

UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO
FACULTAD DE HUMANIDADES
ESCUELA DE COMUNICACIÓN



**ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN PARA LOS CORTOMETRAJES
REALIZADOS POR ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN USAT EN
EL CICLO 2019 – I**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN**

AUTOR

ANDREA VICTORIA GALLARDO CARRASCO

ASESOR

KARL FRIEDERICK TORRES MIREZ

<https://orcid.org/0000-0002-6623-936X>

Chiclayo, 2022

**ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN PARA LOS
CORTOMETRAJES REALIZADOS POR ESTUDIANTES DE
COMUNICACIÓN USAT EN EL CICLO 2019 – I**

PRESENTADA POR:

ANDREA VICTORIA GALLARDO CARRASCO

A la Facultad de Humanidades de la
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo
para optar el título de

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN

APROBADA POR:

Cecilia Lourdes Vidaurre Nieto

PRESIDENTE

Milton Francisco Calopiña Avalo

SECRETARIO

Karl Friederick Torres Mirez

VOCAL

Dedicatoria

A mis padres, por darme la oportunidad de realizar mis estudios. A todas las personas que conocí a lo largo de esta investigación y fueron de gran apoyo emocional para seguir adelante y no rendirme. De la misma manera, a los cineastas que se encuentran en la búsqueda de contar sus mejores historias.

Agradecimientos

A mi familia por estar siempre conmigo; a mi asesor, Karl Torres Mirez, quien supo orientarme para el desarrollo de la investigación. De igual forma, a Watana Comunicaciones por su apoyo en la realización de la presente.

Índice

Resumen	5
Abstract	6
Introducción.....	7
Revisión de literatura.....	8
Materiales y métodos	11
Resultados	17
Discusión	20
Conclusiones	15
Recomendaciones	17
Referencias.....	29
Anexos	21

Resumen

La presente investigación titulada Estrategia de distribución para los cortometrajes realizados por estudiantes de Comunicación USAT en el ciclo 2019 – I tuvo como objetivos específicos describir los sistemas de distribución, identificar otros canales de distribución para cortometrajes universitarios y diseñar una estrategia de distribución para los cortometrajes realizados por los estudiantes de Comunicación USAT en el ciclo 2019 – I. Para ello, se utilizó la metodología de tipo cualitativa con un enfoque fenomenológico. La técnica aplicada fueron entrevistas semiestructuradas a los tres directores de los cortometrajes de la Escuela de Comunicación USAT en el ciclo 2019 – I y entrevistas semiestructuradas a cinco expertos en el rubro cinematográfico haciendo uso de cuestionarios como instrumento para la recolección de datos. Como resultado, se obtuvo que los estudiantes no desarrollan de la manera más apropiada la etapa de distribución y exhibición, siendo estas de vital importancia para sus piezas audiovisuales. A raíz de ello, se elaboró una guía de la ruta de distribución para los cortometrajes realizados por los estudiantes.

Palabras claves: Cinematografía, Festival de cine, Industria cinematográfica, Formación de cineastas.

Abstract

The present investigation entitled Distribution strategy for short films made by USAT Communication students in the 2019 - I cycle had as specific objectives to describe the distribution systems, identify other distribution channels for university short films and design a distribution strategy for the short films made. by USAT Communication students in the 2019 - I cycle. For this, the qualitative methodology was used with a phenomenological approach. The technique applied was semi-structured interviews with three directors of the short films made by USAT Communication students in the 2019 - I cycle and semi-structured interviews with five experts in the cinematographic field using questionnaires as an instrument for data collection. As a result, it was found that students do not develop the distribution and exhibition stage in the most appropriate way, these being of vital importance for their audiovisual pieces. As a result, a distribution route guide was drawn up for the short films made by the students.

Keywords: Cinematography, Film festivals, Film industry, Film making training

Introducción

Los cineastas invierten dinero y tiempo en la producción de sus productos. De modo que quisieran que su pieza audiovisual trascienda y sea consumido por el mayor público posible, es por ello que para lograrlo deben ceñirse a las etapas del proceso cinematográfico para llegar a donde se propongan y hacerlo de manera adecuada.

Bustamante y Luna (2017) expusieron que en Lambayeque hay una considerable producción de cortos y medimétrajes realizados por jóvenes y algunos de ellos han recibido formación universitaria en el área audiovisual o han podido acceder a una de las facultades de Comunicación. Igualmente, los autores expresaron que la gran mayoría de cineastas regionales son pequeños empresarios que invierten su propio dinero para las producciones de sus películas, ya sea por los pocos auspicios o la inexistente contribución económica que les brinda el Estado, al igual que los gobiernos locales que no se enfocan en el cine como una actividad cultural o artística.

Los realizadores al momento de trabajar de forma tan informal tienen consecuencias laborales, comerciales y artísticas que influirán en el resultado final. Sin embargo, se encuentran en la búsqueda de mejorar la calidad en cuanto a imagen y sonido sobre todo para los que desean alcanzar estándares que les permitirán competir con filmes limeños y extranjeros en un futuro cercano. Sin embargo, el actual proceso cinematográfico requiere cambios, especialmente, desde la distribución, pues este paso es vital en la realización cinematográfica y la cultura audiovisual, porque permite conocer realidades y sus diversos puntos de vista de los cineastas jóvenes teniendo como objetivo educar, concientizar, entretener o generar emociones en el público (Daryanani, 2017). Asimismo, Zavala (2018) señaló que existe muy poca información acerca de temas como distribución y exhibición, debido a que no se encuentran correctamente desarrollados en la industria cinematográfica nacional actual.

Por consiguiente, a nivel universitario, los estudiantes de la Escuela de Comunicación USAT conocen poco acerca de la fase de la distribución audiovisual. Es así como muchos de los documentales desarrollados solo quedan en una proyección interna. De esta manera, se puede describir la problemática que existe en la realización de un producto audiovisual, por ello, la investigación se enfocará en la distribución de cortometrajes universitarios y las dificultades que existen al realizar este proceso. Esto lleva a formular la siguiente pregunta ¿Cuál es la estrategia de distribución para los cortometrajes realizados por los estudiantes de Comunicación USAT en el ciclo 2019 - I?

La presente investigación es importante porque ofrece información acerca de la distribución como fase de la producción audiovisual a los nuevos cineastas lambayecanos. A su vez, permitirá comprender, trabajar y mejorar la importancia de la distribución como fase la producción audiovisual para que los cortometrajes puedan trascender en la medida que el cineasta se lo proponga.

Ante lo expuesto, esta tesis propuso el diseño de una estrategia de distribución para los documentales: *El águila del ciclón* que relata la historia del aficionado más popular del club deportivo Juan Aurich; *Sin rumbo fijo*, la vida de un taxista inmigrante recorriendo la ciudad de Chiclayo, y *Herencia*, historia de lucha de un pueblo contra una empresa transnacional.

Para concluir, la presente investigación tuvo como objetivo general proponer una estrategia de distribución para los cortometrajes realizados por los estudiantes de Comunicación USAT en el ciclo 2019 – I. De la misma forma, los objetivos específicos planteados fueron describir los sistemas de distribución que emplean actualmente los cortometrajes los estudiantes de Comunicación USAT, identificar otros canales de distribución para cortometrajes universitarios, finalmente, diseñar una estrategia de distribución para los cortometrajes realizados por los estudiantes de Comunicación USAT en el ciclo 2019 – I.

Revisión de literatura

Álvarez (2019) realizó el estudio del diseño de estrategia de distribución para una serie documental. Su objetivo general fue diseñar una estrategia de distribución que permitiría la exhibición de manera estratégica en diferentes ventanas de exhibición audiovisual. Entre sus objetivos específicos se encontraba identificar las ventanas de distribución estratégica, elaborar un plan de distribución y caracterizar la serie documental en términos de su formato, audiencia y narrativa. Así mismo, fue de tipo descriptivo porque mediante sus objetivos específicos se identificaron las ventanas de distribución para la serie documental. Se aplicaron los instrumentos como el análisis de documentos teniendo como fuente libros de marketing, artículos periodísticos y revistas, tesis doctorales y anuarios estadísticos. También se hizo una entrevista para obtener información detallada de la serie documental, su formato, audiencia y narrativa. Por último, el trabajo concluyó que para que un producto audiovisual tenga un proceso de distribución estratégico, se debe clasificar en términos de formato, narrativa, lenguaje audiovisual, público objetivo o se podría contratar una empresa distribuidora para que haga ese trabajo.

Fuentes y Fuentes (2015) en su investigación el cine digital como estrategia para mejorar los niveles de producción audiovisual de la Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco se planteó como objetivo general aplicar una estrategia a través de módulos instructivos de formación e instrumentales del cine digital, que permita a los alumnos desarrollar el manejo adecuado de la producción audiovisual valorando la capacidad narrativa, creativa, técnica y originalidad de un producto audiovisual. La investigación fue de tipo descriptiva porque permitió investigar los factores tal como se manifiestan, y se lograr identificar, relacionar, comparar y delimitar sus variables. Tuvo un método mixto porque implica el proceso de recolección, análisis y vinculación de datos cuantitativos y cualitativos. Las técnicas e instrumentos que se utilizaron para la obtención de información fueron la entrevista, observación, pre-test y post-test, encuesta, y documentación. Al culminar la investigación los autores llegaron a la conclusión que los nuevos paradigmas del cine digital han permitido que la producción audiovisual esté en constante cambio y desarrollo, multiplicando y diversificando el alcance de la comunicación actual. Del mismo modo, explicaron que el egresado de la carrera profesional de Ciencias de la Comunicación necesita de la producción audiovisual para brindar la calidad y el profesionalismo que el mercado laboral demande y así poder desempeñarse en instituciones públicas y privadas; incluso dirigir su propia empresa audiovisual.

Zavala (2018) en su tesis una aproximación a la distribución y la exhibición en la industria cinematográfica peruana, realizada en la Universidad de Piura, tuvo como objetivo brindar un conocimiento cercano y actualizado sobre el desarrollo de las etapas de distribución y exhibición en el Perú. La metodología utilizada en la investigación fue

cualitativa y el instrumento elegido fue la entrevista a profundidad para conocer a fondo el estado del mercado de distribución y exhibición en el Perú. Las conclusiones que obtuvo al término de la investigación fueron que aún no existe una industria cinematográfica peruana porque la distribución y exhibición no están siendo desarrolladas de la forma más adecuada porque para ello debe respetarse cada etapa de la cadena cinematográfica, de la misma forma, la elaboración de estrategias de distribución y exhibición para cualquier tipo de película debe ser desde el desarrollo del proyecto, ya sea para productos de presupuesto limitado o de gran presupuesto.

Fases cinematográficas

Del Prado (2015) afirmó que en el proceso cinematográfico son vitales las funciones de producción, distribución y exhibición, pues permiten determinar el proceso industrial y empresarial de una pieza audiovisual. De la misma manera, Holzkan (2015) coincidió y señaló que las principales etapas de realización cinematográfica son la producción, la distribución y la exhibición (p. 85). Para mayor entendimiento, Jaunarena (2017) explicó primera fase de la producción audiovisual la cual es definida como los métodos artísticos y técnicos que se efectúan desde la creación de la idea hasta llegar a su público. Así mismo, afirma que dentro de este proceso se encuentran las etapas de preproducción, rodaje o producción y postproducción de una obra cinematográfica.

En cuanto a Higson, Jones y Smits (como se citó en Zavala, 2018) explicaron que la distribución es la parte esencial dentro de la industria cinematográfica. Esta actividad tiene como papel importante el actuar como mediador entre los cineastas y su público. Por ello, la distribución faculta al público involucrarse con el trabajo creativo (p, 2). Debido a la importancia que se requiere, Maroto (2016) recalca que el acuerdo sobre la distribución de la película debería estar cerrado antes del rodaje, puesto que la experiencia del distribuidor puede ser de gran utilidad en las estrategias para la pieza audiovisual como en la selección de imagen para el cartel, entre otras cosas.

El distribuidor es el mediador entre el productor y el exhibidor, es quien se encargará de desarrollar estrategias para que el público conozca la película que se estrenará. En el primer capítulo de la Ley de la cinematografía peruana (2011) se define al distribuidor cinematográfico como el responsable de la importación y comercialización de obras cinematográficas en general, en cualquier medio o sistema, mediante las modalidades de adquisición de derechos, venta, arrendamiento u otras a los exhibidores cinematográficos y al público en general (p.2).

De la misma forma, Holzkan (2015) agrega que puede ser distribuidor-financiero, en el posible caso que se encuentre presente desde la fase de la producción podría participar como coproductor y también aportaría con fondos para obtener todos los derechos y no solo de la distribución.

La Dirección del Audiovisual, la Fonografía y los Nuevos Medios (DAFO, 2016) asegura que el cine producido en Perú, además de contar con diferentes géneros, cuenta con modelos alternativos para la distribución. Es así como, Broderick (como se citó en Sayán, 2017) afirma que existen dos estilos de distribución, producto de las nuevas relaciones y las prácticas que han aparecido a la sombra del internet: el viejo mundo y el nuevo mundo de la distribución. Estos dos tipos también suelen conocerse como tradicional y alternativo.

Broderick (como se citó en Sayán, 2017) comenta que en la distribución tradicional o de viejo mundo, el distribuidor tiene el control del producto y se encarga de darlo a conocer, esto permitirá presentarlo al mundo y poder recuperar la inversión y posiblemente generar ingresos. Dentro de la distribución también se crea la publicidad como posters o accesorios de la película o los personajes y programar y realizar entrevistas con los actores o productores para lograr un mayor alcance en los espectadores.

Por otro lado, en la distribución alternativa o de nuevo mundo, Broderick (como se citó en Sayán, 2017) expresa que se encuentra enfocada en estrategias que resultan flexibles para los estrenos o difusiones con un público mejor segmentado. Este tipo de distribución se encuentra ligado al cine comunitario. Es por ello que siendo un público segmentado y no uno global como el cine de industria, no puede compararse con una película comercial. En este caso, el público objetivo que se encuentre interesado en este producto es la comunidad que estuvo involucrada en realización.

Cine en Lambayeque

Para desarrollar la influencia del cine en el contexto local se ha considerado el libro *Las miradas múltiples: El cine regional peruano. Tomo I* en el cual explica más a detalle la evolución de los filmes en la región Lambayeque, de esta manera Bustamante y Luna (2017) aclaran que, en la actualidad, “la producción en Lambayeque es más de documental que de ficción. Asimismo, existen pocos largometrajes y muchos cortos”. Del mismo modo, los autores afirman que la gran mayoría de cineastas, los animadores culturales y productores, están vinculados a las universidades, en especial, la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT), donde destacan como promotores los catedráticos Manuel Eyzaguirre, Mauricio Burstein y Milton Calopiña.

Así mismo, Bustamante y Luna (2017) comentan que se otorgaron premios a proyectos lambayecanos en los concursos de gestión cultural del Ministerio de Cultura. Por ejemplo, en 2015, Watana Comunicaciones ganó un premio para llevar a cabo la novena edición del Festival Universitario “Cortos de Vista” el cual se desarrolla desde hace varios años y representan el tipo de cine que predomina en la región. Dicho festival de cortometrajes es un proyecto de gestión cultural de la empresa Watana Comunicaciones. Hasta el momento, el evento ha tenido catorce ediciones en la ciudad de Chiclayo y se ha dedicado a la presentación de obras audiovisuales que producen los jóvenes universitarios.

Teoría de las cuatro fases del cine

Lipovetsky y Serroy (como se citó en Sayán, 2017) comentan que el cine consta de cuatro fases, de ellas, la cuarta involucra la distribución y el consumo de los contenidos audiovisuales. Los autores señalan que, debido a la actualidad, resulta beneficioso para el desarrollo de una pieza audiovisual mostrar el contenido mediante páginas con soporte de video para que la nueva generación consumidora pueda reproducir el material a través de internet.

Teoría de los Usos y Gratificaciones

Mediante el aporte de Katz, Blumler y Gurevitch (como se citó en Flores y Humanes, 2014), se conoce que las personas consumen distintos productos a través de los medios audiovisuales y cada uno tiene su percepción de estos. Los autores afirman que los

individuos son conscientes de sus necesidades y sabrán identificar las fuentes de satisfacción para obtener mayor conocimiento, para así, mantenerse en constante aprendizaje.

Teoría cinematográfica de Christian Metz

A través de ella, se plantea delimitar y describir códigos cinematográficos. Metz (como se citó en Idrogo, 2018) identifica la imagen cinematográfica con la realidad misma y su resistencia a considerarla como signo el cual se encuentra ante la heterogeneidad de lenguajes y sistemas que conformarán un discurso fílmico dándole una potencialidad comunicativa. Ante lo expuesto, dicha teoría explica que debe definirse el público determinado al cual se pretende dirigir y saber cómo hacerlo para que el mensaje sea comprendido.

Las tres teorías son importantes para esta investigación, pues aportan distintos puntos de vista de diferentes autores. Primero, la teoría de las cuatro fases del cine resalta la importancia de la distribución de productos audiovisuales en medios no tradicionales sin dejar de ser cine porque permite llegar a diferentes públicos interesados por este arte. Segundo, la teoría de Usos y Gratificaciones busca satisfacer las necesidades del público, el cual tiene diferentes preferencias. Por ello, se busca que los directores de los cortometrajes conozcan la relevancia social que contiene sus productos audiovisuales. Finalmente, la teoría de Christian Metz es de vital importancia porque los directores de cortometrajes deberán estudiar su público y saber a quienes se están dirigiendo para usar los medios más adecuados.

Materiales y métodos

La presente investigación fue de carácter cualitativo, pues permitió comprender una situación social, la cual responde al poco tratamiento de la distribución en los directores de cortometrajes en la Escuela de Comunicación USAT en el ciclo 2019 - I. Hernández (2018) comenta que la investigación cualitativa se enfoca en comprender los fenómenos, explorándolos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural. Este tipo de investigación se centra en examinar la forma en que ciertos individuos perciben y experimentan fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados.

Asimismo, esta investigación tuvo un enfoque fenomenológico puesto que buscó comprender las experiencias en un determinado grupo de personas. Por ello, Hernández (2018) señala que este enfoque explora, describe y comprende lo que los individuos tienen en común de acuerdo con sus experiencias con un determinado fenómeno.

Esta investigación se desarrolló en el departamento de Lambayeque la cual está compuesta por tres provincias y treinta y ocho distritos. En esta región, la gran mayoría de cineastas se encuentran vinculadas a las universidades, una de ellas, es la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT) específicamente la Escuela de Comunicación, la cual produce una considerable producción de cortometrajes. Sin embargo, los directores de los cortometrajes no logran concluir con la fase de la distribución, dejando los productos audiovisuales en una proyección interna, sin mostrar los resultados a un público externo, siendo esta la principal problemática de la presente investigación.

La presente investigación tuvo como sujetos de investigación a los estudiantes Comunicación USAT. Los criterios de inclusión se consideraron a los tres estudiantes que dirigieron cortometrajes en la asignatura de Comunicación Audiovisual durante el ciclo 2019 –I. Así mismo, se incluyeron a cinco expertos en el área cinematográfica, como productores, directores y distribuidores para conocer sus aportes al presente estudio.

Tabla 1
Directores de cortometrajes universitarios

Sujeto participante	Estudiante	Cortometraje
Entrevistado 1	Gerson Jair Arce Cueva	Estudiante de Comunicación USAT. Director del cortometraje <i>El Águila del Ciclón</i> .
Entrevistado 2	Diego Martín Figueroa Campos	Estudiante de Comunicación USAT. Director del cortometraje <i>Sin Rumbo Fijo</i>
Entrevistado 3	Alejandra Mariluz Ramos Puyén	Estudiante de Comunicación USAT. Directora del cortometraje <i>Herencia</i> .

Tabla 2
Expertos en el rubro cinematográfico

Sujeto participante	Profesional	Experiencia
Entrevistado 1	Diego de la Vega	Cineasta y director de fotografía, licenciado en Publicidad y Multimedia por la Universidad Católica de Santa María en Arequipa. Actualmente dirige su productora, dedicándose especialmente al cine.
Entrevistado 2	María Fernanda Mancilla Herrera	Cineasta con mención en Producción Ejecutiva por la Escuela de Cine de Chile. Actualmente labora como Line Producer y Producción Ejecutiva en Mimbres Producciones en Santiago de Chile.
Entrevistado 3	Luis Ramos Choqueconza	Productor y distribuidor cinematográfico, con más de 20 años de experiencia en cine, televisión y promoción de la cultura cinematográfica.
Entrevistado 4	Sebastián Zavala Kahn	Comunicador audiovisual de la Pontificia Universidad Católica del Perú. Es miembro de la APRECI (Asociación de Prensa Cinematográfica) y crítico de cine aprobado por Rotten Tomatoes.
Entrevistado 5	Ernesto Zelaya Miñano	Bachiller en Periodismo de la Universidad Católica del Norte en Antofagasta, Chile. Obtuvo un Master en Creative Writing, Publishing, and Editing (Escritura Creativa y Edición) de la Universidad de Melbourne, en Australia, es miembro de la Asociación Peruana de Prensa Cinematográfica (APRECI). Actualmente colabora con el portal de noticias canadiense de cine ScreenAnarchy.

Por otro lado, los criterios de exclusión estuvieron conformados por estudiantes del ciclo 2019 – I que no fueron directores de cortometrajes. Asimismo, por especialistas que no contaban con experiencia en distribución de cortometrajes universitarios.

La técnica de recolección de datos elegida fue entrevista semiestructurada porque a través de ella se pudo describir los sistemas de distribución que se emplearon en los

cortometrajes de los estudiantes de Comunicación USAT. Hernández (2018) define a la entrevista semiestructurada como una guía de asuntos o preguntas donde el entrevistador tiene la libertad de realizar preguntas adicionales para obtener mayor información sobre un tema.

El instrumento utilizado para esta investigación fue el cuestionario, este fue dirigido a tres directores de cortometrajes durante el ciclo 2019 – I y a cinco expertos en cinematografía para recolectar información acerca de la distribución de cortometrajes universitarios.

Cuestionario para directores de cortometrajes

1. ¿Conoces las fases de la realización audiovisual?
2. ¿Qué entiendes por distribución?
3. ¿Consideras importante la distribución de cortometrajes universitarios?
4. ¿Qué canales de distribución conoces?
5. ¿A través de qué plataformas se puede distribuir?
6. ¿Has distribuido tu cortometraje?
7. ¿Qué impide que tu pieza audiovisual sea distribuida?

Cuestionario para expertos en rubro cinematográfico

1. ¿Cuán importante es la distribución en el proceso cinematográfico?
2. ¿Considera que la distribución a través de festivales beneficia al cine universitario?
3. ¿Cree que la difusión en festivales ayuda a que el público acceda a este tipo de producciones audiovisuales?
4. ¿Cuánto favorece la existencia de plataformas online gratuitas como YouTube o Vimeo a la difusión de este tipo de cortometrajes?
5. ¿Qué tanto han evolucionado las plataformas para distribuir y exhibir cortometrajes?
6. ¿Las plataformas online pagadas como Netflix, Amazon o HBO ayudan a difundir este tipo de producciones?
7. ¿Conoce alguna otra alternativa para que los realizadores universitarios difundan sus cortometrajes?
8. ¿Qué rol deberían asumir las universidades para ayudar a la difusión de sus cortometrajes?
9. ¿Qué ruta de distribución conoce usted para los cortometrajes universitarios?
10. ¿Conoce algún caso exitoso de distribución?

Para el procedimiento de la recolección de datos primero se elaboraron las preguntas que se realizaron a los directores de cortometrajes y a especialistas en distribución de cortometrajes universitarios. Luego, se realizó la lectura y codificación de las respuestas a través de una matriz de análisis de información a fin de intentar darle sentido de acuerdo a los objetivos del estudio para poder determinar las claves de la investigación. Tras haber recopilado la información y evidencia necesaria se dio paso al análisis de los datos para poder proponer la estrategia de distribución para los cortometrajes realizados por los estudiantes de Comunicación USAT en el ciclo 2019 – I.

Finalmente, esta investigación cumplió con los principios éticos, pues se respetaron los derechos de autoría citando las fuentes utilizadas, de modo que no hubo plagio de

información correspondiente a otros autores. Por ello, se citó y referenció empleando la norma APA séptima edición. De la misma manera, los instrumentos fueron validados por profesionales, empleando los criterios de confiabilidad, imparcialidad y credibilidad.

Resultados

Resultados de las entrevistas a directores de cortometrajes universitarios

Mediante las entrevistas semiestructuradas realizadas a los estudiantes directores de los cortometrajes se pudo evidenciar que solo lograron reconocer las fases como la preproducción, producción y post producción. Sin embargo, consideraron muy importante porque da visibilidad de sus cortometrajes. De la misma manera, tienen poco conocimiento sobre los canales de distribución y entre ellos se mencionaron festivales de cine, plataformas con soportes de video y la productora lambayecana Norcinema. Finalmente, los cineastas expresaron que realizaron la etapa de la distribución, aunque no todos mediante festivales y plataformas. También se evidenció que algunos tuvieron obstáculos al momento de hacerlo por falta de tiempo por la poca motivación o problemas con derecho de propiedad intelectual.

Figura 1.

Infografía de distribución por estudiantes universitarios



Por otro lado, a través de las entrevistas a los expertos en el rubro cinematográfico se pudo conocer cuán importante es la distribución y el beneficio que tienen los productos audiovisuales en los festivales de cine. Del mismo modo, los expertos precisaron que las rutas de distribución que conocen constan de circuitos de festivales y distintos usos de plataformas, así mismo, conocer las características del cortometraje y del público al que se dirige para determinar en cual festival podría concursar.

Figura 2.

Infografía de las sugerencias de distribución para cortometrajes universitarios



Discusión

Se tomó en cuenta los resultados obtenidos por las entrevistas semiestructuradas aplicadas a los directores de cortometraje que respondieron al primer objetivo específico el cual fue describir los sistemas de distribución que emplean actualmente los cortometrajes los estudiantes de Comunicación USAT. Los directores de los cortometrajes explicaron haber ejecutado las tres primeras fases de la realización audiovisual como la preproducción producción y postproducción, además, reconocieron las actividades que se realizan dentro de cada una de estas etapas. Zavala (2018) en su investigación aclaró que existen cinco fases dentro de la del proceso audiovisual, así mismo, especificó que la distribución y la exhibición en la cinematografía peruana no son desarrolladas de la forma más adecuada. Por su parte, Del Prado (2015) refirió que las funciones de producción distribución y exhibición permitirán un proceso exitoso para la pieza audiovisual.

Los estudiantes de comunicación consideraron importante realizar la distribución por que les permitió exponer sus trabajos en festivales o eventos públicos y obtuvieron mayor visibilidad. Del mismo modo, consideraron que este tipo de productos promueven el interés y la motivación en las personas que se inclinan por las producciones audiovisuales. A su vez, Higson, Jones y Smits (como se citó en Zavala, 2018) explicaron que la distribución es esencial en el proceso cinematográfico y tiene como rol importante actuar como mediador entre los cineastas y sus espectadores. Así mismo, Lipovetsky y Serroy (como se citó en Sayán, 2017) en su teoría de las cuatro fases del cine, complementa que mediante la distribución en los nuevos medios ayudará a conectar con un público diferente que se encuentra en la búsqueda de contenido novedoso,

Se evidenció que los directores de los cortometrajes no lograron reconocer canales para la distribución de sus trabajos, sin embargo, harían uso de plataformas y sitios web con soporte de video para la visualización de sus productos. Además, tuvieron obstáculos

al realizar la distribución de sus cortometrajes puesto que se presentaron inconvenientes en la postproducción de sus proyectos o no se sintieron motivados para continuar con su trabajo. De esta manera, Cepeda (2018) expuso en su investigación que existe poca presencia de profesionales especializados en la distribución y es esta la razón por la cual no se llega a comercializar los filmes, en consecuencia, los directores no logran conocer cuáles son las diferentes alternativas para que el cortometraje pueda participar en festivales o exhibiciones públicas. Este caso llega a ser contraproducente puesto que Holzkan (2015) señaló que es necesario cumplir con las etapas de producción, distribución y exhibición y al omitirse estas dos últimas fases el cortometraje no culmina con su proceso audiovisual.

Para el desarrollo del segundo objetivo específico que fue identificar otros canales de distribución para cortometrajes universitarios se realizaron entrevistas a expertos. Los especialistas señalaron que la distribución a través de festivales y la difusión beneficia tanto al cine universitario como el acceso a este tipo de producciones audiovisuales porque permite presentar los cortometrajes crea una expectativa en el público y en muchos casos los festivales, específicamente regionales, permiten llegar a muchas más personas. También, recalcaron que la ruta de distribución consta de circuitos de festivales, el uso de distintas plataformas y proyecciones públicas. Sayán (2017) expresó que los directores serán los encargados de decidir los medios para la distribución de sus filmes, ya sea por medio de festivales, online, televisión, etc. De la misma forma, los sujetos de estudio afirmaron que las plataformas para distribuir y exhibir han evolucionado, entre ellas se encuentran Netflix, Amazon, HBO, Vimeo, YouTube y Facebook video las cuales han permitido difundir cortometrajes porque hay mucha gente a la espera de nuevo contenido y es más accesible para los usuarios. Por su parte, Aranzubia y Ferreras (2015) concuerdan en que hay nuevas formas de consumo online que ofrecen la creación de nuevas oportunidades para la distribución de películas, el mantenimiento de la diversidad de la producción comunitaria y la mejora de su accesibilidad para los ciudadanos que desean consumir estos filmes. De esta manera, podemos evidenciar que la teoría de usos y gratificaciones de Katz, Blumler y Gurevitch (como se citó en Flores y Humanes, 2014) cobra sentido debido a que en ella se ve reflejada la necesidad que tienen las personas por la búsqueda de conocimiento y hacen uso de distintos medios para llegar hacia su objetivo.

Como anteriormente fue mencionado los especialistas en la industria cinematográfica refirieron que existen diversas formas de distribución ya sea través de plataformas o presentaciones públicas, sin embargo, consideran que el cineasta debe tener iniciativa propia para que puedan distribuir sus productos audiovisuales. Álvarez (2019) explicó que para que el cortometraje tenga un proceso de distribución exitoso debería clasificarse en formatos, narrativas, lenguaje audiovisual y establecer el público objetivo para saber a dónde llegar con el producto audiovisual, de otro modo, deberían optar por contratar una empresa distribuidora que se encargaría de realizar ese trabajo. Asimismo, es conveniente resaltar el aporte teórico de Christian Metz (como se citó en Idrogo, 2018) el cual explica que existen muchas formas de llegar a un público y para ello deben de limitarse ciertos parámetros y tiene en cuenta la heterogeneidad en los espectadores para poder determinar su público objetivo.

Conclusiones

Los directores de los cortometrajes ejecutan las tres primeras fases de la realización audiovisual como la preproducción, producción y postproducción, a pesar que existen cinco fases dentro de dicho proceso; reafirmando que la etapa de distribución y exhibición no se desarrollan de la manera más apropiada. Sin embargo, los estudiantes consideraron importante realizar la distribución porque les permite exponer sus trabajos en festivales o eventos públicos y obtener mayor visibilidad. Si bien, no reconocieron los canales para la distribución de sus trabajos, comentaron sobre la importancia del uso de plataformas digitales y sitios web con soporte de video para la visualización de sus cortometrajes.

Con respecto a los canales de distribución de cortometrajes universitarios los expertos manifestaron que la distribución a través de festivales beneficia al cine universitario porque mediante ello presentan sus cortometrajes ante un público. Así mismo, identificaron canales como Netflix, Prime Video, HBO Max, Vimeo, YouTube y Facebook Watch las cuales han permitido difundir cortometrajes de distintos géneros a nivel internacional, de modo que los estudiantes podrían replicar tal proceso con sus proyectos audiovisuales.

En cuanto a la propuesta del presente trabajo de investigación se diseñó una guía de distribución para los estudiantes de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo (USAT) quienes deseen que sus cortometrajes no queden en proyecciones organizadas por la universidad, sino hacerla llegar a un público externo en espacios competitivos. Esta de guía de distribución detalla el circuito de festivales a los que puede postular el estudiante con su cortometraje, así como sitios web para seguir concursando y espacios públicos a los que pueden acceder para proyectar sus cortometrajes dentro y fuera de la región Lambayeque.

Recomendaciones

Se le recomienda a la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo que la asignatura de Comunicación Audiovisual haga énfasis en la distribución de los cortometrajes de sus estudiantes para poder encaminar dichos proyectos y obtener un mayor alcance. Por ello, fue conveniente proponer una estrategia de distribución para los cortometrajes de los estudiantes de Comunicación USAT en el ciclo 2019 – I la cual debería ser aplicada en el sexto ciclo donde se cursa la asignatura anteriormente mencionada. *Ver la siguiente página.*

GUÍA DE LA RUTA DE DISTRIBUCIÓN

CIRCUITO DE FESTIVALES



PLATAFORMAS DIGITALES



PRESENTACIONES PÚBLICAS



Referencias

- Álvarez, D (2019). Diseño de estrategia de distribución para la serie documental “Moderna contemporánea/Cali sobre el papel. Tesis para optar el título de profesional en Cine y Comunicación Digital. Universidad Autónoma de Occidente. Santiago de Cali. Recuperado de:
<https://red.uao.edu.co/bitstream/10614/11093/4/T08654.pdf>
- Aranzúbia, A y Ferreras, J. (2015). Distribución online de películas en España: ¿una oportunidad para la diversidad cultural? adComunica. Revista de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación, 2015, n°10 / ISSN 2174-0992. Recuperado de:
<http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/download/258/244>
- Bustamante, E y Luna, J. (2017). Las miradas múltiples: El cine regional peruano. Tomo I. Fondo editorial: Lima. Recuperado de:
<https://books.google.com.pe/books?id=49SEDwAAQBAJ&pg=PT105&lpg=PT%20105&dq=cine+lambayecano&source=bl&ots=26gCkcwT6f&sig=ACfU3U35Wt%20uqxYhcm6N7eYGQToYbf6F6jA&hl=es419&sa=X&ved=2ahUKEwiZt8L6097%20pAhW1BtQKHUJaDPM4FBDoATABegQIChAB#v=onepage&q&f=false>
- Carrasco, R. (2017). Análisis de la evolución de los procesos de producción en el cine independiente digital peruano. Comparación entre las películas La maldición de los Jarjachas 2 (2002) y Videofilia y otros síndromes virales (2016), según expertos en cinematografía, Lima, 2017. Tesis para optar el título de licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad Cesar Vallejo. Lima: Perú. Recuperado de:
http://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/UCV/15636/Carrasco_URA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cepeda, S. (2018). Estrategias para la comercialización de producciones cinematográficas colombianas. Entramado. Enero - Junio, 2018. vol. 14, no. 1, p. 112-127. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/entra/v14n1/1900-3803-entra-14-01-112.pdf>
- DAFO. (2016). Informe panorámico de las artes y las industrias culturales en el Perú. Dirección General de Industrias Culturales y Artes: Perú. Recuperado de:
<http://dafo.cultura.pe/wp-content/uploads/2017/03/Bolet%C3%ADn-Infoartes-Sector-audiovisual.pdf>
- Del Prado, R., (2015). El cine: Arte o industria. Biblioteca UCM. Universidad Complutense de Madrid. España. Recuperado de:
<https://biblioteca.ucm.es/revcul/e-learning-innova/124/art1798.pdf>
- Flores, I y Humanes, M. (2014). Hábitos y consumos televisivos de la generación digital desde la perspectiva de los usos y gratificaciones. Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication, Vol. 5, No. 1, 2014, págs. 137-155. Recuperado de:
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4740428>

- Fuentes, B & Fuentes, M. (2015). El cine digital como estrategia para mejorar los niveles de producción audiovisual en los alumnos de la Facultad de Comunicación Social e Idiomas. Tesis para optar al título profesional de licenciado en Ciencias de la Comunicación. Universidad Nacional de San Antonio Abad del Cusco. Cusco. Recuperado de: <http://repositorio.unsaac.edu.pe/handle/UNSAAC/160>
- Hernández, R. (2018). Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. México: Mc Graw Hill Education. Recuperado de: http://www.biblioteca.cij.gob.mx/Archivos/Materiales_de_consulta/Drogas_de_Abuso/Articulos/SampieriLasRutas.pdf
- Holzkan. A. (2015). Distribución y exhibición del cine: Cine comercial argentino en el siglo XXI. (Tesis para optar el título de Licenciatura en Comunicación Audiovisual). Universidad de Palermo: Buenos Aires. Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/detalle_proyecto.php?id_proyecto=3721
- Idrogo, A. (2018). Análisis de los elementos de la dirección de arte en la película la teta asustada dirigida por Claudia Llosa. Tesis para optar el título de licenciado en Comunicación. Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo. Chiclayo. Recuperado de: http://tesis.usat.edu.pe/bitstream/20.500.12423/1436/1/TL_IdrogoGuevaraAna.pdf
- Ley de la Cinematografía Peruana N° 26370. (2011). Recuperado de: <https://docs.peru.justia.com/federales/leyes/26370-oct-18-1994.pdf>
- Maroto, N. (2016). Guía de creación audiovisual: De la idea a la pantalla. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo: España.
- Robles, B. (2014) La entrevista en profundidad: una técnica útil dentro del campo antropofísico. Recuperado de: <http://www.scielo.org.mx/pdf/cuicui/v18n52/v18n52a4.pdf>
- Robles. P y Rojas, M. (2015) La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. Revista Nebrija de Lingüística Aplicada. Recuperado de: https://www.nebrija.com/revista-linguistica/files/articulosPDF/articulo_55002aca89c37.pdf
- Sayán, Y. (2017). Producción, distribución y exhibición del cine desde una nueva mirada: la web social. Obra Digital, Núm. 12, Febrero-Agosto 2017, pp. 27-51. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/132357661.pdf>
- Zavala, L. (2018). Una aproximación a la distribución y la exhibición como etapas claves para la consolidación de una industria cinematográfica peruana. Tesis para optar el título de Licenciado en Comunicación. Universidad de Piura: Perú. Recuperado de: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3711/INF_218.pdf?sequence=1%20&isAllowed=y

Anexos

Anexo 1: Propuesta

Idea de la propuesta

Esta propuesta trabaja con los tres documentales realizados durante el ciclo 2019-I. El primero se titula Herencia dirigido por Alejandra Ramos, narra la historia de un grupo de tres mil personas que marchó para defender su agua y sus tierras de una empresa minera transnacional en el distrito de Reque. Eva y Manuel fueron los dirigentes; y aunque no fue fácil mantenerse en esta lucha, sembraron raíces de conciencia social desde casa. Herencia tuvo una duración de catorce minutos y cuarenta segundos con créditos incluidos, su temática es de corte social/ambiental y su público objetivo son las personas interesadas en el cuidado del medio ambiente, los ciudadanos de Reque y el departamento de Lambayeque o aquellas personas que hayan tenido una experiencia similar de conflicto social.

El segundo documental fue dirigido por Gerson Arce, El águila del ciclón, el cual muestra la historia de don Hipólito Odar Olea, uno de los hinchas más fervientes del club Juan Aurich de Chiclayo. Este cortometraje de dieciocho minutos y veintiocho segundos es de temática deportiva y de personaje. Entre su público objetivo se encuentran los aficionados al fútbol e hinchas de mencionado club deportivo chiclayano.

Cabe resaltar que este cortometraje participó en tres festivales nacionales entre ellos el Festival Nacional de Cine de Huánuco (FENACI), festival internacional de cortometrajes universitarios Cortos de Vista y el festival de cine universitario RENDER.

Por último, el cortometraje documental de Diego Figueroa titulado Sin rumbo fijo trata sobre Ely un taxista inmigrante que recorre la ciudad de Chiclayo por las noches mientras reflexiona sobre su vida. La temática de esta obra es acerca de la problemática social dirigido a las personas extranjeras que se encuentren en situaciones similares al protagonista. Esta historia tuvo una duración de diecinueve minutos incluyendo los créditos finales.

De la misma manera, los directores de los tres cortometrajes documentales consideran que el público objetivo que engloban son las personas que estén interesadas en los productos audiovisuales, los documentales regionales o quienes asistan a festivales de cine.

Objetivos

Objetivo general:

- Diseñar una ruta de distribución para los cortometrajes realizados por los estudiantes de Comunicación USAT en el 2019 –I.

Objetivos específicos:

- Detallar los festivales nacionales a los que pueden postular los cortometrajes realizados por los estudiantes de Comunicación USAT en el 2019 – I.
- Describir las plataformas digitales que harán uso los directores de los cortometrajes.
- Especificar los espacios públicos potenciales para las proyecciones de los cortometrajes realizados por los estudiantes de Comunicación USAT en el 2019 –I.

- Elaborar una guía de la ruta de distribución para los cortometrajes realizados por los estudiantes de Comunicación USAT en el 2019 –I.

Planificación

Como se detalló anteriormente se realizará una ruta de distribución para que los productos puedan tener mayor visualización. Se trabajarán con tres documentales elaborados por los estudiantes de Comunicación USAT en el ciclo 2019 - I en los cuales se tomó en cuenta la duración, temática y público objetivo.

Ejecución

Teniendo en cuenta la fase de planificación, se ha elaborado la ruta de distribución de los cortometrajes universitarios, la cual consta en detallar los circuitos de festivales, describir las plataformas digitales que utilizarán los estudiantes y especificar los espacios públicos para las proyecciones que pueden autogestionar los directores de los cortometrajes para llevar su producto a distintos públicos. Posteriormente, se elaborará una guía de la ruta de distribución de cortometraje, la cual podría ser difundida durante la asignatura por la Escuela de Comunicación USAT a los estudiantes por medio del aula virtual.

Festivales nacionales

Se han sido escogido siete festivales a nivel nacional puesto que son más accesibles para este tipo de productos universitarios. Estos establecen determinados criterios como la duración, temática, categoría a la que pertenece, recompensas o beneficios y los años de antigüedad del cortometraje para que pueda postular.

Festival de cine universitario RENDER

Busca fortalecer y promover la creatividad en la producción audiovisual universitaria a nivel nacional, a través de la generación de espacios de difusión, discusión y formación cinematográfica que permitan a estudiantes de las diferentes regiones del Perú acceder a oportunidades para desarrollar sus capacidades e intereses en el rubro cinematográfico. Para postular a este festival deberán participar en la categoría de estudiantes de instituciones educativas regionales, asimismo, los integrantes de cada proyecto tienen presentar una carpeta de documentación que contenga una copia de DNI y una constancia de matrícula que los certifique como estudiantes. Los postulantes podrán participar hasta con dos cortometrajes, pero estos productos deben tener menos de tres años de haberse culminado, por el contrario, no podrán participar. De la misma manera, la temática será libre, ya sea en ficción o documental y la duración de las obras audiovisuales no debe exceder de los veinte minutos de duración (sin incluir créditos). En cuanto a las recompensas, se otorgarán premios a los ganadores de cada categoría en competencia, y si es necesario, se podrá otorgar menciones honoríficas. Los ganadores estarán comprometidos a utilizar los laureles del festival en todas las exhibiciones o proyecciones posteriores.

Festival internacional de cortometrajes universitarios Cortos de vista

Es un evento realizado en la ciudad de Chiclayo que maneja distintas secciones que logran englobar: apreciación cinematográfica, nuevas pantallas y tecnología, difusión internacional, creación de proyectos y competencia. Tiene como claro objetivo motivar la producción cinematográfica con altos estándares de calidad que puedan alcanzar una difusión nacional e internacional. El festival permite participar con la categoría de ficción y documental con una temática libre y que tengan una duración de veinte minutos (créditos incluidos). El productor o director de la película debe contar con carné

universitario o ficha de matrícula académica para que pueda ser participar, de la misma manera, podrá inscribir más de un cortometraje, mientras la obra haya sido culminada durante los dos últimos años. Es importante tener en cuenta que para este evento los cortometrajes deben ser estrenos regionales, es decir, no haber sido exhibidos en el departamento de Lambayeque.

Festival de cine Al este

Mediante sus cuatro plataformas internacionales en A l'Est - Francia, Al Este - Perú, Al Este - Argentina y Al Este - Colombia, mantiene su compromiso con la difusión cinematográfica realizada en países de Europa Central y Oriental, así como en algunos sudamericanos con el objetivo de promover, intercambiar y establecer un diálogo cultural entre estos países. En la convocatoria Call for entries se encuentra la categoría para la competencia de cortometrajes nacionales – Hecho en el Perú en ella se puede participar con obras de ficción o documental con una temática libre que tenga una duración de entre a tres o veinte minutos con créditos finales incluidos y cuente con dos años de antigüedad. Es necesario añadir que solo serán seleccionadas aquellas obras que no hayan sido estrenadas comercialmente en territorio peruano, argentino, francés o colombiano ya sea a través de cines, televisión o distribución online. Igualmente, no se elegirá ningún material que haya sido presentado en ediciones anteriores.

Por otro lado, los beneficios que pueden recibir los ganadores son recibir entradas de cortesía para las proyecciones del festival y una beca para *ESTELAB*. Los ganadores obtendrán un diploma al mérito, un tour Al Este del cortometraje en las ediciones de Argentina, Colombia y Francia, así como subtítulos en francés y asesoría para promocionar internacionalmente su obra cinematográfica.

Festival internacional de cine Transcinema

Es una de las principales vitrinas latinoamericanas para el cine contemporáneo, de vanguardia y no-ficción y una de las más importantes plataformas nacionales para el cine peruano independiente que se realiza en Lima. Propone una distribución alternativa en territorio latinoamericano de las películas peruanas estrenadas en el festival mediante las diversas alianzas con prestigiosos festivales, cinematecas, centros culturales y salas de cine de México, Chile, Colombia, Ecuador, Bolivia y Argentina, puesto que consideran necesario aportar una mayor visibilidad del buen cine peruano en el continente. Para presentarse en este concurso deben ser producciones peruanas, ya sean cortos, medios o largometrajes en calidad de Premiere Nacional, en otras palabras, ser la primera proyección en el Perú para que pueda formar parte de la edición del festival. Por otro lado, no hay restricción de duración para las obras audiovisuales y el año de producción de los productos no deben tener más de un año de terminados.

Festival de Cine de Trujillo – FECIT

Es un concurso de cortos y largometrajes, tiene a cargo La Caravana del Cine Peruano (exhibición pública de películas en espacios abiertos de zonas alejadas), además cuenta con actividades de formación, talleres, conversatorios y capacitaciones. Este evento tiene las categorías de ficción y documental, ambas comprenden de largometrajes y cortometrajes, solo pueden participar producciones peruanas de tema libre que hayan sido terminadas durante los dos últimos años y tener un límite de duración de treinta minutos (créditos incluidos). En el caso de ganar en la competencia, se otorgará un diploma y un trofeo al mejor cortometraje de ficción y mejor cortometraje documental.

Festival Hecho por mujeres

Es el primer concurso que tiene como objetivo la proyección de largometrajes y cortometrajes realizados por jóvenes cineastas, encuentros formativos y el debate acerca de la situación actual del sector audiovisual y cultural con un enfoque feminista. Sobre la categoría a la que se postula es la competencia de cortos universitarios ya sea de ficción, documental o experimental que hayan sido dirigidos por mujeres y producido en Perú durante los dos últimos años.

Festival Nacional de Cine de Huánuco (FENACI)

Es un espacio alternativo para exhibir Cine Peruano en dicha ciudad. Tiene como objetivo la difusión y promoción de la cinematografía peruana y en general de la industria del Perú y próximamente de Latinoamérica y Europa, acogiendo el encuentro de sus diversos sectores profesionales y potenciando su desarrollo nacional e internacional. Si se desea postular a este evento, tiene que inscribir en la sección oficial de cortometrajes universitarios cumpliendo los requisitos de ser producidos por estudiantes de universidades, escuelas de cine o institutos superiores del Perú, que sean de temática libre, sea menor a treinta minutos (con créditos) y no tenga una antigüedad mayor a tres años. En cuanto a los premios para los concursantes, el jurado premiará al mejor cortometraje y una mención honrosa al segundo mejor.

Plataformas digitales para difundir el cortometraje

Se tomaron en cuenta las siguientes plataformas con soporte de video para la difusión de los cortometrajes y que se encuentran al alcance de los directores para que hagan uso de ellas.

Vimeo

Red social en la cual se pueden compartir videos y apuestan por la calidad de estos. En su mayoría son cineastas o artistas musicales quienes prefieren hacer uso de la plataforma para poder dar a conocer sus trabajos, puesto que resulta ser más profesional que otros sitios. Esta plataforma no tiene límite de duración, sin embargo, los estudiantes pueden usar el plan gratuito que será necesario para permitir subir hasta 500 MB en videos en una sola semana.

Facebook Watch

Plataforma interna de Facebook en la cual se encuentran alojados todos los videos que se suben a la red social. También ofrece programas propios de la red social. La privacidad para la publicación de videos puede ser configurada por quien desea subir el contenido y permite casi cualquier formato de archivo de video ya sea en MP4 o MOV para dar más accesibilidad.

YouTube

Es una de las plataformas más famosas y preferidas por las personas. Esta permite subir y visualizar videos teniendo una duración máxima predeterminada de quince minutos ya que para aumentar el tiempo se debe verificar su cuenta. Sin embargo, el problema con esta plataforma es que al tener muchos usuarios hay mucha competencia y puede ser difícil poder posicionar un video para que tenga un buen alcance, pero sigue siendo de una de las opciones para la distribución de cortos porque muchos directores lo consideran importante y necesario.

Instagram

Plataforma social basada en los videos y está especialmente diseñada para dispositivos móviles. Permite a los usuarios cargar vídeos verticales de hasta 10 minutos o hasta 60

minutos en el caso de las cuentas verificadas y populares. Igualmente, brinda la oportunidad de llegar a un público completamente nuevo.

Espacios públicos para la proyección de cortometrajes

La distribución también puede hacerse por cuenta propia al agruparse entre jóvenes cineastas que deseen llevar sus productos a más personas y poder proyectarlas en salas alternativas como cineclubes o espacios que apoyen el arte y la cultura en la ciudad de Chiclayo. Para ello se averiguó acerca de espacios que congreguen al público objetivo o que se encuentre interesado en los cortometrajes o su temática. Se escogieron los siguientes espacios públicos, puesto que, en ocasiones pasadas prestaron sus instalaciones para la proyección de productos audiovisuales y fomentan este tipo de trabajos en la comuna lambayecana.

El cineclub de Lambayeque

Es un espacio alternativo creado con la finalidad de difundir el lenguaje cinematográfico mediante la elaboración y proyección de programaciones mensuales que incluyan obras importantes de la cinematografía a nivel internacional, así como las producciones realizadas en el Perú.

Alianza Francesa de Chiclayo

Asociación cultural sin fines de lucro, dedicada a la enseñanza del francés y el intercambio cultural a través del diálogo y difusión de lo franco-peruano. Contribuyendo, de este modo, a la formación de muchos peruanos en aspectos intelectuales, culturales y artísticos.

Sociedad Japonesa de Auxilios Mutuos de Chiclayo

Organización sin fines de lucro dedicada al idioma y cultura japonesa que en algunas oportunidades ha brindado su local para realizar actividades de exhibición de documentales.

Instituto Cultural Peruano Norteamericano (ICPNA)

Es una asociación civil sin fines de lucro, registrado como Centro Cultural, ofrece una diversidad de actividades culturales para su personal, estudiantes, y público en general. El programa cultural incluye conciertos, exhibiciones de arte, conferencias y otras actividades para promover la cultura e historia de los Estados Unidos y el Perú, así como valores cívicos y democráticos.

Guía de la ruta de distribución

Luego de haber recopilado la información necesaria se realizarán diseños que contengan los festivales seleccionados a nivel nacional, las plataformas que harán uso los estudiantes y los espacios públicos que permitan la proyección de sus productos. Esta guía se presentará en formato PDF a través del aula virtual en la asignatura de Comunicación Audiovisual para el conocimiento de los estudiantes. De este modo, se necesitaría la colaboración de la Escuela de Comunicación que permitiría adaptar esta guía de ruta de distribución y se les haga llegar a los alumnos vía campus virtual. Asimismo, se elaboró la siguiente guía de la ruta de distribución que brinde la información que necesitarán para poder distribuir su pieza al culminarla y que esta sea atractiva visualmente para despertar la curiosidad en los estudiantes y que logren descárgalos a sus celulares o laptops.

Presupuesto

Tabla 3

Presupuesto de equipos

Recursos Logísticos			
Descripción	Cantidad	Costo unitario	Monto total
Laptop	2	S/.3,000	S/. 6,000
Internet	1 mes	S/.200	S/. 200
Total general			S/. 6,200

Tabla 4

Presupuesto equipo humano

Equipo Humano		
Descripción	Honorarios	Monto total
Diseñador gráfico o diagramador	S/. 1,500	S/. 1,500
Redactor	S/. 1,500	S/. 1,500
Total general		S/. 3,000

Anexo 3: Instrumentos

Cuestionario

Cuestionario para directores de los cortometrajes

Hora:		Fecha:	
-------	--	--------	--

Entrevistador	
Entrevistado	

Indicaciones:

La siguiente entrevista en profundidad semiestructurada será realizada con fines académicos para poder conocer sobre la distribución de cortometrajes universitarios. Por ello, se requiere de la opinión de los jóvenes productores de los cortometrajes, esto permitirá la realización de esta investigación.

1. ¿Conoces las fases de la realización audiovisual?
2. ¿Qué entiendes por distribución?
3. ¿Consideras importante la distribución de cortometrajes universitarios?
4. ¿Qué canales de distribución conoces?

5. ¿A través de qué plataformas se puede distribuir?
6. ¿Has distribuido tu cortometraje?
7. ¿Qué impide que tu pieza audiovisual sea distribuida?

Cuestionario

Cuestionario para expertos en el rubro cinematográfico

Hora:		Fecha:	
-------	--	--------	--

Entrevistador	
Entrevistado	

Indicaciones:

La siguiente entrevista a expertos semiestructurada será realizada con fines académicos para poder conocer sobre la distribución de cortometrajes universitarios. Po ello, se requiere de la opinión de expertos en cinematografía, quienes con su experiencia ayudarán a reforzar las conclusiones finales para esta investigación.

1. ¿Cuán importante es la distribución en el proceso cinematográfico?
2. ¿Considera que la distribución a través de festivales beneficia al cine universitario?
3. ¿Cree que la difusión en festivales ayuda a que el público acceda a este tipo de producciones audiovisuales?
4. ¿Cuánto favorece la existencia de plataformas online gratuitas como YouTube o Vimeo a la difusión de este tipo de cortometrajes?
5. ¿Qué tanto han evolucionado las plataformas para distribuir y exhibir cortometrajes?
6. ¿Las plataformas online pagadas como Netflix, Amazon o HBO ayudan a difundir este tipo de producciones?
7. ¿Conoce alguna otra alternativa para que los realizadores universitarios difundan sus cortometrajes?
8. ¿Qué rol deberían asumir las universidades para ayudar a la difusión de sus cortometrajes?
9. ¿Qué ruta de distribución conoce usted para los cortometrajes universitarios?
10. ¿Conoce algún caso exitoso de distribución?