, de control de la movilidad de la población.

Conviene señalar que el trabajo a distancia ha tenido un elevado aumento de casi un 159% desde el año 2005, según lo reseña Castellano (2020), quien hace referencia a los datos aportados por la consultoría de trabajo flexible, *Global Workplace Analytics*: el autor plantea que este crecimiento comenzó gracias a la demanda de los empleados que comenzaron a solicitar la flexibilización del espacio de trabajo para mejorar su calidad de vida y para reducir los gastos asociados a su entorno laboral. De allí que

muchas empresas se sumaron a la adecuación del trabajo a distancia al darse cuenta de que les permitía optimizar las tasas de retención del talento, mejorar sus costos de operaciones e incluso la productividad de sus empleados. Hoy en día, y junto con la visibilización que le ha dado la acuciante situación de pandemia, el teletrabajo es considerado una novedosa alternativa para la digitalización del trabajo por su potencial para la resolución de problemas sociales tan relevantes que, si se desarrollan estrategias direccionadas al logro y se aprovechan las oportunidades que ofrece esta modalidad laboral, podría ser considerado uno de los aspectos principales de la llamada Cuarta Revolución Industrial.

Considerando lo antes dicho, son muchas las implicaciones trascendentales de esta transformación del modelo de empleo; pudiendo afirmarse con ello que sólo aquellas empresas que ofrezcan modelos de trabajo de diseños flexibles podrán captar y retener al mejor talento en general. De forma análoga, y más en general, los países cuyas instancias gubernamentales asuman de la mejor forma el asunto del teletrabajo podrán adaptar más adecuadamente el modelo, diseño y funcionamiento del Estado a las realidades emergentes de mundo post-Covid.

Un aspecto que se debe resaltar, en el caso específico del talento humano, es el acceso a oportunidades laborales más amplias, porque la localización y el desplazamiento ya no limitarían el desempeño profesional; incluso en zonas poco desarrolladas se podrá acceder una más amplia diversidad de empleos, con jornadas laborales de menos horas de trabajo productivo, o bien con equipos motivados, flexibles y comprometidos si se trabaja para ello.

Ahora bien, se hace en efecto necesario poner un poco más de atención a algunas áreas de producción y servicios que tendrán que adaptar sus dinámicas de desarrollo a esta forma de trabajo a distancia. Un ejemplo se encuentra en el sector de las telecomunicaciones, específicamente en la parte relacionada con la producción audiovisual, la cual es el arte de crear un producto para medios de comunicación audiovisuales, como el cine, la televisión o la Internet, y que desarrolla para ello un proceso sistemático, estandarizado y de construcción con equipos de alto desempeño en las competencias que se requieren para el diseño y posterior elaboración del producto audiovisual. Este proceso consta básicamente de tres etapas: planificación (pre-producción), ejecución (producción), montaje y edición (post-producción) y abarca desde aspectos financieros (el capital), recursos técnicos y logísticos (los medios) hasta qué tareas se hacen cada día (el trabajo).

En el sector audiovisual el teletrabajo no se visualiza tan fácilmente en términos de logística y asignación de tareas que cubran las etapas complejas y diversas anteriormente señaladas que forman parte de la producción, sin contar con los equipos y recursos necesarios. De cualquier modo, ello no deja de valorar que el teletrabajo por su parte es un movimiento imparable por todo el valor económico y social que genera. Así que el sector audiovisual no será ajeno a la reinvención de sus flujos de trabajo para adaptarse de la mejor forma a la nueva realidad.

En ese escenario, la dificultad reside en la transición de modelos presenciales a distancia, convirtiendo este proceso en un salto que implica no sólo de sustituir la manera de realizar las actividades de producción, sino el asimilar que en este contexto de trabajo a distancia los administradores deben también aprender a gestionar sin ver, a comunicarse sin hablar, y a

delegar con base en resultados y no en horas dedicadas, entre otras cosas. Es por ello que el evidente cambio en la estructura de empleo del sector audiovisual genere cierta preocupación por la incertidumbre de no poseer un modelo válido que permita alcanzar los objetivos en la producción audiovisual, sin tener el contacto con equipos e infraestructuras físicas para ello.

En función de lo anterior, cabe precisar que este proyecto plantea avanzar en la formulación de un "Modelo de reinvención de la producción audiovisual desde el teletrabajo" orientado a la televisora Fundación Audiovisual Nacional de Televisión, ANTV. Para ello se plantean las siguientes interrogantes que permitirán esclarecer la ruta a seguir, con el fin de dar respuesta en el desarrollo del estudio.

1.2.- Interrogantes de la Investigación

¿Cuáles serían los aspectos de orden legal que deben ser considerados para la incorporación del teletrabajo en la producción audiovisual?
¿Qué dimensiones serían abordadas para el reordenamiento de las actividades de producción audiovisual?

¿Qué tendencias digitales pueden incorporarse para potenciar la producción audiovisual desde el teletrabajo?

A su vez, las interrogantes planteadas en la investigación permiten la formulación de los objetivos de la misma, con los cuales se les dará respuesta en el desarrollo del estudio.

1.3.- Objetivos de Investigación

Objetivo General

Formular un modelo de reinvención de la producción audiovisual desde el teletrabajo orientado a la televisora Fundación Audiovisual Nacional de Televisión, ANTV.

Objetivos Específicos

Identificar los aspectos de orden legal que deben ser considerados para la incorporación del teletrabajo en la producción audiovisual.

Determinar las dimensiones que serían abordadas para el reordenamiento de las actividades de producción audiovisual.

Exponer las tendencias digitales que pueden incorporarse para potenciar la producción audiovisual desde el teletrabajo.

Avanzar en la formulación de un modelo para la producción audiovisual desde el teletrabajo, orientado a la televisora de la Asamblea Nacional en Venezuela (ANTV).

1.4.- Justificación de la Investigación

La importancia de esta investigación radica en que abordará desde el plano teórico y metodológico diversas concepciones sobre la producción audiovisual, su reinvención en los tiempos actuales y el teletrabajo como

una de sus modalidades, que a su vez tiene marco y soporte en la revolución de los flujos de información.

Las empresas, instituciones y gestores dedicados a la producción audiovisual deben adaptarse a los cambios que demanda el entorno socioeconómico, cuyo alcance por cierto ya no es estrictamente local, puesto que de esta manera podrán sobrevivir y cumplir a cabalidad con su propósito organizacional. En tal sentido, parece tener sentido afirmar que cada día los trabajos remotos van pasando de ser tendencia a realidad permanente en el mercado laboral, tanto para la producción de bienes como para la prestación de servicios, donde puede verificarse como nunca antes la comunicación virtual de los diversos responsables entre sí y con los usuarios del contenido, por una parte, y por otra brindarles soporte y asistencia técnica.

En el contexto del distanciamiento social y la suspensión de la mayoría de actividades económicas por causa de la pandemia Covid-19, por un lado, y tomando en cuenta las realidades emergentes post-pandemia, resulta trascendental formular y ejecutar un proyecto sobre el teletrabajo aplicado a la producción audiovisual en la televisora Fundación Audiovisual Nacional de Televisión, ANTV, pues facilitará la continuidad de las operaciones en esta importante institución mediante la asignación y realización de tareas a distancia y mediante el máximo aprovechamiento posible de las tecnologías de la información.

La televisora ANTV cuenta con el potencial a nivel de condiciones técnicas y administrativas básicas para asumir esta novedosa manera de realizar producciones audiovisuales, pues dispone del equipamiento y plataforma tecnológica para tales fines, aunado al personal dispuesto a innovar

utilizando herramientas de trabajo digitales; todo lo cual facilitaría la viabilidad o factibilidad de abordar este reto y cumplir a cabalidad el objeto social de esta emisora televisiva especializada para servicio de sus usuarios y usuarias.

CAPÍTULO II
MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

2.1.- Antecedentes de la investigación

Aunque en Venezuela no está regulado expresamente el trabajo a distancia, al indagar sobre el tema central de esta investigación (teletrabajo) y siguiendo el criterio de Escalante, Cendrós y Urdaneta (2006), se encontraron los trabajos académicos que se refieren a continuación:

Primeramente, se destaca la evaluación realizada por Ramírez (2003), titulada “El Teletrabajo y su encuadernación a Jurídico dentro del Derecho Laboral”, como requisito para optar a la especialidad en derecho del trabajo de la Universidad Católica del Táchira; el mismo es de tipo documental en donde se da un enfoque jurídico de la problemática planteada. Este estudio expone resultados desde el punto de vista del derecho laboral y presenta una metodología de investigación adaptable a la evaluación del teletrabajo y sus implicaciones legales, esto por su similitud al manejar terminología, análisis de artículos y estatutos legales relacionados a las telemáticas y el trabajo.

Del mismo modo Urdaneta (2002), realizó una propuesta titulada “Creación de un telecentro para las universidades venezolanas”, presentado en la Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín, el cual fue tipificado bajo la modalidad de trabajo de campo con diseño no experimental, transaccional descriptivo y cuyo propósito general fue el de proponer la creación de un telecentro específicamente en la Facultad de Ingeniería de la Universidad

del Zulia, con el objetivo de fomentar el uso de las tecnologías de información y la comunicación.

En este orden de ideas, Otero (2002) elaboró un trabajo de grado intitulado "Motivación de los teletrabajadores en grupos de desenvolvimiento de software", presentado en la Universidad Federal de Catarina, Florianópolis-Brasil; este trabajo exploratorio descriptivo, indica consecuencias inherentes a la adopción de las nuevas formas de trabajo derivadas del uso de equipos telemáticos.

Así mismo, Ramos (2001), realizó un proyecto de reglamento de los derechos generales de los usuarios de los servicios telemáticos; presentado en la Universidad Dr. Rafael Belloso Chacín para optar al grado de maestría en telemática. Esta investigación de tipo documental presentó como objetivo general elaborar un proyecto de reglamento de los derechos generales de los usuarios de los servicios telemáticos y la exposición de motivos correspondiente. Este proyecto, expone bases teóricas, terminologías y aspectos relacionados con los medios telemáticos utilizados por parte de los teletrabajadores dentro de un telecentro, los cuales serán considerados a la hora de diseñar el instrumento que indicará qué tipos de medios mayormente son utilizados dentro de esta nueva modalidad de empleo.

Jatar (2002), por su parte, realizó una investigación de tipo documental sobre las condiciones laborales del teletrabajador en Venezuela, la cual presenta grandes aportes a la evaluación de las implicaciones legales del teletrabajo, pues indica cómo son los acuerdos legales del sector teletrabajador en Venezuela. Del mismo modo, indica aspectos referidos al trabajo en equipo, identificación corporativa y fidelidad que también deben

ser definidos de antemano para que la evaluación arroje buenos resultados. Más específicamente, para la evaluación del teletrabajo y sus implicaciones legales, este trabajo presenta conceptos orientados a sustentar desde varias perspectivas; las diferentes definiciones del teletrabajo, incluyendo los aspectos pertinentes al derecho informático, actividades involucradas, situaciones del uso, medios telemáticos y riesgos. Por lo tanto, brinda un aporte novedoso al área del estudio de las telemáticas, como factor de desarrollo integral, además de la convergencia de estas dentro de las relaciones humanas y sociales del país. Igualmente, proporciona el planteamiento de estudios recientes orientados a dotar de un mayor conocimiento teórico referido al teletrabajo, aportando información para nuevas investigaciones, recomendaciones a las necesidades y expectativas del sector empresarial específicamente zuliano.

2.2.- Fundamentos teóricos

La presente investigación aborda las siguientes áreas o unidades temáticas: Fundación Audiovisual Nacional de Televisión (ANTV), producción audiovisual, tendencias digitales para la producción audiovisual y teletrabajo. La vinculación entre estos temas se hace evidente al comprender el propósito u objetivo fundamental de esta institución, en el marco de la evolución mundial en los medios de comunicación y la nueva modalidad de trabajo a distancia.

2.2.1.- Fundación Audiovisual Nacional de Televisión (ANTV)

Esta televisora fue fundada el 12 de marzo de 2005, llamándose inicialmente Asamblea Nacional Televisión y a finales del año 2015 su

concesión fue traspasada por la directiva saliente del máximo órgano legislativo nacional a los trabajadores y trabajadoras, sufriendo un cambio de denominación e iniciando operaciones con el nombre actual el 16 de enero de 2016. La misión institucional de ANTV es:

> Desarrollar y difundir al Poder Popular, con valores socialistas bolivarianos, contenidos especializados que fortalezcan y promuevan la cultura participativa en el campo legislativo. Visión: Ser vanguardia comunicacional en la producción de contenidos audiovisuales de carácter político, legislativo y cultural sobre la realidad nacional e internacional para el fortalecimiento del pueblo legislador (Canal ANTV, 2020).

Esta Fundación del Estado se encarga de realizar y divulgar producciones audiovisuales sobre la labor legislativa en Venezuela, así como la presentación de documentales y programas de opinión relativos al denominado “pueblo legislador”. Dicha institución constituye uno de los objetos centrales de la presente investigación, pues focalizará la reinvención de los procesos de producción audiovisual con base en el teletrabajo como modalidad de labores operativas a distancia.

El proyecto sobre el cual versa esta investigación tendrá como unidad de estudio y ejecución a la Fundación ANTV, razón por la cual se ha considerado necesario precisar la naturaleza y objeto social del referido ente descentralizado funcionalmente sin forma empresarial. Dicho de otro modo, esta institución dedicada a la producción audiovisual tiene la capacidad y condiciones para ejecutar sus labores operativas bajo la modalidad de teletrabajo.

2.2.2.- Producción audiovisual

La difusión de noticias, opiniones y todo tipo de información ante la colectividad, a partir del contrapunto visual-sonoro, implica el empleo de diversos recursos humanos, administrativos, financieros, operativos y tecnológicos. Esta forma de creación (originalmente artística y posteriormente industrial a gran escala) permite brindar servicios y elaborar productos para medios de comunicación audiovisuales, tales como el cine o la televisión, y más recientemente la divulgación de mensajes o publicaciones por redes sociales e Internet.

La producción audiovisual se realiza en tres fases: (1) Planificación (pre-producción), (2) Ejecución (producción) y (3) Montaje y edición (post-producción). Según Hurí (s.f.), estas fases comprenden las siguientes tareas:

> (1) Pre-producción. Podemos considerarla como la fase más importante porque es donde se sientan las bases de qué se hará en cada momento.
> Se definen presupuestos, medios, profesionales a involucrar, espacios o locaciones.
> Es un trabajo de planificación exhaustiva y realista de todo el proyecto.
> (2) Producción. Se materializan las decisiones tomadas durante la fase de pre-producción. Si la planificación ha sido catastrófica, la producción será un derroche de tiempo y capital en un mar de caos.
> En esta etapa trabajan de forma coordinada todos los equipos (sonido, iluminación, audio, vestuario o escenografía).
> (3) Post-producción. El realizador y los directores realizan la selección y edición de los mejores materiales grabados.

> El editor se encarga de hacer el montaje y en esta fase la producción garantiza que esté todo disponible para conseguir el producto final.
> Incluye desde los derechos musicales si hacen falta hasta la coordinación de las horas de montaje.

De acuerdo con la opinión de Arias (2020), la producción audiovisual forma parte de las llamadas “industrias culturales”, las cuales son un conjunto de actividades que, si bien tienen algunos denominadores comunes entre sí, integra sectores de naturaleza y dinámicas muy distintas. En términos generales puede hablarse de que son sinónimo de “industrias creativas”, en tanto se trata de actividades vinculadas con la creación, producción y comercialización de bienes y servicios culturales, pero que tienen a la industria audiovisual –es decir la televisión, el cine y las plataformas– como uno de los sectores con más potencial e intensividad a nivel de capital y mercados.

2.2.3.- Tendencias digitales para la producción audiovisual

Las producciones audiovisuales se mantienen en constante lucha por mantenerse al día con las nuevas tecnologías, dando la bienvenida a nuevos equipos, simplificando técnicas y ajustándose a los desafíos de un mundo cada vez más acelerado con usuarios cada vez más exigentes. (BGCreativos, 2016).

El nuevo escenario audiovisual a nivel mundial está adquiriendo dimensiones comparables solamente con los cambios ocurridos durante la década de 1920, con la incorporación del sonido al cine; 1950, con el boom de la televisión; y 1980, con la irrupción de la TV por cable. Tales etapas

marcaron hitos a partir de los cuales la industria no volvió a ser igual y hoy existe una ventaja inédita: la dinámica propia de la tecnología ligada al Internet hace que todo cambio surgido en algún país, llegue y esté disponible, casi inmediatamente, en cualquier latitud del globo. (Arias, ob. cit.).

Uno de los factores que más atractivo le da a las nuevas tecnologías en la producción audiovisual es la vinculación del público en la historia proyectada, como lo es en el caso del 3D en el cine, la cobertura de las necesidades de inmediatez de los usuarios para quienes cada segundo cuenta, como lo es en las transmisiones en vivo, y la capacidad de ofrecer a la audiencia perspectivas nunca antes vistas, como lo permiten los drones, solo por citar algunas. En el caso particular de las producciones que se distribuyen mediante las redes sociales soportadas en la Internet, la interactividad del usuario con el contenido y la comunidad que alrededor del mismo se crea, aporta una característica previamente inexistente de alto valor y potencial.

Particularmente, en Iberoamérica el espacio audiovisual presenta nuevos escenarios y desafíos ante el surgimiento de la tecnología digital de última generación. Los creadores de contenidos audiovisuales, los públicos, los géneros audiovisuales y los hábitos de disfrute y consumo están siendo transformados, a veces, de manera radical.

En particular, los últimos veinte años de historia de la producción audiovisual en Iberoamérica han sido definidos por la aparición de la Internet, así como por la presencia ubicua y transversal de nuevas tecnologías en la vida cotidiana. Los soportes, los formatos, los dispositivos, los contenidos y los públicos, han cambiado de tal manera que quienes se

dedican a la producción o al estudio del espacio audiovisual en Iberoamérica coinciden en asegurar que la convergencia de los nuevos medios en plataformas digitales está configurando un escenario inédito para la producción audiovisual. (Escudero y González, 2017, p. 8).

2.2.4.- Teletrabajo

Desde la aparición de la Internet, las actividades laborales y profesionales se fueron adaptando a la nueva dinámica que con el propio crecimiento y desarrollo de la red de redes se iba generando, reorganizándose así el trabajo que hasta entonces era realizado principalmente de forma presencial para flexibilizarse y hacerse en muchos casos de manera remota, es decir, sin la presencia física del empleado en el lugar de trabajo durante una parte importante o incluso toda de la jornada laboral. (Escalante, Cendrós y Urdaneta, 2006).

Aunado a ello, el actual contexto mundial de la pandemia y cuarentena por Covid-19, ha reforzado el trabajo remoto o teletrabajo, tal como afirma Llovera (2020):

> En medio de la crisis producto de la suspensión de actividades a causa del decreto de Estado de Alarma por la pandemia del Covid-19, aunado a la limitación de movilidad producto de la escasez de combustible los comercios venezolanos han buscado en el comercio electrónico y el teletrabajo un bote salvavidas para seguir a flote en medio de la tormenta.

Entre las modalidades del teletrabajo se pueden mencionar el trabajo en el domicilio, que es el de mayor crecimiento en la actualidad pues reduce tanto el tiempo de desplazamiento de los empleados hacia los lugares de empleo,

como las emanaciones contaminantes de los vehículos hacia el ambiente y a su vez facilita mejores relaciones familiares de los trabajadores.

Otra modalidad, de más escaso desarrollo por lo menos en Venezuela, la representan los telecentros o centros de teletrabajo, que consisten en oficinas de usos compartidos con la infraestructura tecnológica apropiada para el trabajo en línea (equipos informáticos y telecomunicaciones).

Por último, existen también los teletrabajadores itinerantes o móviles. Se trata de profesionales y técnicos que se desplazan a distintos lugares pero mantienen contacto frecuente con la empresa y los clientes o usuarios de éstas mediante el uso de redes telefónicas o radiofónicas, con equipos portátiles (*laptops* o *tablets*) o teléfonos móviles.

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

Esta sección permite presentar la metodología que conduce al conjunto de acciones destinadas a develar, describir, interpretar y analizar el objeto de estudio a partir de argumentos razonables como respuesta a las interrogantes de la investigación, lo cual conlleva a cumplir los objetivos o propósitos para generar un cuerpo de orientaciones teóricas prácticas que permita avanzar en la formulación de una propuesta de reinvención de la producción audiovisual desde el teletrabajo. Para el presente estudio se recaba la información protocolar desde un enfoque cualitativo interpretativo o hermenéutico, el cual entiende que la realidad es construida en gran medida por la interacción social de los individuos quienes, en permanente contacto con ella, construyen sus propios significados subjetivos sobre dicha realidad, proporcionándoles un sentido u otro dependiendo de las circunstancias y experiencias previas personales y de la situación o contexto en que se desarrolle. Heidegger citado por (Barbera, e Inciate, 2012).

3.1.- Diseño, Tipo y Nivel de la Investigación

El presente proyecto se enmarcará bajo un diseño de tipo cualitativo documental de campo, aludiendo a lo planteado por Altuve y Rivas (1998), quienes aseguran que el diseño de una investigación "… es una estrategia general que adopta el investigador como forma de abordar un problema determinado, que permite identificar los pasos que deben seguir para

efectuar su estudio" (p. 231). Es importante destacar tal y como señala Ferreres (1997), que el diseño de la investigación ha de servir al investigador para concretar sus elementos, analizar la factibilidad de cada uno de los temas que formarán parte de los capítulos de dicho estudio. No obstante, también se utiliza para delimitar inicialmente la investigación, paso relevante para obtener el éxito deseado.

Por supuesto, vale acotar que dicho diseño es flexible, porque el mismo no puede permanecer estático ya que durante la evolución de la investigación puede variar en función de las acciones que se llevan a cabo en un entorno por demás dinámico y atendiendo a la naturaleza de los objetos de investigación atendidos. Para ello, el trabajo se enmarca dentro de una investigación deductiva, de campo, por lo tanto los datos de interés para el investigador son recogidos en forma directa de la realidad; en este sentido, se trata de una investigación a partir de datos originales o datos primarios.

Sin embargo, se aceptan también estudios sobre datos censales o muestrales no recogidos por el investigador, siempre y cuando se utilicen los registros originales con los datos no agregados; lo cual dará lugar a la propuesta de un modelo de reinvención de la producción audiovisual desde el teletrabajo orientado a la televisora Fundación Nacional Audiovisual de Televisión, ANTV.

Es por ello, que se reconoce también el proyecto factible como parte del diseño de campo tal y como lo asume Palella, S. y Couso, G. (2017), el cual consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de organizaciones o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos. Vale

destacar que proyecto factible debe tener apoyo en una investigación de tipo documental, de campo o un diseño que incluya ambas modalidades.

En cuanto al tipo y nivel de la investigación se considera de tipo no experimental descriptiva; a los efectos, Hernández, Fernández y Baptista (2003) señalan que “los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (p.117). En definitiva, permiten medir la información recolectada para luego describir, analizar e interpretar sistemáticamente las características del fenómeno estudiado con base en la realidad del escenario planteado. Para Tamayo (1998) la investigación descriptiva:

> Comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque que se hace sobre conclusiones es dominante, o como una persona, grupo o cosa, conduce a funciones en el presente. La investigación descriptiva trabaja sobre las realidades de los hechos y sus características fundamentales es de presentarnos una interpretación correcta (p. 54).

El presente proyecto describe con énfasis la realidad estudiada y la influencia de las variables de investigación en el contexto enmarcado por la producción audiovisual en el cumplimiento de todas sus etapas.

De igual manera se describen los conocimientos y concepciones que tienen los especialistas en el área de producción audiovisual en Venezuela, tomando en consideración dos televisoras nacionales (ANTV y TeleSUR). También se considera indagar en los sitios Web que existen sobre el tema,

para terminar, elaborando una propuesta factible que pueda dar respuesta a la reinvención de la televisión desde el teletrabajo. Esta última categoría de investigación se somete a consideración de especialistas en el área no relacionados directamente con la producción audiovisual, y quienes a su vez son integrantes activos y relevantes de los poderes del Estado Ejecutivo y Legislativo, a partir de lo cual se presentan y describen las respectivas concepciones de estos actores.

Todo ello requerirá previamente de un diagnóstico que permitirá detectar en forma clara y objetiva distintos problemas, con el propósito de describirlos, interpretarlos, entender su naturaleza y explicar sus causas y efectos. De ahí que, en función de los objetivos, el estudio tenga un carácter inductivo-descriptivo. Luego se seleccionarán a los sujetos de la investigación a los que se les aplicará un cuestionario previamente validado por un experto, usando para ello la entrevista en profundidad.

3.2.- Escenario de la investigación

La investigación se desarrolló en la Fundación Audiovisual Nacional de Televisión (ANTV), si bien el diseño implicó la extensión de la acción recabadora de información en otros espacios y con un grado importante de trabajo virtual. El estudio constará de tres etapas:

Fase I: la cual se consideró diagnostica y la información recabada de la realidad a la vista de los expertos sirve de apertura para comprender cuál es el estado de la realidad del trabajo en televisión desde la presencialidad, en sitio.

Fase II: En esta fase, más relacionada con el juicio de expertos, se escogieron especialistas de televisoras nacionales diferentes de ANTV, para evidenciar su percepción acerca del funcionamiento de televisión en pandemia y su valoración del teletrabajo en ese ámbito cultural. Desde esta perspectiva se estima develar las opiniones propias de actores expertos en producción audiovisual acerca del teletrabajo y la televisión en pandemia.

Fase III: Esta fase comprende la valoración más general posible de la categoría teletrabajo desde la consideración del juicio de expertos cuya acción se considera determinante en el devenir de la sociedad, más allá por lo tanto del entorno televisivo. Para ello se ubicaron actores políticos clave de dos de los Poderes del Estado: Ejecutivo y Legislativo, a partir del presupuesto de su importancia en la toma de decisiones y formulación de marcos regulatorios sobre el fenómeno teletrabajo con incidencia legal y de alcance nacional.

3.3.- Informantes clave

La selección de los informantes se realizó de manera intencional en correspondencia con un estudio de modalidad cualitativa y siguiendo criterios de selección, los cuales se describen a continuación:

Los informantes fueron siete (7), entre ellos tres (3) Productores del área de Programas del canal ANTV para la Fase I, los cuales serán identificados para el análisis como PA1, PA2 y PA3. Adicionalmente, dos (2) Productores de la televisora nacional TeleSur (adscritos respectivamente a las áreas de Prensa y Programas Especiales de dicho canal) que también tienen experiencia en otras plantas televisoras y que serán identificados para el

análisis como PE1 y PE2. Finalmente, tres informantes clave vinculados al alto nivel decisorio jurídico y político y actualmente en funciones dentro de los poderes Ejecutivo y Legislativo; así se identifica como DP1 al Ministro del PP para el Trabajo y Seguridad Social y como DP2 y DP3 a dos ex-Constituyentes del período 2017-2020 y actuales Diputados a la Asamblea Nacional del período 2021-2026. En el Cuadro Nº 1 se presentan los criterios de selección correspondientes a los informantes clave del estudio.

Cuadro Nº 1. Criterios de Selección de Informantes Clave

PA1, 2 y 3	
PE1 y 2	
DP1, 2 y 3	

Productores de ANTV (PAx)	**Productores externos de otras televisoras (PEx)**
<u>Criterios:</u> i.- Nombre y Apellido ii.- Nivel de instrucción iii.- Cargo iv.- Funciones v.- Tiempo en la experiencia en producción audiovisual	
CODIFICACION (PA) **Informante 1:** **CODIFICACION (PA1)** i.- **Edward Escurpiz**. ii.- **Ciclo Básico aprobado** (6to grado) iii.- **Productor Audioviosual III** del área de Programas iv.- **Diseño y producción general de programas** (no periodísticos) actualmente al aire por ANTV v.- **2 años** **Informante 2:** **CODIFICACION (PA2)** i.- **Eleanny Cedillo González**	**CODIFICACION (PE)** **Informante 1:** **CODIFICACION (PE1)** i.- **Pedro Sánchez** ii.- **Ingeniero Mecánico** con Diplomados en Producción Audiovisual. iii.- **Productor** y **Editor Copy** en TeleSur (área de Prensa) y Coordinador en TV Caricuao iv.- **Producción de segmentos del área informativa**, redacción y revisión de noticias y coordinación de editores de prensa v.- **10 años.**

ii.- **Estudiante de Licenciatura en Artes Audiovisuales**, mención Dirección Audiovisual, en el tercer semestre
iii.- **Productor Audiovisual I** del área de Proyectos Especiales
iv.- **Diseño y producción general de programas especiales** (no periodísticos ni regulares) para la Presidencia del canal al aire por ANTV
v.- **1 año**

Informante 3:
CODIFICACION (PA3)
i.- **Yessica Saavedra**
ii.- **TSU en Trabajo Social**
iii.- **Productor Audioviosual III** del área de Programas
iv.- **Diseño y producción general de programas** (no periodísticos) actualmente al aire por ANTV
v.- **2 años.**

Informante 2:
CODIFICACION (PE2)
i.- **Jack Bravo**
ii.- **Licenciado en Comunicación Social. Magíster en Negociaciones Internacionales.** Doctorando en Educación (actual)
iii.- **Productor General** del programa "Atomun" del canal y **Coordinador del área de Programas Temáticos**.
iv.- **Diseño, producción y conducción de programa científico y coordinación general de producciones no informativas.**
v.- **7 años**

Decisores Políticos
(DPx)

Criterios:
i.- Nombre y Apellido
ii.- Cargo
iii.- Perfil General

CODIFICACION (DP)

Informante 1:

CODIFICACION (DP1)

i.- **Eduardo Piñate**
ii.- **Ministro del Poder Popular para el Trabajo y Seguridad Social. Secretario Ejecutivo del Partido Socialista Unido de Venezuela - PSUV**
iii.- Profesor Universitario jubilado. Representante Gremial de los profesores de la UPEL. Ex-Parlamentario.

Informante 2:

CODIFICACIÓN (DP2)

i.- **Francisco Torrealba**
iii.- **Diputado a la AN por el PSUV (Bloque de la Patria). Vicepresidente de la Clase Obrera del Partido Socialista Unido de Venezuela - PSUV**
iii.- Trabajador del Metro de Caracas. Representante Sindical de los trabajadores del sector ferroviario y transporte. Ex-Presidente del IFE. Ex-Constituyente. Ex-Ministro del Trabajo.

Informante 3:

CODIFICACIÓN (DP3)

i.- **Wills Rangel**
ii.- **Diputado a la AN por el PSUV (Bloque de la Patria). Presidente de la Central Bolivariana Socialista de Trabajadores (CBST) y de la Federación Unida de Trabajadores Petroleros de Venezuela (FUTPV).**
iii.- Trabajador jubilado y sindicalista de la Industria Petrolera. Director Externo de PDVSA. Ex-Constituyente.

Fuente: Propia, 2020

3.4.- Técnicas e instrumentos para recolectar la información

La recolección de la información se realiza de acuerdo con el enfoque cualitativo, mediante la entrevista con una guía semi-estructurada. Su propósito en la investigación fenomenológica es el de obtener descripciones del mundo vivido por las personas entrevistadas y cuyo "objeto es el desarrollo de conceptos que ayuden a comprender los fenómenos sociales en medios naturales proporcionando la importancia necesaria a las intenciones, experiencias y opiniones de todos los participantes" (Martínez, 2013).

En este orden la elección de las técnicas está orientada, en el método fenomenológico, a partir de la visión de las experiencias vividas y experimentadas por los sujetos y en ese marco la entrevista a profundidad-dialógica se considera la más adecuadas para obtener la información evitando alterar con prejuicios los resultados; es decir, se utilizan las reglas de la fenomenología, se colocan en paréntesis los valores y presunciones del investigador. Para ello se realizaron grabaciones con la previa

autorización de los informantes, se revisó la información repetidas veces y se transcribieron los protocolos tal cual son emitidos por los informantes. De igual manera se realizó la revisión documental en diferentes fuentes para obtener planteamientos teóricos, documentos legales y antecedentes que fundamentan el estudio para cumplir con los objetivos del mismo.

3.5.- Método de análisis de la información

Para el análisis de la información se tomaron como referencia algunos pasos del método comparativo continuo de Glasser y Strauss (1967), como método interpretativo descriptivo donde se propone realizar simultáneamente procesos de codificación y análisis. Lo anterior tiene el propósito de ir generando propiedades y categorías que proporcionen los aspectos necesarios para avanzar en la generación de algunas orientaciones teóricas y prácticas para la reinvención de la producción audiovisual desde el teletrabajo, lo cual se realizó de forma sistemática, por medio de la utilización de la codificación explícita y de procedimientos analíticos.

Una ventaja de este método es el hecho de que facilita al investigador la generación de teoría con características propias y genuinas de "… integración, consistencia, plausible y cercana a los datos". (Kornblit, 2004, p.50). Así pues, y tomando para este proyecto los pasos de método mencionado, se tiene: Paso 1. Comparación de los Indicadores según cada categoría. Paso 2. Integración de las categorías y sus propiedades.

3.6.- Criterios de fiabilidad y credibilidad de la información

En el enfoque cualitativo resultan un tanto complejas, puesto que está inmerso un proceso de subjetividad en la descripción e interpretación del fenómeno de estudio, tomando en consideración la ontología del ser humano que está predestinado a emitir juicios de valor de acuerdo a las realidades que le toque vivir. Hablar de validez en investigación, requiere de un rigor científico plegado de términos que ascienden a la categoría de validación, fiabilidad, credibilidad, confiabilidad y adecuación metodológica. Al respecto Sandin (2000) plantea:

> Una investigación no válida, no es una buena investigación, no tiene credibilidad. En el amplio ámbito de la investigación cualitativa el significado tradicional del concepto de validez ha sido reformulado, fundamentalmente, en términos de construcción social del conocimiento otorgando un nuevo énfasis a la interpretación. (p. 226).

Para el presente proyecto se presentan las ideas de Maxwell (citado por Paz Sandin, 2000) en la cual hace énfasis en la validez descriptiva, por cuanto, la información recabada se describió con precisión y exactitud sin ser distorsionada por los investigadores. Se realizaron transcripciones textuales de las entrevistas realizadas por medio de grabaciones para un total de aproximadamente diez (10) horas y veintisiete (27) minutos de grabación que respaldan los significados e interpretaciones presentadas en los resultados del estudio. El Cuadro Nº 2 que se presenta a continuación muestra la relación de tiempo de grabación por los diferentes audios de informantes clave entrevistados.

Cuadro Nº 2. Criterios de fiabilidad y credibilidad de la información

Pedro Sánchez (PE2) Grabaciones / tiempo	Yessica Saavedra (PA3) Grabaciones / tiempo	Eleanny Cedillo (PA2) Grabaciones / tiempo	Jack Bravo (PE1) Grabaciones / tiempo	Edward Escurpiz (PA1) Grabaciones / tiempo
01:36	26:23	01:01	02:26	00:17
00:52	32:42	00:26	03:11	18:59
00:55	30:47	00:14	01:55	08:48
00:06	22:08	00:42	02:36	17:49
00:06	6:36	00:03	02:17	12:50
00:07	30:10	00:39	02:08	06:03
02:23		01:18		06:02
01:41		01:01		08:47
01:05		00:23		
02:02		00:23		
00:59		00:56		
02:26		00:41		
00:30		00:09		
08:54		02:38		
00:08		00:32		
00:34		00:03		
02:31		01:28		
00:18		01:26		
00:15		00:05		
02:28		00:08		
00:12		01:20		
01:12		00:16		
00:23		00:08		
02:44		01:54		
00:06		01:35		
00:25		00:08		
00:05		00:41		
00:25		00:45		
00:24		00:07		
04:46		00:09		
00:20		00:23		
03:40		00:40		
00:16		00:12		
04:47		00:02		

02:22 00:41		03:39 00:11 00:12 00:15 00:30 00:17 00:15		
Eduardo Piñate (DP1) Tiempo total	**Francisco Torrealba (DP2) Tiempo total**	**Wills Rangel (DP3) Tiempo total**		
01:01:05	01:25:00	00:47:15		

Fuente: Propia, 2020

Además, se proporcionó una descripción válida de acontecimientos y conductas, los cuales dieron validez interpretativa a parte del significado que tienen para los informantes los tópicos abordados en el proceso de recolección de información; ello se enmarcó en el método interpretativo descriptivo durante el análisis protocolar de la información. Finalmente, se aporta una validez teórica sustentada en las construcciones que se desarrollaron durante el estudio.

Todo esto fue clave para la fiabilidad de la información, en tanto que la revisión documental fue un aporte indispensable para la construcción teórica–práctica de las orientaciones de la reinvención de la producción audiovisual desde el teletrabajo al contrastar la información de los informantes, los investigadores y las teorías, lo cual concluyó con la realización de la triangulación, sin la cual, el estudio carecería de credibilidad para generar la construcción teórica.

CAPÍTULO IV
INTERPRETACIÓN PROTOCOLAR DE LA INFORMACIÓN

En este apartado se sintetizan los postulados epistemológicos a partir de los principios metodológicos establecidos por Martínez, relacionados con el proceso de análisis fenomenológico de la información objeto de estudio e interpretación sistemática a través de algunos pasos del método comparativo continuo de Glasser y Strauss (1967).

4.1.- Proceso de categorización

Para la categorización primero se revisó en detalle la información recolectada, con la actitud de conocer la realidad del fenómeno estudiado y reflexionar sobre la situación concreta para comprenderla en su total dimensión.

El primer análisis se realiza a partir del análisis documental de algunos de los libros de producción de la televisora Fundación Audiovisual Nacional de Televisión ANTV, con el objetivo de evidenciar algunos aspectos y categorías de la producción audiovisual en la presencialidad.

El segundo análisis se hace a través del proceso de interpretación de las entrevistas en profundidad con el fin de tener una amplia visión de conjunto que asegure el proceso de categorización, por lo que se realizaron nuevas revisiones para captar aspectos, detalles no detectados con anterioridad o que no hayan sido valorados suficientemente, lo cual puede fortalecer su

significado. Seguidamente, se resaltan las expresiones más significativas, construyendo esquemas de interpretación, donde emergen las categorías y sus propiedades o atributos. Luego de clasificar o categorizar las partes en relación con el todo, se describen estas categorías o clases significativas y a medida que se revisa el material se reflexiona sobre el significado de cada dato o información.

En el Cuadro Nº 3 se presentan las Categorías iniciales de la Fase I Diagnóstica y sus respectivas Propiedades o atributos. En el Cuadro Nº 4 se reportan los Incidentes respectivos de estas Categorías.

Fase I Diagnóstica

Cuadro Nº 3. Categorías y Propiedades resultantes de la Fase I
LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN LA PRESENCIALIDAD

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN	PROPIEDADES
Organización del trabajo de producción audiovisual en ANTV	En la producción intervienen elementos muy variados: creativos, de organización y gestión, de seguimiento y control, económicos. El trabajo de producción es una labor de organización cuya importancia es decisiva aunque sea quizás la más desconocida y menos apreciada.	➢ Planificación ➢ Ejecución ➢ Montaje y Edición

Caracterización del talento humano	Gestión que busca valorar y verificar los aportes al cumplimiento de las metas institucionales de los funcionarios en el ejercicio de sus respectivos cargos, de manera eficaz y eficiente, busca valorar el mérito como principio sobre el cual se fundamentan las acciones de capacitación y desarrollo del personal, así como el diseño de planes de bienestar e incentivos.	➢ Conocimiento empírico de la producción audiovisual ➢ Formación profesional ➢ Analfabetismo tecnológico ➢ Desarticulación de los equipos de trabajo ➢ Equipos multidisciplinarios
Recurso tecnológico	Un recurso es un medio que permite satisfacer necesidades o alcanzar objetivos. Los recursos tecnológicos son medios con los que se vale la tecnología para cumplir su propósito, los mismos sirven para optimizar procesos, tiempos, recursos humanos; agilizando el trabajo y tiempos de respuesta que finalmente impactan en la productividad y muchas veces en la preferencia del cliente o consumidor final.	➢ Obsolescencia de equipos tecnológicos ➢ Insuficiencia de tecnología información y comunicación.

Fuente: Propia, 2020

Cuadro Nº 4. Propiedades e incidentes de las entrevistas en profundidad de la Fase I, Categoría: Organización del trabajo de producción audiovisual

CATEGORÍA	PROPIEDAD	Incidentes
Organización del trabajo de producción audiovisual	**Planificación**	*"Hay que investigar... es… es el foco... sin investigación no puedes hacer los guiones... ni la escaleta... porque para todo tiene que tener los guiones es que si quiero a la persona parada... aquí o en la calle... exterior... interior... si quiero a una persona este... una mujer, un hombre, un joven... Algo así. Todo eso se encarga el productor de tenerlos".* **(PA1)** *"Recuerdo que nunca me enseñaron mira hazlo así o de esta forma. Sí, sé que es así, que es un hecho, porque eso ya existió siempre... que se hace un estudio, como el estudio del mercado de publicidad... de la gente que va a consumir este programa. Aquí no lo he visto, lo sé, pero sí sé que se tiene que hacer y no sé cuáles son los métodos que se utilizaría para buscar como tal porque yo, no lo aplicaba. Yo no sé si mi compañero sí u otras personas sí".* **(PA3)** *"…entonces aquí el tema es que "la culpa de todo lo malo es de producción", ¿ves lo que pasa? Y como aquí no hay nadie que se encargue de calificar eso... bueno no sé si esta nueva gerencia lo hará... bueno, usted que es gerente no sé si sepa ¿qué es lo que pasa ahí? Porque por más errores que hayamos cometido toda la disfuncionalidad del canal no puede ser de producción, también hay otros actores importantes..."* **(PA3)** *"¿Por qué? porque también que falta aquí... que hay falta de planificación entonces, porque tienes que planificar en base a lo que tenemos"* **(PA3)**

		"Pero en televisión, si tú presentas un proyecto que apenas estás comenzando a grabar y es muy bueno, entonces te lo piden casi que "para mañana o para hoy, a mediodía" y apenas estás mostrando el proyecto... Entonces, claro, en nuestro programa (CRÓNICAS...) que era una mezcla entre televisión y cine, los procesos de la producción fueron más de televisión que de cine... entonces hubo muchas cosas en preproducción que no se hicieron" **(PA2)** *"También en unas reuniones que se hacían... se planteaban todas las necesidades para poder pasar a la producción como tal del programa. Se comentaban cuáles eran los equipos que se necesitaban, materiales de utilería para la escenografía, entre otros"* **(PA2)**
	Ejecución	*"Allí hay que ver la locación pues si cambia pues... ejemplo... tengo que estar pendiente del ambiente también... si hay sol, si va a llover... pues tengo que mover todo a otro sitio... que no se escuche bulla... que siempre pasa en exteriores, aunque siempre se va a escuchar algo de bulla, cualquier cosa. Donde veo cambio es en eso, porque lo demás todo lo mismo en el caso de que salga del estudio".* **(PA1)** *"En la producción buscar también al entrevistado experto en el tema, estar pendiente del tema logístico, incluso si hay que dar un café para atender a los invitados... enviar las pautas para que también tenga todos los equipos listos a la hora del programa, iluminación, etc, y hacerle el seguimiento a todos esos elementos".* **(PA3)** *"... el productor sería como el enlace de todo lo que se necesita con los diferentes departamentos del canal".* **(PA2)**

	Montaje y Edición	*"El coordinador y los editores... el editor del programa... Después que esté listo el producto estar pendiente que lo pasen a master... después va a control de calidad".* **(PA1)** *"Luego del pietaje dejamos una ruta en Operaciones y se habla con el editor. Luego que él lo edita se habla con la gente de control de calidad para que chequee si el producto final quedó bien y si esta todo perfecto, el mismo editor lo envía para master".* **(PA3)** *"... si no, ponerme de acuerdo con el editor para pasarle a un pendrive todo el material e irle pidiendo cortes. Estos cortes se mandarían en baja calidad o se pautaría una reunión para ir a donde esté editando la persona o ir a un espacio neutro con una laptop a ver cómo está el material... se hacen las correcciones pertinentes..."* **(PA2)**

Fuente: Propia 2020

4.1.1.- Consideraciones sobre la organización de la producción audiovisual y la televisión

Generalidades útiles: la creación de un producto audiovisual es el resultado de un trabajo en equipo (Boluda, 2006). Es bastante complicado que un trabajo audiovisual de cierta envergadura sea totalmente desarrollado por una sola persona, y más aun si se trata de la televisión, porque pasar de la idea a la transmisión al aire del producto hay una importante cantidad de pasos logísticos, técnicos y administrativos.

El equipo de producción desempeña entonces una tarea fundamental, dado que organiza los medios y las personas necesarias para obtener un

producto en cuya materialización están presentes el Arte y la Economía. Producir una obra audiovisual supone responder a las siguientes preguntas:

- QUÉ se quiere producir.
- CUÁLES son los medios necesarios en cada momento.
- DÓNDE se va a realizar.
- CUÁNDO tendrá lugar.
- CÓMO se van a organizar los medios.
- PARA QUIÉN va dirigida.

En la producción intervienen elementos muy variados: creativos, de organización y gestión, de seguimiento y control, económicos y por supuesto humanos. El trabajo de producción es una labor de organización cuya importancia es decisiva, aunque sea quizás la más desconocida y menos apreciada de todo el espectro del mundo audiovisual.

Dentro de este complejo sistema de coordinar personas y máquinas en una infraestructura donde se desarrollan múltiples proyectos a la vez y coinciden un determinado grupo de trabajadores, existen pasos, fases, procesos y normas que seguir para que todo lo que implica el sistema fluya y las producciones puedan salir al aire. Dejando a un lado toda la parte administrativa-burocrática que es necesaria como en todo sistema, en especial si se tiene a cargo personal, la parte operativa conlleva unas etapas base para todo tipo de producción audiovisual, que implican un antes, durante y después de la pauta, conocidas como Pre-producción, Producción y Post-producción las cuales serán desarrolladas más adelante. Todo esto guiado por un fin: desarrollar el producto y poder presentarlos en pantalla.

Acerca del fenómeno televisivo: De cualquier modo, y debido a la orientación de la presente investigación hacia el medio televisivo, hace pertinente preguntarse cuál es el fin mismo de la televisión, que por lo general es privada, ¿qué es lo que vende la televisión privada?, ¿cuál es su producto?; como es bien sabido y ya a estas alturas se expone en conferencias y en videos en la Red Social YouTube, la mercancía es el televidente y el cliente las empresas que desean vender un producto o contenido a través de la pantalla de forma análoga a lo que fue la pintura en el pasado, el género audiovisual y en especial la televisión fueron creados para comunicar y vender.

Lo anterior lo afirma Carlos Scolari (2008):

> La televisión es el medio de masas por excelencia, el canal audiovisual que llega a mayor cantidad de consumidores y, sin duda, la experiencia comunicacional más impactante del siglo XX. Nacida como medio unidireccional e impregnada de una ideología de servicio público en Europa- mientras que, en los Estados Unidos, su espíritu fue siempre comercial (p.8)

Pero dentro de estos canales han surgido otras corrientes, como por ejemplo la televisión pública que amerita otro fin, no solo el de vender "a través", ya sea de entretenimiento o comerciales. Es que, al ser pública y tener apoyos estatales está pensada, diseñada y tiene la posibilidad de otra cosa; esto no es bueno o malo, solo implica otra opción para la dirección que toma un canal.

En este sentido, lo que direcciona la intencionalidad del canal es la línea editorial, la cual orienta de forma permanente lo que se publicará, sean

noticias, deportes, economía, farándula, y en general cualquier contenido. En este caso, el canal ANTV se encuentra enmarcado por una línea político-legislativa (es un canal especializado) que está de acuerdo con el manual de estilo que muestra tanto la línea editorial como la identidad ideológica del medio y esta identidad. Ello fue lo que permitió desarrollar en este canal un seriado documental como “Crónicas de la Guerra Asimétrica” (05 capítulos 90 minutos cada uno, al aire durante el año 2019, y merecedor del Premio Nacional de Periodismo “Simón Bolívar” 2020) puesto que se ciñe a la visión de un medio pensado para generar debate y aportar conocimiento político-legislativo. Ver Imagen 1.

Imagen 1. Identidad gráfica de la serie documental “Crónicas de la guerra asimétrica” al aire por ANTV durante 2019

<u>Acerca de las etapas de la producción audiovisual</u>:

1) Pre-producción

El inicio de todo proyecto se da en esta etapa. Para lograr un desempeño óptimo a lo largo de la producción y un producto de calidad es indispensable sentar bien las bases en este primer paso. Todo se desarrolla a partir de la idea, pero el formato o tipo de programa definirá que tan amplia será la preparación del mismo, aunque existen unos pasos dentro de la pre-producción que en todo audiovisual se debe hacer, como lo explica Carlo Solarino: "Los pasos más significativos de una producción completa, típica de los programas de guion, son la redacción del guion, la puesta a punto de la parte gráfica, la preparación escénica y las acciones de coordinación de todos los recursos que participan en el programa." (2000, p. 351).

Durante este recorrido se estará tomando como referencia el seriado documental "*Crónicas de la Guerra Asimétrica"*, que como explicó Daniel Ruge (2010): "el documental para televisión se encuentra dentro del formato –*Híbrido o Fronterizo*-", que se inicia en el género documental fílmico; también, Ruge citó a Jaime Barroso (2003), quién citando a Francés expuso que: "sitúa al género con entidad propia… todo lo que no sea ni ficción ni periodismo y que esté producido mediante procedimientos de cine o video… para situarlo entre los formatos cinematográficos que expresan realidades históricas con unas actitudes creativas propias del cine" (Francés, 2003, p. 38-39). En otras palabras, este seriado documental aplica a lo referenciado por tratarse de un programa de índole histórico, biográfico y criminalista. Asimismo, podemos tomar otras definiciones de géneros expuestas por Ruge:

> Historia y Biografías: Cuentan los sucesos o las vidas de personajes importantes de la historia política, social y cultural de la humanidad. Crimen y delitos: Develan el funcionamiento de

> mafias, analizan el comportamiento de asesinos en serie y relatan las experiencias de policías, jueces y en general agentes de la ley para luchar contra el delito. (Ruge, 2010)

En vista de todo lo anterior, se puede inferir como en esta primera etapa de preparación, previa al guion, existe una fase de suma importancia, que es la exhaustiva y *metódica investigación*, la cual se requiere para el desarrollo de cada capítulo y se definirá a continuación.

1.1.- Investigación

Se parte de recolectar la información, sistematizarla y transformarla en una serie de monografías, empleadas para crear cada uno de los casos del seriado documental, lo cual requiere de una estricta metodología. Cuando se habla de metodología lo primero a tener en cuenta es el tipo de investigación que se va a realizar dentro del proyecto.

En este caso se maneja una investigación por *hipótesis*, donde, al crear una hipótesis se puede cerrar aún más el tipo de información que se ira desglosando, facilitando el tipo de sistema que se utilizará para la recolección de la misma. Al tener los datos requeridos se procede con el siguiente paso que es crear las monografías, para ello, se deben tener en cuenta las *fuentes* a las cuales se acude, que son bibliográficas, hemerográficas y periodísticas, ya que se trabaja con casos reales (no ficción).

Hay que destacar que, cuando se recopila información lo más importante es la fuente de donde se extraen los datos para corroborar que se trata de información fidedigna, toda vez que, cualquier descuido en este aspecto

puede acarrear problemas legales. Además que, este es un tipo de investigación en el que se manejan hechos reales y también históricos.

Una vez se posee toda la información desclasificada y filtrada para entregarla al guionista, él seleccionará que será visto finalmente por la audiencia y estudiará cual debe ser el lenguaje empleado dependiendo del público objetivo.

Todo este proceso es únicamente el primer paso previo al guion, lo que puede tomar un mes aproximadamente, por lo que, hay que recalcar que los procesos y tiempos para producir "*Crónicas de La Guerra Asimétrica"* son diametralmente diferentes a los de un programa de entrevistas semanal.

1.2.- Guión

Es el "*documento operativo"* en el cual se encuentra todo el contenido requerido, en un formato especifico, para la realización del proyecto incluyendo los elementos técnicos. Existen pasos que se dan dentro del desarrollo del guion, como lo son: *la idea, la sinopsis, el tratamiento* y por último el *guion literario*. La idea es el punto de partida ("que" se quiere decir), para lo cual se requiere luego redactar una sinopsis (breve explicación en detalle del proyecto); luego continúa el "como" se va a exponer la idea, cuál será la narrativa, la atmosfera, los tiempos y el orden en que se desarrollará la historia o los hechos a contar y con todo esto, es que se llega al guion (donde se indican el texto, las acciones y todos aquellos insumos que se quieran incorporar).

1.3.- Libro de Producción

Si el guión es un "*documento operativo"*, el libro de producción es una guía y herramienta creada para poder facilitar el desarrollo de la producción. En éste reposa la "memoria" del proyecto, por lo tanto, debe contener todo lo referente al programa, en este caso "*Crónicas de La Guerra Asimétrica".* Se habla de un libro en el cual se define desde la duración de los capítulos hasta la propuesta gráfica y, en la creación del mismo participa todo el equipo de trabajo, ya que, en éste se establecen todos los lineamientos que seguirán a lo largo de su realización.

En otras palabras, en este libro se conforma toda la información que cada persona del equipo de trabajo otorga desde su conocimiento y, entonces, el productor del programa es quién se encarga de sistematizar todo el contenido para elaborar el mismo. En esta fase se requiere que buena parte del equipo se involucre y así se decida cada detalle para generar la totalidad del producto. Este instrumento, en los canales de televisión, se maneja con la intención de que si otro equipo o personal -distinto del inicial- deba asumir el proyecto, tan solo con leer el libro de producción pueda continuar su desarrollo.

En el siguiente conjunto de cuadros a continuación pueden apreciarse los aspectos que debe contener un *libro de producción* y el *talento humano* que debe conformar un programa para televisión:

1.3.1.- Contenido del Libro de Producción:

Proyecto
Justificación
Objetivo
Sinopsis
Formato Televisivo
Estructura del Programa
Formato de Emisión **Número de Capítulos**
Duración de los Capítulos
Público Objetivo
Referencias en el Mercado
Temática a Desarrollar por Capítulo

Tratamiento
Propuesta Conceptual
Propuesta de Dirección
Propuesta Fotográfica
Propuesta de Arte
Propuesta de Sonido
Post-producción
Propuesta Gráfica

Producción
Ficha Técnica
Ficha Artística
Pre-producción
Procesos de Grabación

Fuente: Propia (2020)

Equipo de trabajo
Director
Guionista
Investigadora
Director de Fotografía
Directora de Arte
Productora
Sonidista
Montador y Post-productor
Editor de sonido
Musicalizador
Diseñador Gráfico
Animador

2) Producción:

Procedimientos:

2.1.- Preparación del día de grabación:

En un canal de televisión existen programas que se graban el mismo día y pautas de programas que surgen de manera repentina, por lo que, se deben preparar las jornadas de grabación con la mayor antelación posible para así evitar el entorpecimiento del trabajo total o general. Para esto, en las instalaciones se deben cumplir una serie de pasos al momento de desarrollar la pauta. Se inicia diseñando un cronograma para las grabaciones, en el cual se seleccionan (marcan) los días de pauta junto a un calendario.

En el caso de "*Crónicas de La Guerra Asimétrica"* al no ser un programa de entrevistas semanal en vivo, conlleva otro tratamiento del manejo del tiempo y el espacio (estudio) y, por supuesto, es distinto al resto de programas de la parrilla de ANTV. Como se trata de un seriado documental con un denso contenido, donde los bloques de texto del guion, se deben decir o exponer de una manera elocuente, los días de rodaje se determinan en función del moderador seleccionado.

En este sentido, el tiempo del que disponga el moderador es lo primero a tener en cuenta, al igual que el tiempo del especialista en contenido invitado para uno de los negros de cada capítulo. Luego, hay que solicitar los equipos de grabación con antelación a la pauta, que requiere de unos protocolos a seguir con el almacén técnico de las instalaciones, como permisos, correos y firmas de gerencia o de producción. Después, se debe

apartar el espacio donde se grabará (set o estudio) y arreglarlo según lo que se requiera en cuanto a escenografía, limpieza, decorado, etc.; además, solicitar al personal de trabajo requerido para ese día, tiempo y espacio del área de maquillaje y vestuario y pautar a todo el equipo involucrado en el programa (incluso moderadores e invitados) para organizarlo todo.

2.2.- Jornada de grabación:

En la pauta se organizan por secciones, primero, llega *producción* a verificar todo en el estudio y luego el departamento de *arte* monta el set y cualquier detalle que falte, para lo cual se necesita la presencia del *director de fotografía*; la puesta en escena junto con el equipo de grabación debe estar listo, los cámaras y el resto del personal requerido, antes de la llegada del talento. Al estar todos presentes se inicia el rodaje sacando todos los planos necesarios y haciendo cuantas tomas sean requeridas, para ello, en el set se encuentran presentes alrededor de 15 personas. Para un programa como "Crónicas…" se emplea un equipo pequeño de personas con respecto a los esquemas usuales de un canal. Al culminar el rodaje se cumplen otra serie de protocolos para recoger todo el equipo técnico (cámaras, trípodes, audio) y limpiar el set.

Por consiguiente, se expone también un autor que describe una jornada perfecta de grabación de la siguiente manera: "Los pasos operativos fundamentales en esta fase se refieren a la puesta a punto de los dispositivos de toma, las pruebas, y, por último, la conducción efectiva de las tomas." (Solarino, 2000, p. 382)

A continuación, se presentan cuadros demostrativos del equipo humano requerido en un set de grabación de un programa de televisión para TV, así como el equipamiento técnico empleado en el programa “Crónicas…” y sus costos:

Equipo Requerido en el Set
Dirección
Dirección de Fotografía
Dirección de Arte
Escenografía
Maquillaje
Producción
Asistencia de Producción (2)
Cámara 1
Cámara 2
Asistentes de Cámara (3)
Luminito
Sonidista

Equipo Técnico base requerido para grabar “Crónicas de la Guerra Asimétrica”			
Equipo	Cantidad	Costo	Total
Faro Fluotec 450	2	1.705 $	3.410
Faro Arri 650	5	930 $	4.650
Extensión (13 amperios)	8	30 $	240
Camara Sony CineAlta HDCAM	2	10.000 $	20.000
Consola Yamaha MGP 16X16-Channel	1	560 $	560
Microfono Sony ECM-44B Omnidirectional Lavalier	2	156 $	312
Total			**USD 29.172**

Fuente: Propia (2020)

Luego podemos apreciar con el cuadro demostrativo de equipamiento técnico de otro tipo de programa dentro del canal ANTV (noticiero) y sus costos:

Equipo Técnico base requerido para grabar programas en el "Estudio de Prensa"			
Equipo	Cantidad	Costo	Total
Faro Fluotec 450	2	1.705 $	3.410
Faro Arri 650	5	930 $	4.650
Extensión (13 amperios)	10	30 $	300
Camara Sony CineAlta HDCAM	3	10.000 $	30.000
Consola Yamaha MGP 16X16-Channel	1	560 $	560
Microfono Sony ECM-44B Omnidirectional Lavalier	2	156 $	312
Monitores de tv de 40 pulgadas	3	250$	750
Micrófono de cámara	S/I	S/I	S/I
Telepronter	1	200$	200
Total			**USD 40.182**

Fuente: Propia (2020). S/I: Sin Información

En el siguiente cuadro se puede apreciar el montaje del set en el estudio para el programa "Crónicas…" y sus costos:

Arte/ Escenografía/ Ambientación/ Set/ Estudio "Crónicas de la Guerra Asimétrica"			
Equipo	Cantidad	Costo	Total
1 cuñete de pintura negra clase A	1	80$	80
1 cuñete de pintura blanca clase A	1	80$	80
Backing de 2,44 x 1,22	2	50$	100
Escritorio de madera	1	80 $	80
Silla de oficina (tipo empresarial)	1	95$	95
Silla de oficina (tipo recepción)	1	80$	80
Cartelera de corcho de 40 x 60 con marco de madera	2	11$	22
Lámpara de mesa (tipo oficina)	1	25$	25
Bombillo de 25 watts	1	2$	2
Maquina de humo	1	220$	220
Liquido para maquina de humo 1 litro	1	7$	7
Total			**USD 791**

Fuente: Propia (2020).

2.4.- Preparación para la post-producción

Al terminar la pauta inicia un nuevo proceso que es guardar y organizar la información. Todo lo grabado debe ser respaldado y organizado, para lo cual se requiere la solicitud de otros equipos del canal destinados a esta tarea, todo esto en función de tener el material y poder hacer la revisión y el *pietaje* del mismo, pasando así todo el producto a la etapa de post-producción. En caso de no tener los insumos requeridos desde la pre-producción en esta fase será el momento de hacerlo, además de las reuniones que el productor debe tener con el post-productor asignado -no sólo para la entrega del material- sino también para aclarar cualquier duda que surja.

3) Post-producción

Procesos:

En esta parte del proyecto inicia la fase de laboratorio en el cual existen una cantidad de procesos por los cuales éste pasa; primero el montaje, el cual consiste en ordenar y escoger lo que se tomará para el producto final, se hace una selección de los planos y todo esto se une junto con los insumos buscados (imágenes y videos de apoyo) armando una estructura según una idea determinada con el guion y el pietaje como base, además de lo que pueda aportar el montador (post-productor).

En el orden de estos procesos sigue la *edición* en la cual se “seleccionan y ordenan la secuencia de planos” elegidos, para organizarlos en un relato que tenga sentido, además de tener la *estética* y *narrativa* deseada. Añadido a esto se pueden incorporar varios pasos como lo son: la locución,

edición de sonido, colorización, etc. En fin, todo aquello que haga falta para finalizarlo. Cada uno de estos pasos por lo general es desarrollado por un individuo, pero en general, se trata de un grupo de personas con una serie de equipos y programas necesarios para la terminación del producto (cada uno con tareas específicas) y al culminar el producto final, iniciar su subida al sistema interno del canal (master) para su proyección en pantalla, lo que conlleva un equipo técnico especializado y el personal delegado para ello.

Es importante destacar que cuando vemos en televisión un programa de una hora, que implica todo el proceso anteriormente descrito, el costo al aire del mismo es de unos USD 10.000 por hora.

En el siguiente cuadro podemos ver el costo de un equipo básico para post-producción:

Equipo Técnico Post-producción			
Equipo	Cantidad	Costo	Total
Apple iMac	2	2.000 $	**4.000**

Fuente: Propia (2020)

Una producción audiovisual pasa por diferentes fases desde que surge la idea hasta su presentación definitiva: se parte de la idea del producto a realizar, se calculan los costes aproximados de realización y la forma de conseguir los fondos necesarios; a partir del guion literario y técnico se realiza el diseño de la producción y se elabora el plan de trabajo para el cual ha sido necesario efectuar desgloses variados que resuman las necesidades de medios técnicos y humanos; se buscan localizaciones, se construyen decorados; se realizan tareas administrativas y se solicitan permisos.

Teniendo el plan de trabajo es posible comenzar la grabación. En la grabación se comprobará si todo el trabajo de preproducción ha sido el correcto. Finalmente, la fase de montaje, edición y postproducción dará forma al producto partiendo de las imágenes disponibles. En esta fase se produce la incorporación de música, efectos informáticos, trucos, entre otros.

Algunos elementos adicionales a considerar para la producción audiovisual:

El Guion: la producción puede recibir el guion en muy diversas fases de su creación, desde una simple idea, una obra existente (cuento, teatro…), hasta un guion terminado, generalmente literario. Cada guionista sigue un método para escribir, unos esbozan ideas, otros escriben escenas completas con diálogos casi definitivos. Por lo tanto lo que se llaman fases de la producción del guion y que, a continuación se señalan, tienen solamente una intención teórica: *sinopsis* (resumen de la acción, los escenarios son señalados sumariamente), *escaleta* (desarrollo dramático por secuencias indicando la intervención de personajes), *tratamiento* (escenarios, acción, personajes, apuntes de diálogos), *guion literario* (desarrollo pormenorizado de la acción, descripción de escenarios, evolución psicológica de personajes, diálogos completos), *guion técnico* (por planos, encuadres, posiciones de cámara, efectos especiales, maquillaje, vestuario, etc.), y *guion de trabajo* (por secuencias mecánicas, es decir acción que se desarrolla en un mismo escenario).

La Escenografía: es el ambiente que justifica la acción y la narración y tiene una gran importancia. Pueden ser escenarios naturales o decorados (escenarios construidos para la grabación). El mobiliario y atrezo son también elementos muy importantes que colaboran en la creación de un

ambiente y de la atmósfera en que la acción se desarrolla. En este apartado también hay que tener en cuenta la caracterización del personal artístico: vestuario, maquillaje y peluquería.

El Equipo de Dirección:

Director/a: Dirige desde el punto de vista artístico la actividad del equipo técnico y artístico. *Script*: Toma nota de las situaciones en que se quedan en cada plano los personajes (posición, caracterización, vestuario y detalle) y de todo cuanto figura en los mismos, con el fin de que en planos sucesivos tengan la situación de continuidad necesaria. El script tiene que llevar el récord. Lleva además el parte de cámaras. Va anotando las tomas que se hacen de cada plano y al final del rodaje de todas las tomas de ese plano, el director señala cuál es la toma que quedó. El script debe anotar en el parte de cámaras las tomas incompletas.

Equipo De Producción:

Productor ejecutivo: Es la persona física o jurídica que toma la iniciativa y asume prácticamente las responsabilidades y cargas de la realización industrial de la película. Sus actividades son: selección de guion, estudio del posible "gran equipo" (director y protagonistas) y establecimiento de contactos previos, confección de un presupuesto aproximado que pueda servir de base, compromiso de distribución, modo de cubrir la financiación, contratación del personal, preparación, supervisión de todas las actividades durante la toma de vistas, montaje y sonorización, todo ello rodeado de las relaciones con la Administración.

Jefe de producción: Organiza y plantea la totalidad de una producción, siendo la jefatura máxima de la misma. Necesitará efectuar reuniones con el director, el decorador, el operador, el maquillador... debe saber cómo el

director va a afrontar cada escena, la resolución de un decorado, de problemas. El plan de trabajo es de su responsabilidad, así como la confección del desglose. Debe confeccionar el presupuesto. Asistirá a la localización, dará su conformidad a los bocetos de decorados. Es el responsable de toda la actividad de las personas que intervienen en la producción. Vigilará todo el proceso de rodaje, supervisará toda la actividad de todo el personal, efectuará los contratos de arrendamiento, laborales del equipo y servicios (iluminación, estudios, cámaras, transportes, laboratorios, etc.)

Ayudante de producción: Es el que interpreta y hace cumplir todo cuanto el jefe de producción le encomiende, en lo que hace referencia a la organización del rodaje de una película, tanto en su parte artística, como en la técnica y administrativa Coordinación, preparación y control en las diversas fases de la producción. Labores administrativas. Gestiones necesarias. Solicitud de permisos. Preparación del trabajo del día siguiente. Es un elemento de coordinación muy cercano al ayudante de dirección.

Equipo De Escenografía:

Escenógrafo: Crea, de común acuerdo con el director y productor, y a requerimiento del guion técnico, la puesta en escena total y plástica. Coordinará la construcción de decorados, ambientación de vestuarios, efectos especiales, grafismo.

Decorador: Boceta los elementos de decoración y supervisa su montaje. Coordina la labor de los ayudantes de decoración.

Ayudante de decoración: Ejecuta los trabajos que le asigne el decorador jefe. Gestiones de medición, confección de listas de necesidades para su

entrega al *Productor Ambientador:* Estudio del guion e interpretación del clima concebido por el escenógrafo o decorador: de acuerdo con él elige los elementos de utilería, mobiliario, atrezo en general, adecuándose a las necesidades de la escena, siendo de su competencia la realización de la ambientación de los decorados.

Figurinista: Crea y diseña los modelos que fueran precisos, hace la selección del vestuario y supervisa.

El Proceso de Producción:

Documentación de la producción:

(1) Desglose general de un guion:

Se trata de analizar minuciosamente el guion para poner de manifiesto de una manera ordenada y clara los elementos, tanto personales como materiales que habrán de utilizarse durante la filmación. Este desglose es la base a partir de la cual el productor organiza la filmación y sitúa en el tiempo y en el espacio los elementos de que debe disponer para obtener el mínimo costo y la mayor calidad posible.

Se parte de un guion de trabajo dividido en secuencias. En el desglose anotamos las necesidades de rodaje tanto por lo que se refiere a los objetos delante de la cámara y a las necesidades no vistas por el espectador: se anotan las necesidades de cada secuencia y se realiza el desglose por escenarios que señalará:

- Nº de la secuencia
- Efecto día/noche
- Nº de páginas de la secuencia

- Personajes que intervienen en ella (Protagonistas, Secundarios, Episódicos, Figuración) y nº de traje con el que intervienen.

(2) Desgloses particulares:

1. De escenografía.
2. De vehículos.
3. De vestuario-personajes.
4. De iluminación.
5. De Sonido.
6. De utillaje especial.
7. De localizaciones.
8. Del script.

(3) Listas

1. Escenarios
2. Vehículos y transportes utilizados para el equipo técnico y artístico y material de iluminación, etc.
3. Vestuario.
4. Actores.
5. Atrezzo.
6. Efectos especiales.

(4) Documentación para el rodaje

1. Borrador de la orden de trabajo
2. Orden de trabajo
3. Hoja de citación
4. Vales de figuración
5. Vales de comida
6. Partes de cámara

7. Partes de trabajo

8. Otros documentos son: Hoja de Montaje (Script), Recibos, Documentos contables, etc. Todo esto es muy amplio, se debe organizar el trabajo según las personas que lo vayan a hacer.

A continuación, se muestran en el Cuadro Nº 5 las propiedades e incidentes de las entrevistas correspondientes a la Fase I en la Categoría de Caracterización de Talento Humano.

Cuadro Nº 5. Propiedades e Incidentes de las entrevistas en profundidad de la Fase I, Categoría: Caracterización talento humano

CATEGORÍA	PROPIEDAD	Incidente
Caracterización Talento Humano	**Conocimiento empírico de la producción audiovisual**	*"...llegué como... en cero y en el día a día fuimos aprendiendo producción... en producción primero fui asistente de producción... en la siguiente producción fui aprendiendo, me fueron enseñando...más... lo... lo... lo técnico, que lo administrativo... que lo administrativo yo digo que es el guion, la escaleta y los directores..."* **(PA1)** *"Recuerdo que nunca me enseñaron mira hazlo así o de esta forma. Sí, sé que es así, que es un hecho, porque eso ya existió siempre... que se hace un estudio, como el estudio del mercado de publicidad... de la gente que va a consumir este programa. Aquí no lo he visto, lo sé, pero sí sé que se tiene que hacer y no sé cuáles son los métodos que se utilizaría para buscar como tal porque yo, no lo aplicaba. Yo no sé si mi compañero sí u otras personas sí".* **(PA3)** *"Bueno, hemos cometido errores, por desconocimiento, porque como dije antes, hubo un cambio radical de gente que nunca había televisión y nos pasaron a Producción y*

		nosotros empíricamente haciendo es que hemos aprendido..." **(PA3)** *"Al final si logramos el resultado, pero es un poco... se afectó un poco porque... como muchas veces, tienes que cubrir muchas áreas -que realmente no deberías- prácticamente mal aprendes ...Entonces vas como predispuesto... Entonces, yo por lo menos no solo hacía producción, sino que a veces me tocaba hacer otras cosas... me tocaba agarrar la cámara yo misma y ponerla a grabar... Me tocaba ponerme a buscar cualquier otra cantidad de cosas...* **(PA2)**
	Formación profesional	*"Tengo el Ciclo básico aprobado de primero a sexto y empecé parte del primer año, pero no lo he seguido".* **(PA1)** *"Me metió en un tutorial y aprendí un poquito más y me gusta la edición que... debería de saber el productor".* **(PA1)** *"Bueno si me ha tocado ponerme a escribir... pero como tal un guion como se tiene que hacer no... porque yo no soy guionista... eso es una carrera. O sea tú tienes que estudiar 5 años en una universidad para que seas un buen guionista y eso lo reconozco por eso también digo siempre que yo estoy solo en proceso de aprendizaje"* **(PA3)** *"...estudiante de Artes Audiovisuales, mención Dirección Audiovisual en Unearte en el tercer semestre".* **(PA2)** *"Y desde que abrieron las aulas para estudiar desde ANTV... aproveché la oportunidad de estudiar producción 1, que no la había visto todavía en Unearte, desde ANTV"* **(PA2)** *"No, no, no estudié producción... estudié dirección en Unearte... pero bueno, fíjate... como aprendes muchas cosas, también ahí me fijé qué otras que no se hacían del todo*

		bien en ANTV... Por ejemplo, había muchos procesos que se saltaban..." **(PA2)**
	Analfabetismo tecnológico	*"Y bueno como también tengo algo de conocimiento de la computadora nos mandaban a hacer cosas ahí, buscar información... y uno aprende. Después nos dieron un pequeño curso con el profesor Rará y él me enseñó este un poquito más que era la profesión de audiovisual, de cual me gustó... era algo distinto, pero me gustó... cómo era con la computadora me gustó aprender de ahí".* **(PA1)** *"Berro de hablarte de equipos tecnológicos... Te puedo decir los que usamos y te lo diría así, sin muchas especificaciones ni marcas, porque no las manejo".* **(PA2)**
	Desarticulación de los equipos de trabajo	*"Pero si todos jalan por su lado... nunca nos reunimos los cinco (departamentos) como debería ser... para ver que tiene cada quien".* **(PA1)** *"Entonces uno quiere trabajar en conjunto, en el mismo programa... en el mismo producto, pero todo el mundo jala para su lado... Entonces y también tienen una cosa de denigrar en realidad".***(PA1)** *"Bueno, yo aquí firmé un contrato, en ese momento estaba en protocolo, firmé un contrato y trabaja para el canal, pero no había descripción de cargo... no. Y si existe, lo desconozco".* **(PA3)** *"A nivel organizacional... bueno creo que estamos de un 100 por ciento, como 50 por ciento..."* **(PA3)** *"Tuvimos un solo camarógrafo... como te dije, a veces yo tenía que ayudar con la segunda cámara... El director no tenía asistente de dirección..."* **(PA2)**

	Equipos multidisciplinarios	*"Bueno... esta el director, el control de piso, el VTR, director... heeeee..... electricista, asistente de cámara, camarógrafo.. heeeee.... electricista... luminito...Aja el de audio... máster... heeee... el generador de caracteres..."* **(PA1)** *"A menos que el productor sepa de todo... que de hecho tiene que saber de todas las áreas. Pero sin embargo, delega en otras personas que forman parte del equipo... el editor tiene que estar el de escenografía... el de arte. También te ayuda a tener la idea más clara... porque tú vas y le plantas... oye yo quiero este programa así... o quiero que como moderador te muevas de aquí allá... si quiero otros colores que me dices tú... siempre recibes los aportes de los expertos en las otras áreas de la producción. También con los técnicos... hablar con el director, con él, con el director de fotografía, el lumero-técnico también tienes que hablar con él. Sí, es todo el equipo... con el de maquillaje, con vestuario... o sea tú tienes tu idea y la desarrollas, después se la presentas del equipo para que también den sus ideas y terminar de construir ese programa".* **(PA3)** *"...el personal involucrado de la estructura era un director audiovisual, director de arte, un guionista, un director de fotografía. Bueno, te estoy hablando de los jefes de departamento... un productor general, un editor (o un post-productor, mejor dicho), un animador y un sonidista. Esos eran más que todos los jefes de área. Para estas áreas cada uno requería el guionista normal... el director de fotografía requería de un luminito y un camarógrafo... bueno, en realidad deberían de haber sido dos camarógrafos..."* **(PA2)**

Fuente: Propia (2020)

En el Cuadro Nº 6 se muestran las propiedades e incidentes de las entrevistas correspondientes a la Fase I en la Categoría de Recurso tecnológico.

Cuadro Nº 6. Propiedades e incidentes de las entrevistas en profundidad de la Fase I, Categoría: Recurso Tecnológico

CATEGORIA	PROPIEDAD	Incidente
Recurso Tecnológico	**Obsolescencia de equipos tecnológicos**	*"…aparte de que tenemos limitaciones por equipos... que son viejos... hubo la cuestión cuando Ramos Allub, o sea lo que yo he escuchado es que... cuando sacó a ANTV de la Asamblea le quitaron algunos equipamiento... una broma algo así, pero cuando llegué..."* **(PA1)** *"Bien, entonces es muy costoso. Entonces, cuál es uno de los problemas a nivel técnico también... donde digo... el personal... que siempre podemos dar lo mejor de nosotros, a pesar de que no tenemos recursos… Así que, como dije antes, a pesar de las dificultades... que no tenemos más recursos para mejorar la pantalla, podemos hacerlo nosotros como seres humanos unidos... pero todos, no uno"* **(PA3)** *"Pero las condiciones del estudio de aquí según los técnicos no están dadas porque tienen que tener una altura determinada y una iluminación también específica. Entonces, ¿qué me dicen? que no contamos con las luces que se requieren para esa iluminación, y inclusive también para un estudio, por ejemplo, porque no hay filtros"* **(PA3)**
	Insuficiencia de tecnología información y comunicación	*"No... no.... teléfonos celulares no tenemos... solo el del moderador. Este... tablet lo usa otro programa... si lo usa... claro dentro de... nosotros realmente... (...inaudible...)*

		es demasiado monótono. A nosotros nos enseñaron aquí a ahorrar pero quizá también no sabiendo que era la producción y siempre los criticamos porque todo era lo mismo. Siempre el mismo tipo de programa. Equipo tecnológico así... no hay... y de electrónica no". **(PA1)** *"O sea, no siempre tengo a la mano una pantalla para ver el producto final... quizás en la reposición… Si y pendrive también... un teléfono inteligente.... Pero aquí nosotros no tenemos ni internet ni teléfono. Aquí a nosotros nunca nos han asignado un teléfono... Si... si... y un pendrive por si se cayó el sistema de operaciones, porque tienes que bajarle al editor la información. Aquí a nosotros nunca nos han asignado ni un pentdrive..."* **(PA3)** *"...pero nada más hay una tablet para todos los programas... pero allí hay un tema con la batería que hay que dejarla cargando con el riesgo de que pueda funcionar una hora".* **(PA3)**

Fuente: Propia (2020)

4.1.2.- Consideraciones sobre los recursos tecnológicos y los flujos de información

Para el año 2017, de acuerdo con Gartner, se estima que existirán unos 20,4 mil millones de dispositivos tecnológicos interconectados entre sí mediante las Tecnologías de Información, número que triplica a la cantidad de habitantes del planeta para el 2020. Es evidente, por lo tanto, el crecimiento de la cantidad de individuos y organizaciones tanto públicas como privdas que hacen uso de la tecnología y se beneficia de sus aportes.

Se ha propiciado, dado este incremento en el uso masivo e intensivo de las tecnologías, lo que algunos autores denominan como nueva 'revolución' social, construyendo así la denominada "sociedad de la información". Se sigue que la principal materia prima procesada por las sociedades no es otra que "la información" misma, como motor de esta nueva sociedad. Debe decirse además que, en torno a ella, surgen profesiones y trabajos nuevos, o se readaptan las profesiones existentes.

Lo anterior supone consecuencias especialmente interconectadas: en primer lugar, la importancia cada vez más creciente de la dimensión social de las TIC y el proceso de rezago que con respecto a este crecimiento y despliegue afecta a los países menos desarrollados. Así, se vislumbra que atendiendo a la fuerza e influencia que tiene la tecnología en los diferentes ámbitos y en las estructuras sociales ya existentes o las nuevas, se produce una interacción constante y bidireccional entre la tecnología y la sociedad.

Así, la influencia de la tecnología sobre la sociedad había sido claramente explicitada por Kranzberg ya en los albores de la revolución de los flujos de información. Este autor en su ley sobre la relación entre tecnología y sociedad afirma con acierto que 'La tecnología no es buena ni mala, ni tampoco neutral' (1985: 50). Ahora bien, esta relación no debe entenderse como algo fatalista y determinista, sino que en efecto conduce a nuevas situaciones y planteamientos que deben llevarnos a través de la investigación y el análisis de sus efectos a tomar posiciones que marquen el camino y la dirección a seguir atendiendo a la sociedad que deseamos construir. Esto es especialmente válido en el momento presente por dos razones: la necesidad de los Estados de asumir caminos hacia el adecuado control de estas tecnologías en favor de sus fines y del bienestar de la sociedad y la especial pertinencia que esta discusión tiene en cuanto al

fenómeno de la televisión, la que ya como hecho actual ha migrado al espacio de la Internet como plataforma de distribución sin aparentes posibilidades de control no ya estatal sino ciudadano.

En el terreno conceptual vale precisar que la tecnología es el resultado de la ciencia e ingeniería que, aplicadas a través de distintos instrumentos y métodos, generan un producto capaz de satisfacer alguna necesidad o resolver algún conflicto. La televisión expresa en sus procesos de creación y distribución el concurso de diversidad de tecnologías para el registro y procesamiento de imágenes y sonidos, por un lado, y para la distribución de los contenidos así generados.

Es obviamente larga la línea de tiempo que hace ya millones de años derivó en la invención de las primeras herramientas y el descubrimiento del fuego, primeras tecnologías, todo lo cual contribuyó al forjamiento de una sociedad digital con la creación de la cámara digital, las primeras computadoras y el Internet. Elementos que suponen un gran desarrollo que, junto a las demás tecnologías, se expanden para perfeccionarse en el siglo XXI, en donde los *smartphones*, los robots y otras herramientas aportan soluciones cada vez más sofisticadas a la vida diaria de personas y empresas. El cambio cultural que opera al respecto es evidente.

En este punto, conviene recordar la definición de Cabero (1998):

> En líneas generales podríamos decir que las nuevas tecnologías de la información y comunicación son las que giran en torno a tres medios básicos: la informática, la microelectrónica y las telecomunicaciones; pero giran, no sólo de forma aislada, sino lo que es más significativo de manera interactiva e interconexionadas, lo que permite conseguir nuevas realidades comunicativas. (p.198)

Cuando revisamos el entorno geo-histórico que nos es más cercano, vemos cómo la incorporación de las tecnologías digitales y la aplicación de la Internet, generó un cambio sin precedentes en las economías y sociedades de América Latina y el Caribe.

Ya habiendo entrado el subcontinente en el Siglo XXI y en poco más de una década, se duplicaron con creces los usuarios de Internet, hasta alcanzar el 50,1% de la población en 2014. Se tiene que en América Latina hoy existen más de 700 millones de conexiones a telefonía móvil, con más de 320 millones de usuarios únicos, y muchos países de la región se encuentran entre los que hacen un uso más intensivo de las redes sociales globales. Pese a estos avances, para el mismo año de 2014 hubo hasta cuatro países donde el número de usuarios no superaba el 30% de la población, en otros siete no superaba el 50% y sólo en seis era mayor al 50%. Con ello queda claro que en la región hay todavía grandes brechas por cerrar en materia del acceso digital.

Asistimos pues a la nueva era que impactó al mundo como en su momento lo hiciere la Revolución Industrial, aunque ahora a una velocidad tremendamente más acelerada; y este impacto es en especial para a los gobiernos, quienes han tenido que incorporar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en la gestión pública, con resultados que en muchos casos han sido altamente positivos. Por ejemplo, en Venezuela se ha verificado un interesante crecimiento en el manejo de la denominada Big Data con fines sociales a partir de la amplia cobertura generada por el sistema Patria (www.patria.org.ve) pero por otro lado se evidencia un cierto rezago en el manejo de las tecnologías que permitan al país incorporarse

efectivamente a la digitalización plena de la producción y distribución audiovisual.

Dado que la tecnología resulta en la creación de un producto o máquina, la tecnología digital es a su vez la aplicación de métodos para desarrollar sistemas que se ven expresados en datos y números que permiten automatizar ciertos procesos. Así, se ha pasado de utilizar objetos análogos a implementar artefactos digitales con funciones automáticas, programadas e incluso autónomas. Esto es especialmente válido en el caso de la producción audiovisual, donde con dispositivos plenamente portátiles que caben en la palma de la mano ya es posible desarrollar totalmente las etapas de preproducción, producción, postproducción y distribución de contenidos audiovisuales.

Ahora bien, aunque parezca redundante señalarlo, a los fines de esta investigación es muy importante reconocer para qué sirve la tecnología digital. Ella se aprovecha para funciones como: procesamiento de grandes volúmenes de datos, automatización de procesos, creación de sistemas que imitan el funcionamiento de la mente humana, comunicaciones masivas, cómputos sumamente potentes, entre otros. Esta cada vez más amplia capacidad del despliegue tecnológico, con las evidentes significaciones sociales que conlleva, permite desarrollar un formidable número de tareas en tiempo reducido para simplificar las labores diarias en casi todo ámbito humano, ya sean doméstico, comercial, industrial, educativo, médico, y un largo etcétera.

Algunos datos estadísticos permiten dimensionar la importancia de los flujos de información en el devenir social. Por ejemplo, según el *Harvard Business Review* (2006) hasta un 73% de los clientes realiza sus compras tanto en

tiendas físicas como virtuales, lo cual ha motivado a las empresas a desarrollar plataformas en línea con la capacidad de generar una comunicación efectiva con el mercado y de hecho configurar una realidad de mercado digital. Para lograrlo, implementan herramientas diversas como páginas web, *chatbots*, asistentes virtuales, entre otros recursos tecnológicos. Y esto ya se ha convertido en una realidad del mundo de la televisión, habiéndose casi superado ya el paradigma de la televisión por suscripción vía comunicación satelital (el denominado "cable") por sistemas de televisión "a la carta" soportados en la Internet, en franco y exponencial crecimiento.

Toda tecnología, y máxime si se trata de flujos de información masivos, comporta diversidad de riesgos y por supuesto una compleja madeja de intereses sociales, políticos y económicos. Se estima que para el año 2021, los daños causados por ciberataques llegarán a los 6 billones de dólares según cifras emitidas por la empresa *CyberSecurity Ventures*. En vista de esto, las empresas hacen uso de tecnologías digitales como el *Virtual Private Network* (VPN), el *Encrypting File System* (EFS), los antivirus, entre otros sistemas. De modo que los sistemas de distribución de contenidos audiovisuales por Internet no están exentos de estos medios de protección de los datos y de la integridad de los sistemas.

Del mismo modo, y según el informe anual de la Sociedad Europea de Opinión e Investigación de Mercados (ESOMAR), hasta el 2018 la facturación en investigación de mercados cerró en 80.000 millones de dólares. También, enfatiza que la investigación mediante análisis de datos ha incrementado de manera favorable mientras que el uso de métodos los tradicionales, ha disminuido. La economía de mercado, que ha migrado con consecuencias peligrosísimas desde la economía real de producción de

bienes a la economía financiera basada en el interés y la especulación a niveles irracionales, visto lo anterior tiene en los flujos de información un campo de desarrollo aparentemente infinito. Se genera de un tiempo para acá un nuevo campo de producción: el de las tecnologías de investigación, útil para la obtención de información, el diagnóstico, la toma de decisiones y la planificación de estrategias en organizaciones públicas y privadas nacionales, regionales y mundiales.

4.1.3.- Consideraciones sobre el equipamiento tecnológico para la realización audiovisual

Hasta este punto y luego de haber visto todo lo anterior, se puede inferir cómo las nuevas tecnologías pueden aportar facilidades a la hora de llevar a cabo un proyecto audiovisual, por un lado, así como también operar modificaciones a las fases ya establecidas. Por ejemplo, no es lo mismo un invitado que esté en el set de forma remota (a distancia, ej. por *web cam*) que de manera presencial, porque se abre un sin número de posibilidades y el proceso de realizar la producción cambia. Por ejemplo, desde hace pocos años es que se ha podido entablar una entrevista en vivo con invitados que se encuentran en otro país al momento de la misma. La practicidad es otro cambio importante en la producción audiovisual, ya que, con los nuevos equipos tecnológicos hay mayor facilidad de trasladarlos a una locación en exteriores o a una casa en particular (el tiempo de montaje en el lugar se acorta) por ende, es más sencillo el montaje de un set en diferentes ambientes, tanto interior como exterior.

En el mismo orden de ideas, a través de los nuevos equipos tecnológicos que surgen para facilitar muchas de las labores y procesos audiovisuales, se transforma al equipo humano requerido para una producción. Es asi

como en una producción en la cual se necesitaba un grupo de 30 personas, se puede reducir a 10 y de ahí a menos, lo que permite formar tres equipos de 10 personas con los que se consigue multiplicar la producción de contenido (al mismo tiempo). Bien cabe citar la conocida frase “en toda producción, el tiempo es dinero”. En el caso de “Crónicas…”, al inicio se necesitaba un equipo de unas 15 personas en set, sin contar al talento, que se pudo reducir a 10 participantes dentro de un canal, con los estándares, esquemas y protocolos del mismo.

Estos ajustes que generan los nuevos equipos, al requerir menor equipamiento (ahora con un equipo se hace, lo que antes se hacía con tres), vuelve más factible el realizar un proyecto audiovisual de forma remota, es decir, desde un domicilio o un espacio no convencional -y no en las instalaciones propias de un canal-. De esta manera, debido a la practicidad que ofrecen, es menor el equipo que hay que montar y el personal que hay que convocar. Si lo analizamos, se hace evidente que al requerir menor cantidad de equipamiento -y que éstos sean más sencillos de manipular- se necesita un menor equipo humano. Pero éste debe poseer otra “mística” de trabajo y un conocimiento base (formación), es decir, ser personas integrales en cuanto al conocimiento del manejo de diversas funcionalidades dentro de esos equipos (y fuera de ellos) para poder aportar valor agregado (esto hoy día se hace indispensable), apegándonos a lo que es el concepto de “Equipos de Alto Desempeño”, para que los nuevos equipos y las nuevas formas de operar fluyan. De esto se trata los nuevos esquemas, donde puede significar que algunos procesos sean más sencillos, pero no con ello más simple o menos complejo el sacar un buen trabajo audiovisual con resultados óptimos, en resumen, implica adaptarse a los nuevos medios de producción y de difusión.

A continuación, puede apreciarse el nuevo esquema (o paradigma) de realización audiovisual donde queda en evidencia la reducción de costos en el equipo técnico base requerido para grabaciones:

Equipo Técnico base requerido para grabar			
Equipo	Cantidad	Costo	Total
DJI OM 4 Estabilizador cardán de mano para Smartphone de 3 ejes con trípode de agarre Vlog Youtube Live Video para iPhone Android	1	200 $	200
Hohem iSteady Pro 2 Estabilizador de cardán de 3 ejes para cámaras deportivas Sony	1	200 $	200
APEMAN A 100 Cámara de acción	2	100 $	200
Dreamgrip Evolution 2020 PRO Sistema de plataforma universal modular transformable para cualquier Smartphone	1	150 $	150
Anillo de luz para selfie de 10 pulgadas y soporte flexible para teléfono para transmisión en directo	3	45 $	135
Movo WMB-2 Microfono inalámbrico de mano doble con sistema de teléfono para entrevistas	1	250 $	250
Wireless GO	1	200 $	200
Micrófono Rode VideoMic	2	100 $	200
Teléfono	1	1.000 $	1.000
Disco duro externo 2 TB	1	80$	80
Tarjeta de memoria 256 GB	1	47 $	47
Tarjeta de memoria 128 GB	2	27 $	54
Total			**2.716 $**

Fuente: Propia (2020)

Luego de haber apreciado los cuadros anteriores, se procede a mostrar en el siguiente cuadro la comparación de costos entre el antiguo paradigma (estudio de interiores en el Canal ANTV) y el nuevo paradigma de realización (desde el Teletrabajo):

Cuadro Comparativo Costos (Producción audiovisual) "Crónicas de la Guerra Asimétrica"		
Equipo	**Estudio de interiores (canal ANTV)**	**SET alternativo (TELETRABAJO)**
Iluminación	8.300	135
Cámara	20.000	1.200
Sonido	872	850
Producción	2.280	2.080
Arte	791	564
Total	**32.243 $**	**4.829 $**

Fuente: Propia (2020)

A continuación, se muestran en el Cuadro Nº 7 las Categorías iniciales y Propiedades correspondientes a la Fase II, que se denomina: Producción audiovisual desde el teletrabajo.

Cuadro Nº 7. Categorías iniciales y propiedades resultantes de la Fase II: La producción audiovisual desde el teletrabajo

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN	PROPIEDADES
Teletrabajo y autoempleo	Modalidad de trabajo a distancia en auge que permite trabajar como autónomo o por cuenta ajena, aplicando la actividad a través de la tecnología y la comunicación y en mayor medida que de forma presencial.	➢ Perfiles profesionales en la industria del contenido digital. ➢ Trabajo colaborativo.

Nuevo paradigma de la producción audiovisual	Es la nueva manera de realizar producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales; especialmente el cine y la televisión; independientemente del soporte utilizado (film, vídeo, vídeo digital) y del género (ficción, documental, publicidad, entre otros)	➢ Contenidos digitales descriptivos ➢ Usuarios creadores de contenido ➢ Democratización de la producción audiovisual
Industria 4.0 Tecnologías	Un recurso es un medio que permite satisfacer necesidades o alcanzar objetivos. Los recursos tecnológicos son medios con los que se vale la tecnología para cumplir su propósito, los mismos sirven para optimizar procesos, tiempos, recursos humanos; agilizando el trabajo y tiempos de respuesta que finalmente impactan en la productividad y muchas veces en la preferencia del cliente o consumidor final.	➢ Plataformas digitales ➢ Mínimo equipamiento técnico y tecnológico y de comunicación ➢ Conectividad ➢ Tecnología 4.0 ➢ Comunicaciones y social media

Fuente: Propia (2020)

En el Cuadro Nº 8 se muestran las Propiedades ya mencionadas en función de las Categorías que le son correspondientes y han emergido del análisis, acompañadas de sus Incidentes respectivos.

Cuadro Nº 8. Propiedades e incidentes de las entrevistas en profundidad de la Fase II, Categoría: Teletrabajo y autoempleo

CATEGORIA	PROPIEDAD	INCIDENTE
Teletrabajo y autoempleo	**Perfiles profesionales en la industria del contenido digital**	*"…las personas que estaban físicamente en planta y las personas que se encontraban desde sus hogares habilitando una especie de oficina para realizar el teletrabajo"* **(PE1)** *"Nos hemos visto forzados, la población mundial en línea general ha motorizado… ha activado la necesidad de generar conocimientos en materia de producción audiovisual"* **(PE2)**
	Trabajo colaborativo	*"…nuestro nuevo enfoque de TIC… avocados justamente a la producción, pero también transversalizado con un tema pandemia... creo que es él el tratar de adaptarse a esta nueva realidad para poder desarrollar una planificación y producción en equipo que esté acorde a los recursos con los que se dispone".* **(PE1)** *"Pero bueno, siendo una televisora como TV Caricuao se hace fundamental que varios de los equipos indiscutiblemente formen parte y estén de manera presencial ejerciendo sus funciones"* **(PE2)**

Fuente: Propia (2020)

4.1.4.- Consideraciones sobre el teletrabajo y la producción de contenidos con soporte tecnológico

Desde que el mundo existe, los seres humanos hemos buscado la manera de facilitarnos la vida, pensando como mejorar las cosas que hemos ido inventando paulatinamente con el fin último de tener mayor calidad de vida.

Solo remontémonos a las épocas de la invención de la rueda, la imprenta, los inicios de la radio, y de todos los medios de comunicación, el internet y las diferentes fases por las que pasó, etc., para analizar cómo son en la actualidad. Tomamos acción desde el proceso básico de la inteligencia (resolución de problemas) para transformar el medio en que nos desarrollamos, empleando el conocimiento empírico, el científico y la creatividad, para satisfacer necesidades.

Esto se ha logrado mediante la unión de la *tecnología* y la *ciencia*. Según Roldán, P. (2020): "la palabra tecnología proviene de la unión de dos palabras griegas: «tekne», que es técnica, arte y, «logia», que significa destreza sobre algo". Para Young, N. (2014), quien cita a Bunge, la tecnología es:

> La técnica que emplea conocimiento científico; más precisamente cuerpo de conocimiento es una tecnología en sí y solamente si es compatible con la ciencia coetánea y controlable por el método científico, se lo emplea para controlar, transformar cosas o procesos naturales o sociales. La tecnología se muestra como una simbiosis entre el saber teórico de la ciencia - cuya finalidad es la búsqueda de la verdad- con la técnica - cuya finalidad es la utilidad -. La finalidad de la tecnología sería la búsqueda de una verdad útil. (Bunge, M. 2002).

Por otra parte, debemos advertir la importancia de la tecnología ya que, "…es uno de los cuatro factores de la producción junto con el *capital,* la *tierra* y el *trabajo*"; esta misma puede clasificarse según dos criterios que implican tangibilidad: a) *tecnología blanda*, que conlleva bienes intangibles, por ejemplo, nuevas teorías económicas, nuevas maneras para administrar recursos, softwares de computadoras, etc.; y b) *tecnología dura*: la que nos

ayuda a producir bienes tangibles como modernos vehículos, edificios anti-sísmicos, hardware de computación, entre muchos otros. Además, conviene diferenciar entre dos términos que suelen confundirse: tecnología y *ciencia*. Esta última "busca la *verdad"* pues se encarga de la obtención del conocimiento, de investigar, mientras que, la *tecnología*, se vale de la ciencia, al emplear el "conocimiento aplicado de manera racional y ordenada para solucionar un problema" con el fin de "conseguir la *eficiencia*". (Roldan, P., 2020). Finalmente, si, ambas están relacionadas, pero puede apreciarse como son disímiles entre sí.

Tecnología, Covid-19 y teletrabajo

Todos los conocimientos y técnicas que conocemos, los hemos ido modificando para mejorar nuestras vidas, porque para nadie es un secreto que la tecnología avanza de manera tan vertiginosa, tanto que veces asusta, como cuando es usada para el mal; pero otras, nos sorprende de manera grata. Ejemplo de ello, lo hemos podido apreciar en esta Era de Pandemia mundial que estamos viviendo, producto del COVID-19, donde necesariamente se generaron -y generarán- cambios importantes en nuestra forma de vida. Solo hay que ver los primeros frágiles y artesanales tapabocas que se dejaron ver en los rostros de nuestros vecinos en cada comunidad, con el fin de proteger su salud y la de todos, acotando que otro factor que propicia un mayor nivel de creatividad en los seres humanos hacia la producción ocurre cuando faltan las cosas, como nos lo han dicho Wolf & Mcquity, (2013) citados por Casco (2020): "Cuando se da una carencia de disponibilidad de productos esto motiva a los consumidores a llevar a cabo proyectos por sí mismos". (p. 100). Luego agregan (Wang et al., 2020) que "Los consumidores demuestran su creatividad al confeccionar sus mascarillas de una variedad de materiales como ser lana, telas e

inclusive material reciclado de la basura". (ob. cit.). De esto se infiere nuestra capacidad para reinventar las cosas, incluso desde nuestros hogares, pues el mundo entero está en confinamiento en sus casas.

También es interesante observar, como al poco tiempo de surgir la necesidad del uso de las mascarillas, se descubre la producción de algunas con válvulas incorporadas que permiten el paso de la respiración de manera fluida y luego advertir en internet publicidades sorprendentes como la expuesta en el portal del diario en línea El Universal de México llamados: "Cliu" los "cubrebocas que se desinfectan solos y detectan el Covid 19", además son transparentes -pensados para las personas con dificultades auditivas que requieren "leer" los labios de su interlocutor-, vienen con un sistema anti empañante, compuerta de apertura hermética para poder alimentarse si es necesario, entre otras bondades según el modelo elegido. Por añadidura, todos son fabricados en materiales ecológicos, por lo que no dañarán el medio ambiente al ser desechados.

Son evidentes las razones iniciales que permitieron la creación de un producto tan innovador, y obviamente, después pudieran conseguírsele otras bondades para que nuevos clientes lo adquieran, pues si bien "Cliu" fue creado pensando en personas con una discapacidad específica, seguro hay gente a la que sencillamente le gusta ver el rostro completo de la persona con quien se comunican verbalmente. Por ello lo comprarían.

Asimismo, en el portal web Radio ciudad 93.1 fm, se consiguió la "C-Mask, creación de la empresa japonesa Donut Robotics que fabricó el insólito cubrebocas con bluetooth que amplifica la voz, traduce en ocho idiomas, manda whatsapp… y tiene dictado para mensajes de texto". Algunos científicos suelen expresar que todo lo que se puede pensar, se puede crear

y existen productos que así lo demuestran. Si bien éstos parecen ser solo unos prototipos, puede que debido su alto costo, resulten inaccesibles para ser adquiridos por algunos canales de televisión del Estado.

Sin embargo, para el momento de la elaboración de este texto, en el portal de ventas en línea estadounidense Amazon se consiguió la “Másca de música Bluetooth inteligente con válvula, auriculares de conducción de bufanda para el rostro, soporta llamadas, para fitness al aire libre” a un precio de 77$.

En definitiva, los productos aquí mencionados muy bien pueden ser beneficiosos para el óptimo desempeño humano de muchas de las actividades que nos atañen, como lo es el trabajo desde el hogar y/o la producción audiovisual desde el teletrabajo, debido a que ambas actividades implican tanto convivencia con familiares como trabajo en equipo entre 2 a 5 personas.

Porque si bien es cierto, que algunas actividades podrán realizarse en solitario desde el hogar, por una parte se convive con la familia y por otra, las reuniones periódicas siempre serán necesarias, por lo que todo el personal debe estar protegido para cuidar su salud y la de los demás.

Probablemente algunas productoras privadas con las que los canales de televisión tengan convenios pudieran proporcionar mascarillas más tecnológicas, según la naturaleza de los proyectos comunes en curso, equiparando el costo beneficio de adquirirlas una sola vez con respecto a la compra consecutiva de mascarillas desechables, más caretas de vinil, que es lo que garantiza un mínimo de protección contra el virus.

Tendencias digitales para potenciar la producción audiovisual desde el teletrabajo

Según el diccionario de la Real Academia Española una *tendencia* es definida como: "1) Propensión o inclinación en las personas y en las cosas hacia determinados fines"; cuando le anexamos la palabra *digital*, podemos inferir que esa inclinación está dirigida hacia el ámbito tecnológico-intangible, donde sus principales utilidades son mejorar principalmente la conectividad de internet, brindarnos nuevos aparatos que nos permitan vivir experiencias diferentes, así como, mejorar las interfaces o pantallas ya existentes.

En el cuadro a continuación se sumarizan algunas de las tendencias sugeridas en la web, para darnos una idea de cómo la producción audiovisual y el teletrabajo tendrán, necesariamente, que ir avanzando paralelamente.

TENDENCIAS 2020	Para saber más…
Resolución 4K UH2. Se trata de una calidad de imagen 4 veces superior a Full HD. Implica una mayor cantidad de pixeles. Ya se emplea en el sector sanitario (cirugías médicas) y en el militar (operaciones encubiertas) donde se requiere visualizar hasta el más mínimo detalle. Es como ver una persona en pantalla que pareciera estar frente a ti donde estas, pues presenta una nitidez excepcional.	¿Qué rayos es el 4K y el HDR? (3:33) https://www.youtube.com/watch?v=DhZCYQLRIWs Imagen: MuyComputer.com
Inalámbrico. Tecnología sin cables para compartir información conectando varias máquinas entre sí, que permite flexibilidad y movilidad al usuario, pues los cables son considerados incómodos y peligrosos. Se emplea en dispositivos llamados Wireless. Tipos de tecnología inalámbrica: Infrarrojos, Blue tooth, Wi-fi y Wi-max.	Tipos de tecnologías inalámbricas: ¿para qué sirven? (4:27) https://www.youtube.com/watch?v=tkmJM2yEU1o Tecnología inalámbrica (2:23) https://www.youtube.com/watch?v=gnI6p6siR4M Fuente: MuyComputerPro.com
Realidad virtual. Tecnología que desarrolla un mundo totalmente diferente al que tenemos frente a nuestros ojos. Para entrar en ellos se requieren dispositivos como "Oculus Rift" (cascos de realidad virtual) disponibles en Amazon.com Su meta es hacer sentir al usuario como si estuviera en otro lugar.	Realidad Virtual: ¿Cómo funciona? y Usos (3:43) https://www.youtube.com/watch?v=PGIFXHmw_js

Utilizados por diseñadores de videojuegos, artistas, arquitectos, sector bienes raíces, maestros en salón de clases, estudiantes, entre otros.	
Realidad aumentada. Superposición en tiempo real de imágenes, sobre lo que vemos en la realidad, de forma que se fusionen para mostrar elementos que pueden incluso interactuar con el entorno. Esta tecnología añade elementos u objetos virtuales en la realidad del usuario. Se estima que para el año 2025 la realidad virtual y la realidad aumentada serán comunes en nuestra vida.	Que es la Realidad Virtual y Realidad Aumentada (5:41) https://www.youtube.com/watch?v=IzAuGa7YKeU
Video *Mapping.* Empleo de un proyector de video para superponer imágenes o animaciones sobre superficies reales (como sillas, mesas, camas, pared, sanitarios, etc.), logrando un efecto de rebote con base a animaciones 2D y D.	Video *mapping* casero # 1 (2:33) https://www.youtube.com/watch?v=yWevWkjD5pg
Tecnología 5G. Velocidad de internet entre 500 y 600 megabytes (frente a los 40-70 del 4G); tiempo de respuesta: 5 milisegundos; mayor capacidad de uso para utilizar más datos; multi-dispositivos conectados a una única antena (1 millón de ellos por km2). Consecuencias: Mayor definición, nuevos formatos de transmisión, mejor experiencia de usuario.	TECNOLOGIA 5G| Tendencias Tecnológicas (9:30) https://www.youtube.com/watch?v=LE6NzqIYjbs
Streaming. Retransmisión en directo de tu contenido, como el caso del cine "on line" o "en línea" (Netflix).	Qué es *Streaming* y cómo funciona (3:10) https://www.youtube.com/watch?v=QOhGQNYvgPc&li

	st=RDQOhGQNYvgPc&start_radio=1&t=15
Internet cuántico. Tecnología de cifrado para protección de datos en línea, mediante problemas matemáticos sencillos de resolver, a través de una clave digital que desbloquee el cifrado, pero que sin ella, sea difícil de resolver. Por otro lado, la comunicación cuántica también crea claves mediante partículas individuales de luz (fotones), de las que es imposible hacer una copia exacta, según principios de la física.	El avance del Internet cuántico podría convertirse en el final de la piratería https://tecnovedosos.com/avance-internet-cuantico-fin-pirateria/
Remodelación de espacios en casa *& co-working.* Ahora el hogar es la oficina. De esta manera, la adecuación de espacios estará entre las prioridades del teletrabajador, con el fin de que él y su familia puedan adaptarse mejor a esta nueva realidad post-pandemia. En cuanto al *co-working*, (o lugares comunes dispuestos solo para teletrabajar), continuarán en aumento, especialmente porque hay hogares donde no llega el internet, pero únicamente se mantendrán activos los que extremen sus medidas de seguridad e higiene ante el virus. O los *co-working* virtuales.	*Co-working*: https://www.businessinsider.es/como-podria-ser-futuro-coworking-autonomos-emprendedores-653265 Diseño de la oficina del futuro: https://www.cushmanwakefield.com/en/netherlands/six-feet-office

Fuente: Propia (2020)

En el Cuadro Nº 9 a continuación se ordenan las Propiedades e Incidentes correspondientes a las entrevistas en profundidad de la Fase II, Categoría: Nuevo paradigma de la producción audiovisual.

Cuadro Nº 9. Propiedades e incidentes de las entrevistas en profundidad de la Fase II, Categoría: Nuevo paradigma de la producción audiovisual

CATEGORIA	PROPIEDAD	INCIDENTE
Nuevo paradigma de la producción audiovisual	**Contenidos digitales descriptivos**	*"Bueno, en primera instancia creo que ha habido mucha desinformación en cuanto a la manera de enfrentar o afrontar el nuevo paradigma relacionado con el uso de herramientas tecnológicas y los nuevos contenidos digitales"* **(PE1)** *"La producción audiovisual cuenta con tres grandes etapas, que son la preproducción, la producción en sí y la postproducción pero ahora el problema de la televisión digital es el contenido que se realice, pues este debe ser diferente, la gente quiere mas"* **(PE2)**
	Usuarios creadores de contenido	*"... exista una buena conexión a Internet, un buen modem, equipos... bien sea laptop, PC, pero que tenga una buena banda ancha de internet... programas de post-producción, bien sea AVI... o Finalcut... Programas que permitan, digamos, editar contenidos... que pasen a formato streaming también".* **(PE1)** *"También es importante tomar en cuenta el contenido videos y grabaciones que se hacen desde casa el público. Ya pareciera que es la tendencia".* **(PE2)**
	Democratización de la producción audiovisual	*"Por lo que ya la producción de contenido audiovisual no es cosa exclusiva de una televisora, sino que en estas nuevas realidades todo aquel que tiene un dispositivo y creatividad , realiza contenidos audiovisuales con cierta calidad".* **(PE1)**

		"…es algo nuevo de los jóvenes, pero que también se ve en los adultos, haciendo casi que contenido que distrae al público, o sea vale la cosa es que la producción audiovisual la está haciendo el pueblo básicamente". **(PE2)**

Fuente: Propia (2020)

4.1.5.- Consideraciones sobre las nuevas modalidades de producción audiovisual desde la perspectiva de la digitalización

Un nuevo paradigma: este nuevo modelo de TV online, puede explicarse en unas cinco fases que se describirán a continuación.

Primero, el consumidor actual quiere ser dueño de su tiempo y no que las plataformas le digan a qué hora y días deben ver los contenidos. Muchas personas gustan de ver contenidos más de una vez y de compartirlos con familiares y amigos para dialogar sobre ellos después. Un ejemplo, fue uno de los grandes éxitos de Netflix en el año 2013, "House of Cards", una serie estadounidense sobre un drama político creada por Beau Willimon, que obtuvo (sólo en ese año) 14 nominaciones a los premios Emmy en ese año y se llevó el premio a mejor dirección. Su protagonista, el actor Kevin Spacey, dijo: «Cuando pregunto a mis amigos lo que hicieron en su fin de semana, suelen decir: "Me quedé viendo tres temporadas de Breaking Bad o dos temporadas de Game of Thrones"». (Páez, 2017; Wikipedia., 2020).

Por cierto, una de las razones del éxito del formato Netflix se trata de que lograron crear *"…un híbrido"* entre la estética y los patrones de edición del cine y la televisión", así lo expresó Modi Wiczyk, co-CEO de la productora

independiente estadounidense Media Rigths Capital, socio de Netflix para realizar *House of Cards*. (Páez, 2017, p. 40). Todo indica que el formato Netflix es y será la nueva forma de consumo audiovisual. Además, con la mencionada serie ha quedado en evidencia el gusto de las personas por la política (y ANTV es un canal político). Por otra parte, con el auge de la Educación a Distancia, los docentes bien podrían emplear a ANTV como contenido formativo para dictar sus clases on line.

Segundo, este nuevo formato de tv en línea por suscripción, como lo es Netflix, permite la permanencia en el tiempo de los contenidos, contrario a lo efímero de la TV convencional, cosa por demás conveniente, en vista de que, entre las nuevas formas de consumo están las visualizaciones de los contenidos desde cualquier lugar que uno se encuentre a través de las tabletas o los Smartphones. Así lo afirma Paéz, 2017 "se trata de catálogos a los que se puede acceder bajo el principio *anytime*, *anyplace*, *anywhere*. Es decir, en cualquier momento, en cualquier lugar y a través de cualquier dispositivo con conexión a Internet" (p. 40). Esto sin duda alguna, generará sentido de pertenencia con ANTV, especialmente en el público más joven.

Tercero, si la televisora ANTV cuenta con una plataforma propia para subir sus contenidos (como Netflix) será dueña de su difusión, la forma de distribución del contenido y del manejo de la plataforma, toda vez que si coloca los contenidos en youtube se está a merced de los requerimientos de los dueños de esa plataforma.

Cuarto, hay que considerar unos mínimos puestos de trabajo para manejar una plataforma independiente, por ejemplo, quien subirá los contenidos y estará pendiente de los comentarios del público, el que se encargue de crear la publicidad de los programas en la web y un community manager

que difunda la publicidad de la programación para crear la necesidad de ver los programas. Solo a modo informativo, nos dice nuevamente Páez (2017) que si bien Netflix no posee oficinas en todos los países donde tiene presencia, opera perfectamente a distancia y…

> Actualmente, Netflix cuenta con oficinas regionales radicadas en Luxemburgo, Tokio, San Pablo, Amsterdam y varias ciudades de Estados Unidos, además de su sede central en Los Gatos, California, Estados Unidos. De acuerdo con su reporte anual de 2016, la empresa cuenta con 4500 empleados de tiempo completo y cerca de 1300 de medio tiempo y eventuales. Además de los cargos directivos, el organigrama está compuesto por los departamentos de Marketing, Contenidos, Personal, Comunicación, Producto, Streaming y sociedades, Finanzas, Legales, Política Global y Desarrollo de negocios… Así como operan a distancia, los servicios de TV-OTT **se caracterizan por el trabajo desterritorializado o teletrabajo**. En el caso de Netflix se observa la instalación de pocas aperturas en ciudades estratégicas y la contratación de una planta de personal que no supera las 5 mil personas. (p. 44 y 47).

Lo anterior parece mostrar lo que puede ser un camino de óptimo crecimiento, que muy bien puede ser la visión de un canal de televisión del Estado como ANTV.

Quinto, con esta nueva modalidad de difusión de contenidos por medio de internet, ANTV tendría presencia a nivel internacional, especialmente porque en Venezuela el canal de TV por suscripción DIRECTV (actualmente SimpleTV) lo eliminó de su parrilla de programación, aunque aparece en las búsquedas de internet como el canal 118.

En definitiva, como lo asegura Páez, (2017):

> "…los elementos expuestos apuntan a la conformación de una nueva cadena de valor para la industria televisiva. La evolución tecnológica del medio, asociada a los cambios en las prácticas de consumo permite inferir que la distribución de contenidos *online* repercute indefectiblemente sobre las formas de producir, programar y distribuir la televisión en todas las latitudes. (p. 47)

Como se ha venido señalando, dentro de esta transformación en la industria televisiva se encuentra el modo de producción y difusión de la misma. Si cambia el modo de verla, concebirla, diseñarla, es evidente que la forma de producirla sufrirá cambios también (cambios no estructurales, claro está) ya que la forma de producir seguirá siendo la misma; pero, sí se verán las diferencias entre las plataformas y el tiempo empleado en la producción, que necesariamente influye en los procesos. Es así como estas etapas sufren transformaciones en función de adaptarse a los nuevos paradigmas comunicacionales que a su vez conllevan los cambios tecnológicos.

En consecuencia, con una nueva forma de ver televisión o más en general apreciar contenidos audiovisuales, surge una nueva forma de difundirlo y comercializarlo, por lo que, el diseño de este contenido debe pensarse en función de las nuevas plataformas y medios de distribución. De hecho, aparecen interrogantes en base a los cambios o diferencias, por ejemplo: ¿cómo vender una programación que ya no tiene horario? Solo ese detalle ya transforma su concepción y producción (incluso desde el contenido) que es el contenido de un entorno local que ahora puede ser visto en todo el planeta a cualquier hora.

Hay que advertir también que ahora aparecen otros cuestionamientos. Por ejemplo: ¿cómo se logra posicionar el proyecto desarrollado para que esa visualización magnificada tenga lugar? -ya no es con el método convencional o conocido de los comerciales en TV, o la venta de las series y programas a canales de otros países-eso sigue sucediendo y funciona, pero hay nuevas herramientas.

Un ejemplo para ilustrar lo anterior es una profesora española (*Yunae*), casada con un norteamericano, que vive en Japón; ella se graba contando sus experiencias en ese país, videos que se desarrollan en castellano (con algo de inglés y japonés) y son vistos en diferentes partes del planeta; siendo una *youtuber* con poca audiencia (181.000 suscriptores) demuestra cuánto se puede maximizar el alcance del contenido actualmente con el equipo básico; situación que, como es de esperarse, las grandes marcas han explotado. Los *youtuber* o *influencer* con una comunidad más grande que *Yunae* son reclutados para la promoción de productos o contenido, asomando nuevas herramientas digitales y conceptos a tener en cuenta, como lo son el *Marketing Digital*, *Transmedia* y *SEO*, entre otras.

Hay que advertir aquí, "cómo las redes sociales han revolucionado el paradigma de la comunicación es una afirmación definitiva y necesaria para entender el panorama comunicativo actual." (Hidalgo y Saavedra, 2017). Las redes sociales junto con la llegada del *streaming* han permitido un nuevo modo de producir contenido y difundirlo de forma sencilla y accesible económicamente, ya que el *streaming*, siendo contenido que se disfruta a través de la Internet en tiempo real, permite la interacción y fácil acceso a diversidad de producciones, abriendo una ventana de infinidad de posibilidades. Uno de los más notorios cambios de la comunicación y

producción audiovisual se produjo con la aparición del fenómeno de los *youtubers*.

> El fenómeno se inició en 2007 en los EEUU. Tras antecedentes anteriores, fue Justine Ezarik la primera persona considerada *youtuber* de la historia de la plataforma. La chica subió a YouTube un vídeo repasando una factura telefónica de 300 páginas que le había llegado en el mismo mes en el que compró uno de los primeros iPhone de la historia. En diez días, el vídeo acumuló tres millones de reproducciones. A partir de ese momento, el fenómeno se fue extendiendo por todo el mundo. Cada vez fueron más los que se animaron, y finalmente YouTube creó un programa para reclutarles como parte importante de la plataforma. (Hidalgo y Saavedra, 2017)

Desde esa aparición se evolucionó a producciones más elaboradas encontrándose al alcance de una gran parte de la población la posibilidad de subir sus propios contenidos, que van desde clases universitarias, cursos, ponencias, tutoriales, recetas, entre muchos otros (producidos, emitidos y difundidos desde sus casas o aulas) sin necesidad de tener grandes equipos (tan solo una cámara, y a través de ellos exponiendo sus conocimientos u opiniones).

Evidentemente, existen desarrolladores que trabajan de forma más elaborada con un pequeño equipo de personas y que tienen acceso a equipo técnico que facilita la producción del mismo. Por ejemplo, pueden producir entre dos personas el registro de viajes (trabajo para el cual los programas de televisión emplearían más equipo y recursos). Lo más llamativo de este nuevo proceso es que se puede hacer contenido profesional desde casa con un equipo pequeño, es decir a distancia, se puede trabajar con personas de otros países haciendo que el contenido viaje kilómetros, o que cada uno de los participantes trabajen en equipo de

forma remota, siendo una pieza clave en la coyuntura social actual debido a la pandemia mundial.

Un claro ejemplo de este crecimiento y diversidad de contenido lo podemos ver en el *catálogo de youtubers* que aquí expondremos, el cual va desde modestos generadores de contenidos hasta los grandes movilizadores de masas y comunidades digitales. En el siguiente cuadro, podemos ver la cantidad de suscriptores que poseen dos *youtubers*, la representación gráfica personal para su identificación en internet (avatar), su trayectoria en el tiempo y nacionalidad:

Youtuber			
Avatar	Suscriptores	Años en la plataforma	Nacionalidad
elrubiusOMG	39.1 M	11	española

Youtuber			
Avatar	Suscriptores	Años en la plataforma	Nacionalidad
AuronPlay	26.1 M	11	española

Fuente: Propia (2020)

Los dos *youtubers* citados, ahora adultos, iniciaron hace 11 años en la plataforma, tan solo estando frente a una cámara comentando y mostrando su contenido. Esto generó que dentro del público de habla hispana de la comunidad de los jugadores de video juegos (llamada comunidad *gamer*), se transformaran en un hito, llegando al top de los *youtubers* a nivel mundial. Así, lograron mejorar e invertir en equipos, calidad de imagen y edición para sus videos, también, ser personalidades que viajan a convenciones y asisten a programas de televisión (a través de la producción que iniciaron y llevan adelante, ya sea solos o con un equipo mínimo de personas). Las sedes desde donde operan son sus hogares, desde los cuales, cubren las

3 etapas de la producción y, en tal caso, la última se realiza a través de montadores y editores contratados que trabajan desde sus casas, como ya llevan años haciendo empresas que contratan diseñadores, post-productores y animadores para tele-trabajar.

A continuación, podremos ver información básica de otros dos *youtubers*:

Youtuber			
Avatar	Suscriptores	Años en la plataforma	Nacionalidad
Luisito Comunica	34.5 M	8	mexicana

Youtuber			
Avatar	Suscriptores	Años en la plataforma	Nacionalidad
Coreano Vlogs	4.15 M	4	coreana (radicado en México)

Fuente: Propia (2020)

En este caso, *Luisito Comunica* inició solo, con su cámara entrevistando en la calle, siendo su centro de operaciones su domicilio. Con los años y la nueva adquisición de equipos mejoró la calidad, pero aun así, su producción sigue siendo casera (él, una cámara o un camarógrafo). A través de este formato de producción ha viajado por el mundo, relatando y registrando sus viajes a través de su canal en YouTube, que lo llevó a ser una personalidad reconocida dentro de la generación joven de habla hispana.

Un caso similar se dio con el joven coreano radicado en México (*Coreano Vlogs)* quién para mejorar su español inició con el ejercicio de abrir un canal en YouTube y así relatar su experiencia en ese nuevo país, apoyándose con un buen equipo técnico que fue adquiriendo con el tiempo. Comenzó

solo desde su hogar, cumpliendo con las tres etapas de la producción para realizar su contenido, de forma remota y sin experiencia en audiovisuales, luego realizó la divulgación del mismo, valiéndose de las facilidades que brindan las nuevas tecnologías.

Entrando en nuestro contexto, se unen a estos casos los siguientes *youtubers* de nacionalidad venezolana, y sus datos básicos se muestran a continuación:

Youtuber			
Avatar	Suscriptores	Años en la plataforma	Nacionalidad
Lele Pons	17.4 M	4	venezolana

Youtuber			
Avatar	Suscriptores	Años en la plataforma	Nacionalidad
The Donato	21 M	5	venezolano

Fuente: Propia (2020)

La actriz venezolana Lele Pons, radicada en los Estados Unidos, inició con un pequeño equipo a hacer contenidos, que luego subía a su canal en la plataforma YouTube, el cual giraba en torno a sus experiencias personales en un tono satírico. Pero lo importante de este caso no es el contenido en sí, sino el tipo de producción que inició con un grupo independiente, manejando los equipos más accesibles que le facilitaron la realización del producto sin requerir de una infraestructura como un canal o una gran productora. Por el estilo de su contenido y que mostraba un acabado de producto aceptable, fue visto a tales niveles como por ejemplo 180.932.139 de visualizaciones.

Actualmente, Lele sube producciones en su cuenta contando con el apoyo de una productora establecida, lo que la convierte en una persona fuerte dentro de la plataforma donde inició y en las demás redes también. Ella, sin una inversión millonaria, únicamente con un grupo de personas, tuvo acceso a equipos que le permitieron grabar el contenido y luego por medio de su canal en YouTube llegar a millones de personas, no solo en su área local; todo esto desde una zona cercana, con un horario flexible, permitiéndole desenvolverse de otra forma en la producción de sus audiovisuales e ir escalando hasta llegar a ser la segunda en el top de *youtubers* venezolanos y, en fin, hacerse toda una personalidad. En otras palabras, la calidad de la producción de esta joven, no se vio afectada por el hecho de no trabajar con los equipos ni los protocolos de un canal de televisión establecido.

Al caso anterior se le suma el joven venezolano The Donato, quien posee 21 millones de suscriptores, produciendo su contenido él solo, a diferencia de la anterior joven; éste producía en una habitación de su casa, con su dispositivo comentando y probando juegos (como los dos españoles más experimentados y con más años en la red, mencionados anteriormente), pero, con el pasar del tiempo mejoró su producción y calidad de imagen hasta llegar a varias de sus últimas publicaciones a tener eventos de juegos comentados a un nivel más elaborado (en estudio y con invitados).

Conviene hacer un inciso para comentar que la posibilidad de exponer contenido audiovisual también ha ido creciendo a través de la apertura en Internet de la red social Instagram. Beratz (2017) indica que:

> Los beneficios que brinda una plataforma como Instagram están relacionados con la capacidad de alcanzar una

> audiencia específica bajo un contexto y un código específico (la plataforma si bien posee variadas temáticas, no deja de ser un vertical en términos del código fotográfico).

En esta red social se facilita el *feedback*, la interacción con el público a través de los espacios que brinda esta herramienta, como la sección de los "estados" que permite crear la ilusión de una comunicación personalizada entre el dueño de la cuenta (o perfil) y el seguidor (su público). En este sentido, parte del acercamiento que se ha creado, lo consiguen los llamados *influencers*, que son personalidades con un uso activo en esta red, así son denominados por el mismo autor: "Son líderes de opinión y modelos a seguir, referentes. Los siguen porque tienen cierta popularidad en las redes y se sienten identificados porque sienten que los representan". En otras palabras, la gente los sigue en Instagram por identificación (como harían con sus artistas preferidos).

Tal parece ser de imparable este fenómeno de identificación en las redes, que varios de los *youtubers* practican la *transmedia* a través de Instagram (y viceversa, al igual que los usuarios de YouTube). Estas personalidades con influencia son usuarios que a través de su contenido han ido escalando hasta hacer de ésta su plataforma personal de comunicación con su público (operan con la producción audiovisual remota) sin ser grandes canales, pues es una producción casera o individual, se trata únicamente de tu dispositivo móvil y tú. Esto es lo que finalmente genera un nivel de intimidad y acercamiento, tan difícil de erradicar.

A modo ilustrativo de los números de seguidores que puede manejar un *influencer*, comparándolos con los de los citados *youtubers*, se expone en el cuadro siguiente los datos de una de las *influencers* reconocidas en nuestro país:

INFLUENCER			
Perfil	Seguidores	Años en la plataforma	Nacionalidad
Daniela Barranco	964 mil	4	venezolana

Fuente: Propia (2020)

La *influencer* Daniela Barranco está ubicada entre los primeros 100 *influencers* venezolanos. Con ella se repiten los casos ya descritos, donde sin grandes recursos invertidos en un principio (como los ameritaría un programa de televisión), sino solo con una cámara o su dispositivo telefónico muestra su contenido a nivel de redes sociales, sin pasar por los protocolos o filtros de la televisión, llevándola a ser toda una personalidad en Venezuela, hablando o haciendo parodias frente a una pantalla. Es aquí donde uno podría preguntarse ¿qué costo implica producir y difundir un contenido, para posicionarse con éste?

Por añadidura, hay que destacar que, todos los canales de TV en la actualidad abren cuentas, tanto en YouTube como en Instagram y Twitter, para la difusión interactiva de su línea editorial. En resumen, a nivel de producción, ambas plataformas la desarrollan de forma muy similar, por lo general de una manera práctica y puntual y con un manejo de la información que actualmente debe ser veloz y de impacto (además del contenido elaborado) que por lo general suele ser bien específico, pero aun así global, ya que, en estas plataformas se generan comunidades de seguidores identificándose con la personalidad o el contenido desarrollado.

Por otra parte, teniendo en cuenta que el contenido es específico y la comunicación o proyección del contenido se ha hecho personalizada en estas plataformas, el público objetivo es un dato de suma importancia a

tener presente, ya que, en función de éste se desarrollará el tipo de producción a aplicar. Es decir, el contenido por lo general es de entretenimiento y de carácter medianamente rápido, lo que no siempre permite llegar a la óptima calidad; pero, incluso dentro de estas redes (navegando) pueden encontrarse documentales y proyectos con estéticas elaboradas, con un acabado que, sin duda, lleva un poco más de tiempo y requiere más de una persona, pero aun así, no será un "batallón" de personas ni conllevará los tiempos que se puede llevar y que se manejan en una instalación establecida como lo es un canal de televisión.

De esta manera, puede inferirse como, producir un contenido especializado y como difundirlo, no es una tarea muy sencilla, pero, en función de lo que se quiera lograr es que se transformarán las etapas de la producción audiovisual.

Llegando a un estándar más elevado se encuentra lo nuevo, lo actual, o que está "en boga" en este momento: el paradigma Netflix; se trata de producciones de alto nivel, al cual se puede acceder y venderle una producción realizada -con el equipo apropiado tanto técnico como humano- desde los nuevos paradigmas de producción audiovisual; de esta manera, un contenido bien pensado puede llegar a optar a ser difundido en esta plataforma (o una similar), dando la posibilidad de que un contenido local se pueda ver de forma internacional (algo antes impensable); y es que realmente, pocas personas podían acceder a estos niveles, además de requerir grandes recursos para ello.

Mirando al pasado, Netflix es hoy lo que MTV fue en su época, un nuevo paradigma que cambió la concepción de un formato y la producción del mismo (en su momento, la televisión convencional por televisión por cable).

De este modo, hoy las plataformas como Netflix, llegaron para que podamos disfrutar de una galería de series y películas, personalizadas por algoritmos, y con otro esquema de tiempo (asincrónico).

Cuadro Nº 10. Propiedades e Incidentes de las entrevistas en profundidad de la Fase II, Categoría: Industria 4.0 Tecnologías

CATEGORIA	PROPIEDAD	INCIDENTE
Industria 4.0 Tecnologías	**Plataformas digitales**	*"...el uso de herramientas como Zoom... como JitsiMeet, como GoogleMeet, es decir, realmente diseñadas para video-llamadas, para video-conferencia, que se fueron adaptando a estas exigencias y necesidades para la producción. Se dio un uso exponencial a las "nubes" servicios como We-Transfer para enviar elementos audiovisuales que sirvieran para... justamente la posproducción".* **(PE1)** *"...las entrevistas, incluso las que se hacen por vía Skype, vía web, estas son las, digamos en grosso modo, las grandes tarea de este grupo de asignación".* **(PE2)**
	Mínimo equipamiento técnico y tecnológico y de comunicación	*"...sobre todo el perfil que tiene que desarrollarse a partir de este momento, que es un comunicador o un investigador que transversalice lo físico con lo digital preparado para realizar producción audiovisual con solo un móvil celular".* **(PE1)** *"...pueden contar, que pueden ser desde sus equipos personales como Smartphone, teléfonos".* **(PE2)**
	Conectividad	*"Porque si vamos a hacer uso de Zoom, se requiere megas, se requiere una buena conexión a Internet, un buen respaldo de ese material..."* **(PE1)**

		"…que se vaya a producir sea un documental, sea la noticia, sea un dramático... cine, independientemente de la producción audiovisual, sea promoción, Spot publicitario... sea para redes sociales... claro está aquí el internet es muy importante" **(PE2)**
	Producción Comunicaciones y social media	*"También hay que decir que cada vez más cobra fuerza las cápsulas informativas a través de redes sociales, lo que permite inclusive montar videos y mantener a un número importante de usuarios conectados con la programación que se realice desde estos formatos".* **(PE1)** *"…que están publicando en los diferentes entornos noticiosos llamase el Twitter, las redes sociales, lo que tienen las cadenas internacionales... Todo eso se maneja en el área de redacción..."* **(PE2)**

4.1.6.- Consideraciones sobre la producción audiovisual en Internet

La discusión sobre la disponibilidad y reproducibilidad de contenidos audiovisuales en la Internet pasa por considerar la evidencia de su poder cuantitativo, con respecto a la ya revisada complejidad logística y organizacional que comporta la creación de contenidos para televisión a la usanza clásica. Según los datos compilados por MBAOnLine.com (2011) hasta hace unos diez años y sólo en la plataforma Netflix eran vistos unos 22 millones de horas por día (casi un millón de horas de contenido por hora) de películas y series que antiguamente solo se podían ver mediante televisión por suscripción (cable) bajo condiciones limitadas. Lo que comenzó como una vista a contenidos ya producidos por la televisión

clásica, se convirtió en un hegemón cultural audiovisual y un modelo de negocio global con base cada vez mayor en la creación de contenidos propios, a la vuelta de diez años. Pero siguiendo con los datos de hace una década, la misma investigación indica que cada día eran subidas a la red social YouTube unas 864.000 horas de video nuevas, lo que equivale a más de 25 millones de horas de contenido audiovisual inédito al mes sólo en esta plataforma, en tiempos en los cuales el fenómeno de los *youtubers* no se había consolidado tal cual lo vemos hoy.

Ahora bien, no se trata de un asunto meramente numérico. Pues al profundizar el cambio cultural que la televisión por Internet ha significado, como en su momento la propia TV supuso a partir de su predecesor el cine, debemos comenzar por comprender el fenómeno televisivo desde la perspectiva de la industria cultural. Para continuar el análisis, nos valdremos de algunas consideraciones de Aguiar y Waldfogel (2017) afirmando de entrada que el intercambio comercial de productos y bienes culturales (para el caso con la televisión como plataforma) se considera tradicionalmente una función combinada entre leyes y tecnologías. Los números mencionados más arriba lo ratifican.

Ahora bien, si el tema es legal, considérese el caso de los distribuidores de contenidos digitales en Europa que no siempre están autorizados por las leyes de sus países a distribuir más allá de las fronteras de la propia UE. Esto representó en su momento una oportunidad para la TV por Internet desde la perspectiva de los Estados Unidos, siendo que en 2016 Netflix-USA anunció un agresivo plan de expansión hacia 243 países. Y este tipo de situaciones siempre ha llamado la atención de quienes critican la desventaja en la cual se encuentran los productos culturales y el patrimonio de los mercados y países pequeños o menos desarrollados.

Emerge por lo tanto la pregunta de qué es lo que en realidad está haciendo Netflix. Si por un lado es un hegemón cultural que distribuye la cultura de los Estados Unidos por 243 países, cosa que ni el cine ni la TV tradicionales pudieron hacer, o si más bien es una plataforma que facilita que los productos de países pequeños puedan ser distribuidos y visibles por lo menos en sus plataformas ya que ni su cine ni su TV pueden muchas veces salir de sus propias fronteras nacionales por los mecanismos de distribución tradicionales.

Sin embargo, Netflix sigue favoreciendo los contenidos creados en los EUA por sobre el resto de países en sus sistemas y métodos de selección y distribución. Las Imágenes 2 y 3 fueron tomadas del estudio de Aguiar y Waldfogel (2017) y se muestran a continuación:

J Cult Econ

Table 4 Works on Netflix by origin. *Source*: unogs.com

Origin	Number of movies	Number of series	Total
Argentina	94	16	110
Australia	198	56	254
Austria	31	1	32
Belgium	73	14	87
Brazil	84	15	99
Canada	559	162	721
China	90	5	95
Colombia	22	40	62
Denmark	139	11	150
Finland	30	10	40
France	851	77	928
Germany	356	45	401
Hong Kong	123	1	124
India	229	4	233
Ireland	55	11	66
Israel	34	3	37
Italy	209	11	220
Japan	535	206	741
Mexico	221	52	273
Norway	90	6	96
Other	718	70	788
Russia	39	0	39
South Korea	114	49	163
Spain	187	28	215
Sweden	90	17	107
Switzerland	32	2	34
Thailand	32	0	32
UK	1290	361	1651
USA	7804	916	8720
Total	14,390	2189	16,579

The table includes origin countries with at least 25 titles

Imagen 2. Cantidad de trabajos audiovisuales (series y películas) disponibles en Netflix por país (en el caso de los que tienen al menos 25 trabajos en la plataforma

De esta imagen es interesante observar lo limitada que es la presencia latinoamericana en el total general, y el interesante crecimiento que la producción de series ha tenido en un país vecino como Colombia, cuya televisión y cines tradicionales históricamente han tenido un alcance

limitado más allá del contexto justamente latinoamericano. Venezuela ni siquiera forma parte de la lista.

J Cult Econ

Table 3 Movies most widely available on Netflix, by origin. *Source*: unogs.com

Origin	Title	Number of countries	Number of IMDb users
Argentina	La Cienaga	53	3145
Australia	A 2nd Chance	243	314
Austria	The Counterfeiters	30	35,858
Belgium	Game Face	242	41
Brazil	City of God	56	513,391
Canada	My Little Pony: Equestria Girls	243	3409
China	Kung Fu Killer	90	4801
Colombia	Aluna	82	59
Czech Republic	The Rainbow Tribe	54	436
Denmark	Democrats	206	119
Finland	The Dudesons Movie	64	2780
France	Arthur 3: The War of the Two Worlds	78	5472
Germany	Capital C	233	141
Greece	Strella	11	2233
Hong Kong	Ip Man 2	103	63,780
India	Piku	221	13,677
Ireland	Life's a Breeze	58	682
Israel	Web Junkie	87	436
Italy	Bella Vita	196	69
Japan	Little Witch Academia	239	740
Mexico	Western	234	107
Nigeria	Fifty	109	55
Norway	Jo Nesbo's Headhunters	80	76,854
Poland	Joanna	35	225
Portugal	In Vanda's Room	11	792
Russia	Day Watch	46	29,895
South Korea	Oldboy	72	339,940
Spain	The Propaganda Game	184	1197
Sweden	The Best Intentions	46	2011
Switzerland	Tibetan Warrior	228	12
Thailand	Ong-Bak: The Thai Warrior	63	59,353
Turkey	Fort Bliss	47	1780
UK	Virunga	243	5609
USA	To Kill a Mockingbird	243	217,297

If a country has more than one movie available in the maximum number of Netflix countries, the table includes the movie with the most IMDb user ratings

Imagen 3. Películas con mayor disponibilidad en Netflix, según su origen

Se puede apreciar que un país en desventaja con respecto al número total de contenidos como Colombia, o incluso Argentina, en este caso se vale de la plataforma para que sus contenidos se puedan ver de cualquier modo en gran parte de países, con una ventaja porcentual respecto a los grandes distribuidores. Una película colombiana se puede ver en 82 países a nivel mundial (algo que su cine y su TV tradicionales nunca hubiesen logrado) es decir, en el 33% por ciento de países a los que llega una película de los EUA (que son 243, representando el mayor alcance) a pesar de que los EUA disponen de 8.720 contenidos contra apenas 62 que ha logrado colocar Colombia. Se sigue que la distribución del contenido audiovisual mediante la Internet, siguiendo cierta lógica, compensa las dificultades cuantitativas de producción que pueden tener los mercados y países menos desarrollados.

Ahora bien, en el caso de Netflix estamos hablando de una plataforma que no es única, sino que forma parte de una pléyade de empresas y plataformas de *streaming*, lo cual ya es un modelo no solo de negocio sino cultural de importancia a nivel mundial, al punto que las empresas que originalmente nacieron básicamente para distribuir (caso Amazon, HBO, Google Play y el propio Netflix) se han convertido en grandes productoras. Ello se muestra en la Imagen 4, de la cual se pueden extraer interesantes ideas. Por ejemplo, el nivel de volumen de movimiento de contenidos específicamente creados con una estructura más parecida a la usanza clásica (guion, argumento, escenografía, etc) y que no son los audiovisuales al estilo de los *youtubers* o *influencers* de Instagram, es cuantitativamente avasallante con respecto a los medios de distribución tradicionales de la telvisión en nuestros países. Por otro lado, la tasa de renovación de contenidos es muy importante, pero el contenido en sí mismo no se agota por cuanto queda en la plataforma y se puede distribuir muchas veces de

forma asíncrona. En este sentido, debe entenderse que la televisión venezolana que en su momento creció a partir del soporte estatal, redujo considerablemente su tasa de renovación de contenidos.

Table 7 Exclusive content on US streaming platforms

Platform	Total movies	Total series	Exclusive movies	Exclusive series
Amazon Instant	32,019	3302	7033	637
Amazon Prime	7068	197	199	10
Crackle	144	0	8	0
Fandor	4282	0	2575	0
Google Play	10,966	697	513	10
HBO Now	590	66	142	9
MUBI	28	0	13	0
Netflix	4236	671	648	136
PlayStation	11,290	1452	168	27
SHO	337	35	28	7
VUDU	16,320	1722	651	21
Xbox	16,891	2215	363	72
Epix	2587	0	511	0
Hulu	2773	1506	505	665
Hulu+	1593	517	613	77
iTunes	16,590	2197	1448	134
Realeyz	295	0	200	0
Universe	45,238	5023		

Calculated from `Justwatch.com` in October 2015

Imagen 4. Contenidos exclusivos en las plataformas *streaming* de los EUA

Se apunta a la creación de contenidos exclusivos para las plataformas, cada uno de los cuales tendrá características propias asociadas a las ventajas de distribución que cada una ofrece, sin dejar de ser televisión a la carta. Conviene señalar que, si bien el paradigma es televisivo, este tipo de contenidos se caracteriza por la convertibilidad, es decir por las posibilidades que tiene de ser distribuido y apreciado en diversidad de dispositivos (monitores, laptops, celulares, tabletas y por supuesto salas de cine).

Es muy importante resaltar que el alcance de este modelo televisivo se basa en una visión holística e integrada de la tecnología como elemento cultural. Esto se comienza a comprender cuando se asume que Netflix es en realidad un conglomerado productor, receptor y distribuidor de base tecnológica. Siguiendo a Lobato (2009) se afirma que Netflix cumple con una serie de roles específicos, dentro de los cuales pueden reconocerse: "ser plataforma de video, distribuidor audiovisual, compañía de tecnología, cadena de televisión, sistema de software, corporación mediática global, industria cultural, estilo de vida, negocio de *big-data*, modo de consumo mediático e incluso, un ritual". Es decir, tiene un modelo que a todas luces evolucionó hacia la búsqueda de la hegemonía cultural, teniendo para el año 2019 (según sus propias estadísticas) 158 millones de usuarios en más de 190 países.

Ahora bien, es muy importante reconocer que la convergencia mediática sobrevenida del propio fenómeno *in streaming* no supone algo estrictamente tecnológico, pues más bien (siguiendo a Jenkins, 2008) se trata de un modelo basado en una "dimensión cultural significativa" porque se sustenta en la alteración de las formas de consumo y del concepto propio de usuario que en efecto consume, a lo cual contribuye una elaborada planificación de los flujos de contenido, todo ello para satisfacer a una audiencia cada vez más exigente y empoderada, además de creciente. Puede afirmarse incluso que se ha venido desviando el poder de grandes estudios audiovisuales y casas productoras, que han dejado de tener una posición hegemónica en el negocio audiovisual, y también es muy importante reconocer la incidencia que esto ha tenido en la merma de audiencias de televisoras estatales a todo nivel.

Sin embargo, este alcance global y todo el peso corporativo de los conglomerados dedicados al *streaming*, no ha limitado la visión del crecimiento hacia los mercados aparentemente pequeños y que ciertamente esperan ver en la mayoría de los casos contenidos que los reflejen más y sean menos un espejo de la visión *americanizante* de la televisión. Por lo menos Netflix así lo ha entendido por cuanto ha incrementado su participación en co-producciones para las cuales se asocia con productores y creativos locales al margen de la gran industria, insertándolos en el mercado global y de estas coproducciones cada vez más son en lengua no-inglesa. Es decir, Netflix ha venido asumiendo los conceptos de "proximidad cultural" (Straubhaar, 2003). Esto quiere decir que la globalización y el funcionamiento mundial de los promotores de contenido audiovisuales se mantiene en acción y movimiento, pero las nuevas audiencias digitales, más localizadas y estratificadas, siguen demandando aspectos propios de las audiencias tradicionales televisivos, como son los contenidos cercanos, y por lo menos identificables y comprensibles, y también caracterizados por una proximidad cultural que garantice la conexión adecuada entre contenidos y percepción y recepción en las audiencias, lo cual no significa que carezcan de interés para el resto de las audiencias en el resto del mundo.

Lo anterior, a la luz de un modelo que sin duda ha sido exitoso en especial por su base en el conocimiento y la tecnología, da paso a la posibilidad de afirmar nuevamente que la televisión tradicional ha privilegiado por años a las grandes audiencias. Sin embargo, una nueva forma de entender el entretenimiento ha venido surgiendo a contrapelo en beneficio de los públicos minoritarios, y empieza a operar en Internet. El éxito de este modelo anuncia quizá la televisión por venir, y este signo en el cielo no debemos perderlo de vista. La comprensión de este modelo arranca por

reconocer que la apuesta con base en la Internet es la de sustituir el modelo de televisión tradicional por otro, el cual se estructura a partir de los valores comportamientos de la generación de Internet. Esto es, que en lugar de alimentar una presumible “identidad colectiva” con un contenido que atraiga a grandes audiencias, los actuales líderes de la TV por *streaming* se han imaginado una cultura unida por gustos compartidos, más que por horas arbitrarias de emisión.

Ahora bien, lo anterior debe tener un tratamiento cuidadoso, que evite caer en un entusiasmo precipitado hacia la TV por Internet, partiendo de los números. Citamos a Wu (2014) quien con acierto precisa:

> Vemos tantas caras pegadas a computadoras, tabletas y celulares que se podría pensar que la gente ve menos televisión que antes. Sería un error. De acuerdo con los *Nielsen ratings* los estadounidenses ven en promedio casi cinco horas de televisión al día, una cifra superior a la de los años noventa. Eso significa unas treinta y cuatro horas a la semana, y alrededor de mil ochocientas horas al año, más de lo que trabaja un francés en promedio. Una buena parte del tiempo todavía se pasa frente a una televisión normal, viendo programas en vivo o grabados. Dos décadas después de la revolución de internet, a pesar de los retos económicos y las mejoras cosméticas, el antiguo régimen sobrevive y sigue siendo no solo el medio dominante, sino también uno de los más inmutables (p.11)

Hemos podido reflexionar que en Internet (tanto para la TV *streaming* como para las redes sociales y su ecosistema de influenciadores) la gente es mucho más leal a sus intereses, obsesiones, localizaciones y emocionalidad que a una programación impuesta desde fuera. En efecto, muchos pueden acabar viendo las mismas cosas que los demás, pero no necesariamente al mismo tiempo, como siempre buscó la TV tradicional e

inlcuso el cine; esto en la Internet tiene lugar de una manera incremental, y es donde entran en juego algoritmos de recomendación y apoyos personales en tuits, estados de Facebook y correos electrónicos. El mismo autor nos recuerda que:

> El contenido nuevo es como una avalancha de nieve, parte de la cual se deshace, parte de la cual se endurece y va acumulando gradualmente más. Los Premios de la Música de YouTube pueden haber sido un fallido acontecimiento en directo, pero en dos semanas la producción había alcanzado tres millones y medio de reproducciones (Wu, 2014)

Para cerrar las presentes consideraciones sobre el fenómeno de la televisión por Internet y sus posibilidades, dentro de lo que corresponde al alcance de este proyecto de investigación donde se considera el pivote tecnológico a los fines de potenciar nuevas modalidades de producción para televisión, consideremos las afirmaciones de Uribe-Jongbloed (2016):

> Desde su planteamiento en la década de 1960, McLuhan (1994) nos llevó a reflexionar sobre la plataforma tecnológica como determinante de una relación particular de la sociedad con las realidades a las cuales se estaba expuesto. De manera similar, Postman (1985) años después nos hacía reconocer que la televisión determinaba que los debates políticos se transformaran en una escenificación del debate como superior a su contenido argumentativo. Estilo sobre sustancia. O mejor aún, medio sobre sustancia. Porque todo lo digno de ser relevante existe en televisión y, por tanto, todo lo que aparece en televisión es relevante.

De lo anterior se sigue que la relevancia del contenido que se expone en la televisión, a la luz de lo que se ha venido trabajando y exponiendo, empieza a operar a partir del desplazamiento de los ejes de sustentación de los responsables de la producción del contenido. Esto implica que cada vez

más personas, colectivos, instancias, conglomerados pueden ofrecer contenidos de tipo televisivo valiéndose de la Internet, y a la vez las audiencias o usuarios de estos contenidos tenderán a ser más segmentadas, pero también más apegadas a cierto tipo de contenidos que los identifiquen desde la esfera local, o emocional, manteniéndose la idea de relevancia en cuanto al interés que comporta el hecho de diseñar, producir y compartir un determinado contenido mediante plataformas convencionales o tradicionales de más difícil acceso.

Cuadro 11. Categorías iniciales y propiedades resultantes de la Fase II: Valoración del teletrabajo en el entorno socio-político venezolano

CATEGORÍAS	DEFINICIÓN	PROPIEDADES
Naturaleza del teletrabajo	El teletrabajo es una forma flexible de organización del trabajo que consiste en el desempeño de la actividad profesional sin la presencia física del trabajador en la empresa durante una parte importante de su horario laboral. Engloba una amplia gama de actividades y puede realizarse a tiempo completo o parcial. La actividad profesional en el teletrabajo implica el uso permanente de algún medio de telecomunicación para el contacto entre el	➢ Alcance del teletrabajo ➢ Origen del teletrabajo

	teletrabajador y la empresa	
Condiciones para el teletrabajo	El teletrabajo modifica la organización y los métodos con los que tradicionalmente se relacionaba el trabajador con su puesto de trabajo y el patrono, sin desmejorar su condición y a beneficio de ambas partes. Es una característica esencial el uso de las TIC	➢ Condiciones para el teletrabajo ➢ Salud laboral en el teletrabajo
Riesgos asociados al teletrabajo	Bajo la consideración de las desventajas como menores a las ventajas del teletrabajo, se reconoce que toda actividad laboral comporta riesgos, que son condiciones reconocidas o emergentes cuya materialización comporta un impacto no deseado en el desempeño laboral y que pueden afectar tanto la salud del trabajador como la propia relación de dependencia laboral o el producto del trabajo	➢ Riesgos asociados
Marcos regulatorios	Se entiende por legislación laboral a aquel conjunto de leyes y normas que tienen por objetivo regularizar las actividades laborales, ya	➢ Marcos regulatorios ➢ Organización laboral y sindical

	sea en lo que respecta a los derechos del trabajador, como también a sus obligaciones y lo mismo para el empleador. La misma estará contenida en el estatuto de los trabajadores donde se plasman cada una de las condiciones a cumplir y respetar por parte del trabajador, el empleador y el Estado, que también tiene su parte en esto, especialmente en lo que corresponde a velar porque esta normativa se cumpla de manera conforme.	
Potencial del teletrabajo	A primera vista, pareciera que esta modalidad de trabajo favorece más al trabajador que a los patronos, pero se ha comenzado a observar un cambio en la mentalidad de muchos patronos y patronas, que empiezan a ver el teletrabajo como una forma de ahorro importante en los costos de producción; así como también la percepción de muchos trabajadores de que esta modalidad laboral mejora su calidad de vida	➢ Potencial del teletrabajo ➢ Formación para el teletrabajo

Fuente: Propia (2020)

4.1.7.- Consideraciones sobre el teletrabajo desde el punto de vista legal y posibles relaciones con el campo de la producción audiovisual

El brote masivo del virus COVID-19 nos enfrenta a un reto humanitario de escala planetaria, ya que nos sitúa frente a una crisis comparable con la Segunda Guerra Mundial del siglo pasado.

La escala global de la pandemia, y la gran imprevisibilidad de las situaciones que ha generado, hace difícil tomar decisiones para encarar los desafíos que surgen de cada nuevo escenario. La buena noticia es que ha quedado demostrado, en el transcurso de los pasados seis meses, que las organizaciones que tomaron la crisis como una oportunidad de reinventarse, han logrado generar una fase de recuperación, e incluso de estabilización y crecimiento, para beneficio de dichas organizaciones.

El primer paso es reconocer la crisis como tal y, a partir de allí, comenzar a originar las respuestas, de la que surgirán algunos cambios temporales y otros permanentes (que llegarán para quedarse) una vez que la crisis haya pasado.

El coronavirus ha puesto en jaque a la industria del entretenimiento. Todos los eslabones de la cadena se han visto severamente afectados: cancelación de proyectos y suspensión de rodajes de películas; así como también retraso en el estreno de producciones cinematográficas, debido a las dificultades para proyectar dichos filmes de la forma habitual en teatros y cines; e incluso la postergación de festivales y encuentros de negocios, donde se muestra y comercializa la producción audiovisual de todo el planeta, hasta lograr que sean seguras las reuniones públicas.

Por lo pronto, algunos segmentos de la industria se están adaptando. Festivales y *tradeshows* han evolucionado en formato y dinámica, proponiendo alternativas innovadoras basadas en la tecnología. Lejos de desaparecer, estos eventos ofrecen ahora una multiplicación y segmentación de la oferta. Pero lo que nadie imaginaba es que esta fase de la industria pudiera restablecerse tan rápidamente y por causa de un elemento externo a la propia dinámica del negocio.

La misma óptica puede aplicarse al segmento de los estrenos cinematográficos. Se puede predecir que habrá dificultades para poner a disposición del público algunas producciones, por lo que, gracias al gran crecimiento del *streaming*, el enlatado dominará en todas las pantallas. Sin duda, una opción en estos tiempos de pandemia. Estar en casa, de por sí, incrementa el consumo de las plataformas en línea, y aumenta el encendido de los canales de señal abierta. La cuarentena obligatoria en muchos países está dándole a la televisión tradicional incrementos de audiencias de casi setenta por ciento (70%). Esta es una oportunidad para la televisión pública, sin lugar a dudas, para crecer en usuarios y audiencia.

Lo que es innegable es que el área donde se ha visto más afectada la industria, es la de producción de obras audiovisuales. Se ha paralizado la realización de programas en vivo, eventos deportivos, producciones originales de ficción o documentales, shows musicales y otros espectáculos, lo que ha impactado en la economía de talentos y productoras en todo el orbe.

La situación es propicia para nuevas ideas. El ritmo lo marcará el día a día, ya que no sabemos concretamente hacia dónde va esta coyuntura. Agustín Sacanell, director creativo de la Televisión Pública Argentina, precisa:

"*Vemos una industria muy predispuesta a continuar trabajando con ayuda de la tecnología. Es un momento súper importante en términos introspectivos. Nuestro foco es ajustar equipos y discutir lo que muchas veces no se puede por la propia dinámica de las producciones. Nos concentramos en capacitarnos y ser mejores*".

Esta solución debe ser a corto plazo. Paralización e introspección no pueden durar para siempre. El entretenimiento sigue siendo uno de los negocios más rentables, y los engranajes deben seguir moviéndose. Hay una demanda muy fuerte de contenidos y una audiencia ávida, lo que hace posible prever que, a partir los primeros días del año próximo, será necesario producir nuevo material audiovisual. Catalina Porto, gerente ejecutiva de la productora Caracol TV (Colombia), que tiene dos mil empleados y genera más de siete mil empleos indirectos, expresa: "*Estaremos monitoreando la situación muy de cerca para poder volver a la normalidad, y afectando lo menos posible, porque ante todo están nuestros trabajadores, el talento y sus familias*".

Talento humano y tecnología se presentan como los términos clave en la actual coyuntura, donde debemos guardar las distancias.

Algunas de las más importantes consultoras estratégicas del mundo, entre ellas McKinsey & Company, han identificado algunos de los temas que deben ser parte de la agenda de cualquier organización a partir de finales de este año. En primer lugar, debe diseñarse un plan exhaustivo antes de regresar a la actividad. Este plan debe prever los aspectos sanitarios y regulatorios antes de ocuparse de los de producción propiamente dichos; tales como cuáles actividades deben reactivarse primero y qué segmentos deben priorizarse. Contar con este esquema constituirá una guía de gran

valor para acortar los tiempos de readaptación y retornar de forma eficiente a los niveles de actividad previos.

Parte importante de la planificación a nivel sanitario, tiene que ver con la protección de los trabajadores. La llamada nueva normalidad trajo consigo un cambio en la percepción de qué se considera un trabajo de riesgo. Hace unos meses, difícilmente pensaríamos que ser cajero podía ser una ocupación riesgosa y hoy, probablemente, lo sea. Por tal motivo, es necesario identificar hitos que indiquen en qué áreas es seguro volver a trabajar e incluirlos en el detallado plan de reinicio.

Otro aspecto importante a tomar en cuenta en la elaboración de este plan sanitario, es repasar la agenda digital. A partir del día 30 de abril de 1993, fecha en que la internet pasó al dominio público, la informática se incorporó a nuestras actividades cotidianas y surgieron nuevas oportunidades para el sector trabajador. Dentro de esta perspectiva, las redes telemáticas y tecnologías emergentes de información han contribuido al desarrollo de la dinámica laboral, expandiendo los servicios que ofrece la sociedad de la información.

La digitalización se está acelerando en todas las áreas del trabajo. En este contexto, aparece en escena el teletrabajo.

Esta nueva modalidad de empleo es consecuencia directa de los cambios en la gestión del talento humano, basados en las comunicaciones a distancia y las nuevas tecnologías de la información. Esto ha traído consigo transformaciones muy importantes con respecto al empleo, la contratación y las formas que adopta la relación laboral.

El derecho, como regulador de relaciones sociales, debe ser un permanente observador de la sociedad para apreciar los fenómenos que en ella se dan y reconocer cuáles requieren de su intervención. Sin lugar a dudas, el derecho se ha visto influenciado por esta realidad tecnológica y por todos los cambios e innovaciones que ella ha generado. Algunos de esos temas han sido tratados por el legislador venezolano en normativa especial, como la Ley de Mensajes de Datos y Firmas Electrónicas, que regula la validez probatoria de los documentos electrónicos.

En este orden de ideas, el objetivo es determinar si el teletrabajo se configura como relación laboral legítima bajo el imperio del derecho venezolano. Para este fin investigamos el desarrollo histórico que ha tenido el teletrabajo en otras partes del mundo, así como su evolución legislativa. Con respecto al tema normativo, nos centraremos particularmente en la experiencia de la Unión Europea, por ser más afín a nuestro sistema legal que los sistemas anglosajones o escandinavos. En América Latina repasaremos la legislación de la Argentina y de nuestro país vecino, Colombia, para comparar si el teletrabajo puede ser enmarcado dentro del derecho laboral venezolano y merece ser regulado por éste, como alternativa de flexibilización laboral.

Finalmente trataremos la manera de cómo incorporar esta nueva forma de organización del trabajo a la actividad de la producción de obras audiovisuales.

1. Historia del teletrabajo

Se puede decir que la primera aparición de la idea del teletrabajo obedeció a un estudio de cibernética publicado por el matemático Norbert Wiener en

1965, donde señalaba la posibilidad de realizar un trabajo a distancia con la ayuda de la telecomunicación y la informática. El término teletrabajo propiamente dicho fue utilizado por primera vez por el físico de la NASA Jack Nilles, quien, en 1973, en medio de la crisis energética producida en Estados Unidos por el embargo petrolero de los países exportadores árabes, señaló que "*si uno de cada siete trabajadores no tuviera que desplazarse a su sitio de trabajo, Estados Unidos no tendría la necesidad de importar petróleo*".

En aquel entonces se hablaba de *telecommuting*. El término no encierra todo lo que hoy en día puede entenderse por éste, ya que la palabra se acuñó en un contexto histórico en el que era más importante el ahorro de combustible que una nueva modalidad de trabajo. La traducción literal de la palabra muestra mucho de esta necesidad, ya que sería algo así como "teledesplazamiento", y se refería a la sustitución de los desplazamientos al trabajo gracias a las telecomunicaciones.

Es importante señalar que la aparición del término y de la idea coinciden con una crisis global, tal como en nuestros días se plantea el concepto del teletrabajo como una alternativa de flexibilización laboral para superar la crisis planetaria actual.

Aunque la propuesta de Jack Nilles tuvo eco en la palestra pública, generaba escepticismo por la precariedad de los sistemas de telecomunicaciones y almacenamiento de información que existían en la época. A pesar de esas limitaciones, algunas compañías estadounidenses, como IBM, American Express o General Electric, se lanzaron a experimentar con el trabajo remoto en los ochenta. Una década más tarde, con la masificación del computador personal y la expansión del servicio de internet, el teletrabajo empezó a

considerarse como una alternativa viable al trabajo presencial. Incluso, algunos gobiernos comenzaron a implementarlo en sus operaciones y promoverlo como parte de los planes para fomentar la desconcentración administrativa.

Ahora bien, la evolución del teletrabajo no es homogénea a nivel mundial. Se ha desarrollado principalmente en Estados Unidos y Europa. Avanzado el siglo XXI, la mayoría de las fuentes estadísticas señalan que el mayor índice de ocupación en teletrabajo se encuentra en países escandinavos, como Finlandia, donde el diecisiete por ciento (17%) de la población ejerce el teletrabajo. Otras fuentes señalan que se ha expandido más en los Estados Unidos y países anglosajones. Las cifras se sitúan en treinta y tres millones de teletrabajadores para el país norteamericano, y diez millones para el Reino Unido, en el año 2010.

Con respecto a la legislación, la Unión Europea ha desarrollado a partir del año 2002 un conjunto normativo que regula el tema del teletrabajo dentro de su jurisdicción, cuya sencillez y aplicabilidad a nuestra realidad merece que examinemos más adelante.

2. Concepto de teletrabajo

Existen varias definiciones de teletrabajo. Cristina Civit y Monserrat March en su libro *Implantación del Teletrabajo en la Empresa* han recopilado algunas definiciones que se han dado sobre el tema. Algunas de las citadas en dicha obra son las siguientes:

> El teletrabajo es una forma flexible de organización del trabajo que consiste en el desempeño de la actividad

> profesional sin la presencia física del trabajador en la empresa durante una parte importante de su horario laboral. Engloba una amplia gama de actividades y puede realizarse a tiempo completo o parcial. La actividad profesional en el teletrabajo implica el uso permanente de algún medio de telecomunicación para el contacto entre el teletrabajador y la empresa. (Gray, Hodson y Gordon. *El Teletrabajo*, 1995).

> Una forma de organizar el trabajo de manera que éste se realiza, con ayuda de las tecnologías de la información y las comunicaciones, en un lugar distinto y alejado de las oficinas centrales o de las instalaciones de producción. (Teletrabajo: algo más que una forma de trabajar: http://www.arrafis.es/fiap/revista0.html).

De las anteriores definiciones podemos concluir que estos autores concuerdan en que el teletrabajo es una forma de organización laboral, que implica la prestación del servicio en un lugar distinto a las oficinas o sede de la producción del patrono y utiliza como herramienta fundamental las tecnologías de la información.

Según esta línea de pensamiento, el teletrabajo invierte la dinámica tradicional del hecho laboral: es enviar el trabajo al trabajador, en lugar de enviar el trabajador al trabajo. Es la sustitución parcial o total del desplazamiento, hacia y desde el lugar de trabajo, por medio de las tecnologías de información y comunicación (TIC), lo que implica cambios asociados en la política, la organización, la dirección y la estructura laboral, que veremos posteriormente en este trabajo.

En el ámbito jurídico, tenemos dos definiciones que recogen muchas de las nociones que hemos comentado. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) define teletrabajo como: "*Una forma de trabajo en la cual: a) el mismo se realiza en una ubicación alejada de una oficina central o instalaciones de*

producción, separando así al trabajador del contacto personal con colegas de trabajo que estén en esa oficina y, b) la nueva tecnología hace posible esta separación facilitando la comunicación". (Citado en Vittorio Di Martino, 2004).

En la legislación colombiana, el teletrabajo se encuentra definido en la Ley 1221 de 2008 como: "*Una forma de organización laboral, que consiste en el desempeño de actividades remuneradas o prestación de servicios a terceros utilizando como soporte las tecnologías de la información y comunicación (TIC) para el contacto entre el trabajador y la empresa, sin requerirse la presencia física del trabajador en un sitio especifico de trabajo*". (Artículo 2, Ley 1221 de 2008).

3. Definición de teletrabajador

Definida la actividad, ahora debemos definir el individuo que la ejerce.

Algunos estudiosos pretenden identificar, o al menos asemejar, la figura del teletrabajador con el trabajador a domicilio. Esta noción se ha extendido entre algunos juristas y abogados de Venezuela, basados en las normas contenidas en el Capítulo III del Título IV de la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT), las cuales lo definen, en el artículo 209, como la persona que realiza un trabajo remunerado, bajo dependencia de uno o más patronos, desde su hogar o casa de habitación. En nuestro criterio, son sujetos totalmente diferentes y las normas del Capítulo III del Título IV de la LOTTT no son aplicables al teletrabajo. Para sostener este criterio, recurriremos una vez más a la historia.

El desarrollo de la sociedad de consumo surgido a partir de la segunda mitad del siglo XX, generó una mayor variedad de profesiones y oficios, permitiendo el crecimiento de la clase media urbana. El mercado laboral se diversificó y estratificó como nunca. Sin embargo, la mayoría de los trabajadores seguían teniendo algo en común: trabajaban fuera de casa. Unos salían de sus viviendas para ir a las fábricas o a las explotaciones industriales, y otros se trasladaban al centro de las ciudades, donde se ubicaban las oficinas y los establecimientos comerciales. Fuera de este sistema quedaron pocos, la mayoría eran pequeños comerciantes o profesionales liberales (artistas, abogados, médicos, arquitectos), que tenían el taller, la tienda o el despacho en su vivienda. También permanecieron fuera algunos asalariados que tradicionalmente habían residido en su lugar de trabajo, como conserjes, trabajadores domésticos, choferes o porteros de edificios. Pero a ninguna de estas personas se le podía considerar trabajadores a domicilio.

El antecedente histórico del trabajo a domicilio surgió de quienes habitaban, la mayor parte del tiempo, los hogares occidentales de la segunda mitad del siglo XX: las amas de casa. Algunas, ya fuera por necesidad o interés de mejorar sus ingresos, decidieron compaginar sus labores hogareñas con trabajos remunerados. Las ocupaciones más habituales tenían que ver con sus propias habilidades domésticas: coser y planchar, principalmente. Otras implicaban algún tipo de habilidad diferente: mecanografía, peluquería, clases particulares, entre otras. La mayoría eran trabajos esporádicos, practicados al margen del mercado formal de trabajo. También apareció un tipo de empleo muy popular, y bastante precario, que aún sigue vigente: el de las manualidades: patronos que pagan a trabajadores para que, desde sus casas, muchas veces con colaboración del grupo familiar, ensamblen bisutería, armen bolígrafos, metan cartas en sobres, o monten cajas, como

las de pizza que aparecen en la reciente película ganadora del Oscar, *Parásitos* (Bong Joon-ho, 2019).

En este contexto doméstico surgió otro método de autoempleo: la venta desde casa**.** Empresas como la popular Tupperware implementaron con gran éxito un sistema de ventas por demostración, articulado a través de las conocidas reuniones organizadas por una "anfitriona" en su casa, donde presentaba y vendía los productos a su círculo social. Aunque en la actualidad la figura de la "anfitriona" se ha desligado de la vendedora, en los inicios solían ser la misma persona.

La primera consideración que nos ocupa, luego de repasar esta historia reciente, es que, si bien el teletrabajo permite al trabajador hacer sus tareas desde la casa, no se trata de un contrato de trabajo a domicilio. Hay dos elementos distintivos fácilmente identificables: en primer lugar, el trabajador debe prestar un servicio personal (excluyéndose al grupo familiar del trabajador) que responde a instrucciones dadas por un patrono y no varios; y en segundo lugar, esa interacción entre el trabajador y el patrono debe darse por medio de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), no sólo desde la casa del trabajador sino desde cualquier otro sitio, incluso fuera del país sede de las oficinas o instalaciones de producción del patrono.

La legislación colombiana no hace estas distinciones en su definición de teletrabajador (Ley 1221 de 2008): "*Persona que desempeña actividades laborales a través de tecnologías de la información y la comunicación por fuera de la empresa a la que presta sus servicios*". Sin embargo, esta definición genérica tampoco vincula al teletrabajador con el trabajador a domicilio.

Pensamos que, en la futura legislación especial que sobre la materia deberá dictarse en Venezuela, sería indispensable hacer la distinción entre ambas figuras jurídicas.

4. Elementos que configuran el teletrabajo

Para establecer un criterio que nos permita encuadrar jurídicamente la figura del teletrabajo, debemos identificar los elementos que lo conforman.

En primer término, es necesario destacar que el uso de las TIC no ha sido ajeno a otras modalidades de trabajo que se realizan a distancia. Ello hace necesario establecer los límites que contribuyen a modelar la idea de teletrabajo. Según Miguel Pesquer Poch; Albert Agustino y Guilayn y otros (*Derecho y nuevas tecnologías*, 2005, pag. 209-211), podemos encontrar los siguientes elementos:

a) El teletrabajo es una labor que se realiza fuera del lugar normal de trabajo; lo cual implica que el trabajador no se encuentra físicamente vinculado a su centro de trabajo en la totalidad del tiempo que cumple con sus obligaciones contractuales. Esto lo diferencia claramente del trabajo a domicilio, donde el centro de las actividades se circunscribe al hogar del trabajador. Para el teletrabajo no hay lugar específico o determinado. Este puede variar sin restricciones.

b) El teletrabajo implica el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC); pues la participación del trabajador en el proceso productivo se realiza mediante el uso y soporte de las **TIC**. Esta es una característica esencial.

c) El teletrabajo significa que las labores se organizan de manera diferente. Este elemento ayuda a diferenciar al teletrabajo de otros sistemas de empleo, aun cuando cumplan con las variables anteriores. Como hemos referido, existen labores que se realizan fuera de centros de trabajo específicos y con apoyo de las tecnologías de la información y comunicación (TIC). Sin embargo, el teletrabajo modifica la organización y los métodos con los que tradicionalmente se relacionaba el trabajador con su puesto de trabajo y el patrono, sin desmejorar su condición y a beneficio de ambas partes.

Es importante, reiteramos, que estas distinciones queden asentadas en la futura ley especial venezolana que regule la materia. Debe quedar claro que este distanciamiento, en términos físicos, no es una sustracción del trabajador de su ambiente laboral para obligarlo, en su perjuicio, a adoptar modelos de contratación basados en el trabajo a domicilio, o tercerización, con la consecuente pérdida de sus derechos.

Como consecuencia de lo anteriormente expuesto, el trabajador debe expresar claramente su voluntad de teletrabajar y de ninguna manera esta situación debe ser irreversible, de tal manera que desmejore su condición.

En todo caso, deberán respetarse las normas contenida en los artículos 22 y 24 de la LOTTT con respecto a la prevalencia de la realidad sobre las formas o apariencias, en la interpretación y aplicación correcta de las leyes laborales y seguridad social.

5. Ventajas del teletrabajo

Un sistema novedoso de trabajo siempre provoca naturales resistencias. La mayoría de las personas e instituciones que participan en la producción y distribución de bienes y servicios, suelen ser conservadoras y reacias a transformarse. Pero la realidad suele ser dura e imprevista (más aún en los tiempos que estamos viviendo) y no hay otra manera de prevalecer sino adaptándose a la nueva normalidad.

A primera vista, pareciera que esta modalidad de trabajo favorece más al trabajador que a los patronos. Es así que algunas organizaciones patronales se han opuesto a esta figura, o intentado disfrazarla con alguna prexistente, como hemos referido en capítulos anteriores al tratar el trabajo a domicilio, y otras que explicaremos más adelante en las modalidades de teletrabajo.

Además, también cierto número de trabajadores no están plenamente convencidos de sus beneficios, especialmente aquellos que prefieren la forma tradicional de trabajo en razón de su interacción social. Esa preferencia de trabajar en la forma tradicional podría tener relación con la edad del trabajador. Por regla general, es natural que una persona que comienza su vida laboral quiera experimentar el trabajo en la forma tradicional, es decir, aquel que exige un desplazamiento a un sitio de trabajo determinado, porque entiende que es un lugar para desarrollar sus relaciones interpersonales; en cambio, a una persona que ya lleva un camino recorrido en la vida laboral, le parecerá una muy buena idea poder desarrollar su trabajo desde la casa, toda vez que uno de sus intereses principales ya no es el de conocer gente, sino el de gozar de la tranquilidad que su hogar le ofrece.

Aun con estas objeciones, hemos comenzado a observar un cambio en la mentalidad de muchos patronos y patronas, que empiezan a ver el teletrabajo como una forma de ahorro importante en los costos de producción; así como también la percepción de muchos trabajadores de que esta modalidad laboral mejora su calidad de vida.

5.1. Ventajas para el trabajador

Con respecto al trabajador, el teletrabajo ofrece las siguientes ventajas:

a) Modalidad más racional de trabajo. Mayor autonomía, flexibilidad y movilidad. Elección personal del entorno de trabajo. Significa trabajar a gusto, con ilusión, con mayor dedicación y compromiso, adaptando el trabajo a la vida y no la vida al trabajo, y sustituyendo obligación por responsabilidad.
b) Aumento de la productividad.
c) Más oportunidades laborales. Mejor integración laboral de personas con discapacidad.
d) Mayor especialización. Favorece el acceso a la formación (a distancia), con la ventaja añadida que se aprende a través del medio con que se trabaja. Hace posible mejorar el ejercicio de cualquier profesión, al desvincularla de un lugar y de un horario.
e) Menos desplazamientos, evitando o reduciendo los problemas de tránsito o transporte, más si reside lejos del lugar de trabajo. Menor estrés.
f) Unificación familiar. Posibilidad de combinar con tareas domésticas. Más tiempo libre. Mejor calidad de vida.
g) Más respeto al medio ambiente.

5.2. Ventajas para el patrono

A los patronos, se le presentan las siguientes ventajas:

a) Menos problemas de convivencia entre empleados.
b) Mayor productividad debido a la implantación del trabajo por objetivos.
c) Reducción de costos. La creación de un puesto de Teletrabajo resulta un cincuenta por ciento (50%) más barato que un puesto presencial.
d) Menor infraestructura necesaria.
e) Más acceso a profesionales de alto nivel.
f) Eliminación del control horario.
g) Mejora de plazos de entrega.
h) Posibilidad de modificar horarios de trabajo.
i) Eliminación del ausentismo laboral.
j) Implementación de las nuevas tecnologías de la información (TIC), ya que el patrono que contrata teletrabajadores está obligado a disponer de equipos adecuados para poder realizar un trabajo ágil.
k) Facilidad de expansión geográfica. Crecimiento sin cambios estructurales.
l) Mejor aprovechamiento de los puestos de trabajo, que pueden ser compartidos por distintos trabajadores.
m) Menor contaminación al disminuir el traslado de trabajadores desde sus casas a sus puestos de trabajo presencial.

6. Desventajas del teletrabajo

Aunque consideramos que las desventajas del teletrabajo son proporcionalmente menores que sus ventajas; en aras de la objetividad en el tratamiento del tema, examinaremos dichos inconvenientes en detalle.

6.1. Desventajas para el trabajador

a) El ambiente doméstico en el que el trabajador labora puede no ser el más apto para la realización de sus actividades.
b) Puede fomentar el sedentarismo.
c) Falta de ambiente laboral y disminución de relaciones sociales, que también puede repercutir en conflictos familiares, ya que se difuminan las barreras entre trabajo y la vida familiar o el ocio. Algunas veces se convierte en horarios ilimitados, incluidos los fines de semana.
d) Perdida de colaboración y relaciones personales con otros trabajadores de su área. No puede consultar con otros colegas, al menos no en persona, sobre cómo está evolucionando su trabajo. Algunas personas pueden sentirse aisladas debido al poco o nulo contacto social con compañeros de trabajo u otros seres humanos ajenos a la familia.
e) Es un método de trabajo muy solitario, que dificulta la creación de amistades, lo que quizás podría mermar el rendimiento del trabajador.
f) Se puede restar eficacia a la normativa referida a seguridad social, condiciones y medio ambiente del trabajo.

6.2. Desventajas para el patrono

a) Se difuminan las jerarquías hasta el punto de desaparecer, ya que el trabajador suele tener contacto directo únicamente con un jefe.
b) Las compensaciones monetarias podrían exceder del costo total del trabajador a tiempo completo en la oficina o almacén, por la adquisición de nuevos equipos.
c) Se pueden crear conflictos derivados de la lealtad de los teletrabajadores cuando accedan a los bancos de datos del patrono.
d) Se da una menor identificación del trabajador con la oficina o establecimiento del patrono.
e) El aislamiento físico produce una menor socialización y participación del trabajador. El intercambio social se compone de relaciones interpersonales distantes y superficiales.
f) No todos los trabajadores tienen acceso o manejan las tecnologías de la información.

7. Modalidades del teletrabajo

Las ventajas y desventajas del teletrabajo han dado origen a una serie de modalidades de esta novedosa forma de organización laboral. Con ellas se ha buscado compensar estas ventajas y desventajas, a veces desmejorando la condición de uno u otro, principalmente del trabajador.

El teletrabajo desde el hogar es la forma por antonomasia de esta modalidad laboral. Supone un alto grado de autonomía y tareas específicas que el trabajador realiza desde su casa.

Se presentan diferentes modalidades del teletrabajo desde el hogar. Existen los llamados teletrabajadores empleados, los cuales han suscrito un contrato con su patrono estipulando el hogar como lugar de trabajo. A esta figura volveremos más adelante, cuando tratemos el tema de la incorporación del teletrabajo en Venezuela, antes de la promulgación de la ley especial respectiva.

También tenemos el caso del autoempleado o "*FreeLancer*", quien ofrece sus servicios desde su propia casa. Este sería un empleado autónomo que enviaría sus trabajos vía telemática. Para nosotros, éste no sería un teletrabajador, sino un trabajador por cuenta propia, o no dependiente, según lo establece la LOTTT en el artículo 36.

Dentro de las distintas modalidades del teletrabajo señaladas por la doctrina, diferentes a la ejecución del trabajo en el hogar, encontramos las que mencionaremos a continuación. En nuestro criterio, algunas no se corresponden con la forma de organización del teletrabajo, y otras que, aun cuando no reúnen en estricto sentido los requisitos para constituirse en teletrabajo, si pueden ser consideradas como tales.

a) Oficinas Satélite: Son aquellas oficinas que son parte de las instalaciones del patrono y que se encuentran ubicadas en lugares estratégicos cercanos al domicilio de un grupo de trabajadores. En esta modalidad, el trabajo se sigue ejecutando en la sede del empleador, aunque no en la oficina principal sino en una sucursal. No hay realmente un desplazamiento del trabajador a un sitio ajeno al patrono. Del mismo modo, en muchas de estas oficinas los sistemas de información y comunicación (como internet) no son una herramienta fundamental del trabajo, ya que suelen operar con una red interna o con sistemas masivos de almacenaje de datos. Sabemos que el

uso de las TIC es también un elemento esencial para la configuración del teletrabajo, por lo que esta figura, en nuestro criterio, no puede ser considerada teletrabajo.

b) Los telecentros: Son oficinas satélites donde se reúnen trabajadores de varias patronos o patronas. Cabe aquí la misma crítica planteada para las oficinas satélites, agregando que en este caso no se logra el equilibrio, buscado por el teletrabajo, entre los beneficios obtenidos por el trabajador y los obtenidos por el empleador. Es evidente que con los telecentros los máximos beneficiados serán los patronos, en la medida que reducirán sus costos de funcionamiento al compartirlos entre varios de ellos, mientras que el beneficio supuestamente obtenido por los trabajadores con esta modalidad de trabajo, la cercanía de sus hogares al telecentro, difícilmente se hará realidad. siempre que resulta prácticamente imposible lograr la cercanía de éste a los hogares de todos ellos. Esta opción más bien podría desmejorar la condición de los trabajadores.

Existen dos modalidades más que, aun cuando no obligan a la ejecución del trabajo en el hogar, consideramos que si se configuran como teletrabajo:

c) *Telecottages*: Esta modalidad tiene gran desarrollo en el Canadá, los países escandinavos, Irlanda e Inglaterra. Son locales con herramientas de información como computadores, escáner, impresora, fax, conexión a Internet y telefonía móvil ubicados en pequeños pueblos; establecidos por fundaciones o asociaciones sin fines de lucro con la colaboración del Estado, que buscan acercar el empleo a sus habitantes, facilitándole los medios para lograr vincularse laboralmente con un patrono bajo la modalidad de teletrabajo.

A nuestro juicio, esta es una modalidad válida de teletrabajo, toda vez que el sitio donde los trabajadores ejecutan la prestación del servicio, si bien no es su hogar, tampoco es un sitio propio del empleador para el cual trabajan; es un sitio independiente de éste que presta sus servicios electrónicos sin ánimo de lucro, con el propósito de vincular a la población productiva de esas localidades que, por encontrarse alejadas de las grandes ciudades, pueden ver reducidas sus posibilidades de encontrar empleos. Esta es una opción muy conveniente para Venezuela, que bien podría ser regulada en una futura ley sobre la materia.

d) Teletrabajadores móviles o nómadas: Supone que el trabajador no tiene un lugar determinado para ejecutar su trabajo, ya que por las mismas características de éste se le hace necesario movilizarse constantemente, pero siempre contando con las TIC como herramienta básica para el desenvolvimiento de sus funciones. El ejemplo típico es el trabajador que desarrolla labores de ventas, así como también agentes o corredores de seguros.

Consideramos que ésta también es una modalidad de teletrabajo, toda vez que hay un desplazamiento del trabajador a un lugar distinto al de la sede del patrono; desplazamiento permanente y necesario para el ejercicio de sus funciones, que no implica el distanciamiento funcional a la misma, ya está en permanente contacto con ella por vía de las TIC.

Nos permitimos sugerir que todas las modalidades de teletrabajo examinadas en este proyecto de investigación deben ser tratadas en la legislación que deberá dictarse en Venezuela sobre la materia, configurándolas según los principios del derecho laboral venezolano.

8. El teletrabajo en el derecho comparado

Como hemos dicho antes, esta figura laboral se ha venido desarrollando ampliamente en Estados Unidos y en Europa desde finales de la década de los ochenta y comienzo de la década de los noventa.

En el Viejo Continente, la Comisión Europea financió el proyecto MIRTI, el cual se desarrolló entre 1996 y 1998, cuya finalidad era estudiar y presentar recomendaciones para realizar los contratos y reglamentos del Teletrabajo en Europa.

En el 2001, el Comité de Dialogo Social del Sector de las Telecomunicaciones de la Unión Europea presentó un documento con las directrices que debían ser aplicadas al teletrabajo de las telecomunicaciones en Europa. Estas normas, aun cuando se plantearon para un campo específico, gozan de generalidad. Por esta razón, estas directrices pueden ser aplicadas no sólo al teletrabajo de telecomunicaciones, sino también a toda aquella actividad que se desarrolle dentro el esquema del teletrabajo.

Dichas directrices tuvieron eco en la Unión Europea pues, el 16 de julio de 2002, la Confederación Europea de Sindicatos (CES), patronales como la Unión de Confederaciones de la Industria y de Empresarios de Europa (UNICE), la Unión Europea del Artesanado y de la Pequeña y Mediana Empresa (UNICE/EUAPME) y el Centro Europeo de la Empresa Pública (CEEP), firmaron en Bruselas el Acuerdo Marco Europeo Sobre El Teletrabajo, que en sus propios términos "*busca modernizar la organización del trabajo, con el objetivo de mejorar la productividad y la competitividad*

de las empresas y lograr el equilibrio necesario entre flexibilidad y seguridad".

Este Acuerdo Marco es muy importante, porque es hasta ahora el único conjunto normativo de carácter obligatorio que regula el tema del teletrabajo en la Unión Europea, siendo un modelo a seguir para todos aquellos países que carecen de legislación al respecto, como es el caso de Venezuela.

Este Acuerdo Marco regula las siguientes materias:

a) La definición y campo de aplicación del teletrabajo.
b) El carácter voluntario del teletrabajo, con respecto al trabajador.
c) Las condiciones de empleo.
d) La protección de datos y la vida privada.
e) Los equipamientos, la salud y la seguridad.
f) La organización del trabajo.
g) La formación y los derechos colectivos, así como la implementación y seguimiento del mismo.

Sobre estas bases, este acuerdo garantiza a los trabajadores:

a) La igualdad de trato con el resto de trabajadores de la empresa.
b) La voluntariedad y la posibilidad de retornar a su anterior situación.
c) También garantiza el estatus laboral que tenía el trabajador con anterioridad al cambio, así como el derecho a la información y consulta acerca de la introducción del teletrabajo a los representantes de los trabajadores, según la legislación europea, nacional, acuerdos colectivos y/o prácticas nacionales.

d) Además, obliga al patrono a la aplicación de medidas para evitar el aislamiento del trabajador, facilitando que pueda verse con sus compañeros de forma regular, acceder a la información de la empresa, etc.

El Acuerdo Marco Europeo Sobre el Teletrabajo, constituye una importante fuente del derecho para aquellos países que aún no han regulado la modalidad del teletrabajo en sus legislaciones nacionales, particularmente en los siguientes puntos:

a) Entiende que los teletrabajadores deben recibir el mismo tratamiento que aquellos que trabajan dentro de las instalaciones que pertenecen al patrono. Tienen los mismos derechos que ellos, como por ejemplo ejercer los derechos sindicales y a la formación profesional. En pocas palabras, el teletrabajador goza de las mismas condiciones legales y convencionales que los trabajadores de la empresa.

b) Consagra la obligación, a cargo del empleador, de realizar la adecuación del lugar destinado en el hogar para el teletrabajo, la instalación y mantenimiento de los equipos utilizados para el efecto, dándole, sin embargo, la libertad al trabajador de utilizar su propio equipo.

c) Regula un tema controversial como es el de la seguridad y la salud del teletrabajador, disponiendo que el empleador es responsable de la salud y de la seguridad profesional del teletrabajador. Esto genera, a la luz del acuerdo, una responsabilidad tanto para el patrono como para el teletrabajador; para el empleador la obligación de informarle a dicho trabajador las políticas de la empresa en salud y seguridad, y para el trabajador el deber de aplicar correctamente esas políticas. Aquí surge otro aspecto interesante como es el de la necesidad que haya una

vigilancia por parte del patrono al trabajador del cumplimiento de dichas políticas, y este tema también lo regula el Acuerdo.

d) La materialización de dicha vigilancia exige el acceso del empleador al hogar del teletrabajador para constatar las condiciones en que se está desarrollando el trabajo, pero como esto supone llegar a un espacio donde no sólo se desarrolla el trabajo sino también la vida privada del teletrabajador, dicho acceso está sometido a una previa notificación y consentimiento por parte de éste.

En América Latina, es la Argentina quien va a la vanguardia en el tema del teletrabajo, con la reciente aprobación, el mes de julio pasado, de la Ley de Teletrabajo N° 27.555, que entrará en vigencia a los noventa días de finalizado el Aislamiento Social Preventivo y Obligatorio (ASPO) decretado en aquella nación con ocasión de la pandemia. El Ministerio del Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación, será el encargado de la aplicación y reglamentación de esta nueva Ley. Antes de la promulgación de la Ley, Argentina contaba con un conjunto de normas dispersas, de rango legal y sub-legal, que regulaban esta modalidad. En futuros trabajos nos ocuparemos del estudio de esta novísima Ley, así como de la normativa precedente.

Con respecto a Colombia, el país vecino cuenta con normas constitucionales aplicables al teletrabajo en los artículos 53 y 54 de su Constitución Política de 1991; normas aplicables en su Código Sustantivo del Trabajo; así como leyes especiales como la Ley 1221 de 2008 (antes referida), Ley 1341 de 2009, Ley 1429 de 2010, el Decreto 884 de 2012 y la Ley 1562 de 2012. El estudio de esta normativa será tema de próximos trabajos.

9. Incorporación del teletrabajo al derecho laboral venezolano vigente

A diferencia de los países europeos y anglosajones, y de algunos países latinoamericanos como los nombrados Argentina y Colombia, en donde el teletrabajo ha tomado la fuerza suficiente como para ocupar al Estado en la regulación del tema, en Venezuela el teletrabajo aún no ha logrado despertar el interés de nuestro legislador, por lo que aún no ha tomado un espacio dentro del derecho laboral patrio.

Teniendo en cuenta todo lo escrito hasta aquí, podríamos concluir como una obviedad que el teletrabajo configura una relación laboral, pero ante la ausencia de legislación especial venezolana sobre el tema se hace necesario analizar si el teletrabajo, a la luz de las normas laborales vigentes, configura o no una relación de trabajo legítima en nuestro país. A continuación, presentamos un análisis comparativo para distinguir cómo se manifiestan los elementos inherentes a la relación de trabajo, previstos en la Ley, según esta novedosa modalidad laboral.

En el Título II de la LOTTT se consagran los elementos que conforman la relación de trabajo. La norma contenida en el primer aparte del artículo 53 dice:

> *"Se presumirá la existencia de una relación de trabajo entre quien preste un servicio personal y quien lo reciba".*

En concordancia con la norma citada, el artículo 54 *ejusdem* establece:

"La prestación de servicio en la relación de trabajo será remunerada. Toda violación a esta norma por parte del patrono o de la patrona, acarreará las sanciones previstas en esta Ley".

El primer elemento según las normas examinadas, la prestación personal del servicio, es una presunción en la que bien cabe la figura del teletrabajo, tal como cualquier relación laboral típica. Como hemos visto anteriormente, la actividad del teletrabajador es desarrollada de manera directa, es decir, sin intermediarios, por sí solo, utilizando toda su fuerza productiva para realizarla. Reiteramos lo dicho en el capítulo tercero, esta característica diferencia rotundamente al teletrabajo del trabajo a domicilio, aunque no por ello deja de ser el primero una relación de trabajo.

El segundo elemento nos indica que la prestación de servicio del trabajador debe ser remunerada, lo que obviamente sucede en el teletrabajo. El salario, que está constituido por todo aquello que reciba el trabajador por parte del empleador, ya sea en dinero o en especie, lo vemos presente tanto en la relación laboral típica como en el teletrabajo, porque ambos suponen la prestación de un servicio, pero con el ánimo de recibir una remuneración a cambio.

La primera reflexión que surge de la exégesis de estas normas es que el teletrabajo, aunque no está previsto en la LOTTT, tampoco está expresamente prohibido. Entonces, luego de hacer este análisis, se concluye que el teletrabajo sí se configura como una relación laboral legítima en el ordenamiento jurídico venezolano. Esto permite que podamos aplicar al teletrabajo algunas de las instituciones previstas en la Ley, según lo consagra el artículo 24: "…*debe interpretarse que la participación en el proceso social de trabajo está en función de la construcción de relaciones*

de trabajo justas e igualitarias, de la producción de bienes y la prestación de servicios que satisfagan las necesidades del pueblo, generar fuentes de trabajo, alto valor agregado nacional, elevar el nivel de vida de la población, consolidar la independencia y fortalecer la soberanía económica del país, con la finalidad de asegurar el desarrollo humano integral y una existencia digna y provechosa para la colectividad".

En este orden de ideas, nos atrevemos a asegurar que el teletrabajo bien pudiera encuadrarse en las normas que regulan el contrato de trabajo, consagradas en el capítulo II del Título II de la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras (LOTTT). Particularmente, creemos que la figura aplicable sería la del contrato a tiempo determinado, previsto en el artículo 61 *ejusdem*. De esta manera, se configuraría lo que denominamos en el capítulo quinto como teletrabajador empleado. Este contrato debe llenar todos los requisitos formales y de contenido establecidos en los artículos 56 al 59 de la misma Ley. Algunas características de este convenio serían: deberá ser extendido preferentemente por escrito, no podrá obligarse a los trabajadores a prestar servicios por más de un (1) año, no perderá su condición específica cuando sea objeto de prórrogas, y se considerará a tiempo indeterminado luego de ser prorrogado más de dos (2) veces, entre otras.

Basado en los antecedentes legislativos del Acuerdo Marco Europeo Sobre El Teletrabajo; la novísima Ley de Teletrabajo N° 27.555 de la Argentina; y el cuerpo legislativo colombiano sobre la materia, consideramos que algunos de los puntos que deben ser regulados por dicho contrato a tiempo determinado son los siguientes:

a) Quienes trabajen bajo la modalidad de teletrabajo tendrán los mismos derechos y obligaciones que aquellos que trabajen de forma presencial.
b) La jornada laboral tiene que ser pactada previamente por escrito en el contrato de trabajo, en conformidad con los límites legales vigentes.
c) La remuneración de los teletrabajadores no podrá ser inferior a la que se percibe bajo modalidad presencial.
d) Derecho a la desconexión digital: quien realice el teletrabajo tendrá derecho a no estar conectado a los dispositivos digitales fuera de su jornada laboral y durante sus licencias.
e) El empleador tiene que proporcionar el equipamiento, las herramientas de trabajo y el soporte necesario para el desempeño de las tareas de los teletrabajadores. Además, el empleador debe asumir los costos de instalación, mantenimiento y reparación de las mismas, o la compensación por la utilización de herramientas propias de la persona que trabaja.
f) El trabajador será responsable por el correcto uso y mantenimiento de los elementos y herramientas de trabajo provistas por su empleador.
g) Las plataformas y/o sistemas utilizados por el empleador a los fines del teletrabajo deberán desarrollarse de modo acorde a la jornada laboral, impidiendo su conexión fuera de la misma.
h) El trabajador o la trabajadora tendrá derecho a la compensación por mayores gastos en conectividad y/o consumo de servicios que deba afrontar.
i) El empleador deberá garantizar la capacitación en nuevas tecnologías.

j) La decisión de realizar el trabajo en domicilio, salvo casos de fuerza mayor debidamente demostrados, deberá ser voluntaria y con consentimiento expreso por escrito. Además, esa decisión será reversible en cualquier momento de la relación laboral.
k) Los teletrabajadores gozarán de todos los derechos colectivos y serán considerados, a los fines de la representación sindical, como parte del conjunto de quienes trabajen en forma presencial.

En este punto de los derechos colectivos, pensamos que el teletrabajo también podría incorporarse a la dinámica laboral venezolana a través de las convenciones colectivas de trabajo, previstas en el Capítulo II del Título VII de la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras. (LOTTT). Este es un tema que no debe ser eludido por las organizaciones sindicales, especialmente las vinculadas con instituciones del Estado. Algunas modalidades de teletrabajo, como los *telecottages* podrían impulsarse a través de estas convenciones. De esta manera, la experiencia obtenida a través de estas contrataciones colectivas, será referencia de primera mano para la elaboración de la ley especial respectiva.

Este tema, apenas esbozado aquí, debe ser objeto de estudios posteriores promenorizados.

10. En qué se puede teletrabajar

Dentro del marco jurídico existente en Venezuela, y tomando en cuenta la opción de suscribir contratos de trabajo a tiempo determinado para aplicar esta nueva modalidad laboral, nos permitimos sugerir las siguientes actividades como las más apropiadas para el teletrabajo.

Evidentemente hay profesiones aptas para teletrabajar y otras que no lo son. Se puede optar por el teletrabajo en aquellas actividades en las que la ubicación física no sea un factor determinante. Por ejemplo, un mecánico automotriz difícilmente puede reparar vehículos a distancia, si no es en su taller. Pero otro individuo puede impartir un curso a distancia, sobre reparación de sistemas de refrigeración en automóviles, utilizando para ello los medios de comunicación que ofrece la red de internet en la actualidad. Otras actividades que son posibles ejercer mediante el teletrabajo son: un contable que recibe todas las facturas de una empresa a la que asesora en su domicilio y puede procesarlas y analizarlas en hojas de cálculo, de tal manera tal que pueda renviárselas mediante correo electrónico, con los diferentes análisis que le hubieren pedido. Un médico puede ejercer la telemedicina en casos ambulatorios con un sistema informático que permita, mediante sistemas de videoconferencia, interactuar con el paciente de una manera totalmente sincrónica.

En líneas generales, podrán constituirse como labores adecuadas para teletrabajo todas aquellas que implican un alto grado de trabajo intelectual y con menos predominio de las destrezas o habilidades manuales; las que se pueden llevar a cabo de manera individual y no precisen la intervención de grupos de personas; las que pueden ser fragmentadas en unidades pequeñas, de tal manera que puedan ser organizadas en periodos de tiempo más pequeños, y se pueda ser flexible con los periodos de entrega de los productos elaborados, y aquellas que permiten tener iniciativa y autocontrol de la actividad productiva (Barrero, 1999).

Según Slesaransky (2002), los oficios o profesiones que mejor se adaptan para el teletrabajo son aquellos que convierten, gestionan, generan,

difunden, acceden y comparten la información. Algunas de esas actividades podrían ser las siguientes:

a) Convertir la información: mecanógrafos, traductores, transcriptores de datos, grabadores de datos.
b) Gestionar la información: agentes de seguros, contables, abogados, documentalistas...
c) Generar la información: periodistas, investigadores, redactores, editoriales, analistas y programadores...
d) Difundir la información: oficinas de información, ventas por correspondencia y por teléfono, soporte postventa...
e) Acceder a la información: lectura de diarios y boletines oficiales, suscripciones de prensa u otras publicaciones...
f) Compartir información: relaciones cliente/proveedor, empresas colaboradoras, relaciones empresariales central/sucursales...
g) Acceder remotamente a la información corporativa: directivos o trabajadores itinerantes que requieran acceso al sistema informático de la empresa o al correo electrónico.

Teniendo en cuenta las profesiones y puestos de trabajo vistos anteriormente, estos serían los más demandados para teletrabajo: administración, consultoría, comercio, informática, edición, traducción, diseño gráfico, educación y entretenimiento.

11. El teletrabajo en la producción de obras audiovisuales

Dentro del entretenimiento, y particularmente de la producción de obras audiovisuales, el teletrabajo es una opción que puede ayudar a suspender

la paralización en que se encuentra esta fase de la industria del entretenimiento.

Mientras se establecen planes para el reinicio de las actividades, es tiempo de ir escribiendo las historias que se llevarán a la pantalla el año que viene. Y para ello es esencial el trabajo del guionista. Un guionista, o el equipo conformado por varios de ellos, bien pueden ejercer su profesión a través del teletrabajo.

Con el guion se inicia formalmente un proyecto al que se sumarán diversos especialistas, principalmente un director, cuyo objetivo es interpretar el guion para la puesta en escena y la puesta en cuadro. Este trabajo del director (al menos en la fase de preproducción) también puede realizarlo desde su hogar, mediante el teletrabajo. Los actores que interpretarán a los personajes en las circunstancias planteadas en el guion, pueden también ir perfilando sus roles mediante el teletrabajo, en comunicación inmediata con el director de la producción mediante las TIC. Un productor, que se encarga de los aspectos financieros y logísticos también puede ejercer el teletrabajo sin problemas, así como también el compositor de la banda sonora, quien desde hace ya tiempo ejercen el teletrabajo de forma habitual.

Quizás la etapa menos adecuada para ejercer el teletrabajo es la del rodaje. Algunas de las más importantes tareas que se requieren para filmar una obra audiovisual necesitan un estrecho contacto personal o trabajar en grupos. Para estos trabajadores es conveniente cumplir con los protocolos sanitarios hasta que se logren neutralizar los efectos de la pandemia.

En la etapa de posproducción se abre toda una gama de posibilidades para el teletrabajo, ya que las labores de edición, musicalización y colorización,

entre otras, pueden realizarse a distancia. Una vez terminado el producto final, listo para su exhibición o divulgación, todas las actividades relativas a la publicidad y comercialización de la obra también pueden realizarse a distancia.

12. Beneficios que se alcanzan con el teletrabajo una vez incorporado a la legislación

Según todo lo expuesto en nuestro estudio, el teletrabajo es una alternativa laboral válida en la legislación venezolana, que puede ser aplicada según el ordenamiento jurídico vigente. La incorporación de esta modalidad de trabajo a la legislación interna despejaría las dudas entre trabajadores y patronos y aporta los siguientes beneficios económicos, sociales e incluso ambientales:

a) Beneficios Económicos:

Hay una reducción de costos para el trabajador quien, por no tener que desplazarse a un lugar determinado a trabajar, va a ahorrar en vestuario, transporte y alimentación.

Ahorro del tiempo en la ejecución del trabajo, pues precisamente será el trabajador quien tendrá la responsabilidad de organizar su tiempo para cumplir la labor encomendada. Esto supone aumento de la productividad y la eficiencia, es decir, hay una mejor utilización del tiempo, pero al mismo tiempo exige un alto grado de responsabilidad por parte del trabajador.

Mejora de la productividad y ahorro considerable en los gastos operativos para los patronos.

Puede aportar mayor agilidad al patrono en su toma de decisiones para adaptarse a los tiempos cambiantes gracias a la difuminación de jerarquías en la organización y el uso de las tecnologías.

b) Beneficios sociales:

Mejora y propicia la buena salud mental de los trabajadores que ven reducirse el stress que les genera salir diariamente de su casa a trabajar.

Sin embargo, no podemos generalizar al decir que todos los trabajadores tendrán mayor bienestar al trabajar desde su hogar, porque no todas las personas son felices por no tener que salir de su casa, como explicamos en capítulos anteriores. Muchas personas necesitan compartir el desarrollo de sus labores con otros, necesitan vivir la vida laboral tradicional, la que supone el desplazamiento a un sitio determinado y el compartir durante el día con los compañeros de trabajo. Por ello, es importante el establecimiento de reglas claras y flexibles para el teletrabajo, para que no haya menoscabo de la libertad de escogencia del trabajador y pueda revertir su condición si así lo desea.

Otro beneficio social es que fomenta la unión familiar, porque supone la permanencia en el hogar del padre o la madre, y en el mejor de los casos de los dos. Este beneficio tiene un valor muy importante en las grandes ciudades donde por las extensas distancias que se deben recorrer desde el hogar hasta el trabajo, se hace imposible poder compartir en familia espacios importantes como lo es por ejemplo la hora del almuerzo. El teletrabajo permite que esos espacios familiares que se han ido perdiendo por el deber de cumplir con las obligaciones laborales se recuperen; y esto

no solo es un beneficio para la familia sino también para la sociedad misma pues ella es el núcleo de toda sociedad; y en la medida en que las familias estén bien estructuradas, la sociedad gozará de condiciones óptimas para el desarrollo del individuo y de ella misma.

La generación de empleo para aquellas personas víctimas de la discriminación indirecta como los discapacitados y las madres cabeza de familia, es un gran beneficio social, pues podrán trabajar desde sus hogares; en el caso de los primeros, sin problemas por el desplazamiento, y en el caso de las segundas, sin descuidar sus obligaciones como madres.

Este último es sin duda alguna uno de los mayores beneficios que otorga el teletrabajo porque crea espacios para que, tanto los discapacitados como las madres cabezas de hogar, puedan desarrollar todo su potencial en la ejecución de un trabajo, pero en las condiciones locativas óptimas para las circunstancias especiales de cada uno. En el caso de Venezuela, esta inclusión de todos los ciudadanos en el hecho social del trabajo cumple con la norma consagrada el artículo 87 de la Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, así como los artículos 21 y 26 de la LOTTT, que consagran los principios de no discriminación en el trabajo, así como el derecho y el deber de trabajar.

Para el patrono, un beneficio social es la menor conflictividad laboral.

c) Beneficios ambientales:

Genera un beneficio ecológico gracias a la reducción de vehículos circulando en las calles como consecuencia de la disminución de trabajadores que dejan de desplazarse al sitio de trabajo, porque ahora

trabajan en su casa. Reduce uso del papel, con la consiguiente conservación de especies vegetales y menores emanaciones de monóxido de carbono.

El teletrabajo es una figura que se introduce en la sociedad como consecuencia del arribo de la tecnología en las relaciones laborales, y para la flexibilización del contrato de trabajo, lo que no significa el fin de la relación laboral. Por el contrario, es cuestión de que el derecho laboral regule esta nueva modalidad de trabajo, planteando un régimen jurídico acorde a sus propias características, muy particularmente en Venezuela.

El teletrabajo establece una relación laboral legítima, no expresamente prohibida, según el ordenamiento jurídico vigente en Venezuela, por lo que puede aplicarse en la actualidad, hasta la promulgación de la respectiva ley especial.

El teletrabajo puede aplicarse en Venezuela a través de la figura del contrato de trabajo a tiempo determinado, previsto en el artículo **61** de la LOTTT, y también a través de las contrataciones colectivas, establecidas en el Capítulo II del Título VII *ejusdem*.

El Acuerdo Marco Europeo Sobre el Teletrabajo del año 2001, es un buen ejemplo de una adecuada legislación sobre el tema, toda vez que sus disposiciones claras y simples son necesarias al momento de regular un contrato de trabajo bajo la figura del teletrabajo, generando con ello la protección de los derechos del trabajador.

Venezuela y los demás países de América Latina, que aún no regulan el teletrabajo, deben adoptar una posición activa frente a éste por los múltiples

beneficios que trae esta modalidad laboral para la sociedad; comenzando por investigar cuál es el desarrollo que tiene en la práctica (predominio de la realidad, artículo 22 de la LOTTT) para así adoptar la expresión jurídica adecuada; y de esta forma no quedarse rezagados frente a temas de tanta trascendencia en el siglo XXI, del cual ya han comenzado a ocuparse un gran número de países.

El teletrabajo es una opción laboral válida para reactivar la producción de obras audiovisuales en la actual coyuntura, ya que muchos de los oficios y profesiones vinculados a esta actividad pueden ejercerse a distancia.

4.2.- Triangulación y esquematización de los flujos de trabajo

En el Cuadro Nº 12 se puede apreciar el ejercicio de triangulación central que aborda las categorías emergentes del análisis de la información que vienen a representar los pivotes fundamentales de la posible propuesta de reinvención, a saber: Caracterización del talento humano, por un lado y por el otro Teletrabajo y autoempleo.

Cuadro Nº 12. Triangulación de la investigación

Informantes claves		SUSTENTO DOCUMENTAL Y TEÓRICO	REFLEXIONES DE LOS INVESTIGADORES
(PA1) Me metí en un tutorial y aprendí un poquito más y me gusta la edición que… creo que aprendí lo que debería de saber el productor.		**Caracterización talento humano** Con el paso a la era digital, los viejos "oficios analógicos" relacionados con la producción y distribución Audiovisual como Animación, Televisión, Radio, Cine, Música, Publicación de Libros, Revistas, Periódicos o la Publicidad, se han tenido que adaptar para compartir espacio con los nuevos medios, aprender nuevas formas de comunicar y usar nuevas tecnologías; ah, e Internet y las redes sociales. La tecnología ha democratizado el acceso a la producción, distribución y comercialización de los Contenidos Digitales. Cantera (2017).	La demanda de hoy en día es de un tipo de profesional "multiusos" en aras de la flexibilidad, movilidad y la polivalencia que requieren los cambios tecnológicos. La desregulación laboral y profesional (ausencia de Convenios Colectivos, de Consejos de Redacción, etc.) ha arruinado la función social de los medios de comunicación. **Estas nuevas realidades la llaman Industria del Contenido Digital**, donde no hay duda de su importancia en lo económico y de su dimensión, diversidad y dinamismo innovador y de su imparable proyección a futuro; tampoco hay duda de las dificultades y tensiones laborales y profesionales de una actividad tan competitiva y cambiante que demanda perfiles profesionales que respondan a los desafíos de producción de contenido en la era digital.

	(PE2)…las personas que estaban físicamente en planta y las personas que se encontraban desde sus hogares habilitando una especie de oficina para realizar el teletrabajo.	**Teletrabajo y autoempleo** La evidencia científica señala que el teletrabajo incrementa la productividad, pero también que, para que funcione, resultan esenciales una serie de variables personales: que el trabajador sea independiente, sepa manejar la soledad, gestionar bien su tiempo, etcétera. Por supuesto, puede también afectar negativamente a aquellos procesos donde las relaciones sociales y la presencia sean importantes. Incorporar el teletrabajo a la cultura empresarial, debe estar de la mano con la adecuación y el equipamiento informático y las medidas de seguridad al trabajo en remoto. Formar a los trabajadores, apostar por perfiles digitales, implementar VPN seguras para acceder a los sistemas de la empresa, realizar copias de seguridad, cifrar los equipos de trabajo, etcétera; serán pasos fundamentales. Carrasco (2021)	El teletrabajo es llamado por muchos autores, el empleo del futuro. La crisis del coronavirus y el trabajo en remoto han puesto de manifiesto no solo que es posible mejorar la productividad desde nuestros domicilios, sino también la necesidad de adaptación de las empresas. Y nos ha enseñado a lidiar con otros enemigos como la incapacidad de producir digitalmente, la procrastinación a la que podríamos sucumbir por la limitación de los espacios y las herramientas tecnológicas necesarias en casa y la importancia de disponer de un tiempo para nosotros mismos.

Fuente : Propia (2020)

Las imágenes 5 y 6, por su parte, muestran los diagramas de flujo que se obtuvieron al contrastar la información proporcionada por los informantes clave de la Fase Diagnóstica (presencialidad en la producción audiovisual de ANTV) con la propia experiencia de los investigadores en la producción desde el teletrabajo (caso “Crónicas de la Guerra Asimétrica”).

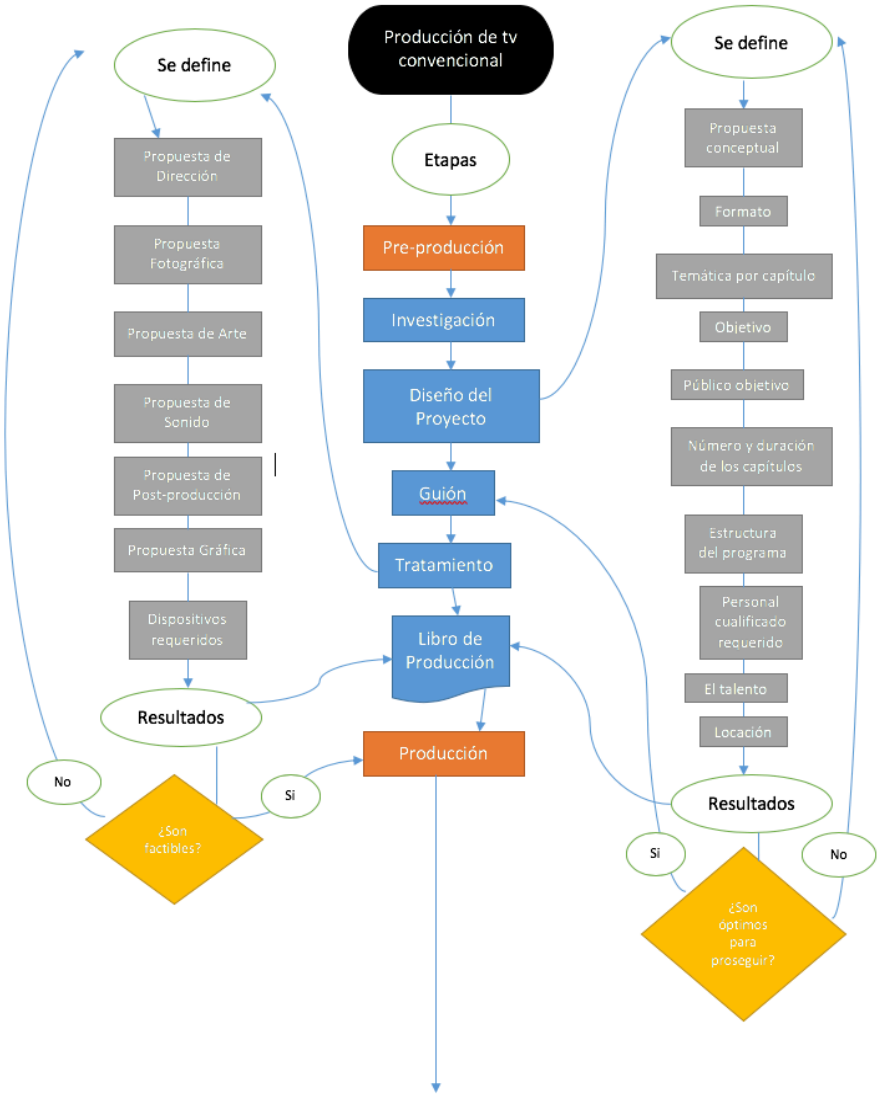

Imagen 5. Producción de TV convencional (parte 1)

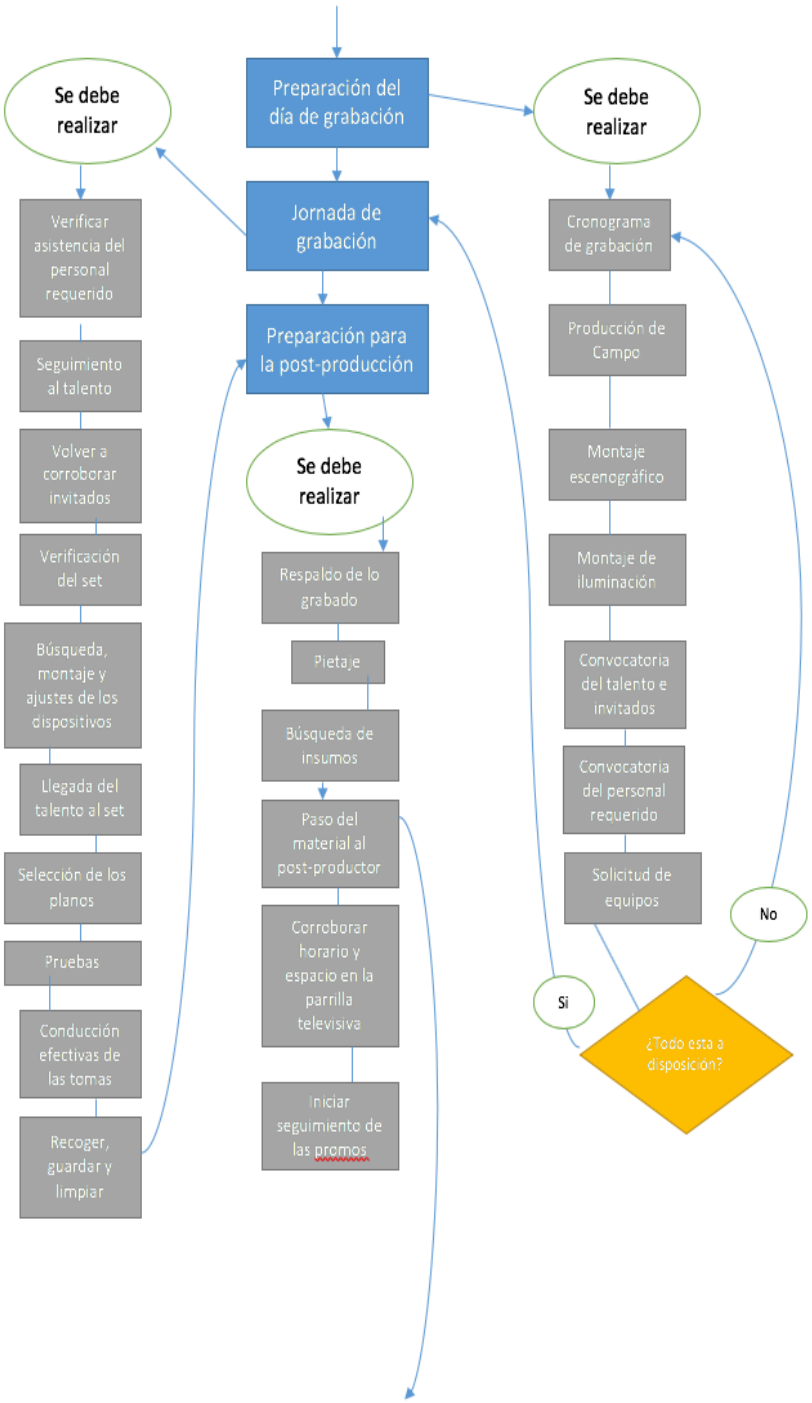

Imagen 5. Producción de TV convencional (parte 2)

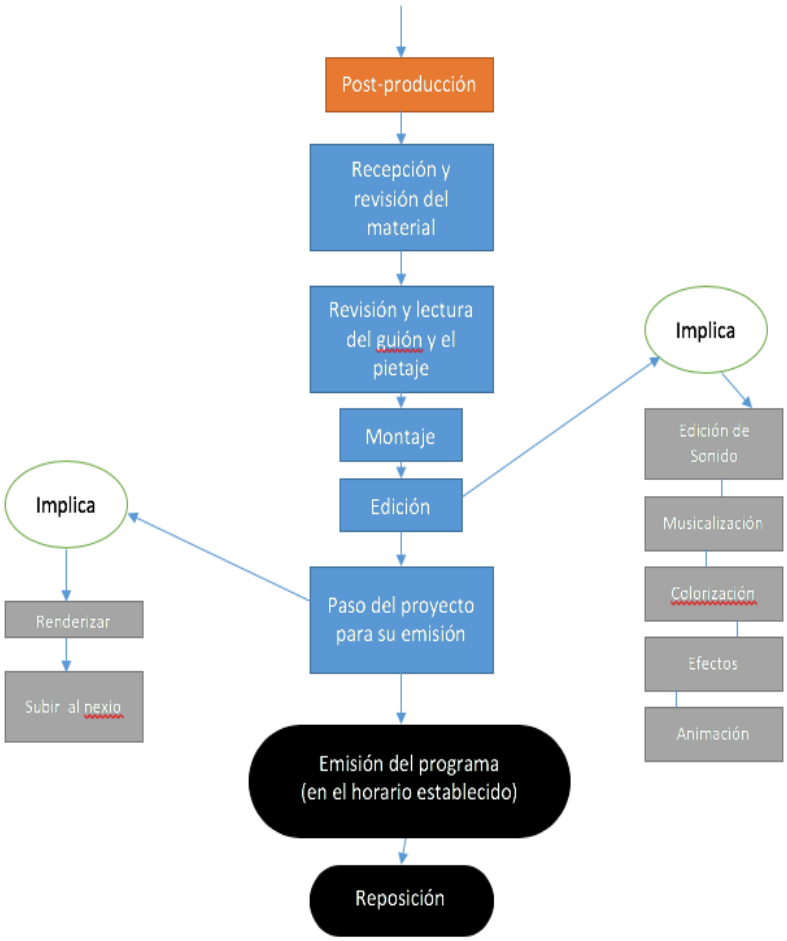

Imagen 5. Producción de TV convencional (parte 3)

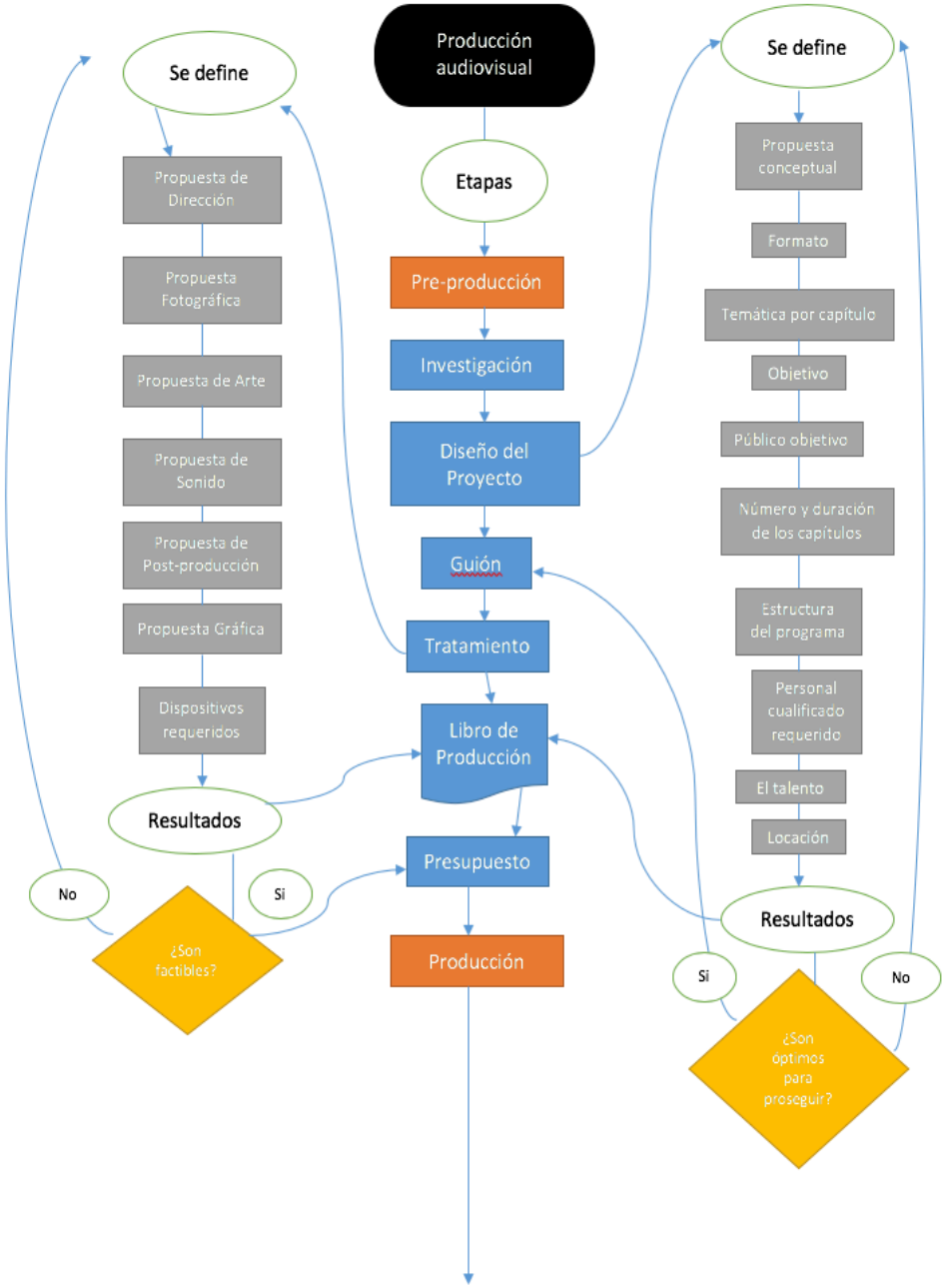

Imagen 6. Producción de TV desde el teletrabajo (parte 1)

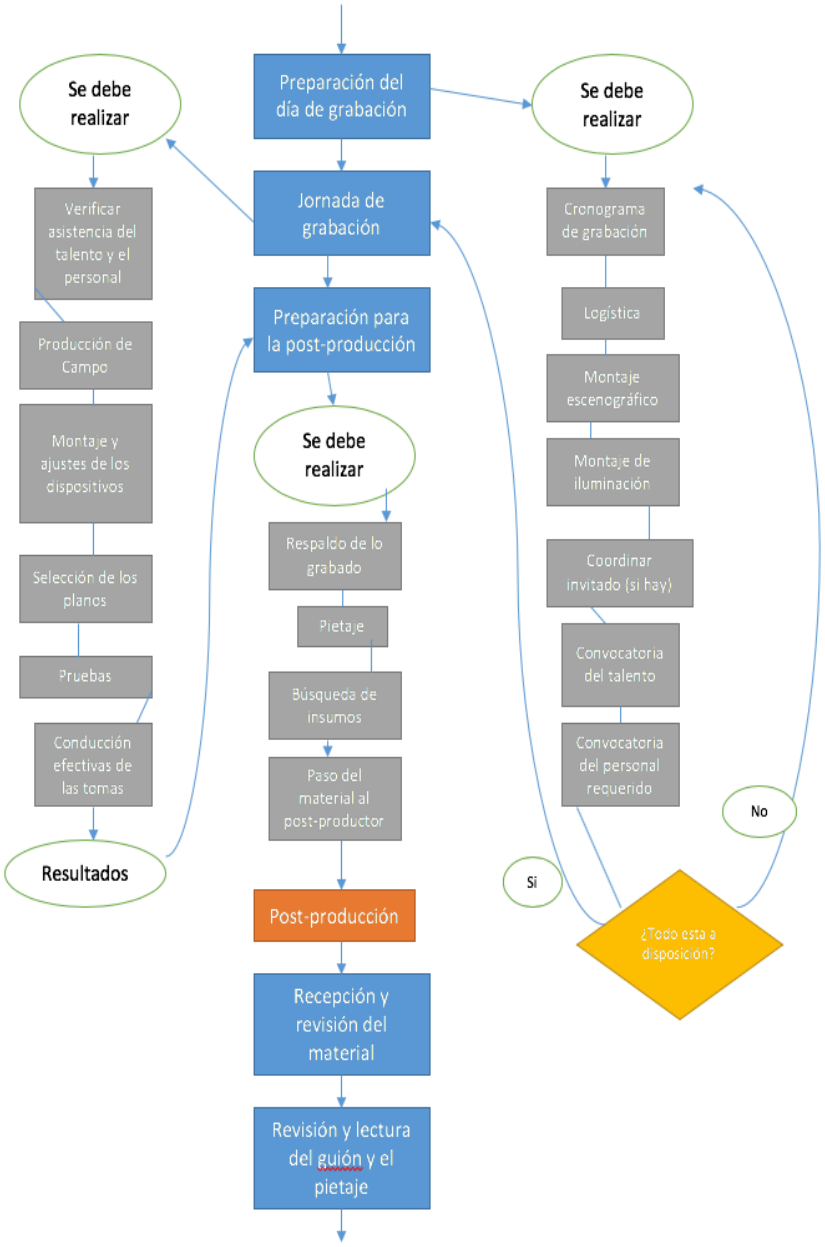

Imagen 6. Producción de TV desde el teletrabajo (parte 2)

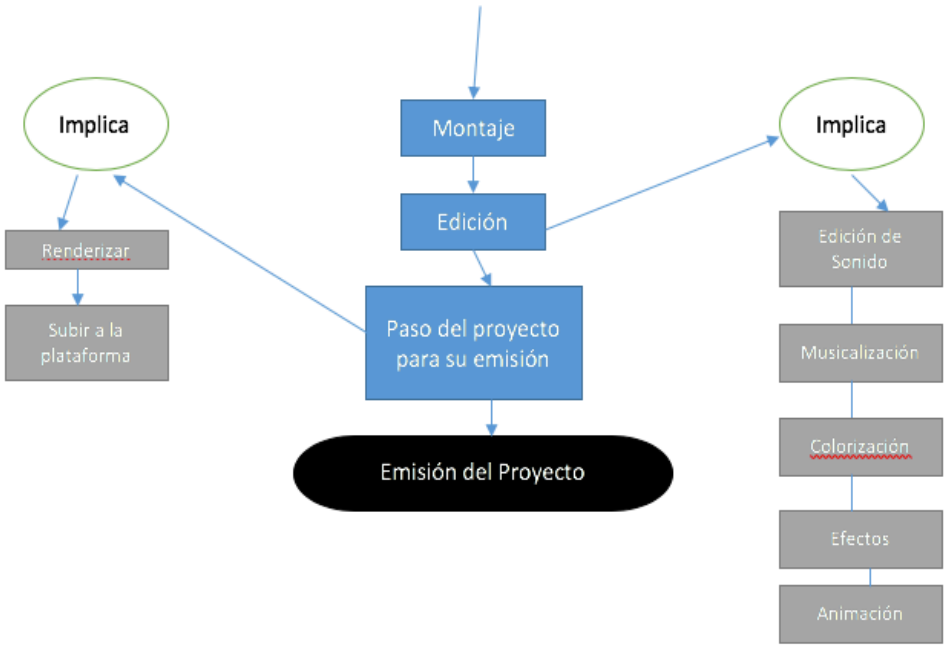

Imagen 6. Producción de TV desde el teletrabajo (parte 3)

CAPÍTULO V
ORIENTACIONES TEÓRICO-PRÁCTICAS PARA LA REINVENCIÓN DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DESDE EL TELETRABAJO Y CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis sistemático de la información, documental y la emanada de los informantes claves, tratada a través de la teoría fundamentada, permitió que los sustentos de las orientaciones emergieran como lo señala (Kornblit, 2004, p.50) "la generación de teoría con características propias y genuinas de… integración consistencia, plausible y cercana a la información". Ello a su vez dio lugar a la redacción de un cuerpo de **orientaciones teóricas-prácticas** para la reinvención de la producción audiovisual desde el teletrabajo, las cuales se presentan desde tres grandes focos de aproximación que aquí llamaremos Grupos: por un lado, se consideran **el teletrabajo y la condición profesional**; luego se orienta sobre **la producción de contenidos audiovisuales digitales** y finalmente, se aportan lineamientos sobre **los nuevos escenarios de distribución de contenidos**.

5.1.- Grupo I: El Teletrabajo y la Condición Profesional

- **Primera parte: presente y futuro del teletrabajo**

- El teletrabajo establece una relación laboral legítima, no expresamente prohibida en el ordenamiento jurídico vigente en Venezuela y puede aplicarse a través de la figura del contrato de trabajo a tiempo determinado, previsto en el artículo 61 de la LOTTT vigente, y también a través de las contrataciones colectivas,

establecidas en el Capítulo II del Título VII *ejusdem*. El primer tipo de contratos es bastante común en el campo de la realización audiovisual, donde el trabajo por proyectos y entregas es de amplia aceptación y práctica. Siempre será recomendable basar todos los aspectos de la producción en relaciones laborales legalmente soportadas.

- La realidad actual está imponiendo la modalidad del teletrabajo de manera rápida y extensa, y aunque podría aplicarse con la legislación vigente (como se ha dicho antes), su falta de regulación específica podría dar origen a un menoscabo en los derechos laborales de los trabajadores que asuman esta forma de empleo, y el consecuente abuso de los patronos o conratantes en general. Así, consideramos que se hace necesaria la promulgación de la respectiva ley especial, para evitar problemas futuros, y que para los estudios previos a la formulación de la misma se tome en cuenta el estudio de las experiencias de teletrabajo que se impusieron positivamente y fueron consolidando en espacios como los canales de televisión, que garantizaron continuidad operativa a pesar del distanciamiento.

- Los teletrabajadores deben recibir el mismo tratamiento que aquellos que trabajan dentro de las instalaciones que pertenecen al patrono. Debe quedar establecido en la futura ley especial, que los teletrabajadores tienen los mismos derechos que los trabajadores de la modalidad presencial, como por ejemplo ejercer los derechos sindicales y a la formación profesional, la cual tambiéon puede ser a distancia, vistas las experiencias exitosas en Educación Media y Universitaria durante tiempo de cuarentena en el país. En pocas palabras, el teletrabajador debe gozar de las mismas condiciones

legales y convencionales que los trabajadores de la empresa o institución.

- Debe regularse en la futura ley especial venezolana sobre el teletrabajo, el tema de la seguridad y la salud del teletrabajador, disponiendo que el empleador es responsable de la salud y de la seguridad profesional del teletrabajador, así como de comunicar adecuadamente las responsabilidades y alcance del objeto de trabajo. En este orden de ideas, se deben establecer deberes y obligaciones tanto para el patrono como para el teletrabajador; para el empleador la obligación de informarle a dicho trabajador las políticas de la empresa o institución en salud y seguridad, y para el trabajador el deber de aplicar correctamente esas políticas.

- En el punto de los derechos colectivos, pensamos que el teletrabajo también podría incorporarse a la dinámica laboral venezolana a través de las convenciones colectivas de trabajo (previstas en el Capítulo II del Título VII de la Ley Orgánica del Trabajo, los Trabajadores y las Trabajadoras - LOTTT). Este es un tema que se presenta como una oportunidad para la participación de las organizaciones sindicales, especialmente las vinculadas con instituciones del Estado. Algunas modalidades de teletrabajo, como los *telecottages* o telecentros, podrían impulsarse a través de estas convenciones. La experiencia obtenida a través de estas contrataciones colectivas, será referencia de primera mano para la elaboración de la ley especial respectiva. Y por otro lado, la flexibilización propia que suponga una propuesta de teletrabjo puede a su vez considerarse una especie de beneficio laboral.

- Hay una serie de beneficios que ofrece el teletrabajo, que podrían favorecer la reactivación económica: a) Reducción de costos para el trabajador quien, por no tener que desplazarse a un lugar determinado a trabajar, va a ahorrar en vestuario, transporte y alimentación; b) Ahorro del tiempo en la ejecución del trabajo por parte del trabajador, ya que no lo pierde en traslados o en la propia oficina o sede del patrono. Esto supone aumento de la productividad y la eficiencia; c) Ahorro considerable en los gastos operativos para los patronos; y d) Mayor agilidad al patrono en su toma de decisiones, gracias a la difuminación de jerarquías en la organización y el uso de las tecnologías de la información y comunicación (TIC).

- Los beneficios sociales del teletrabajo son variados y dignos de tomar en cuenta: a) Mejora y propicia la buena salud mental de los trabajadores que ven reducirse el stress que les genera salir diariamente de su casa a trabajar; b) Fomenta la unión familiar, porque supone la permanencia en el hogar del padre o la madre, y en el mejor de los casos, de los dos. Este beneficio tiene un valor muy importante en las grandes ciudades donde, por las extensas distancias que se deben recorrer desde el hogar en los suburbios hasta el trabajo, se hace imposible poder compartir espacios importantes de la cotidianidad familiar; c) La generación de empleo para aquellas personas víctimas de la discriminación indirecta como los discapacitados y las madres cabeza de familia, pues podrán trabajar desde sus hogares; en el caso de los primeros, sin problemas por el desplazamiento, y en el caso de las segundas, sin descuidar sus obligaciones como madres; d) En el caso de Venezuela, esta inclusión de todos los ciudadanos en el hecho social del trabajo cumple con la norma consagrada el artículo 87 de la

Constitución de la República Bolivariana de Venezuela, así como los artículos 21 y 26 de la LOTTT, que consagran los principios de no discriminación en el trabajo, así como el derecho y el deber de trabajar; y e) Para el patrono, la menor conflictividad laboral que produce el teletrabajo es un innegable beneficio social para sus actividades productivas.

- En el orden ambiental, el teletrabajo genera beneficios ecológicos gracias a: a) La reducción de vehículos circulando en las calles, como consecuencia de la disminución de trabajadores que dejan de desplazarse al sitio de trabajo, lo que trae menores emanaciones de monóxido de carbono; y b) Reduce el uso del papel, con la consiguiente conservación de especies vegetales. Un mejor ambiente podría favorecer la planificación de centros de explotación agrícola y pecuaria en las metrópolis, para el autoabastecimiento alimentario.

- En resumen, Venezuela debe adoptar una posición activa frente a la regulación jurídica del teletrabajo, por los múltiples beneficios que trae esta modalidad laboral para la sociedad. Debe comenzarse por investigar cuál es el desarrollo que tiene en la práctica (predominio de la realidad, artículo 22 de la LOTTT), y la experiencia en países afines a nuestra idiosincrasia, para así adoptar la expresión jurídica adecuada; y de esta forma no quedarse rezagada frente a temas de tanta trascendencia en el siglo XXI.

- **<u>Segunda parte: oportunidades de profesionalización del medio audiovisual</u>**

- El perfil en el uso y dominio de las tecnologías son los que generarán mayor empleo en esta realidad pandémica y post-pandémica, estas serán las que presenten mayor riesgo de decrecimiento en número de empleos. Es por ello que el perfil profesional en el teletrabajo en la producción audiovisual debe necesariamente estar a la altura de las competencias que la producción digital exige, donde habrá más trabajo y menos empleos.

- Las nuevas profesiones en el sector audiovisual se concentrarán en ámbitos tecnológicos como: Big Data, Ciberseguridad, Cloud Computing, Desarrollo de aplicaciones y redes MCN (agregación de contenido). Los nuevos tipos de empleos en el sector audiovisual se encontrarán en las áreas de Contenidos, Marketing y Transmedia, donde destacarán los empleos relacionados con el ámbito digital y el desarrollo multiplataforma, siendo las principales tendencias tecnológicas en los próximos años: Inteligencia Robótica, Data Science, Big Data Analítica de Contenidos y Realidad Virtual, todas ellas áreas de soporte a la generación y distribución de contenidos audiovisuales digitales, y todas de posible y efectiva planificación y ejecución a distancia.

- Tomando en consideración este escenario de las nuevas realidades laborales en el sector audiovisual, se requieren de perfiles laborales que puedan a su vez conformar equipos de alto desempeño en las funciones que se le asignen, en vista de que los nuevos empleos en

el sector audiovisual están relacionados con el cambio de hábitos de consumo provocados por la transformación digital y su impacto en los modelos de negocio. No debe perderse de vista la multidisciplinariedad en compromiso con la especialización, por cuanto las realidades de trabajo en pandemia y con equipamiento *low-cost* demandan trabajadores empoderados en un perfil multi-tarea.

- En líneas generales se requiere de perfiles predominantemente especialistas, que sean polivalentes con más de una especialidad y que estén en reciclaje y actualización continuos.

- Los principales conocimientos generalistas que deberán tener los empleados del presente y futuro audiovisual serán principalmente relacionados con el ámbito tecnológico, aunque también destacan conocimientos de Marketing y Publicidad o Matemáticas así como Redes Sociales.

- Deben poseer conocimientos técnicos y desarrollar habilidades personales que les permitan adaptarse a un entorno global y dinámico. Los empleadores también deberán adquirir habilidades y capacidades para obtener el máximo rendimiento de los empleados del presente y futuro audiovisual.

- Los empleos del presente y futuro presentaran una mayor oportunidad para mejorar la integración laboral de las personas con discapacidad con preparación tecnológica.

- El empleo en la producción audiovisual se debatirá entre los perfiles con especializaciones múltiples sobre los perfiles con especialización única.

- Se demandan más perfiles internacionales y multilingües. A su vez, el reconocimiento y aprovechamiento de las realidades locales en un entorno de distribución mundial, serán un valor agregado del teletrabajador de los audiovisuales.

- Las oportunidades de formación y capacitación en las áreas propias de la producción audiovisual y la comunicación deben ser revisadas íntegramente para su incorporación desde los primeros niveles de formación escolar, y han de tomar en cuenta las oportunidades de creación de contenidos por parte de equipos multidisciplinarios, con equipamiento accesible y que van más allá de los paradigmas de entretenimiento e información.

- Se requerirán perfiles con formación de los Ingenieros Informáticos y Telecomunicaciones así como una serie de perfiles profesionales que evolucionan al ritmo de la continua innovación tecnológica; señalo algunos:

    - Técnicos en telecomunicaciones, en multimedia, en sistemas informáticos, en soporte TIC y en venta, postventa y formación.
    - Administradores de bases de datos, de redes informáticas, de sitios web.

- Diseñadores de web, de videojuegos, de Digital Media, de APPs, de VR (Realidad Virtual), aplicaciones para el "Internet de las cosas".
- Programadores de juegos de ordenador, de sistemas informáticos.
- Analistas de software (*testers*), de usabilidad, de ciberseguridad, de sistemas informáticos.
- Expertos en tecnologías para la producción Audiovisual (FX, cámaras, VR, Drones, postproducción, sonido, formatos), en transmisores, en inteligencia artificial, en e-learming, big data, transformación digital, robots.

5.2.- Grupo II: La Producción de Contenidos Audiovisuales Digitales, Flujos de Trabajo y Equipamiento

Primera Parte: Producción de Contenidos Audiovisuales

- Se recomienda establecer líneas de formación en función de preparar productores integrales que puedan manejar las multiplataformas.

- Las posibilidades y oportunidades de generar contenidos en esta etapa tecnológica permiten reducir de forma drástica la cantidad de personal en los sets de grabación o locaciones e impacta significativamente en economía de costos en el registro y realización. Si en un set de televisión convencional se estila tener como mínimo un productor un coordinador de piso con tres camarógrafos y dos asistentes, mas un director en consola y un sonidista además de un

técnico en VTR, con el nuevo esquema se puede operar con la mitad de ese personal, grabar todo el material en alta resolución y redistribuir ese personal a otra unidad de trabajo.

Equipamiento:

- La actual tecnología en dispositivos móviles (celular) ha llegado a una nivel de desarrollo que permite altos estándares en calidad de resolución de la imagen. Existen dispositivos que logran un formato de grabación en 4K (textura que logra el cine), los mismos cuentan con una cantidad importante de accesorios que refuerzan las posibilidades narrativas en el registro, siendo a su vez más sencillos de transportar a cualquier locación.

- Los "vehículos aéreos no tripulados, con posibilidades de registro" (*Drone*) son herramientas de fundamental uso en la actual configuración de la narrativa audiovisual así como "cámaras de acción" (GoPro), este tipo de herramientas son de practico traslado, bajo peso, pequeña envergadura y también cuenta con el registro que va desde full HD hasta 4K.

- Las cámaras convencionales para televisión requieren de maquinarias tales como grúas telescópicas, dollys, plumas que deben ser manipuladas por más de un operador, son complejas de armar, pesan y de difícil traslado . Los estabilizadores que se adaptan a los dispositivos, teléfono móviles, cámaras de acción, permiten realizar una serie de maniobras con una sola herramienta, un solo

operador, no requiere de armar y la puesta en escena se reduce en unos 45 minutos.

- El equipo de sonido que se recomienda para trabajar con dispositivos móviles y cámaras de acción, tiene la cualidad de ser inalámbrico, se puede manejar por *bluetooth*, consumen menos batería, son de poca envergadura, bajo peso y fáciles de trasladar. Todo el sistema de grabación y sonido lo puede llevar el operador en una mochila.

- La nueva tecnología de iluminación tipo *Led* permite contar con luces portátiles de fácil montaje en el set de grabación o locación de exteriores, la versatilidad de los aros de luz que incorporan tecnología *RGB*, esto significa que no hay que usar filtros o difusores ya que el mismo aparato da luces de colores, rojo, magenta, azul, etc.

- Con un computador portátil y un disco duro se puede respaldar en campo toda la información que se registró y el ordenador con una aplicación o un software, puede hacer el trabajo de una switchera y grabar en simultaneo varios dispositivos móviles. Con conexión *Wifi* este mismo ordenador nos puede servir de enlace a las plataformas de *streaming* y distribuir el contenido en tiempo real.

5.3.- Grupo III: Nuevos Escenarios de Distribución de Contenidos

- Públicos y usuarios: Las nuevas realidades de la televisión por *streaming* y el audiovisual por Internet y redes sociales se basan en el reconocimiento de la multi-fragmentación de las audiencias en función de contenidos que más se les acercan desde diversas aristas, ejes de interés y micro-identidades. Debe comprenderse que la tendencia a la gran masificación va cambiando hacia públicos y usuarios que tienen mayor posibilidad de informarse sobre la diversidad temática y cultural, porque a su vez reconocen relatos más localizados y no sólo se interesan por verse reflejados en los contenidos que consumen. Esta fragmentación o estratificación implica un reconocimiento de la necesidad de producción, en consecuencia, de contenidos más especializados y de un abordaje de un mayor consumo de temáticas que superen el paradigma de las franjas horarias o las audiencias tipo.

- Espectro de atención: En el escenario de la televisión por Internet y muy especialmente de los contenidos audiovisuales para su distribución mediante dispositivos, se hace necesario el estudio de la transformación y los cambios en los tiempos de atención de las audiencias y usuarios, que tienen a ser más cortos y demandan una mayor precisión, por un lado, así como la investigación sobre nuevas modalidades de manejo de la construcción del mensaje para favorecer el posicionamiento del contenido. En paralelo, el incremento de la oferta de contenidos que se distribuyen por Internet implica una mayor atención al ecosistema y las tendencias en el espectro de temáticas, géneros y abordajes del contenido, donde su permanencia en el imaginario también es menor en la coordenada

tiempo y aumenta a su vez la avidez de las audiencias y usuarios por cada vez más contenidos, que a su vez mantengan su atención con impacto por tiempos menores.

- Sincronicidad: una ventaja de la televisión por Internet que debe aprovecharse al máximo es la dualidad de sincronía-asincronía con la cual se pueden administrar los contenidos, según requerimiento del usuario; e igualmente, que un contenido apreciado en directo mediante *streaming* sea luego apreciado asíncronamente y además todas las veces que el usuario lo demande. De modo que el flujo de contenidos y el propio tipo de los mismos deben planificarse tomando en cuenta este aspecto para la optimización de su distribución. El enganche o *engagement* del contenido debe ser planificado desde el reconocimiento de que en Internet los contenido en vivo atraen audiencias menores, que se van incrementando con el tiempo al ritmo que el propio contenido se lo permita o bien según las estrategias de promoción definidas.

- Por otra parte, debe tenerse en máxima cuenta que la asincronicidad permite configurar o crear alrededor del contenido comunidades de usuarios que trascienden fronteras en comparación con la TV tradicional, quienes en muchos y diversos lugares pueden estar apreciando un contenido sin pasar por los protocolos presenciales de las formas clásicas de la TV o el cine.

- Plataformas: la convertibilidad de los contenidos debe ser una característica a tener en cuenta para su diseño y desarrollo, desde la perspectiva de la multiplicidad de dispositivos por los cuales puede apreciarse un mismo contenido, de modo que el mismo debe en lo

posible adaptarse a la versatilidad y especificaciones técnicas de equipos tan diversos como monitores, laptops, tablets, teléfonos portátiles o videocónsolas por citar algunos.

- Por otro lado, el tipo de contenido debe respetar las propias especificaciones de la plataforma en Internet a partir de la cual se distribuye, por cuanto el audiovisual para redes sociales varía técnica y estéticamente según el tipo de red, por ejemplo, o bien según el servicio de streaming del cual se disponga. La planificación debe tomar en cuenta todas estas variables para adaptarse óptimamente a la plataforma y al dispositivo.

- Interacción: las posibilidades de interacción de espectadores, usuarios y audiencias que los usuarios tienen con los contenidos distribuidos mediante Internet son tan diversas como complejas y muy caracterísitcas, nuevamente, de la plataforma de distribución y del dispositivo que se utilice para apreciarlos. Esto debe tenerse muy en cuenta al momento de planificar los flujos de trabajo y los objetivos de comunicación de los contenidos. Desde la interacción en tiempo real mediante chats con una transmisión tipo *live* por redes sociales, los cometarios que se dejan a un contenido apreciado asíncronamente, las posibilidades de reproducir de forma múltiple desde cualquier punto de su duración un video, la factibilidad de descarga aún sin autorización previa, el crecimiento exponencial de las formas de compartir o incluso bloquear o denunciar un contenido por parte de un usuario o comunidad, forman parte de una serie larga de características que complementan y amplían el fin comunicativo y expresivo original y propio del audiovisual y que siempre deberán formar parte de los diseños y desarrollos de los contenidos.

- Catálogos digitales: una de las propiedades que más éxito han traido a las plataformas de distribución de audiovisuales por Internet, independientemente de su tamaño y origen, es la configuración de complejos algoritmos que alcanzan incluso a configurar una cultura audiovisual basada en ellos, con todas sus consencuencias. Estos algoritmos son los que a su vez generan la oferta a cada tipo de usuario de estas plataformas, llevándolo por un recorrido entre millones de posibilidades sobre las cuales se crea así una impresión de cercanía y sobretodo de control. Esto es análogo a las largamente estudiadas estrategias *SEO* de posicionamiento de la información que circulan en la Internet y que buscan incrementar la visibilidad de cierto tipo de información aun cuando el usuario aparentemente no la esté buscando. En tal sentido, una importante cualidad que debe ser tenida en cuenta es la posibilidad de configurar o armar catálogos digitales de contenidos que apuesten al fortalecimiento de cierta oferta de contenidos aún para mercados o audiencias no necesariamente "interesados". En un universo digital donde la atención se reduce y la oferta es realmente masiva, un servicio al usuario y un favor al propio contenido tiene que ver con la estrategia para posicionarlo y generar en el usuario confianza en la forma en la cual llega al mismo. Esto además favorece a los contenidos que guardan similitud entre sí por su forma, mensaje, estética, género u objetivo, por ejemplo, de modo que los paquetes o catálogos fortalecen la creación de identidades alrededor de una determinada oferta de contenidos.

- Alfabetización y didáctica: así como sucede en el caso de la televisión y el cine en sus formas tradicionales, existe una línea de producción de conocimiento (y evidentemente de contenidos) que

atiende al potencial y las cualidades educativas del audiovisual. Este tratamiento debe no solo mantenerse sino incrementarse por cuanto es una fortaleza del audiovisual por Internet servir como biblioteca o repositorio de consulta y estudio de amplios y muy diversos sectores de la población, lo que le asigna credibilidad en la mayoría de los casos cuando se trabaja de forma adecuada. Esto contribuye además a los procesos de formación a distancia, así como a la interacción y educación multicultural. La producción de líneas de contenidos divulgativos o educativos, o bien el uso educativo desde la Internet de contenidos digitales no producidos originalmente con esos fines, es una línea de trabajo demostradamente exitosa que debe no sólo atenderse sino sobre la cual debe profundizarse. Esta misma posibilidad implica que las iniciativas de formación y capacitación para la producción de contenidos digitales para la Internet, para el empoderamiento de los equipos de alto desempeño, para las nuevas profesiones que demanda este crecimiento, ha de ser una orientación fundamental cuando se asumen iniciativas, planes y proyectos relacionados con la producción audiovisual.

- Estrategias y planificación: la producción de contenidos para la Internet, especialmente aquellos que son considerados dentro de la categoría de televisión mediante estas plataformas, obedece en la mayoría de los casos exitosos a cuidadosos escenarios de planificación que permiten adaptar el contenido a la realidad de la Internet con todas sus cualidades y características propias. El flujo de contenidos, su tipo y propiedades han de planificarse cuidadosamente, en especial teniendo en cuenta la cada vez más creciente demanda de contenidos en las más diversas áreas y para audiencias cada vez más masivas, distantes, diversas y

fragmentadas. Y si existen estrategias para el diseño del contenido, estas no están nunca desconectadas de las estrategias que corresponden al mercadeo y comercialización (de ser el caso) del contenido en sí.

- Comercialización: al igual que en el caso de la televisión, la distribución de contenidos para Internet no necesariamente está comprometida en su totalidad con aspectos como la rentabilidad financiera, puesto que no es el único tipo de rentabilidad que se espera generen cierto tipo de contenidos; pero en todo caso, cualquier estrategia o modalidad de producción debe apuntar a ofrecer un bien cultural que se produce para atender una necesidad que existe o que incluso se crea, y ese bien puede siempre ser susceptible de un intercambio cultural en un determinado mercado o en una determinada realidad social, por lo cual debe existir necesariamente una estrategia que busque obtener para el bien producido la mayor rentabilidad social o financiera, según sea el caso, y el mayor éxito en el intercambio; esto sobretodo teniendo en cuenta que las grandes plataformas de distribución de contenidos, e incluso las redes sociales, apuntan grandes cantidades de recursos y agudas estrategias a la producción de contenidos con carácter de exclusividad, por un lado, y que sea apreciado y posiblemente compartido por la mayor cantidad de usuarios, distinguiéndose con eso de la naturaleza de la comercialización de las plataformas tradicionales. Debe por lo tanto tenerse siempre en cuenta que la televisión tradicional se configuró casi en su totalidad para la publicidad, mientras que el nuevo escenario ha cambiado esa cualidad.

- Realidades culturales: el potencial multicultural de la producción de contenidos para la Internet es prácticamente infinito, por las propias características de la red, por la amplitud de su alcance y por su común estímulo a la creación de comunidades y de micro-identidades casi de cualquier tipo. En consecuencia, debe tenerse siempre en cuenta esta propiedad para la producción de contenidos que atiendad a redes de usuarios ubicadas a grandes distancias entre sí, diversas, informadas y con sensibilidades y codificaciones muy propias. La posibilidad de reflejar una determinada identidad o visibilizar cierto tipo de relatos es un potencial que debe saber aprovecharse al máximo. Ante el desvanecimiento de las ofertas arbitrarias o limitadas a unos pocos géneros y codificaciones, el campo de la diversidad cultural y la amplitud de criterios de selección es una propiedad presente y futura que nunca se debe pasar por alto.

- Lo académico: debe reconocerse que mucha de la información relacionada con las formas de producción y distribución más exitosas del creciente mundo de la televisión por Internet es patrimonio no compartido ni de dominio público de las corporaciones que basan su configuración en su base tecnológica y músculo financiero. En tal sentido, las iniciativas relacionadas con este vasto campo, cuando su objetivo es la producción de contenidos nuevos, deben tener en cuenta la cada vez más numerosa información que en el ámbito académico se viene produciendo sobre un universo donde muchas iniciativas tienen poco tiempo de maduración y la reflexión de la investigación desde el método se ve avasallada por el crecimiento exponencial de contenidos que a cada momento se suman a los ya existentes, no habiendo oportunidad de analizarlos efectivamente o por lo menos a fondo. Esto ya venía siendo una especie de oscura

tradición en el campo específico de la televisión tradicional, ámbito dentro del cual la investigación a fondo, cuando menos en el ámbito latinoamericano, siempre estuvo rezagada con respecto al propio ritmo del medio televisivo en sí, por un lado y cuyos resultados de indagación y reflexión no siempre tenían fines prácticos en relación a las formas y mecanismos de producción.

- Por otro lado, es en el terreno de lo académico donde surge el modelo educativo llamado a definir el proyecto educativo que potencie la formación y la investigación en estas lides, y de su actualización y revisión permanente dependerá en cierto modo el éxito de iniciativas tendientes a potenciar iniciativas de redefinición de la producción televisiva para la esfera digital y no sólo desde la categoría del teletrabajo.

De modo que se resume la configuración de la propuesta de orientaciones teórico prácticas hacia la construcción de modelos de producción audiovisual desde el teletrabajo de la siguiente forma:

ÁREA - CATEGORÍAS	GRUPO
El Teletrabajo y la Condición Profesional	Presente y futuro del teletrabajo
	Oportunidades de profesionalización del medio audiovisual
La Producción de Contenidos Audiovisuales Digitales, Flujos de Trabajo y Equipamiento	Producción de Contenidos Audiovisuales
	Equipamiento
Nuevos Escenarios de Distribución de Contenidos	

En la Imagen 7 a continuación, se presenta una maqueta preliminar apriorística a partir de la cual se inició el abordaje de la propuesta, que al contrastar con el esquema de orientaciones teórico-prácticas, determina escenarios similares entre las Áreas que se configuraron desde las Categorías del análisis de resultados y las Categorías Pre-establecidas por los investigadores, originalmente denominadas “Dimensiones del Modelo”.

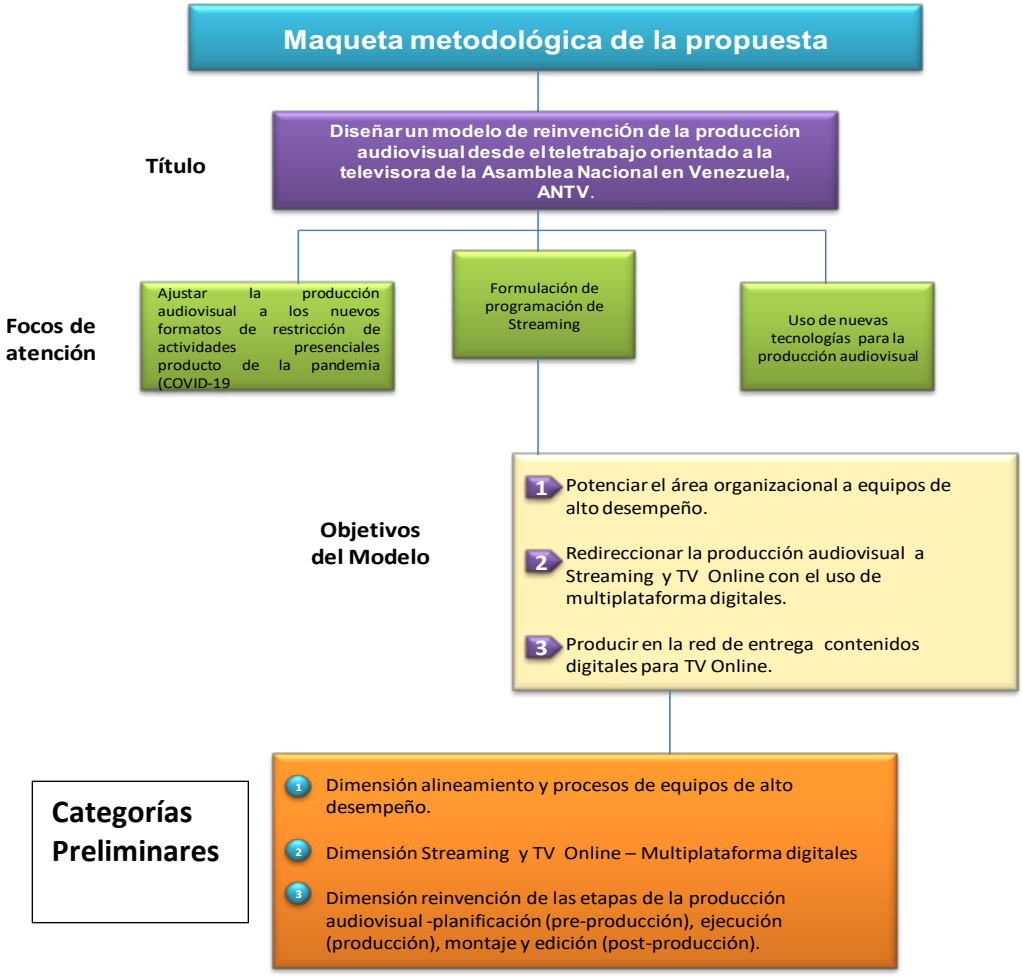

Imagen 7. Maqueta preliminar apriorística del proyecto

CONCLUSIONES

El desarrollo de la propuesta de investigación en los niveles preseleccionados, permite generar una serie de elementos con características de certezas, entendidos como el resultado de un proceso de indagación que busca en principio conocer y comprender antes que demostrar.

Para dar pie a un posible conjunto de conclusiones y recomendaciones desde la presente iniciativa de investigación, aportamos un trabajo del ilustrador y humorista Jason Adam Katzenstein (**@j.a.k._** en redes sociales), en la Imagen 9 a continuación:

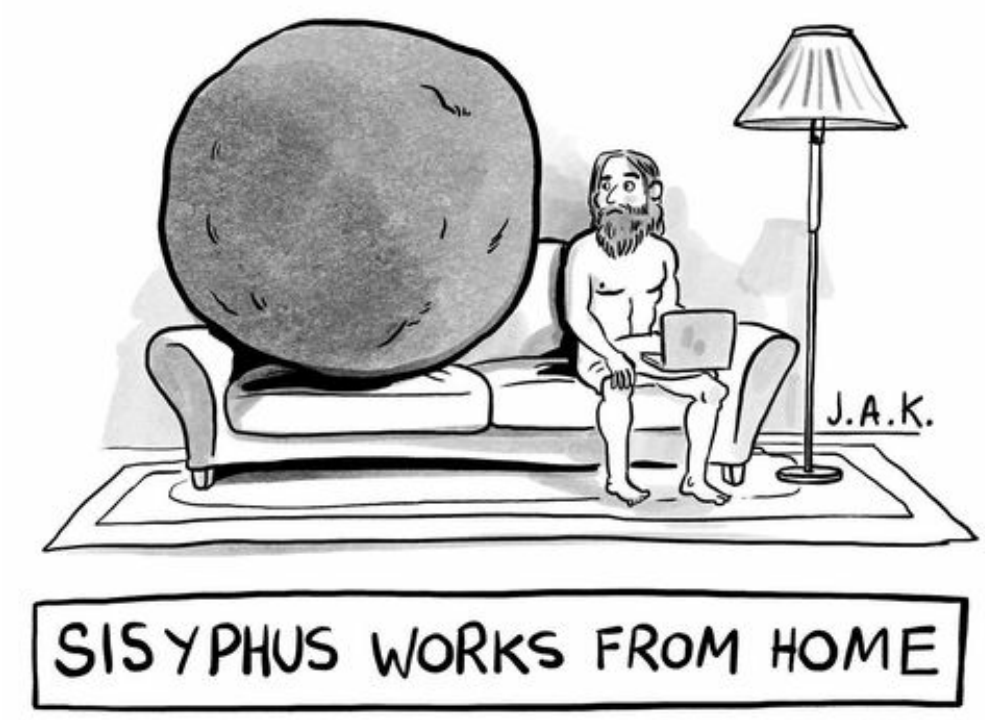

Imagen 9. "Sísifo trabaja desde casa" por @j.a.k._

La imagen, en diálogo con lo que emerge de la presente investigación, supone la importancia de reconocer la dificultad de asumir una tarea como la producción audiovisual con los viejos paradigmas (clásicos inclusive), debido a la demanda creciente de usuarios que no sólo aspiran disfrutar de contenidos, informarse con ellos, etc, sino que devienen en creadores de éstos a escala exponencial. La industria se ha redimensionado desde la digitalización y resta ver hasta qué punto el nuevo teletrabajo (ya no solo el teledesplazamiento) agrega valor en este sentido.

Debe reconocerse de entrada la postura global con relación a los cambios incorporados en el marco de la pandemia que enfrenta el mundo, lo cual ha obligado a buscar nuevas alternativas de subsistencia sustentadas básicamente en el uso de las tecnologías como elemento protagónico del diseño para el desarrollo de este nuevo mundo. Los trabajadores y trabajadoras del audiovisual han enfrentado este desafío con la urgencia de no contar con elementos (bien sean logísticos, técnicos o cognoscitivos) adecuados a la exigencia de producir y socializar contenidos para cuya realización se requiere un alto grado de presencialidad en términos laborales.

Ahora bien, el ámbito de las comunicaciones (especialmente el de comunicación masiva como la producción audiovisual para televisión en el contexto nacional) tendría sin duda el reto de sumarse a estos nuevos cambios en la concepción de la producción audiovisual para este nuevo contexto de digitalización a gran escala; porque más allá del escenario de pandemia se ha verificado un importante incremento de la producción y aceptación de contenidos para televisión que se producen desde dos principales orientaciones: la primera tiene que ver con el aprovechamiento de equipamiento portátil con altas posibilidades de interconexión; y la

segunda que los contenidos se distribuyen por Internet a partir de plataformas para ello desarrolladas. Se evidencia la economía de recursos técnicos que estos dos escenarios ofrecen a la producción audiovisual sin desmedro aparente de la calidad de las especificaciones técnicas o estéticas de los productos.

Para ello, el desafío es hacer producción audiovisual en los formatos de nuevas tendencias de comunicación digital, con esquemas de trabajos a distancia y con una producción sustentada por equipos de trabajo de alto desempeño y con competencias en el manejo de nuevas tecnologías, que a su vez trabaje desde nuevos protocolos. Lo anterior contrasta con la persistencia, por lo menos en el medio venezolano, de dos características: el empirismo en cuanto al proceso completo de concepción, diseño y desarrollo de contenidos, por un lado, y el incremento de los usuarios de Internet, redes sociales y televisión devenidos en creadores de contenidos que no están pensados para la televisión convencional; usuarios que sí tienen una influencia en los imaginarios audiovisuales dada la coexistencia del modelo convencional con los modelos emergentes.

Desde el punto de vista organizacional, y más específicimente del institucional, se verifica la necesidad de dar respuesta no sólo a la formulación de producciones audiovisuales con herramientas digitales, sino a cómo organizar el teletrabajo en este ámbito a partir de los nuevos sucesos que el mundo está experimentando a raíz de la pandemia, aunque se mantengan más o menos estables las etapas conocidas de la producción audiovisual.

En cuanto al aspecto del teletrabajo como categoría crítica, puede considerarse el desplazamiento de las actividades de la producción

audiovisual suceptibles de trabajarse a distancia hacia las fases de conceptualización más iniciales, y luego a las de postproducción y distribución, que son las últimas, reconociendo que en Venezuela el modelo de televisión de estudio aún resulta paradigmático y ciertas instalaciones aún deben manejarse desde la presencialidad. Ahora bien, en el caso de la producción para televisión, la presencialidad en cuanto al proceso de registro (en las fases de producción) estaría más relacionada con el tratamiento audiovisual previsto para el tipo de contenido y la disponibilidad de recursos para el registro mediante herramientas interconectadas. De esto surge una interesante posibilidad en cuanto a teletrabajo y es que éste se puede incrementar muy provechosamente si en las fases de preproducción y planificación se construyen protocolos de registro de la imagen que impliquen que los diferentes actores del proceso estén en lugares diferentes, independientemente de programas en vivo o pregrabados. Esto supone que no se trataría de entender el teletrabajo como una necesidad por fuerza de uso, sino de un escenario que puede planificarse y administrarse en el grado que mejor convenga al proceso de producción.

RECOMENDACIONES

Partiendo de la necesidad que se evidencia de poseer un formato de trabajo a distancia en el sector de producción audiovisual, se recomienda la consideración de las orientaciones generales del proyecto para su aplicación práctica, pues será de gran a utilidad su réplica para las televisoras nacionales.

El presente de la producción y distribución de contenidos para televisión, implica la orientación de la sustitución de tecnologías y procura de equipos hacia dispositivos de menor costo que mantienen la especificación técnica de la imagen y pueden generar cadenas de interconexión digital en todas las fases del proceso productivo.

Es importante abordar la conceptualización de la producción audiovisual desde la perspectiva del grado de teletrabajo que en ella pueda levantarse manteniendo el objetivo de la producción, con miras al enriquecimiento de la misma y estableciendo flujos de trabajo dimensionados a tales fines.

Puede ser muy valioso establecer iniciativas de formación y capacitación del talento humano que se desempeña en la televisión desde la consideración de las nuevas realidades asociadas al manejo de equipos portátiles y con foco en los nuevos canales de distribución de contenidos.

Es especialmente considerable la necesidad de incrementar la investigación de tenor académico, o bien la investigación-acción en el propio espacio televisivo, sobre las inquietudes centrales del presente proyecto y con posibilidades de profundización en tres áreas: naturaleza del contenido, distribución del contenido y talento humano para la producción desde los nuevos modelos.

También pudieran abrirse líneas de investigación sobre las tendencias que convergen con el Teletrabajo y la Educación a Distancia, así como, alinear ambas temáticas, en función de conseguir novedades y mejoras entre ambos procesos que permitan su mejor aprovechamiento en cuanto a formación y autoformación, para así poder visualizar ambas disciplinas en prospectiva.

En el caso de las instancias que desde el sector público generar aportes y financiamientos para el sector televisión se recomienda el estudio sobre la factibilidad de apertura de líneas de trabajo, por lo menos a nivel experimental, para la producción de contenidos desde las perspectivas digitales, por un lado, así como del abordaje legal y técnico de los escenarios de distribución de televisión por Internet y dispositivos móviles.

CAPÍTULO VI
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alba, I. (2010). *Detrás de la Cámara*. España: Montesinos Ensayo.

Altuve, S. (1990). *Metodología de la Investigación*. Módulo Instruccional. Caracas: Universidad Experimental Simón Rodríguez.

Arias, G. (2020). *Desafíos en la industria audiovisual.* [Documento en línea]. Disponible: https://www.clarin.com/opinion/desafios-industria-audiovisual_0_N-dbUARG.html. [Consulta: 2020, Mayo 31].

Aldana Beratz, 13 de diciembre de 2017, El fenómeno de los Influencers de Instagram, Universidad de Palermo, Argentina.

Bgcreativos. (2016). *La producción audiovisual al día con la tecnología*. [Documento en línea]. Disponible: https://bgcreativos.com/sin-categorizar/produccion-audiovisual/ [Consulta: 2020, Mayo 31].

Barrera, M. Inciarte, A. (2012). Fenomenología y hermenéutica: dos perspectivas para estudiar las ciencias sociales y humanas. Multiciencias, vol. 12, núm. 2, abril-junio, 2012, pp. 199-205. Universidad del Zulia. Punto Fijo, Venezuela. http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90424216010 [consulta: Marzo, 2017]

Bavaresco, A. (2015). *Las Técnicas de las Investigación*. Zulia, Venezuela:

Imprenta Internacional, C. A.

CanalAntv. (2020). *Fundación Audiovisual Nacional de Televisión ANTV*. [Página web en línea]. Disponible: https://www.canalantv.com.ve/quienes-somos/#.XtWyZbvPwQU. [Consulta: 2020, Mayo 31].

Castellano. (2020). *Impacto Económico del teletrabajo*. Disponible: https://www.cajasietecontunegocio.com/temas/recursos-humanos/item/impacto-economico-del-teletrabajo

Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) (2020). COVID-19 tendrá graves efectos sobre la economía mundial e impactará a los países de América Latina y el Caribe. Marzo. 19. 2020.

Escalante, Z.; Cendrós, J. Y Urdaneta, E. (2006). *El teletrabajo y sus implicaciones legales en el estado Zulia*. [Documento en línea]. Disponible: http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1315-85972006000200004. [Consulta: 2020, Mayo 31].

Escudero, A. Y González, D. (2017). *Escenarios y desafíos de la comunicación y la cultura en el espacio audiovisual iberoamericano*. Sevilla, España: Universidad Internacional de Andalucía.

Francés, M. (2003). *La Producción de Documentales en la Era Digital*.

Madrid, España: Ediciones Cátedra.

Ferreres, V. (1.997) (coord.) *El desarrollo profesional del docente*. Evaluación de los planes provinciales de formación. Barcelona: Editorial Oikos-tau.

Hernández Sampieri, R. (2003). *Metodología de la Investigación*. Editorial Mc. Graw Hill, 2da. Ed, México.

Hurí. (s.f.). *¿Qué es y en qué consiste la Producción Audiovisual?* [Documento en línea]. Disponible: http://huribroadcast.com/que-es-la-produccion-audiovisual/ [Consulta: 2020, Mayo 31].

Hernández, R. Fernández, C. Y Baptista, P. (2006). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill Interamericana.

Hidalgo-Mari, Tatiana y Segarra-Saavedra, Jesús. El Fenómeno Youtuber y su Expansión Transmedia. Análisis del Empoderamiento Juvenil en Redes Sociales. Fecha de recepción del artículo: 07/09/2017.

Kornblit, A. (2004). Algunos instrumentos para el análisis de las noticias en los medios gráficos Metodologías Cualitativas en Ciencias Sociales. Modelos y procedimientos de análisis. Ciudad Autónoma de Buenos Aires – Argentina.

Llovera, M. (2020). *¿En Venezuela se hace teletrabajo?* [Documento en línea]. Disponible: https://www.elnacional.com/life-style/consultorios-en-venezuela-se-hace-teletrabajo/. [Consulta: 2020, Mayo 31].

Martínez, G. (2013) Paradigmas de investigación. Manual multimedia para el desarrollo de trabajos de investigación. Una visión desde la epistemología dialéctico crítica. Disponible en: http://www.pics.uson.mx/wpcontent/uploads/2013/10/7_Paradigmas_de_investigacion_2013.pdf [Consulta: Abril, 2017]

Nahon, (2017). *Escenarios y desafíos de la comunicación y la cultura en el espacio audiovisual iberoamericano*. [Documento en línea]. Disponible: https://www.academia.edu/34977015/Escenarios_y_desaf%C3%ADos_de_la_comunicaci%C3%B3n_y_la_cultura_en_el_espacio_audiovisual_iberoamericano?auto=download. [Consulta: 2020, Mayo 31].

Paz, M. (2000). Criterios de validez en la investigación cualitativa: de la objetividad la solidaridad. Revista de Investigación Educativa. Universidad de Barcelona – España.

Pérez, J. (2000). *La televisión ha muerto*. Barcelona, España: Gedisa Editorial.

Ruge Chamucero, Daniel. Tesis de grado para optar al título de Comunicador Social, Campo Audiovisual, Pontificia Universidad Javeriana Facultad de Comunicación y Lenguaje Comunicación

Social Bogotá D.C. 2010.

Solarino, C. (2000). *Cómo Hacer Televisión*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.

Scolari, Carlos. Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo. Grup de Recerca d'Interaccions Digitals (GRID)/ Universitat de Vic.

Tamayo y Tamayo, M. (1998), *El proceso de la investigación científica*. Edit. LIMUSA, Niriega Editores, 3ra edición, 7ma impresión, México.

Tarragona Gazol, Antonio. Realización Programa de TV: "LOS VIERNES SIN SOL". Universitat oberta de Catalunya.

Zettl, H. (1998). *El Manual de PRODUCCION para VIDEO y TELEVISION*. España: Escuela de Cine y Video.