



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO
FACULTAD CIENCIAS POLITICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA COMUNICACIÓN**

La comunicación interna en la producción de la película El Chuzalongo
2025

**Trabajo de Titulación para optar al título
Licenciada en Comunicación**

Autora:

Aguagallo Carrillo, Jhosselin Cristina

Tutor:

Mgs. José Paúl Parra Mayorga

Riobamba, Ecuador. 2026

DECLARATORIA DE AUTORÍA

Yo, Aguagallo Carrillo Jhosselin Cristina, con cédula de ciudadanía 0650353238, autora del trabajo de investigación titulado: La comunicación interna en la película El chuzalongo 2025, certifico que la producción, ideas, opiniones, criterios, contenidos y conclusiones expuestos son de mi exclusiva responsabilidad.

Asimismo, cedo a la Universidad Nacional de Chimborazo, en forma no exclusiva, los derechos para su uso, comunicación pública, distribución, divulgación y/o reproducción total o parcial, por ^{medio} físico o digital; en esta cesión se entiende que el cesionario no podrá obtener beneficios económicos. La posible reclamación de terceros respecto de los derechos de autor (a) de la obra referida será de mi entera responsabilidad, librando a la Universidad Nacional de Chimborazo de posibles obligaciones.

En Riobamba, Julio 2026



Jhosselin Cristina Aguagallo Carrillo

C.I:0650353238



DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR

Quien suscribe, Mgs. José Paul Parra Mayorga, catedrático adscrito a la Facultad de Ciencias Políticas y Administrativas de la Universidad Nacional de Chimborazo, por medio del presente documento certifica haber asesorado y revisado el desarrollo del trabajo de investigación titulado "La comunicación interna en la producción de la película Chuzalongo. Año 2025", bajo la autoría de Aguagallo Carrillo Jhosselin Cristina; por lo que se autoriza ejecutar los trámites legales correspondientes para su sustentación.

Es todo cuanto puedo informar en honor a la verdad. En la ciudad de Riobamba, a los 30 días del mes de junio de 2026.



JOSE P. PARRA MAYORGA
DIRECTOR ACADÉMICO

Mgs. José Paúl Parra Mayorga.
TUTOR

CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Quienes suscribimos, los catedráticos designados como miembros del Tribunal de Grado para la evaluación del trabajo de investigación "La comunicación interna en la producción de la película El Chuzaongo 2025", por Jhosselin Cristina Aguagallo Carrillo, con cédula de identidad número 06503532238, bajo la tutoría de Mgs. José Paul Parra Mayorga: certificamos que recomendamos la APROBACIÓN de este con fines de titulación. Previamente se ha evaluado el trabajo de investigación y se ha escuchado la sustentación por parte de su autor, no teniendo más nada que observar. De conformidad a la normativa aplicable firmamos, en Riobamba 03 de junio de 2026

Dr. Carlos Larrea, PhD

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL DE GRADO



Dr. Ramiro Fuales, PhD

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO



Dr. Julio Bravo, PhD

MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE GRADO





CERTIFICACION

Que, **JHOSELIN CRISTINA AGUAGALLO CARRILLO**, con CC:0650353238, estudiante de la carrera de **COMUNICACIÓN**, Facultad de **CIENCIAS POLÍTICAS Y ADMINISTRATIVAS**, ha trabajado bajo mi tutoría en el trabajo de investigación titulado **"LA COMUNICACIÓN INTERNA EN la producción de LA PELÍCULA EL CHUZALONGO 2025"**, cumple con el 1% de similitud y 8 de IA de acuerdo con el reporte del sistema de anti-plagio **COMPILATIO**, porcentajes aceptados de acuerdo con el reglamento institucional; por consiguiente, autorizo continuar con el proceso.

Riobamba 30 de junio de 2026



Texto digitalizado en PDF
Firma digitalizada por
JOSÉ PAÚL PARRA
TUTOR

Mgs. José Paúl Parra Mayorga
TUTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo, en primer lugar, a Dios, por darme la fuerza para iluminar mi camino y darme la fortaleza necesaria para superar cada desafío que se presentó durante esta etapa de mi vida.

A mi padre José Aguagallo, gracias por su sacrificio constante por ser mi pilar y sustento durante todos mis estudios, gracias por creer en mí.

A mi madre Hilda Carrillo, quien ha sido el sustento fundamental de mi formación personal y académica. Gracias por su amor incondicional, por cada sacrificio realizado y por enseñarme que, con esfuerzo, constancia y fe, todo es posible. Este logro también es suyo, porque sin su apoyo y confianza nada de esto habría sido posible.

A mis hermanos Mayra y William, por acompañarme con palabras de aliento, paciencia y comprensión en cada momento difícil. Su apoyo me motivó a continuar cuando el camino parecía complicado.

A mis sobrinos Tatiana, Daniel, Jayden por ser un eje fundamental por el apoyo y la motivación constante durante esta etapa académica

A mis amigos, por estar presentes durante esta etapa, en las buenas y en las malas, y por acompañarme durante esta experiencia tanto académica como personal.

Y finalmente, me dedico este trabajo a mí misma, por no rendirme, por creer en mis capacidades y por demostrarme que los sueños se pueden alcanzar cuando se trabaja con dedicación y perseverancia.

Jhosselin

AGRADECIMIENTO

A Dios, por brindarme fortaleza, sabiduría y constancia durante cada etapa de este proceso académico.

A mis padres y familia, quienes han sido mi apoyo incondicional, motivándome a seguir adelante incluso en los momentos más difíciles. Gracias por su amor, paciencia y confianza en cada uno de mis sueños y metas profesionales.

A mi tutor, Mgs. José Paúl Parra Mayorga, por su guía, dedicación y valiosos conocimientos compartidos durante el desarrollo de esta investigación. Su acompañamiento fue fundamental para la culminación de este trabajo.

A los integrantes del equipo de producción de la película El Chuzalongo, quienes colaboraron con apertura y disposición en el desarrollo de esta investigación, compartiendo sus experiencias y aportes que enriquecieron significativamente este estudio.

Finalmente, agradezco a todas las personas que, de una u otra manera, formaron parte de este camino y contribuyeron a que este proyecto se hiciera realidad.

Jhosselin

ÍNDICE GENERAL.

DECLARATORIA DE AUTORÍA	
DICTAMEN FAVORABLE DEL PROFESOR TUTOR	
CERTIFICADO DE LOS MIEMBROS DE TRIBUNAL	
CERTIFICADO ANTIPLAGIO	
DEDICATORIA	
AGRADECIMIENTO	
ÍNDICE GENERAL	
ÍNDICE DE TABLAS	
ÍNDICE DE GRÁFICOS	
RESUMEN	
ABSTRACT	
CAPÍTULO I.....	15
1.Introducción	15
1.2 Formulación del Problema.....	16
1.3 Justificación	16
1.4 Objetivos	17
1.4.1 Objetivo General.....	17
1.4.2 Objetivos Específicos	17
CAPÍTULO II.	18
MARCO TEÓRICO.	18
2. Antecedentes.....	18
2.1 Marco Teórico	19
2.1.2 La comunicación	20
2.1.3 Teoría de la comunicación humana.....	20
2.2 Comunicación interna	22
2.2.1 Comunicación interna y los organigramas	22
2.2.2 Comunicación interna en la producción audiovisual	23
2.2.3 Tecnologías digitales aplicadas herramientas a la comunicación interna en producciones audiovisuales.....	24
2.2.4 Comunicación interna, clima laboral y bienestar emocional.....	25
2.2.5 Comunicación interna y procesos creativos colectivos	26
2.2.6 Comunicación interna en el cine latinoamericano y ecuatoriano.....	27
2.2.7 Comunicación interna y toma de decisiones en la producción cinematográfica	27

2.2.8 Comunicación interna, poder y jerarquías en equipos cinematográficos	28
2.2.9 Comunicación interna, ética y responsabilidad en la producción cinematográfica	29
2.2.10 Producción audiovisual y producción cinematográfica.....	29
2.2.11 Equipos de producción cinematográfica.....	30
2.2.12 Comunicación estratégica enactiva y cine	31
2.2.13 Liderazgo comunicacional y gestión de equipos en el cine.....	32
2.2.14 La película El chuzalongo como caso de estudio	34
CAPÍTULO III.....	35
METODOLOGÍA	35
3.1 Metodología de investigación	35
3.2 Tipo de investigación	35
3.3 Diseño de investigación.....	36
3.4 Población y muestra.....	36
3.5 Técnicas de recolección de información.....	37
3.6 Instrumentos de investigación	37
3.7 Operación de variables	38
CAPÍTULO IV.	40
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	40
4.1 Análisis e interpretación de las entrevistas.....	40
4.2 Interpretación de las encuestas.....	51
4.3 Análisis documental.....	67
4.4 Observación indirecta.....	68
4.5 Discusión de resultados.....	68
5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES.....	70
5.1 Conclusiones	70
5.2 Recomendaciones	70
CAPÍTULO VI.	71
PROPUESTA	71
1. Datos generales del producto	71
2. Descripción del producto.....	71
3. Objetivo del producto comunicacional	72
4. Justificación del producto	72
5. Fundamentación teórica.....	73
6. Diseño narrativo y conceptual	73
7. Guion narrativo del video	73

8. Guion Técnico.....	77
9. Storyboard	79
10. Recursos técnicos y herramientas.....	80
11. Estrategia de difusión	80
12. Resultados esperados	80
13. Evidencia del producto	81
Enlace digital del producto	81
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	82
ANEXOS.....	85
Anexo N°1 Modelo de la Entrevista	85
Anexo N°2 Modelo de la Entrevista	86
Anexo N°3 Modelo de la Entrevista	87
Anexo N°4 Modelo de la Encuesta.....	88
Anexo Fotografía.....	92

ÍNDICE DE TABLAS.

Tabla 1: Variable Independiente y Dependiente	38
Tabla 2:Entrevistas	40
Tabla 3:Entrevista.....	44
Tabla 4:Entrevista.....	48
Tabla 5.Genero	52
Tabla 6.Edad.....	52
Tabla 7.Área o función dentro de la producción	53
Tabla 8.Información que recibió sobre sus funciones y responsabilidades.....	55
Tabla 9.Comunicación de cambios durante el rodaje.....	79
Tabla 10.Canales de comunicación fueron utilizados durante el rodaje	80
Tabla 11. Efectividad en las herramientas de comunicación utilizadas	58
Tabla 12. La coordinación entre su área y otros departamentos	59
Tabla 13. La comunicación desde el liderazgo del proyecto.....	84
Tabla 14. El ambiente laboral en relación con la comunicación	60
Tabla 15.Nivel de confianza tuvo para expresar ideas, dudas o problemas	61
Tabla 16. Frecuencia recibió información contradictoria o confusa	62
Tabla 17. Cómo la comunicación interna contribuyó al cumplimiento de las actividades planificadas.....	90
Tabla 18. Cómo la comunicación interna influyó en la resolución de problemas durante el rodaje	92

ÍNDICE DE GRAFICOS.

Gráfico 1.Genero	52
Gráfico 2.Edad	53
Gráfico 3.Area.....	54
Gráfico 4.Información que recibió sobre sus funciones y responsabilidades.....	55
Gráfico 5.Comunicación de cambios durante el rodaje	56
Gráfico 6.Canales de comunicación fueron utilizados durante el rodaje	57
Gráfico7.Efectividad en las herramientas de comunicación utilizadas	58
Gráfico 8. la coordinación entre su área y otros departamentos	59
Gráfico 9.La comunicación desde el liderazgo del proyecto	60
Gráfico 10.El ambiente laboral en relación con la comunicación.....	61
Gráfico11.Nivel de confianza tuvo para expresar ideas, dudas o problemas	62
gráfico 12.Frecuencia recibió información contradictoria o confusa	63
Gráfico 13.Cómo la comunicación interna CONTRIBUYÓ EN las actividades	64
Gráfico 14.La comunicación interna influyó en la resolución de problemas	65
Gráfico 15.Desde su experiencia describa una situación en la que la comunicación interna haya influido de manera positiva en el desarrollo del proyecto.	66

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo analizar el rol de la comunicación interna en el proceso de producción de la película ecuatoriana Chuzalongo (2025), identificando sus fortalezas, debilidades y su influencia en la coordinación, eficiencia y cohesión del equipo de trabajo durante las etapas de preproducción, rodaje y postproducción. Para ello, se empleó un enfoque metodológico mixto con alcance descriptivo y estudio de caso. La información se recopiló mediante entrevistas semiestructuradas dirigidas a miembros clave del equipo técnico y artístico, así como a través de encuestas aplicadas a los participantes de la producción, cuyos resultados fueron analizados de manera cualitativa y cuantitativa.

Los resultados evidenciaron que una comunicación interna basada en la planificación, la coordinación interdepartamental, el liderazgo participativo y el uso de herramientas formales e informales favoreció la articulación de los equipos y la resolución oportuna de problemas durante el proceso cinematográfico. Asimismo, se identificó que el clima laboral, la confianza y los espacios de diálogo fortalecieron la colaboración y el compromiso de los participantes.

Se concluye que la comunicación interna constituye un componente estratégico para el éxito de las producciones audiovisuales, ya que facilita la construcción de objetivos compartidos, optimiza la coordinación de actividades y fortalece las relaciones entre los integrantes del equipo. Finalmente, se propone una estrategia comunicacional orientada a fortalecer los procesos internos en futuras producciones cinematográficas ecuatorianas.

Palabras clave: comunicación interna, comunicación organizacional, producción audiovisual, cine ecuatoriano, Chuzalongo.

ABSTRACT

This study aimed to analyse the role of internal communication in the production process of the Ecuadorian film “*Chuzalongo*” (2025) by identifying its strengths and weaknesses, as well as its influence on the coordination, efficiency, and cohesion of the production team during the pre-production, filming, and post-production stages. To achieve this objective, a mixed-methods approach was adopted, with a descriptive scope and a case study design. Data were collected through semi-structured interviews conducted with key members of the technical and artistic teams, as well as through surveys administered to the production participants. The information obtained was analysed using both qualitative and quantitative procedures.

The results showed that internal communication based on planning, interdepartmental coordination, participatory leadership, and the use of formal and informal communication tools contributed to team integration and the timely resolution of problems throughout the film production process. Furthermore, a positive working environment, trust among team members, and opportunities for dialogue were found to strengthen collaboration and participant commitment.

It is concluded that internal communication is a strategic component in the success of audiovisual productions, as it facilitates the development of shared objectives, optimizes the coordination of activities, and strengthens relationships among team members. Finally, a communication strategy is proposed to reinforce internal processes in future Ecuadorian film productions.

Keywords: internal communication, organizational communication, audiovisual production, Ecuadorian cinema, *Chuzalongo*.



Revised by
Mario N. Salazar
0604069781

CAPÍTULO I.

1.Introducción

La producción cinematográfica es un proceso complejo y esencialmente colaborativo, en el que la técnica y el arte trabajan en equipos multidisciplinarios. En cada plano filmado, escena ensayada y decisión narrativa, existen redes de comunicación que indican la producción desde sus cimientos. En ese sentido, la comunicación interna es un elemento fundamental que no solo organiza y estructura el trabajo, sino que también fortalece el propósito colectivo.

Más allá de los aspectos técnicos como el guion, la iluminación desarrolla una red invisible de decisiones, interacciones y emociones directamente en la eficiencia del proceso creativo. Esta realidad adquiere una gran relevancia en el cine ecuatoriano, especialmente en las producciones independientes, donde los recursos suelen ser limitados; es decir, una comunicación oportuna mantiene fluidos comunicacionales que garantizan el desarrollo del proyecto audiovisual.

Su importancia estratégica es indispensable en la comunicación interna, ya que en Ecuador estos han sido abordados desde un análisis de aspectos estéticos, narrativos o técnicos. Frente a esta situación, el presente trabajo de investigación propone analizar el papel de la comunicación interna en la producción de la película ecuatoriana *Chuzalongo 2025*, una obra de ficción y suspenso que retoma mitos y leyendas andinas desde una perspectiva contemporánea.

Para alcanzar este propósito se emplea un enfoque metodológico mixto, que permite comprender cómo se estructuraron los flujos de información, cuáles son las herramientas comunicativas que se emplearon en la coordinación de los equipos, qué conflictos comunicacionales emergieron y cómo fueron gestionados a lo largo de las distintas fases de producción. El análisis adopta una mirada centrada en lo humano, priorizando los aprendizajes, experiencias y percepciones de quienes hacen cine desde el esfuerzo colectivo y la práctica cotidiana.

En este contexto, la investigación busca ir más allá de la identificación de fortalezas o debilidades; es decir, su propósito es generar conocimientos que sirvan de referencia para futuras producciones audiovisuales ecuatorianas que, al igual que la película *El Chuzalongo*, integren elementos comunitarios y simbólicos. En este sentido, se espera contribuir con un análisis del cine no solo como una creación artística, sino también como un espacio en el que la comunicación, la organización y la construcción contribuyan a fortalecer el desempeño.

1.1 Planteamiento del Problema

La producción cinematográfica involucra procesos organizativos que integran dimensiones humanas, logísticas, creativas y técnicas, por lo que la comunicación interna es fundamental para coordinar las diferentes áreas y garantizar el cumplimiento de los objetivos, la optimización de los recursos y la calidad del producto audiovisual. En la industria audiovisual, los problemas de comunicación suelen provocar retrasos, sobrecostos y conflictos, especialmente en producciones independientes donde una misma persona asume varias funciones.

En Ecuador, la industria audiovisual enfrenta limitaciones organizativas, económicas y la ausencia de modelos sistematizados de gestión comunicacional, lo que dificulta el flujo de información entre las áreas de producción y afecta el clima laboral y la eficacia operativa. A pesar de ello, la comunicación interna ha sido poco estudiada en el ámbito académico ecuatoriano, ya que las investigaciones se han enfocado principalmente en aspectos narrativos, estéticos o de política cultural.

La película Chuzalongo 2025 constituye un caso de estudio para analizar cómo se gestionó la comunicación interna durante la preproducción, el rodaje y la posproducción. La investigación busca identificar los principales desafíos comunicacionales, las herramientas y canales utilizados, así como las estrategias de coordinación y resolución de conflictos, con el propósito de reconocer las fortalezas y limitaciones presentes en este proceso.

1.2 Formulación del Problema

¿De qué manera se gestionó la comunicación interna en la producción de la película ecuatoriana Chuzalongo 2025 y cómo influyó en el trabajo del equipo de producción?

1.3 Justificación

El presente proyecto de investigación aborda la comunicación interna como un componente estratégico en la producción cinematográfica ecuatoriana, al analizar su influencia en la coordinación, el trabajo colaborativo y la toma de decisiones dentro de equipos audiovisuales que operan en contextos de recursos limitados. Asimismo, contribuye al campo de la comunicación al abordar un tema poco estudiado en las producciones cinematográficas del país.

En el ámbito social y profesional, la investigación promueve la reflexión sobre las condiciones de trabajo en la industria audiovisual ecuatoriana y destaca la importancia de las prácticas comunicacionales para fortalecer la cohesión de los equipos, la resolución de conflictos y la coordinación entre departamentos. Sus resultados pueden servir como referencia para realizadores audiovisuales, gestores culturales y estudiantes de cine y comunicación.

Además, el estudio fortalece la comprensión de la comunicación interna como un eje transversal en la gestión de procesos organizativos, culturales y creativos, aportando conocimientos teóricos y prácticos que favorecen el desarrollo de futuras producciones cinematográficas independientes.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo General

- Analizar el rol de la comunicación interna en la producción de la película ecuatoriana Chuzalongo 2025, identificando sus fortalezas, debilidades y su impacto en la dinámica del equipo de trabajo.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar los canales y métodos de comunicación utilizados entre los distintos departamentos de producción.
- Evaluar la percepción del equipo técnico y artístico sobre la efectividad de la comunicación interna.
- Realizar un producto comunicacional animado de 2 minutos que exponga los resultados sobre la comunicación interna en la producción de Chuzalongo, dirigido a estudiantes de cine y comunicación.

CAPÍTULO II.

MARCO TEÓRICO.

2. Antecedentes

En la investigación de López Bustamante se identificaron fortalezas y debilidades en la comunicación interna de las empresas ecuatorianas. El autor destaca que una comunicación horizontal efectiva influye directamente en el clima laboral y los resultados organizacionales. A partir de cada uno de los hallazgos, afirma lo siguiente: “la comunicación interna no se limita a transmitir diferentes órdenes, sino que también se construyen significados compartidos en diferentes grupos multidisciplinarios” (López Bustamante, 2019, p. 52).

Por su parte, Vega Peñafiel, en su tesis sobre la empresa Multicines, propone un modelo de comunicación interna alineado con la cultura organizacional. La autora menciona el papel importante que cumplen la rapidez, horizontalidad y capacidad de adaptarse al entorno digital, elementos que se evidencian en dichos procesos productivos descentralizados como los de Chuzalongo.

Por otro lado, al analizar cada una de las campañas de la comunicación interna, Gómez López se enfoca en el caso de Cinemark Ecuador, donde resalta cómo influye la planificación estratégica en el compromiso del equipo. Este enfoque se centra en lo importante que es establecer canales transparentes de comunicación que motiven y alineen a cada uno de los colaboradores con los objetivos organizacionales

En un estudio más próximo al ámbito audiovisual, Moscoso Almache analiza las estrategias de producción alternativa en Latacunga, donde colectivos audiovisuales enfrentan limitaciones presupuestarias mediante colaboraciones horizontales. El autor concluye que “la producción cinematográfica fuera de los centros urbanos grandes requiere una comunicación más flexible y resolutive, basada en confianza y multirroles” (Moscoso, 2018, p. 63).

El trabajo de Ramos Zurita, centrado en *Enchufe.tv*, muestra cómo los modos de producción y consumo audiovisual han cambiado a partir de la estructura comunicacional de plataformas como YouTube y Facebook. Se destaca la importancia de la rapidez y la adaptación al entorno digital, elementos que se evidencian en los procesos de producción del Chuzalongo.

Dentro de los estudios relacionados con la comunicación interna, Gómez López analiza el caso de Cinemark Ecuador, donde se resalta el papel de la planificación estratégica en el compromiso del equipo. Sus hallazgos revelan la importancia de establecer canales claros de comunicación interna que alineen y motiven a los colaboradores con los objetivos del producto.

A su vez, Narváez Erazo, en su estudio sobre Live Art Productions, argumenta que los entornos artísticos requieren una comunicación interna más fluida. El autor señala que “los

equipos creativos requieren circuitos de retroalimentación constante para mantener cohesión sin jerarquías rígidas” (Narváez, 2017, p. 41).

De manera complementaria, la investigación de Olaya Herrera orienta una campaña de comunicación que ayuda a hacer visible el cine ecuatoriano, resaltando que la gestión de la comunicación es clave para fortalecer la identidad colectiva y cultural de los proyectos filmicos (Olaya Herrera, 2022).

Por su parte, Angulo Cruz, en su estudio sobre la sala A mi Cine en Cotacachi, orienta a que un plan de comunicación fortalece la fidelización del público y mejora la estructura organizacional interna. Esta experiencia demuestra que, independientemente de su tamaño, los proyectos culturales y audiovisuales requieren procesos de comunicación organizados que garanticen su sostenibilidad.

Coincidiendo con esta perspectiva, Vaca Villacís (2021) examina la manera en la que los colectivos de comunicación popular en Ecuador organizaron su producción audiovisual durante el paro nacional de octubre de 2019. Sus hallazgos destacan que estos grupos, a pesar de operar fuera del marco institucional tradicional, alcanzan una alta efectividad comunicacional gracias a los modelos de horizontalidad y al sentido compartido (Vaca Villacís, 2021).

2.1 Marco Teórico

El presente capítulo desarrolla los fundamentos conceptuales, teóricos y metodológicos que sustentan la investigación, con el propósito de construir un marco de referencia sólido sobre la comunicación interna y su incidencia en los procesos organizacionales durante la ejecución y producción de la película ecuatoriana Chuzalongo 2025

Luego de haber revisado estudios previos en el estado del arte, este capítulo se centra en el análisis de las bases teóricas que permiten comprender la comunicación interna como un eje estratégico dentro de las producciones audiovisuales, especialmente en contextos independientes como el cine ecuatoriano.

El presente capítulo se desarrolla a partir de dos variables de la investigación. Por un lado, la comunicación interna en la producción cinematográfica, entendida como la interacción formal e informal, el conjunto de flujos de información y los mecanismos de resolución de conflictos que articulan el trabajo colaborativo. La segunda variable se centra en la producción de la película ecuatoriana Chuzalongo 2025; su estudio comprende las diferentes etapas del proceso audiovisual desde la coordinación técnica, la ejecución creativa y la gestión logística en sus distintas fases, como la preproducción, el rodaje y la postproducción.

2.1.2 La comunicación

La comunicación constituye un proceso social mediante el cual los individuos construyen, intercambian y negocian significados, lo cual posibilita la vida colectiva. Al respecto, Uranga (2007) afirma que la comunicación forma parte de la acción social y no debe entenderse únicamente como la transmisión de información, pues este proceso se configura en sentidos, relaciones y decisiones.

De esta manera, la comunicación adquiere un carácter estructurante en las organizaciones, ya que articula procesos, decisiones y relaciones, funcionando como un sistema circulatorio. En otras palabras, la información fluye entre las distintas áreas, lo que facilita la coordinación y el cumplimiento de objetivos comunes. Cuando el sistema presenta fallas, genera desajustes, conflictos interpersonales y dificultades para cumplir el objetivo (Rivera et al., 2005)

En la misma línea, Capriotti (2017) destaca que una comunicación coherente contribuye al fortalecimiento de la identidad organizacional al alinear los valores institucionales con las prácticas cotidianas. Esta perspectiva no limita los canales formales de comunicación, sino que incluye las interacciones informales que influyen en el clima y la dinámica laboral de los equipos.

En el marco de esta investigación, la comunicación se plantea como un proceso dinámico, pero también interactivo y permite lograr la coordinación de acciones en distintas etapas de producción de la película Chuzalongo. El enfoque no solo

No solo consolida los canales y las herramientas, sino también las relaciones, las emociones y cada significado que emerge en el grupo de trabajo.

2.1.3 Teoría de la comunicación humana

La Teoría de la Comunicación Humana, desarrollada por Watzlawick et al. (1991), constituye un referente esencial para comprender la comunicación, incluido el silencio. Esta teoría permite comprender que toda conducta tiene valor comunicativo, incluidos los gestos, las actitudes y los silencios. De esta manera se menciona que la teoría de la comunicación está compuesta por cinco axiomas fundamentales:

El primer axioma establece que es imposible no comunicar, lo que implica que toda acción o inacción transmite información. En la producción cinematográfica, este principio influye en las actitudes o comportamientos de los miembros del equipo que influyen en la dinámica laboral y en la coordinación de tareas. (Watzlawick et al., 1991, p. 180)

El segundo axioma indica que toda comunicación tiene un nivel de contenido y otro de relación. El contenido se refiere a la información transmitida, mientras que el nivel relacional determina cómo debe interpretarse ese mensaje. Esto ayuda a entender que los conflictos no

siempre nacen del mensaje en sí, sino de cómo se percibe en una acción concreta (Watzlawick et al., 1991, p. 180)

El tercer axioma de (Watzlawick et al., 1991) señala que la naturaleza de una relación depende de las secuencias de comunicación, es decir, de la manera en que se interpreta el inicio y el desarrollo de una interacción. Esto explica que, dentro del equipo, pueden generarse diferentes interpretaciones de una misma situación (p. 180).

De acuerdo con Watzlawick et al. (1991), el cuarto axioma aborda la comunicación digital y analógica, destacando que ambas coexisten y se complementan. La comunicación digital corresponde al lenguaje verbal y simbólico, mientras que la analógica se expresa a través de gestos, posturas, miradas y entonaciones; ambas modalidades coexisten de forma permanente (p. 180).

De hecho, el quinto axioma indica que las interacciones pueden ser simétricas o complementarias, según las relaciones de poder entre los participantes. Este aspecto resulta fundamental en las organizaciones del equipo, donde coexisten distintos niveles jerárquicos de participación (Watzlawick et al., 1991, p. 180).

De igual manera, Baldeón (2016) manifiesta que “La distinción entre comunicación digital y analógica verbal permite analizar las interacciones desde una dimensión relacional; señala que ambas modalidades coexisten y se complementan, especialmente en contextos creativos donde la comunicación no verbal adquiere un peso significativo”.

La comunicación organizacional se entiende como un conjunto de procesos mediante los cuales las organizaciones generan información con el fin de coordinar acciones y construir identidad colectiva. (Rivera et al., 2005)

Bajo este enfoque, Capriotti (2017) abarca que la comunicación interna es clave porque ayuda a consolidar la cultura organizacional y garantizar la coherencia entre los objetivos institucionales y las prácticas cotidianas.

De igual forma, la cultura organizacional desempeña un rol central en la construcción y consolidación de discursos, normas, símbolos y prácticas comunicativas que transmiten valores, creencias y principios compartidos. Para Capriotti (2017) “La cultura organizacional se mantiene y reproduce mediante la comunicación, ya que es a través de ella que los colaboradores internalizan la identidad institucional”

En contraste, Plúas y José (2017) destacan que en las industrias culturales la comunicación organizacional actúa como un tejido relacional que favorece la cooperación y la innovación”.

Así, en el cine ecuatoriano, que destaca por sus estructuras horizontales y modelos de producción independientes, la comunicación organizacional se convierte en un recurso clave que permite coordinar los esfuerzos, aprovechar mejor los recursos y fortalecer la identidad del proyecto audiovisual. Entender este concepto ayuda a analizar cómo las prácticas comunicativas afectan la cohesión del equipo y el cumplimiento de los objetivos

organizacionales, ya que la comunicación organiza tanto los procesos internos como los externos de una institución.

2.2 Comunicación interna

Para Castro y Díaz (2020), “La comunicación interna se orienta al cliente interno, es decir, a los miembros de la organización, y tiene como objetivo fortalecer la motivación, el sentido de pertenencia y la coordinación entre áreas”. Una gestión adecuada de la comunicación interna contribuye a mejorar el clima laboral y la eficiencia organizativa”.

Su papel en la eficiencia de la organización es fundamental, ya que reduce errores y optimiza el uso de los recursos, asegurando flujos de información claros. Así, "una comunicación interna efectiva refuerza la coordinación entre departamentos y fomenta la colaboración en equipo, aspectos esenciales para lograr los objetivos de la organización" (Castro & Díaz, 2020).

La interacción constante entre áreas técnicas y artísticas requiere canales de comunicación claros que permitan coordinar tareas, resolver imprevistos y sostener la dinámica creativa. En el cine ecuatoriano, donde los equipos suelen ser reducidos y multifuncionales, la comunicación interna se convierte en un factor determinante en la continuidad y el éxito del proyecto (p. 40).

Coincidiendo con esta postura, Cuenca y Verazzi identifican tres enfoques tradicionales de comunicación, según quién emite los mensajes y su posición en la organización: la comunicación descendente, la ascendente y la horizontal. Es decir:

La comunicación descendente, mencionada por Cuenca y Verazzi (2019), se produce cuando los niveles superiores envían un mensaje a los inferiores. Transmite mensajes de diferentes tipos: tanto funcionales como de sentido, relacionados con la ejecución y valoración de las tareas, así como con las órdenes, especificaciones y condiciones del trabajo vinculadas a los objetivos que hay que lograr (p. 20).

La comunicación ascendente surge en los niveles inferiores de la empresa y circula de abajo hacia arriba. En general, son mensajes que se elevan por canales que comunican a los órganos superiores las percepciones, propuestas, quejas e inquietudes de los trabajadores (Cuenca & Verazzi, 2019, p. 20)

Como señalan Cuenca y Verazzi (2019), la comunicación horizontal se refiere a la comunicación entre profesionales o entre departamentos de igual nivel. Con los nuevos modelos de engagement, cada vez se pone más el foco en este tipo de flujos. ¿Por qué? Porque la comunicación entre departamentos, unidades de negocio o localizaciones dinamiza enormemente la gestión y la generación del conocimiento (p. 20).

2.2.1 Comunicación interna y los organigramas

La comunicación interna y los organigramas son representaciones gráficas y condensadas de la anatomía (posición, relación, estructura y funciones) y de la fisiología (procesos e interacciones dinámicas) de las organizaciones. Estos términos, usados por William S. Howell y Ernest Bormann de la Universidad de Minnesota, explican las funciones fundamentales que desempeña la comunicación interna en su labor.

Las estructuras jerárquicas o centralizadas refuerzan y resaltan la unidad de mando, con decisiones tomadas en la cima y tutorías que actúan como pausas en la comunicación, lo que limita la delegación. En este tipo de organización, con dos canales, existen dos procesos funcionales que varían en su grado de responsabilidad: uno de decisión y acción, y otro de estudio y especialización. La decisión final generalmente la toma el nivel más alto. La forma en que se intercambia la información es una característica clave de la comunicación interna en este tipo de estructura organizacional.

La estructura departamentalizada subraya el peso de los departamentos, que se organizan en torno a actividades personales, finanzas o productos; es decir, las comunicaciones horizontales y transversales son la base de la comunicación de todos con todos, lo que caracteriza a la organización contemporánea y debe inspirar sus políticas de comunicación interna.

La estructura de tres canales distingue entre el ámbito de la concepción y el de la ejecución, e introduce diferentes tipos de autoridad y niveles de responsabilidad. La autoridad en el nivel jerárquico es directa; en el funcional, es indirecta; y en el estado mayor, con frecuencia, no existe autoridad. En cuanto a la responsabilidad, en el canal jerárquico es de carácter global; en el funcional, se concede una responsabilidad moral o de autoridad y otra de competencia; y en el estado mayor, la responsabilidad la ejerce siempre el jefe inmediato. (p. 20).

Sin embargo, Barnet et al.(2014), en las organizaciones suelen operar con equipos reducidos, roles múltiples y dinámicas cambiantes, lo que exige una comunicación constante y adaptable. La falta de procedimientos puede ocasionar descoordinaciones, retrasos y conflictos que afectan el desarrollo del proyecto. Por ello, una gestión adecuada de la comunicación interna favorece el recurso estratégico en el trabajo colaborativo.

En la producción cinematográfica, la comunicación interna desempeña funciones simbólicas y relacionales mediante reuniones, intercambios informales y retroalimentación; se establecen acuerdos que integran las dimensiones creativas, técnicas y logísticas del proyecto. Se puede entender cómo se organizaron los flujos de información, la cohesión del equipo y cómo se enfrentaron los desafíos propios de una producción audiovisual en Ecuador.

2.2.2 Comunicación interna en la producción audiovisual

“La producción cinematográfica implica un sistema complejo de coordinación entre múltiples actores: directores, productores, técnicos, actores y personal logístico. Afirman

que el éxito de una producción audiovisual depende de la sincronización precisa entre los integrantes del equipo”. (Barnes et al., 2014)

Por ello, Plúas y José (2017) destacan que en las industrias culturales el trabajo se organiza a partir de redes colaborativas basadas en la confianza y el flujo comunicacional. Esta lógica es especialmente evidente en el cine ecuatoriano independiente, donde predominan estructuras horizontales y modelos de autogestión.

En la producción de la película Chuzalongo 2025, la comunicación interna se presenta como un elemento fundamental que comprende la coordinación del equipo humano, la motivación de sus miembros y la eficiencia del proceso de producción. Este subtema establece las bases conceptuales y analiza el impacto de la comunicación interna en el desarrollo de la obra audiovisual.

El cine ecuatoriano contemporáneo ha sido descrito como pequeño, glocal y plurinacional debido a su anclaje en diversas realidades locales. Estas características demandan una comunicación interna capaz de integrar las diferencias culturales, técnicas y simbólicas. (Coryat & Zweig, 2019)

De manera similar, Silva (2014) argumenta que la comunicación interna entre directores, actores y técnicos resulta esencial para prevenir representaciones estereotipadas y consolidar narrativas coherentes con el contexto social ecuatoriano.

Por su parte, Toro Bravo et al. (2024) señalan: “que estas condiciones demandan una comunicación interna sólida que permita optimizar recursos y fortalecer la colaboración entre los distintos actores involucrados”.

En producciones realizadas en Ecuador, el trabajo en equipo presenta características específicas. Las restricciones presupuestarias, la multifuncionalidad de los roles y la relación con las comunidades territoriales requieren altos niveles de coordinación y compromiso colectivo. Examinar este subtema desde la perspectiva de la comunicación organizacional ayuda a comprender cómo se coordinaron las áreas de trabajo, cómo se establecieron los acuerdos y cómo la comunicación interna influyó en la eficacia y la cohesión del equipo a lo largo de las distintas fases de la producción.

2.2.3 Tecnologías digitales aplicadas herramientas a la comunicación interna en producciones audiovisuales

La incorporación de plataformas colaborativas, aplicaciones de mensajería instantánea y sistemas de gestión de proyectos se ha convertido en una herramienta fundamental para coordinar equipos, organizar tareas y mantener la fluidez de la información a lo largo de las distintas etapas de la producción cinematográfica. (Zitello & Zena, 2012)

En el cine, las tecnologías eliminan las barreras de tiempo y espacio, fomentando la comunicación asíncrona y el acceso compartido a documentos, cronogramas y materiales audiovisuales. Herramientas como Slack, Trello y Google Drive permiten asignar

responsabilidades claramente, seguir el progreso y ofrecer retroalimentación, lo que aumenta la eficiencia organizativa (Hernández-Sellés et al., 2024).

Desde la misma perspectiva, Hernández-Sellés et al. (2024) explican que la comunicación organizacional, mediante el uso estratégico de tecnologías, optimiza los flujos de información y mejora el estilo comunicativo del equipo; además, favorece la transparencia, la colaboración y la cohesión grupal. Esto permite que todo permanezca informado en tiempo real.

Por ello, Zitello y Zena (2012) destacan que las tecnologías de la información permiten a los equipos pequeños operar con mayor eficiencia, reducir errores derivados de la desinformación y documentar decisiones colectivas; por ello, el uso de herramientas digitales adquiere un valor aún mayor debido a la necesidad de optimizar recursos y tiempos.

Por ello, es importante mencionar que la incorporación de plataformas implica afrontar desafíos comunicativos. El uso constante de canales informales, la sobrecarga de mensajes o la falta de protocolos claros pueden generar confusión y estrés. En el caso de la película *Chuzalongo 2025*, se examinó el uso de herramientas digitales con el objetivo de comprender cómo se estructuraron los flujos comunicativos, qué herramientas se priorizaron y cómo estas influyeron en la coordinación del equipo durante las fases de preproducción, rodaje y postproducción.

2.2.4 Comunicación interna, clima laboral y bienestar emocional

El rendimiento de los equipos de trabajo está muy influenciado por el ambiente laboral, que a su vez está estrechamente vinculado a la calidad de la comunicación interna. Un ambiente positivo se promueve mediante relaciones fundamentadas en la empatía, la confianza y el respeto, aspectos que se fortalecen a través de prácticas comunicativas transparentes (Chumaña et al., 2025).

De modo similar, Basurto (2017) sostiene que el clima laboral adquiere una importancia en las producciones audiovisuales debido a la carga emocional, las extensas jornadas laborales y las exigencias propias del proceso de rodaje. Desde esta noción, la comunicación interna se convierte en un recurso importante para gestionar las emociones del grupo durante el rodaje, ya que esto favorece la expresión de posibles conflictos, la validación de las emociones y la resolución constructiva de conflictos.

Del mismo modo, Rizo García (2022) enfatiza que la dimensión emocional de la comunicación ha recibido poca atención en los estudios organizacionales, pese al impacto directo en la cohesión del equipo y la calidad del trabajo. En el cine, las emociones no solo forman parte del contenido narrativo, sino también del proceso productivo; esta dimensión resulta especialmente relevante.

En investigaciones recientes, Aguilar y Yaguana (2024) manifiestan que el contexto ecuatoriano advierte sobre los riesgos del agotamiento emocional y del burnout creativo entre las productoras audiovisuales. La ausencia de políticas de bienestar emocional y de

espacios de diálogo interno incrementa el desgaste del equipo y afecta negativamente la sostenibilidad de los proyectos audiovisuales.

Bajo esta perspectiva, Hurtarte et al. (2022) argumentan que la comunicación interna no solo coordina las tareas, sino que contribuye al bienestar emocional en los equipos, fortaleciendo su eficacia al desarrollar prácticas comunicativas orientadas al reconocimiento, al cuidado afectivo y a la construcción de vínculos saludables.

A partir de estos planteamientos, la comunicación interna en la relación con el clima laboral y el bienestar emocional en la producción de Chuzalongo 2025 permitió comprender de qué manera las prácticas comunicativas influyeron en la motivación, el compromiso y la cohesión del equipo. Esta perspectiva ofrece una mirada más amplia del proceso organizativo considerando la dimensión humana.

2.2.5 Comunicación interna y procesos creativos colectivos

Barbero (1987): la comunicación interna se configura como el eje articulador que permite construir una narrativa común, integrar visiones y coordinar saberes que orienten el trabajo del equipo y se desarrolla a partir de la interacción constante entre diversos actores con competencias organizativas, artísticas y técnicas diferenciadas.

Desde otra mirada, Rizo García (2022) considera que la comunicación interpersonal y grupal actúa como catalizadora de la creatividad colectiva, al facilitar la circulación de ideas, la negociación de significados y la construcción de sentidos.

Por este motivo, Hernández y Buitrago (2017), en producciones audiovisuales, la comunicación interna influye directamente en la calidad del proceso al fomentar el reconocimiento mutuo, la escucha activa y las condiciones de diálogo; estos favorecen la innovación, mientras que los modelos comunicativos verticales tienden a limitar la participación y la diversidad de aportes creativos.

Del mismo modo Rivera et al. (2005). Los procesos creativos colectivos requieren estructuras comunicacionales flexibles que permitan adaptarse a los cambios propios del desarrollo cinematográfico. Las modificaciones al guion, los cambios de decisiones estéticas y los ajustes técnicos requieren una comunicación interna dinámica y colaborativa que facilite la construcción del equipo sin afectar la coherencia del proyecto.

Mientras que Plúas y Osé (2017) señalan que la diversidad del equipo hace indispensables las prácticas comunicativas claras donde se evite la superposición de tareas y se fortalezca el sentido de compromiso compartido. En el cine, se vuelve más frecuente que una misma persona desarrolle diferentes roles, lo que incrementa la importancia de la comunicación interna.

Bajo este análisis, la comunicación interna en los procesos creativos colectivos en la producción de Chuzalongo 2025 permitió comprender cómo se consolidó la visión artística compartida, de qué manera se integraron las distintas propuestas creativas, y cuál fue la

manera en la que la comunicación influyó en la toma de decisiones durante el desarrollo del proyecto.

2.2.6 Comunicación interna en el cine latinoamericano y ecuatoriano

La comunicación interna para Barnes et al. (2014) desempeña un papel clave en la sostenibilidad de los proyectos audiovisuales, al permitir la organización del trabajo colectivo y la articulación de identidades culturales compartidas. El cine latinoamericano se ha caracterizado históricamente por desarrollarse en contextos de limitación económica, de alta carga simbólica y de fuerte compromiso cultural. (Barnes et al., 2014)

Según Getino (2012), esta horizontalidad responde tanto a condiciones materiales como a una concepción política y cultural del cine como práctica colectiva diversos estudios señalan que las producciones cinematográficas latinoamericanas tienden a adoptar modelos de gestión comunicacional más horizontales y colaborativos, en contraste con las estructuras industriales del cine hegemónico

En la misma línea, Vaca Villacis (2022) señala que la comunicación se basa en relaciones interpersonales cercanas, lo cual fomenta la cohesión del equipo, aunque también puede generar tensiones si no hay mecanismos adecuados de comunicación. Las producciones ecuatorianas independientes han crecido notablemente gracias al fortalecimiento de los colectivos audiovisuales, de las políticas culturales y de los fondos públicos.

Aguilar y Yaguana (2024) demuestra que “fortalecer la comunicación interna constituye una estrategia clave a fin de profesionalizar el sector audiovisual sin perder su carácter colaborativo”

A esta aportación se añade que Chimborazo (2023) señala que la comunicación no solo estructura el trabajo, sino que también actúa como mediadora entre la visión artística y las realidades comunitarias representadas; adicionalmente, las producciones audiovisuales con una marcada atención territorial incorporan narrativas identitarias que requieren una comunicación interna sensible al contexto sociocultural.

Por esta razón, se menciona que la comunicación interna en el cine ecuatoriano permite realizar un estudio de caso sobre las realidades de un contexto cultural, aportando así a la comprensión de las prácticas comunicacionales como una creación única, con diversas proyecciones culturales.

2.2.7 Comunicación interna y toma de decisiones en la producción cinematográfica

Las decisiones no limitan aspectos técnicos, sino que involucran dimensiones humanas, organizativas y creativas, en las que se requieren diálogos o negociaciones constantes; es decir, la toma de decisiones constituye un proceso colectivo profundamente mediado por la comunicación interna.

Este proceso comunicativo contribuye a la percepción y la valoración de la información, así como a la orientación de la acción colectiva (Rivera et al., 2005).

Referencia a Petrone (2021), los procesos decisionales efectivos dependen en gran medida de la calidad del acceso equitativo a la información, es decir, cuando la información circula de manera informal o fragmentada, incrementa el riesgo de conflictos y errores organizativos.

Según Hernández y Buitrago (2017), la toma de decisiones en organizaciones creativas se ve influida por factores simbólicos y emocionales, por lo que la comunicación interna debe considerar no solo los argumentos racionales, sino también las sensibilidades y expectativas; estas dinámicas se manifiestan en el enfoque narrativo, la estética visual o la gestión del tiempo de rodaje.

La comunicación interna en relación con la toma de decisiones permite comprender cómo se articularon las distintas voces del equipo, qué mecanismos de comunicación se emplearon para llegar a acuerdos y de qué manera estas decisiones influyeron en el desarrollo del proyecto audiovisual.

2..2.8 Comunicación interna, poder y jerarquías en equipos cinematográficos

Las relaciones de poder y las jerarquías organizacionales constituyen dimensiones centrales en el análisis de la comunicación interna; estas relaciones se expresan a través de niveles de autoridad que influyen en los flujos comunicativos, así como en roles diferenciados y responsabilidades específicas (Hernández & Buitrago, 2017).

La efectividad del trabajo colectivo depende de la colaboración del director, del productor y de los jefes de área; un liderazgo comunicacional basado en el diálogo y el reconocimiento mutuo se combina con dinámicas colaborativas informales, es decir, estos suelen ocupar posiciones de mayor poder simbólico y operativo (Petrone, 2021).

Desde una perspectiva diferente, Barbero (2003) explica que la comunicación interna transforma las relaciones de poder en las organizaciones; debido a esto, los procesos comunicativos no son neutrales, lo que configura identidades y posiciones dentro del grupo. Permite identificar cómo se negocian las jerarquías y se construyen consensos en el trabajo cinematográfico.

Vaca Villacís (2022) advierte que “la falta de claridad en los roles y en los canales de comunicación puede generar tensiones latentes que afectan el clima laboral.”

En el cine independiente ecuatoriano, donde los equipos suelen ser reducidos y las relaciones interpersonales cercanas, las jerarquías tienden a flexibilizarse; no obstante, esto no elimina las asimetrías de poder ni la comprensión de las dinámicas organizacionales del equipo, lo

que evidencia que la comunicación actúa como un espacio de negociación simbólica entre autoridad, colaboración y creatividad.

2.2.9 Comunicación interna, ética y responsabilidad en la producción cinematográfica

La ética es un componente transversal en los procesos de comunicación interna, especialmente donde la toma de decisiones colectivas, la representación simbólica de la realidad y las relaciones interpersonales adquieren una relevancia central; es decir, no solo organiza el trabajo, sino que también expresa valores, principios y responsabilidades compartidas que orientan el accionar del equipo (Hernández

Según Petrone (2021), la ética se vincula y fortalece la confianza, reduciendo tensiones derivadas de las relaciones de poder mediante prácticas comunicativas coherentes y respetuosas, que promueven la participación equitativa y el reconocimiento de los distintos actores involucrados.

En el mismo campo, Barbero advierte que los procesos comunicativos no pueden entenderse únicamente desde una dimensión técnica, por lo que la comunicación interna debe asumir una postura ética frente a las narrativas que se producen a las realidades que se representan.

Según Arauz y Vélez (2019), la comunicación organizacional debe basarse en principios éticos que fomenten la participación, el diálogo y el reconocimiento de los diferentes actores. Estos valores permiten fortalecer los vínculos internos y generar entornos laborales donde prevalezcan la confianza y el respeto mutuo.

Vaca Villacís (2022) señala que “el respeto a las identidades culturales, la escucha activa y la corresponsabilidad en la toma de decisiones constituyen principios fundamentales que sostienen proyectos audiovisuales con legitimidad social”.

Desde esta perspectiva ética, nos permite comprender, en la producción de Chuzalongo 2025, los valores organizacionales, las relaciones de respeto y las responsabilidades compartidas dentro del equipo, lo que evidencia la dimensión ética como componente inseparable de la gestión comunicacional en el cine.

2.2.10 Producción audiovisual y producción cinematográfica

Mettini (2022) establece que la producción audiovisual se desarrolla mediante procedimientos y etapas específicas que permiten organizar el trabajo y evaluar la viabilidad del proyecto. Esta visión permite comprender que toda obra audiovisual requiere una lógica de organización que articula recursos, tiempos, responsabilidades y objetivos expresivos.

De igual forma, Pardo (2014), la producción y la administración de proyectos audiovisuales requieren una visión estratégica que equilibre variables como el tiempo, el presupuesto y la calidad. Esto significa que producir no solo implica grabar o dirigir, sino también coordinar

procesos, optimizar recursos y planificar contingencias con el fin de que cada fase del proyecto se desarrolle con eficiencia.

Según Barnes et al. (2014), la producción cinematográfica puede entenderse como una forma de organización compleja donde el éxito depende de la capacidad de coordinación entre los diferentes actores que participan en el proyecto. Esta coordinación solo es posible mediante procesos de comunicación interna que permitan compartir información, resolver problemas y sincronizar actividades durante todas las etapas de producción.

En las producciones se articulan distintas áreas de manejo a lo largo del proyecto. Cada área cumple funciones que contribuirán a garantizar la calidad de cumplimiento, la continuidad y el fortalecimiento del proyecto. La producción influye directamente en el desarrollo del rodaje y en su calidad, obteniendo un resultado favorable.

2.2.11 Equipos de producción cinematográfica

El trabajo cinematográfico implica altos niveles de carga emocional; por ello, Basurto y Rizo (2017) coinciden en que la comunicación interna favorece la empatía, la contención emocional y la cohesión del equipo durante el rodaje.

De la misma manera, Aguilar y Yaguana (2024) advierten que “la ausencia de estrategias comunicativas orientadas al bienestar emocional incrementa el riesgo de burnout creativo en las productoras audiovisuales”.

Sin embargo, Toro Bravo et al. (2024) señalan que en estos contextos “la comunicación interna debe incorporar una mirada humana y sensible que favorezca la cohesión y el compromiso colectivo”.

Según Barnes et al. (2014), la producción cinematográfica puede entenderse como una forma de organización compleja donde el éxito depende de la capacidad de coordinación entre los diferentes actores que participan en el proyecto. Esta coordinación solo es posible mediante procesos de comunicación interna que permitan compartir información, resolver problemas y sincronizar actividades durante todas las etapas de producción.

Siguiendo el enfoque, la dimensión emocional de la comunicación interna ayuda a comprender cómo las prácticas comunicativas influyeron en el estado emocional del equipo, en su motivación durante el rodaje y en la formación de relaciones colaborativas. La comunicación interna es especialmente importante debido a las condiciones propias de la producción independiente. Las limitaciones de recursos, la proximidad entre los miembros del equipo y la conexión con las comunidades locales crean escenarios en los que las emociones inciden directamente en la dinámica organizacional.

2.2.12 Comunicación estratégica enactiva y cine

Sandra Massoni (2019) expone que la comunicación estratégica enactiva constituye una perspectiva que supera los modelos tradicionales centrados únicamente en la transmisión de información. Desde este enfoque, la comunicación se concibe como un proceso de construcción compartida, en el que los actores interactúan, negocian significados y generan transformaciones dentro de sus contextos sociales.

En la misma línea se determina que la comunicación se desarrolla a partir de dinámicas conversacionales que facilitan el encuentro entre realidades, experiencias y formas de comprender el mundo. En relación con las relaciones comunicacionales, se convierten en espacios dinámicos donde se articulan prácticas orientadas al logro de objetivos comunes, conocimientos e intereses.

Aplicado al ámbito cinematográfico, este planteamiento permite aclarar que la comunicación interna trasciende la simple organización de tareas técnicas o la transmisión de instrucciones operativas. Por el contrario, se constituye como un proceso permanente entre visiones creativas, decisiones organizativas y dimensiones emocionales que influyen en el desarrollo de la producción audiovisual.

Por su parte, la Comunicación Estratégica Enactiva (CEE) propone que la comunicación es un proceso que se construye a través del diálogo, la articulación de actores y la generación de acuerdos. Desde esta perspectiva, la comunicación interna funciona como un espacio donde convergen conocimientos técnicos, experiencias y valores compartidos, fortaleciendo tanto la organización como la coordinación de los procesos creativos. Además, favorece la construcción de una narrativa coherente y promueve relaciones de trabajo que contribuyen al desarrollo sostenible de las producciones audiovisuales (Massoni, 2019).

De acuerdo con Capriotti (2017), la cultura organizacional se entiende como la conglomeración de normas, prácticas y creencias que guían el comportamiento de los individuos y las organizaciones. El autor señala que, en el ámbito cinematográfico, esta cultura se construye de manera particular debido al carácter temporal de los equipos de trabajo, la intensidad del proceso creativo y la convivencia prolongada durante las distintas etapas de la producción.

Además Arauz y Vélez, (2019) enfatizan que “la comunicación organizacional debe propiciar espacios de reflexión colectiva sobre lo que se representa, fomentando una cultura de diálogo y responsabilidad social dentro del equipo de producción”

De la misma manera, Plúas & José (2017) destacan que en Ecuador las producciones audiovisuales aplican estructuras horizontales y modelos de autogestión, lo que favorece una cultura organizacional participativa. También requieren mayores competencias comunicativas para así evitar descoordinaciones; por ello, la comunicación interna no solo organiza el trabajo, sino que también busca el equilibrio entre la autonomía creativa y la coherencia colectiva.

A este concepto se suman Coryat y Zweig (2019), quienes señalan que el cine ecuatoriano contemporáneo se caracteriza por su diversidad cultural y su anclaje en contextos locales, lo que implica procesos comunicativos internos sensibles a la pluralidad de saberes y experiencias.

De esta manera nos permite comprender cómo las prácticas, valores compartidos y las dinámicas relacionales son capaces de conservar una conexión en el equipo y en la eficiencia del proceso productivo que abordan temáticas culturales o comunitarias es por ello que en el cine, se expresa como en prácticas cotidianas como el estilo de liderazgo del director o productor, la forma de resolver conflictos, la distribución del poder y la manera en que se reconoce el trabajo de los distintos integrantes del equipo. Estas prácticas están profundamente mediadas por la comunicación interna, que actúa como vehículo durante la transmisión de valores y normas compartidas.

2.2.13 Liderazgo comunicacional y gestión de equipos en el cine

El liderazgo se ejerce mediante una comunicación entendida como práctica relacional que logra articular y motivar los procesos creativos de las producciones cinematográficas. De hecho, a diferencia de los modelos tradicionales de liderazgo jerárquico, en el cine existen otras maneras de conducción, es decir, más horizontales, sensibles a las dinámicas emocionales del equipo y a cómo este fortalece la forma de participar. (Rivera et al., 2005)

De la misma forma, Hernández y Buitrago (2017) señalan que la capacidad de mediar sentidos, construir consensos simbólicos y gestionar conflictos constituye el rol del líder en organizaciones creativas. En el ámbito cinematográfico, el director y el productor asumen funciones de liderazgo comunicacional al coordinar equipos diversos, negociar visiones estéticas y mantener la cohesión del grupo a lo largo de todo el proceso de producción.

A la vez, Petrone (2021) propone que, en los trabajos en equipo, la empatía y la comunicación clara y oportuna reducen los niveles de incertidumbre y tensión en entornos de alta presión, como los rodajes audiovisuales. En las producciones independientes, donde los recursos son limitados y los roles suelen ser multifuncionales, el liderazgo comunicacional adquiere una relevancia aún mayor.

Desde el punto de vista de Plúas y José (2017), destacan que el diálogo y la negociación son importantes en función de evitar jerarquías rígidas que se impongan. Esta forma de liderazgo favorece el compromiso y la adaptabilidad del equipo, es decir, requiere competencias comunicativas sólidas que evitan la desorganización.

Por consiguiente, el liderazgo en comunicación abarca la gestión de las relaciones internas y la toma de decisiones creativas, la cohesión del equipo durante la producción y el enfrentamiento de los desafíos logísticos y creativos de Chuzalongo 2025. Por ello, la comunicación interna es un elemento fundamental que incide directamente en la eficacia, la eficiencia y el ambiente laboral del proyecto.

El conflicto es un elemento inseparable de toda organización; en las producciones audiovisuales se presenta con mayor intensidad debido a la convergencia de intereses

personales, técnicos y creativos. No es un factor negativo; es más bien una oportunidad de mejora y aprendizaje cuando se gestiona adecuadamente en la comunicación interna (Hernández-Sellés et al., 2024)

De la misma manera, Petrone (2021) opina que en la producción cinematográfica la resolución de conflictos dentro del equipo, la prevención y la gestión son aspectos importantes de la comunicación interna. Por ello, las expectativas no explicitadas o la ausencia de canales formales de retroalimentación suelen dar lugar a malentendidos comunicativos. Es decir, establecer espacios de diálogo estructurado permite reducir los costos del proceso productivo.

De forma similar, Hernández y Buitrago (2017) plantean que el cineasta, en su rol organizacional, actúa como mediador al recibir distintas interpretaciones y sensibilidades dentro del equipo; a través de la comunicación, se realiza la mediación que facilita la conversión de los desacuerdos en consenso.

Desde el punto de vista de Villacís (2022), la efectividad de la comunicación interna se mejora si existe confianza, especialmente en los colectivos audiovisuales; en este contexto, la confianza facilita la interacción y construye una convivencia favorable dentro de la producción.

Sumándose a ello, Chimborazo (2023) señala que la comunicación interna no se limita únicamente a gestionar conflictos, sino que construye acuerdos simbólicos que demuestran el trabajo colectivo en el proceso de producción. Actúa como una herramienta de diálogo que permite alinear expectativas y fortalecer los vínculos internos. Por otra parte, la comunicación interna, vista desde el conflicto y la negociación simbólica, nos permitió comprender cómo se abordaron y cómo influyeron en la dinámica del equipo. Desde esta visión, se reconoce su carácter cultural, emocional y relacional en la comunicación organizacional del cine.

De la misma forma, Rivera et al. (2005) señalan que “las organizaciones que promueven prácticas comunicativas horizontales y colaborativas logran transformar el conocimiento individual en conocimiento colectivo, fortaleciendo así su capacidad innovadora”.

Para Castro y Díaz (2020), “la gestión de la comunicación interna pasa a ser también una cuestión de responsabilidad social corporativa” y será clave para salvaguardar la seguridad y el bienestar de las plantillas.

La comunicación interna se refleja en el sustento y la obtención de las metas durante la organización, además de la valoración del desempeño y la afirmación de los logros, en torno a las relaciones que se generan en el interior de la producción. (Meyer Vásquez, 2020)

Según los aportes de la comunicación interna y de la gestión del conocimiento creativo en la producción de Chuzalongo 2025, se permite comprender cómo los saberes generados durante el proceso cinematográfico fueron resignados, compartidos y utilizados para fortalecer la comunicación interna como eje estratégico de la producción.

2.2.14 La película El chuzalongo como caso de estudio

La película ecuatoriana Chuzalongo 2025 demuestra que la sostenibilidad de un proyecto audiovisual en entornos de limitación económica depende de una estructura de comunicación interna altamente eficaz y horizontal. El cine latinoamericano se ha caracterizado históricamente por desarrollarse en contextos de limitación económica, de alta carga simbólica y de fuerte compromiso cultural. (Barnes et al., 2014).

Esto revalida la postura de Getino (2012), quien menciona el cine de la región sustituye la carencia de grandes presupuestos industriales mediante modelos de gestión comunicacional colaborativos, donde el equipo humano se unifica bajo una identidad cultural compartida

En el caso ecuatoriano, Coryat y Zweig (2019) argumentan que el cine contemporáneo se caracteriza por ser pequeño, glocal y plurinacional. Esta caracterización resulta clave porque permite situar la producción cinematográfica nacional en condiciones específicas en las que las limitaciones materiales, el trabajo colaborativo y las identidades locales influyen directamente en la configuración de las obras.

En la misma línea, señalan que una película es el resultado de decisiones colectivas, de la distribución de funciones y de estrategias de coordinación (Barnes et al., 2014)

Con base en estos argumentos, la película El Chuzalongo es importante ya que analiza la relación entre la comunicación interna y la producción cinematográfica, así como la forma en que se articularon los equipos en las dinámicas de organización, interacción y coordinación que hicieron posible el proyecto. El estudio aporta elementos que facilitan comprender los desafíos y las particularidades de los procesos comunicativos y productivos en el cine ecuatoriano actual.

CAPÍTULO III.

METODOLOGÍA.

En este capítulo se presentan los métodos, técnicas e instrumentos que orientaron la presente investigación, centrada en el análisis de la comunicación interna durante el proceso de producción de la película ecuatoriana Chuzalongo 2025 en sus distintas etapas: preproducción, rodaje y postproducción. Los instrumentos utilizados para la recolección de información son entrevistas semiestructuradas dirigidas a miembros del equipo y encuestas estructuradas aplicadas a los participantes del proyecto cinematográfico.

3.1 Metodología de investigación

La presente investigación utilizará métodos cualitativos y cuantitativos de carácter descriptivo para comprender a profundidad las dinámicas de la comunicación interna en la producción de la película Chuzalongo.

Desde el enfoque cualitativo, se adopta el método del estudio de caso, que permite analizar un fenómeno en su contexto real, reconociendo la complejidad y riqueza de las relaciones comunicativas dentro de un proyecto cinematográfico. Este método resultó adecuado para analizar la producción de Chuzalongo 2025.

La selección de los entrevistados se llevó a cabo considerando su experiencia, el nivel de participación y el conocimiento directo del objeto de estudio:

Fue el principal responsable de la planificación, coordinación y toma de decisiones, lo que le permitió aportar una visión amplia del proyecto.

Debido a su participación permanente en el rodaje y su interacción con las diferentes áreas; aportó una mirada cercana sobre los procesos comunicacionales desde la ejecución práctica y las relaciones cotidianas.

De igual manera, se incorporó la entrevista a una experta en comunicación organizacional con el fin de complementar el análisis desde una perspectiva académica y profesional. Su aporte permitió contrastar las experiencias obtenidas en el caso de estudio con fundamentos teóricos, buenas prácticas y la gestión de la comunicación interna en organizaciones y equipos multidisciplinarios.

La elección de una persona respondió a la necesidad de obtener información profunda y especializada sobre funciones claramente diferenciadas dentro del proceso cinematográfico, donde se privilegió la calidad y pertinencia de la información sobre la cantidad de participantes. Desde el enfoque cualitativo, se adopta el método de estudio de caso, que permite analizar un fenómeno en su contexto real para examinar un solo caso: la producción audiovisual El Chuzalongo 2025, desarrollada en Ecuador.

3.2 Tipo de investigación

Según la finalidad:

La investigación es de tipo aplicado, debido a que busca aportar conocimientos que resulten útiles y transferibles para mejorar las prácticas de comunicación interna en producciones cinematográficas ecuatorianas, tomando como referencia las experiencias durante la producción de Chuzalongo.

Según el alcance:

El estudio presenta un alcance descriptivos y exploratorias. Se considera descriptiva porque busca identificar las formas, los canales y las estrategias de comunicación interna empleados en la producción, y de carácter exploratorio, al abordar un tema poco estudiado en el contexto audiovisual, lo que genera conocimientos a futuras investigaciones sobre comunicación en el cine.

Según la profundidad:

En cuanto a la profundidad el nivel explicativo, se pretende no solo describir las dinámicas comunicativas, además ayuda a comprender las causas y consecuencias de posibles conflictos o aciertos en la gestión de la comunicación interna.

Según la amplitud:

El estudio se desarrolla en un ámbito macrosocial, puesto que se centra en un grupo específico de personas vinculadas a la producción de Chuzalongo; no pretende generalizar los resultados a todo el sector cinematográfico ecuatoriano.

Según el carácter:

Tiene un enfoque mixto, al combinar herramientas y procedimientos cualitativos y cuantitativos; como parte de ello, se analizan las percepciones de eficiencia, el uso de herramientas y el liderazgo, entre otros aspectos importantes.

Según las fuentes de información:

Para la obtención de datos se recurrió a entrevistas, encuestas y observación indirecta, así como a aportes de documentos de producción, cronogramas, registros y materiales audiovisuales de respaldo. La triangulación de estas facilitó contrastar los datos obtenidos y fortalecer el estudio.

3.3 Diseño de investigación

No es experimental porque no se manipulan variables, sino que se observan los acontecimientos tal como ocurren en la realidad.

Transeccional. La información se recolectará en un solo momento del tiempo.

Descriptivo. Busca identificar y analizar las características de la comunicación interna dentro de un contexto específico: la producción de Chuzalongo 2025

3.4 Población y muestra

La población de estudio está conformada por el equipo técnico y artístico que participó en la producción de la película Chuzalongo 2025, integrado por 20 participantes de las unidades de

dirección, producción, arte, sonido, fotografía, logística y posproducción. Puesto que dicho número era muy reducido, la investigación no recurrió a un muestreo en su lugar, se realizó un censo.

3.5 Técnicas de recolección de información

Entrevistas semiestructuradas (cualitativas):

Dirigidas a miembros clave del equipo de dirección y producción, y a un experto en comunicación interna, con el objetivo de indagar en experiencias, estrategias comunicativas, flujos de información, liderazgo y resolución de conflictos.

Encuesta cerrada (cuantitativa):

La información cuantitativa se obtuvo mediante la aplicación de encuestas estructuradas a 20 participantes del equipo de producción, es decir, se consideró que el estudio se realizó bajo la modalidad de censo y no mediante un proceso de muestreo. Estas encuestas, fueron diseñadas a partir de escala de tipo Likert y preguntas de selección múltiple, lo que permitió medir las percepciones de eficacia comunicacional, coordinación, clima laboral y las herramientas utilizadas,

Análisis documental:

Como parte del proceso se consideró importante la revisión de documentos tales como cronogramas de rodaje, hojas de llamado, planes de trabajo, guiones técnicos y registros de comunicación interna para que esto permita identificar cuáles fueron los mejores procedimientos durante las etapas del rodaje.

Durante la investigación el acceso a los documentos fue restringido por motivos de confidencialidad de la producción. Ante esta situación, el análisis documental se realizó con el material al que fue posible acceder y con información obtenida mediante entrevistas, encuestas y observación indirecta, por lo que los hallazgos fortalecieron las demás técnicas de recolección de información, para así mantener la consistencia y la validez del estudio.

Observación indirecta:

Esta se desarrolló a través del análisis de contenido y del material audiovisual conocido como detrás de cámaras, fotografías, testimonios grabados con el fin de reconocer y observar las dinámicas comunicativas y los comportamientos colaborativos.

3.6 Instrumentos de investigación

Guía de entrevista semiestructurada: Preguntas abiertas organizadas por ejes temáticos.

Cuestionario estructurado: ítems cerrados tipo Likert y de opción múltiple.

Ficha de análisis documental: Registrar y codificar información relevante.

Matriz de observación indirecta: clasificar comportamientos y prácticas comunicativas.

3.7 Operación de variables

TABLA 1: VARIABLE INDEPENDIENTE Y DEPENDIENTE

Variable	Definición	Categoría	Indicadores	Técnicas e Instrumentos
Comunicación interna en la producción	La operacionalización de la comunicación interna es el proceso de intercambio de información entre los miembros de una organización con el fin de coordinar acciones, fortalecer la cooperación y alcanzar los objetivos institucionales (Chiavenato, 2017). Es por ello por lo que, estas interacciones informales o formales ayudan a la coordinación y eficiencia del equipo.	Variable Independiente	Utilización de canales, herramientas comunicacionales Manejo y Resolución de conflictos Coordinación entre departamentos Liderazgo y procesos de retroalimentación Manejo y Resolución de conflictos	Técnicas: Entrevista semiestructurada, encuesta, observación indirecta. Instrumentos: Guía de entrevista, cuestionario estructurado con escala tipo Likert, matriz de observación.

Producción de la película ecuatoriana Chuzalongo 2025	La producción cinematográfica comprende la planificación, organización y ejecución de todos los procesos técnicos, creativos y logísticos necesarios en la realización de una obra audiovisual(Bordwell, 2019). Su desarrollo depende de la coordinación efectiva del equipo y de la gestión comunicacional interna.	Variable dependiente	Nivel de organización y planificación Cumplimiento de cronogramas- Eficiencia del trabajo en equipo- Calidad del proceso productivo	Técnicas: Entrevista, análisis documental, encuestas. Instrumentos: Guía de entrevista, ficha de análisis documental, cuestionario tipo Likert, matriz de observación.
---	---	-----------------------------	--	---

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

CAPÍTULO IV.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En este capítulo se exponen a continuación los principales hallazgos encontrados en la investigación, de acuerdo con el planteamiento metodológico y que se lo presenta de la siguiente manera:

1. Entrevista realizada a Diego Ortuño, director de película “El Chuzalongo”

4.1 Análisis e interpretación de las entrevistas

Pregunta	Respuesta	Comentario
1. ¿Qué herramientas de comunicación interna se priorizaron desde dirección y por qué?	<i>“Desde la dirección se priorizaron herramientas tanto formales como informales que permitieran garantizar una comunicación clara y alineada con los objetivos del proyecto. Entre las principales herramientas se destacan el guion, el desglose de planos (storyboard) y la constante socialización del sentido narrativo de la película. El director enfatiza que, más allá de los instrumentos técnicos, una de las estrategias fundamentales fue comunicar de manera profunda el propósito de la obra, explicando al equipo no solo la historia, sino su significado cultural, vinculado al rescate de las tradiciones y raíces. Esto permitió generar compromiso emocional en los integrantes. Se priorizó la selección de un equipo humano con afinidad personal y profesional, lo que facilitó</i>	El análisis de esta respuesta permite identificar que la comunicación interna trascendió el uso de herramientas técnicas y se apoyó en elementos simbólicos y emocionales que fortalecieron la cohesión del equipo. La socialización del propósito cultural de la película favoreció el compromiso de los participantes y consolidó un sentido compartido de pertenencia, aspecto que coincide con los planteamientos de la Comunicación Estratégica Enactiva de Massoni (2019), donde la construcción colectiva de significados resulta esencial en la articulación de los actores.

	<i>una comunicación más fluida desde el inicio del proyecto.”</i>	
2. ¿De qué manera se transmitían las decisiones estratégicas hacia los diferentes niveles del equipo?	<i>“Las decisiones estratégicas se transmitían mediante una estructura organizativa dividida principalmente en dos áreas: dirección (parte creativa) y producción (parte logística). El director definía la visión narrativa, mientras que la producción evaluaba la viabilidad de las propuestas. A partir de esta interacción, se construían decisiones conjuntas basadas en lo que se deseaba lograr y lo que realmente era posible ejecutar. Un rol clave en esta transmisión fue el del asistente de dirección, quien actuaba como intermediario entre ambos departamentos, traduciendo la información y asegurando que las decisiones llegaran de manera clara a todo el equipo. Además, se utilizaban herramientas como el plan de rodaje y las hojas de llamado, que organizaban y comunicaban las actividades diarias, garantizando que todos los miembros estuvieran informados de sus funciones y responsabilidades.”</i>	La estructura organizativa descrita evidencia cuál es la importancia de asignar responsabilidades y canales claros que garanticen la circulación efectiva de la información. El asistente de dirección actuó como un articulador comunicacional que facilitó la coordinación entre los distintos departamentos y ayudó a minimizar posibles interpretaciones erróneas durante el rodaje.

3. ¿Qué mecanismos se utilizaron para prevenir o resolver fallas en la comunicación interna?	<i>“Para prevenir y resolver fallas comunicacionales se implementaron varios mecanismos basados en la planificación, la claridad informativa y la coordinación entre áreas. En primer lugar, se estableció una comunicación constante entre dirección y producción, permitiendo ajustar las decisiones en función de las condiciones reales del rodaje (como cambios climáticos o limitaciones logísticas). En segundo lugar, el uso de herramientas como el desglose de producción, el plan de rodaje y las hojas de llamado permitió anticipar necesidades y reducir errores., El asistente de dirección cumplió un papel fundamental como mediador comunicacional, facilitando el flujo de información y evitando malentendidos entre los distintos niveles del equipo.”</i>	Los mecanismos implementados reflejan una gestión preventiva de la comunicación interna basada en la planificación, la coordinación permanente y la mediación entre áreas. Estas prácticas permitieron anticipar dificultades operativas y fortalecer la capacidad de respuesta del equipo frente a situaciones imprevistas propias de una producción audiovisual.
4. ¿Cómo influyó el clima emocional del equipo en los procesos comunicativos?	<i>“El clima emocional del equipo tuvo una influencia directa y significativa en los procesos de comunicación. Desde la dirección se priorizó el bienestar de las personas, estableciendo como principio que el equipo humano estaba por encima del resultado técnico.</i>	La información obtenida pone de manifiesto que lo emocional desempeñó un papel crucial en las dinámicas comunicacionales del equipo. Un ambiente que genere respeto y el bienestar fortaleció las relaciones de confianza, ayudó el intercambio de información y fortaleció el compromiso

	<i>Se promovió un ambiente basado en el respeto, la seguridad y el cuidado, evitando situaciones de estrés extremo o maltrato, comunes en otras producciones. Esta visión permitió que los integrantes trabajaran en condiciones más humanas, favoreciendo la confianza y la apertura comunicativa.</i> <i>El director destaca que un equipo que se siente valorado y cuidado responde con mayor compromiso, lo que se traduce en mejores resultados creativos y en una comunicación más efectiva.”</i>	colectivo durante el desarrollo de la producción.
5. ¿En qué medida se incorporaron las opiniones del equipo en la toma de decisiones?	<i>“Las opiniones del equipo fueron consideradas como un elemento importante dentro del proceso creativo. La dirección fomentó un entorno participativo donde los miembros podían involucrarse desde sus áreas de especialización. Se reconoce que cada departamento (fotografía, vestuario, actuación, etc.) aportaba desde su perspectiva creativa, lo que enriquecía el resultado final. Esta participación se lograba al motivar a los integrantes a “jugar” con sus propuestas, explorar ideas y aportar soluciones innovadoras que fortalecieron la idea.</i>	Existió un equilibrio entre liderazgo y participación. La apertura al diálogo permite que el equipo se involucre y aporte, lo que fortalece la creatividad. No obstante, la dirección mantiene la organización del proceso. Esto refleja que una comunicación interna efectiva combina participación con una guía clara. La incorporación de aportes especializados enriqueció el proceso creativo sin perder la coherencia de la visión general del proyecto, fortaleciendo así los procesos colaborativos internos.

	<i>Teniendo en claro que la toma de decisiones se mantenía dentro de la dirección que guiaba el proceso, integrando los aportes del equipo en función de la visión general de la película.”</i>	
--	---	--

Fuente: Diego Ortuño director de película El Chuzalongo

Elaborado: Jhosselin Aguagallo

TABLA 2: ENTREVISTA WOLFRAMIO SINUE _ACTOR PRINCIPAL

Entrevista		
Pregunta	Respuesta	Comentario
1 ¿Cómo se gestionó el intercambio de información entre áreas durante el rodaje?	<i>“El intercambio de información durante el rodaje se gestionó a través de una dinámica colaborativa liderada principalmente por el director y su equipo de producción. Según la experiencia del actor, la comunicación debía ser integral entre todas las áreas, no limitada únicamente a la relación jerárquica. Se destaca que cada miembro del equipo debía comprender no solo su función técnica, sino también el propósito narrativo del proyecto. Esto permitía que la información fluya de manera coherente, facilitando la coordinación entre departamentos como dirección, fotografía, actuación y producción.</i>	El intercambio de información refleja que, la comunicación interna se desarrolló de forma colaborativa y participativa. No solo se priorizó la transmisión de información, sino también la comprensión del sentido del proyecto por parte de todos los integrantes. Esto permitió fortalecer el trabajo en equipo y generar una mayor conexión entre las distintas áreas de producción.

	<i>Además, se promovía una comunicación basada en la comprensión global de la obra, lo que ayudaba a que cada área aportara de manera consciente al resultado final. Esta intercomunicación fortalecía el trabajo en equipo y mejoraba la calidad del proceso cinematográfico.”</i>	
¿Qué canales y herramientas de comunicación se utilizaron operativamente en la producción?	<i>“Los canales de comunicación utilizados fueron principalmente directos, interpersonales y presenciales, característicos de las producciones audiovisuales. El actor resalta el uso constante del diálogo cara a cara, tanto dentro como fuera del set de filmación. se utilizaron espacios informales como momentos de descanso (alimentación o pausas) que fortalecer la comunicación y generar confianza entre los miembros del equipo. En términos operativos, también existía una estructura clara de comunicación jerárquica, donde las indicaciones se canalizaban a través de responsables específicos, como el director o el director de actores, evitando interferencias o contradicciones en las instrucciones.”</i>	Más allá de las herramientas formales, la comunicación se fortaleció mediante relaciones interpersonales construidas en espacios cotidianos de interacción. La combinación entre comunicación directa y una estructura organizativa definida contribuyó a mantener claridad en las instrucciones y a consolidar vínculos de confianza entre los integrantes.

¿Cómo se abordaron los problemas derivados de fallas comunicacionales?	<i>“Los problemas comunicacionales se abordaban principalmente a través del diálogo directo, la mediación y el respeto por los roles establecidos dentro del equipo. El actor menciona que una de las estrategias más efectivas era canalizar la comunicación a través de un responsable (por ejemplo, el director de actores), evitando la sobrecarga de indicaciones hacia los actores. Esto prevenía confusión y bloqueos durante la interpretación. Además, se priorizaba la solución oportuna de conflictos, incluso si implicaba detener momentáneamente el rodaje para reorganizar ideas o aclarar indicaciones. Esta práctica, lejos de generar retrasos, optimizaba el tiempo a largo plazo. También se resalta la importancia del autocontrol emocional y la responsabilidad individual, ya que cada integrante debía gestionar sus reacciones al no afectar el desarrollo del trabajo colectivo.”</i>	Las estrategias descritas reflejan que la resolución de problemas estuvo basada en la comunicación abierta y el respeto mutuo. La mediación y la claridad en los roles ayudaron a prevenir malentendidos y mejorar la dinámica del trabajo, dentro de una producción audiovisual, solucionar los conflictos a tiempo favorece el desarrollo del proyecto y optimiza el trabajo colectivo.
¿Qué impacto tuvo el ambiente de trabajo en la comunicación entre los miembros del equipo?	<i>“El ambiente de trabajo tuvo un impacto determinante en la calidad de la comunicación. Según el actor, un entorno basado en la confianza, el respeto y la empatía favorece la</i>	El testimonio confirma que el clima laboral influye directamente en la manera en que las personas se comunican. Un ambiente positivo permite que los integrantes expresen sus

	<i>fluidez comunicativa y el desempeño del equipo. Se destaca que cuando existen condiciones adecuadas tanto emocionales como físicas los procesos de comunicación se desarrollan de manera más efectiva. Elementos como el bienestar del equipo, la organización y el trato humano influyen directamente en la concentración y productividad, especialmente en el caso de los actores. Un ambiente positivo permite que los integrantes se sientan cómodos al expresar ideas, dudas o necesidades, fortaleciendo la cohesión grupal y el trabajo colaborativo.”</i>	ideas y necesidades con mayor libertad, fortaleciendo la confianza y el trabajo colaborativo, el bienestar del equipo es un elemento clave para mantener una comunicación interna efectiva.
¿Cómo se promovió la participación del equipo en los procesos de comunicación?	<i>“La participación del equipo se promovió a través de la apertura al diálogo, la generación de confianza y la construcción de relaciones interpersonales dentro y fuera del espacio de trabajo. El actor señala que era fundamental mantener una comunicación constante con el director y los demás miembros del equipo, permitiendo expresar opiniones, sugerencias o inquietudes de manera respetuosa. Además, se fomentaban espacios de interacción informal que contribuían a</i>	La apertura al diálogo y la disposición demuestran que la participación del equipo fue incentivada a través de una comunicación cercana y accesible. La apertura al diálogo permitió que los integrantes se involucraran eficazmente en el proceso y se sintieran escuchados. Esto favoreció el sentido de pertenencia y fortaleció un ambiente sano dentro de la producción.

	<i>fortalecer los vínculos entre los integrantes, lo que facilitaba la comunicación durante el rodaje.</i> <i>Otro aspecto clave fue la disposición del director escuchar y generar condiciones adecuadas de trabajo, lo que incentivaba la participación de todos los miembros en el proceso creativo.”</i>	
--	--	--

Fuente: Wolframio Sinue

Elaborado: Jhosselin Aguagallo

TABLA 3: ENTREVISTA ALEJANDRA CARPIO, EXPERTA EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Pregunta	Respuesta	Comentario
1. Desde su experiencia, ¿cómo debería estructurarse el flujo de información en ¿Equipos audiovisuales multidisciplinares?	<i>“Desde la práctica, el flujo de información en equipos audiovisuales funciona mejor cuando combina estructura y flexibilidad. No basta con abrir canales, sino que hay que definir con claridad quién necesita saber qué, en qué momento y con qué nivel de detalle. En producciones multidisciplinares suele ser útil trabajar con un esquema en capas: una capa estratégica (dirección y producción), una operativa (jefes de área) y una ejecutiva (equipos técnicos y creativos). La información clave debería bajar de forma clara y oportuna, mientras que las opiniones o comentarios</i>	La información proporcionada destaca que una adecuada, organización de flujos constituyen un factor esencial en coordinar equipos multidisciplinares y claridad en que cada área conozca sus funciones y responsabilidades. La combinación entre estructura y flexibilidad permite adaptarse a los cambios constantes propios del rodaje. Esto indica que un flujo de información bien organizado facilita la coordinación y fortalece el trabajo en equipo.

	<i>deben poder compartirse sin problema. Además, los espacios breves pero constantes, como reuniones de arranque o cierres diarios, ayudan a alinear expectativas y evitar malentendidos acumulados”</i>	
2. ¿Qué criterios o estrategias considera clave para seleccionar herramientas de comunicación ¿Interna en producciones audiovisuales?	<i>“Más que elegir la herramienta “de moda”, lo importante es que responda a la dinámica real del equipo. En producciones audiovisuales, el tiempo es limitado y la presión alta, las herramientas deben ser simples, accesibles y compatibles con el de trabajo. Yo priorizaría tres criterios: rapidez ya que permita comunicar sin frenar el flujo de trabajo, claridad evita la dispersión de información y trazabilidad que permita revisar decisiones o cambios. También es clave que no se multipliquen innecesariamente las plataformas, porque eso fragmenta la comunicación. A veces menos herramientas, bien utilizadas, funcionan mucho mejor que un ecosistema complejo de plataformas.”</i>	El criterio predominante no radica en la cantidad de herramientas utilizadas, sino en su pertinencia respecto a las características del equipo y las exigencias de la producción. La simplicidad, accesibilidad y trazabilidad aparecen como elementos que contribuyen significativamente a una comunicación más eficiente.
3. ¿Cuáles son las mejores prácticas para resolver conflictos comunicacionales en	<i>“Los conflictos comunicacionales en este tipo de equipos suelen surgir más por interpretación que por intención. Una buena</i>	La respuesta evidencia que la prevención y gestión temprana de los conflictos pueden resolverse de manera efectiva mediante el diálogo y la escucha activa.

¿Producciones audiovisuales?	<i>práctica es intervenir temprano, oportunamente antes de que el problema escale. Generar espacios seguros donde las personas puedan expresar desacuerdos sin sentirse atacadas es fundamental. También ayuda mucho volver a los objetivos comunes: cuando el equipo recuerda que todos están trabajando por el mismo resultado, se reducen las tensiones personales. Lo ideal sería poder escuchar activamente, reformular lo que se entiende del otro y evitar suposiciones. Y algo que a veces se pasa por alto: documentar acuerdos después de resolver un conflicto evita que el problema reaparezca.”</i>	La intervención temprana evita que los problemas crezcan y afecten el ambiente laboral., el hecho de documentar acuerdos fortalece la organización y permite mantener claridad dentro del equipo. La documentación de acuerdos representa una práctica que aporta claridad y continuidad a los procesos internos.
4. ¿Qué rol juega la inteligencia emocional en la comunicación interna de un equipo creativo?	<i>“La inteligencia emocional no es un aspecto secundario; es prácticamente una herramienta de trabajo en equipos creativos. En entornos donde hay presión, plazos ajustados y opiniones diversas, saber gestionar las propias emociones y leer las de los demás marca una gran diferencia. Un equipo con buena inteligencia emocional comunica mejor porque reduce reacciones impulsivas, mejora la escucha y facilita la colaboración. Además, permite manejar mejor la</i>	Se enfatiza que la inteligencia emocional influye en la calidad de la comunicación. En producciones audiovisuales, donde existen presión y exigencia, a altos niveles la capacidad de manejar emociones ayuda a la convivencia y fortalece las relaciones interpersonales. Esto indica que el componente emocional es esencial para mantener una comunicación efectiva dentro del equipo.

	<i>crítica, que en el ámbito audiovisual es constante. Sin esa base, incluso los equipos más talentosos pueden volverse disfuncionales.”</i>	
5. ¿Cómo influye la cultura organizacional en la eficacia de la comunicación interna?	<i>“La cultura organizacional define cómo se interpreta y se usa la comunicación. No importa cuántos canales existan si la cultura no promueve la confianza o la transparencia. En equipos audiovisuales, una cultura abierta, donde se valora la participación, el respeto y la claridad, facilita que la información fluya y que las personas se sientan cómodas compartiendo ideas o problemas. En cambio, culturas más jerárquicas o cerradas tienden a generar silencios, rumores o malentendidos. En definitiva, la comunicación interna no funciona en el vacío: es un reflejo directo de cómo la organización entiende las relaciones y el trabajo en equipo.”</i>	Los resultados obtenidos permiten establecer una estrecha relación entre cultura organizacional y comunicación interna. Un entorno basado en la confianza, la transparencia y el respeto facilita la circulación de información, promueve la participación y fortalece la construcción de vínculos colaborativos dentro de la producción audiovisual. . Cuando existe un ambiente de confianza, respeto y transparencia, las personas se sienten más seguras al expresar ideas y resolver problemas. Esto favorece la participación y fortalece la dinámica colaborativa dentro de la producción audiovisual.

Fuente: Alejandra Carpio, experta en comunicación organizacional.

Elaborado: Jhosselin Aguagallo

4.2 Interpretación de las encuestas

La presente encuesta fue aplicada a 20 integrantes del equipo técnico y artístico de la película ecuatoriana Chuzalongo 2025, con el propósito de conocer la percepción de los participantes sobre la comunicación interna desarrollada durante el proceso de producción cinematográfica.

Los resultados evidencian que la mayor parte de los participantes calificó de manera favorable la claridad de la información recibida y el desempeño de sus funciones. Esta percepción indica que las instrucciones emitidas por la producción llegaron de forma comprensible y dentro de los tiempos requeridos, permitiendo que cada integrante conociera sus responsabilidades durante las diferentes etapas del rodaje.

Datos generales

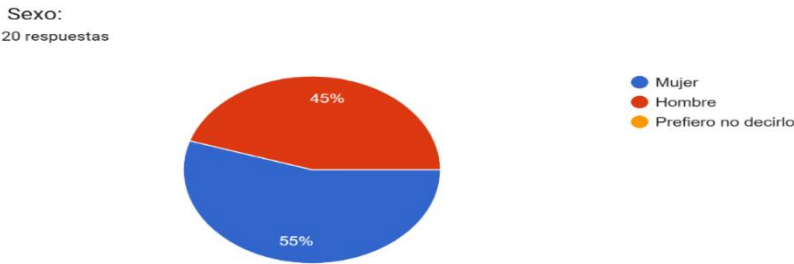
TABLA 4.GÉNERO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	11	55%
Masculino	9	45%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 1.GENERO



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

Los datos obtenidos demuestran que existe una participación equilibrada entre hombres y mujeres dentro del equipo de producción de la película El Chuzalongo 2025. El 55% de los encuestados corresponde al sexo femenino y el 45% al masculino, por lo que se evidencia la presencia de ambos grupos diversa dentro de las distintas áreas técnicas, logísticas y creativas.

Edad

TABLA 5.EDAD

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
18 a 24 años	3	15%
25 a 34 años	6	30%

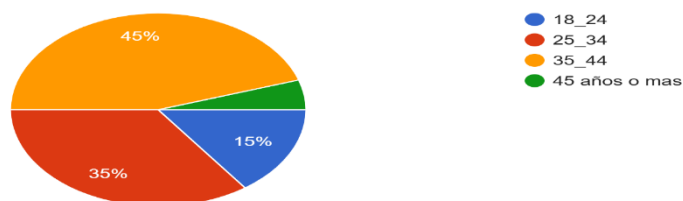
35 a 44 años	10	50%
45 años o más	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 2.EDAD

Edad
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

La mayor parte de los participantes pertenece al rango de edad de 35 a 44 años, representando el 50% de la población encuestada. Esto permite identificar que la producción contó principalmente con personas que poseen experiencia profesional y trayectoria dentro del ámbito audiovisual. Se evidencia la participación de jóvenes entre 18 y 24 años y adultos de 25 a 34 años, lo cual demuestra la integración de diferentes generaciones dentro del equipo de trabajo, favoreciendo el intercambio de conocimientos, creatividad y experiencias durante el rodaje.

Pregunta 1

Área o función dentro de la producción

TABLA 6.ÁREA O FUNCIÓN DENTRO DE LA PRODUCCIÓN

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Producción	3	15%
Arte	4	20%
Sonido	3	15%

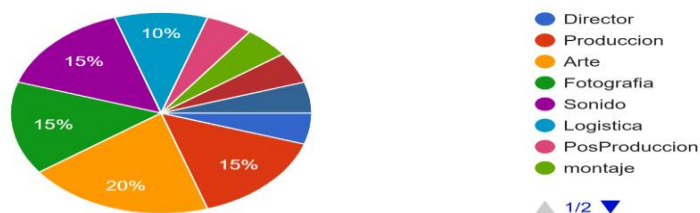
Fotografía	3	15%
Making Off	2	10%
Logística	2	10%
Dirección	1	5%
Posproducción	1	5%
Montaje	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 3.ÁREA

1. Área o función dentro de la producción:
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

Se observa que existe una distribución de participación de las diferentes áreas involucradas en la producción de la película Chuzalongo. El departamento de Arte obtuvo la mayor representación con un 20%, seguido por Producción, Sonido y Fotografía con un 15% cada uno. Esto permitió incorporar distintas funciones técnicas y creativas, lo que ayudó a tener una visión más amplia y representativa sobre la gestión de la comunicación durante el rodaje, la investigación para recoger opiniones desde distintas funciones técnicas y creativas, obteniendo una visión más amplia sobre la gestión de la comunicación interna durante el rodaje.

Pregunta 2

¿Qué tan clara fue la información que recibió sobre sus funciones y responsabilidades?

TABLA 7. INFORMACIÓN QUE RECIBIÓ SOBRE SUS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

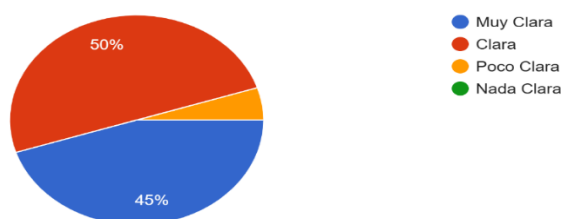
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy clara	9	45%
Clara	10	50%
Poco clara	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 4. INFORMACIÓN QUE RECIBIÓ SOBRE SUS FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES

2. ¿Qué tan clara fue la información que recibió sobre sus funciones y responsabilidades?
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

La mayoría de los encuestados consideró que la información recibida sobre sus funciones fue clara o muy clara. En específico el 50% señaló que la comunicación fue clara, mientras que el 45% indicó que fue muy clara. Esto permitió analizar que existió una adecuada organización de actividades y responsabilidades dentro del equipo de producción. Sin embargo, un 5% dice que la información fue poco clara, lo que refleja que existió la presencia de vacíos comunicacionales puntuales que podrían generar confusión en el rodaje del proyecto, así crea la necesidad de fortalecer mecanismos de verificación de la información.

Pregunta 3

¿Qué tan oportuna fue la comunicación de cambios durante el rodaje?

TABLA 8.COMUNICACIÓN DE CAMBIOS DURANTE EL RODAJE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Siempre fue oportuna	13	65%
Generalmente fue oportuna	7	35%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 5.COMUNICACIÓN DE CAMBIOS DURANTE EL RODAJE

3.¿Qué tan oportuna fue la comunicación de cambios durante el rodaje (horarios, escenas, logística)?
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

El 65% de los participantes afirmó que la comunicación de cambios durante el rodaje siempre fue oportuna, mientras que el 35% señaló que generalmente lo fue. Estos resultados permiten identificar que la producción mantuvo una comunicación relativamente eficiente respecto a modificaciones de horarios, escenas y logística. La rapidez con la que se transmitía la información favoreció la coordinación del equipo y ayudó a evitar mayores inconvenientes durante las jornadas de trabajo.

Se observa que una de las principales fortalezas del equipo es transmitir los cambios con la anticipación necesaria. Esta dinámica hizo posible que las diferentes áreas involucradas adaptaran sus actividades sin afectar el desarrollo de las jornadas de trabajo. En consecuencia, resulta pertinente reforzar los mecanismos de actualización de la información para garantizar que todos los miembros del equipo reciban las novedades de forma simultánea.

Pregunta 4

¿Qué canales de comunicación fueron utilizados durante el rodaje?

TABLA 9.CANALES DE COMUNICACIÓN FUERON UTILIZADOS DURANTE EL RODAJE

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
WhatsApp / Telegram	10	50%
Hojas de llamado	4	20%
Reuniones presenciales	2	10%
Llamadas telefónicas	1	5%
Correos electrónicos	1	5%
Uso de varios canales	2	10%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 6.CANALES DE COMUNICACIÓN FUERON UTILIZADOS DURANTE EL RODAJE

4. ¿Qué canales de comunicación fueron utilizados durante el rodaje de la película el chuzalongo?
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

En relación con los resultados obtenidos, se puede evidenciar que WhatsApp y Telegram respectivamente fueron herramientas de comunicación que más se utilizaron durante la producción, alcanzando el 50% de las respuestas afirmativas. Dicho hallazgo se refleja al momento de facilitar la coordinación entre los diferentes equipos de trabajo. Asimismo, las hojas de llamado constituyeron un recurso muy fundamental dentro de cada planificación del rodaje día a día, al estructurar y organizar las actividades correctamente. En conjunto, la diversidad de los distintos canales permitió mantener una comunicación que fue constante, flexible y que se adaptaba a las necesidades operativas de todo el equipo de producción.

Pregunta 5

¿Qué tan efectivas fueron las herramientas de comunicación utilizadas?

TABLA 10. EFECTIVIDAD EN LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy efectivas	11	55%
Efectivas	9	45%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO7.EFECTIVIDAD EN LAS HERRAMIENTAS DE COMUNICACIÓN UTILIZADAS

5.¿Qué tan efectivas fueron las herramientas de comunicación utilizadas?
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

El 55% de los encuestados consideró que las herramientas de comunicación fueron muy efectivas, mientras que el 45% las calificó como efectivas. Ningún participante manifestó una valoración negativa, lo cual refleja que los mecanismos comunicacionales implementados facilitaron la coordinación y el desarrollo de las actividades dentro del rodaje. Esto refleja que la combinación de plataformas digitales, reuniones y hojas de llamado contribuyó positivamente al trabajo colaborativo.

No se registraron valoraciones negativas, lo cual evidencia que los mecanismos comunicacionales implementados contribuyeron de manera oportuna a la coordinación y al desarrollo de las actividades durante el rodaje.

Pregunta 6

¿Cómo evaluaría la coordinación entre su área y otros departamentos?

TABLA 11. LA COORDINACIÓN ENTRE SU ÁREA Y OTROS DEPARTAMENTOS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy buena	11	55%
Buena	9	45%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 8. LA COORDINACIÓN ENTRE SU ÁREA Y OTROS DEPARTAMENTOS

6. ¿Cómo evaluaría la coordinación entre su área y otros departamentos?
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

La coordinación entre departamentos fue valorada de manera positiva por la totalidad de los participantes. En particular, el 55% afirmó que la coordinación fue muy buena y el 45% la calificó como buena. Estos resultados evidencian que existió una interacción constante entre las distintas áreas de trabajo, permitiendo mantener el flujo de actividades y la organización del proyecto cinematográfico.

Pregunta 7

¿Cómo percibió la comunicación desde el liderazgo del proyecto?

TABLA 12. LA COMUNICACIÓN DESDE EL LIDERAZGO DEL PROYECTO

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy abierta	16	80%
Abierta	4	20%

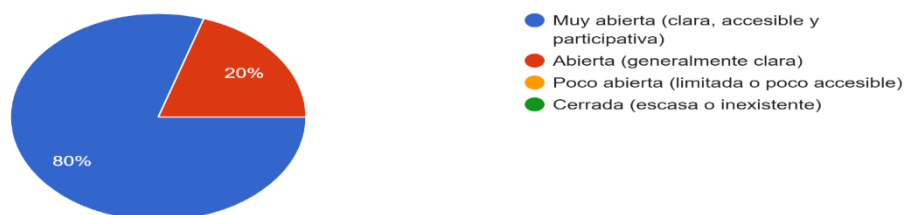
Total	20	100%
--------------	-----------	-------------

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 9. LA COMUNICACIÓN DESDE EL LIDERAZGO DEL PROYECTO

7. ¿Cómo percibió la comunicación desde el liderazgo del proyecto?
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

En relación con los resultados, la mayoría de los encuestados percibió que la comunicación del liderazgo era muy abierta, clara y participativa. El particular el 80% manifestó sentirse incluido dentro de los procesos comunicativos, mientras que el 20% consideró que la comunicación fue abierta de manera general. Esto confirma que existió una gestión comunicacional basada en el diálogo, la accesibilidad y la cercanía entre líderes y colaboradores, lo que favorece a la participación dentro del proceso.

Pregunta 8

¿Cómo calificaría el ambiente laboral en relación con la comunicación?

TABLA 13. EL AMBIENTE LABORAL EN RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy favorable	11	55%
Favorable	9	45%
Total	20	100%

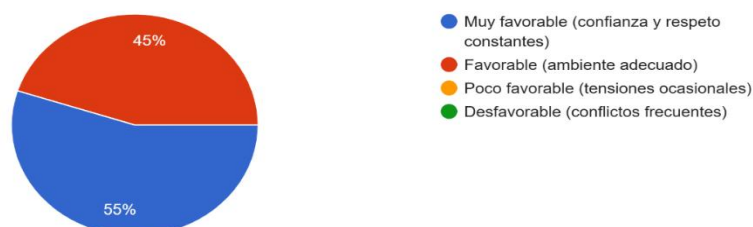
Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 10. EL AMBIENTE LABORAL EN RELACIÓN CON LA COMUNICACIÓN

8. ¿Cómo calificaría el ambiente laboral en relación con la comunicación?

20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

Referente a los resultados, cada una de las respuestas obtenidas logran evidenciar una percepción positiva muy amplia por parte de cada uno de los participantes. El 55% indicó que existió un ambiente muy favorable dentro del trabajo, destacando al respeto y la confianza como los elementos más centrales dentro de las relaciones laborales, mientras que el 45% señaló que el entorno fue muy favorable. Cada uno de estos datos reflejan que la comunicación interna logro influir de manera muy significativa en la construcción de un clima laboral, ya que se caracterizó por tener relaciones laborales sanas y colaborativas dentro del proceso de la producción audiovisual.

Pregunta 9

¿Qué nivel de confianza tuvo para expresar ideas, dudas o problemas?

TABLA 14. NIVEL DE CONFIANZA TUVO PARA EXPRESAR IDEAS, DUDAS O PROBLEMAS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	13	65%
Alto	6	30%
Bajo	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 11. NIVEL DE CONFIANZA TUVO PARA EXPRESAR IDEAS, DUDAS O PROBLEMAS

9. ¿Qué nivel de confianza tuvo para expresar ideas, dudas o problemas?
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

En cuanto a los resultados reflejan que la mayoría de los integrantes del proyecto manifestó sentirse en confianza para expresar opiniones, dudas o inquietudes dentro del equipo de trabajo. El 65% manifestó haber tenido un nivel de confianza muy alto y el 30% un nivel alto. La producción promovió espacios de diálogo y participación. No obstante, un 5% indicó haber tenido poca confianza. Aunque este porcentaje es reducido, su presencia evidencia que la experiencia comunicacional no fue igual para todo el equipo. Este resultado sugiere reforzar los espacios de escucha y retroalimentación, de manera que todos los colaboradores, independientemente de su función o área de trabajo, dispongan de las mismas oportunidades para participar y comunicar sus necesidades.

Pregunta 10

¿Con qué frecuencia recibió información contradictoria o confusa?

TABLA 15. FRECUENCIA RECIBIÓ INFORMACIÓN CONTRADICTORIA O CONFUSA

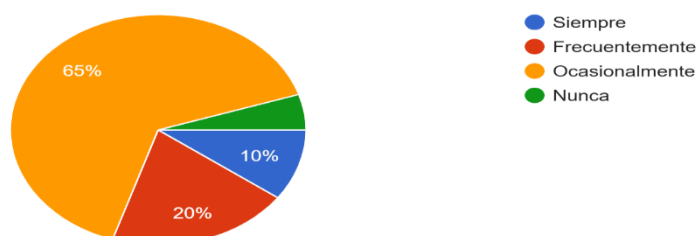
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ocasionalmente	12	60%
Frecuentemente	4	20%
Siempre	2	10%
Nunca	1	5%
Rara vez	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 12.FRECUENCIA RECIBIÓ INFORMACIÓN CONTRADICTORIA O CONFUSA

10.¿Con qué frecuencia recibió información contradictoria o confusa?
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

Aunque la mayoría de los participantes consideró positiva la comunicación interna, los resultados muestran que todavía existieron momentos de confusión informativa. El 60% afirmó haber recibido información contradictoria de manera ocasional, mientras que un 20% señaló que esto sucedía frecuentemente. Estos datos permiten identificar que, debido al rodaje y a los constantes cambios logísticos, se generaron fallas comunicativas que pueden afectar a la coordinación del equipo. Las respuestas indican que estas dificultades no impidieron el desarrollo del proyecto. La capacidad del equipo para mantener espacios de coordinación y resolver las dudas permitió dar continuidad a las actividades programadas. Los resultados reflejan la importancia de fortalecer los mecanismos de confirmación y actualización de la información, con el propósito de reducir las interpretaciones contradictorias y asegurar que todos los integrantes reciban instrucciones claras y oportunas durante el rodaje de la producción.

Pregunta 11

¿En qué medida la comunicación interna contribuyó al cumplimiento de las actividades planificadas?

TABLA 16. CÓMO LA COMUNICACIÓN INTERNA CONTRIBUYÓ AL CUMPLIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES PLANIFICADAS

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	11	55%
Mucho	6	30%

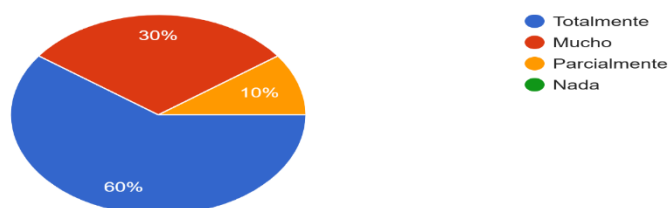
Parcialmente	2	10%
Medianamente	1	5%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 13. CÓMO LA COMUNICACIÓN INTERNA CONTRIBUYÓ EN LAS ACTIVIDADES

11. ¿En qué medida la comunicación interna contribuyó al cumplimiento de las actividades planificadas?
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

En cuanto al desarrollo, la mayoría de los participantes coincidió en que la comunicación interna contribuyó al cumplimiento de las actividades planificadas. El 55% manifestó que influyó totalmente y el 30% indicó que es considerable en el cumplimiento de tareas previstas. Estos resultados reflejan que una adecuada circulación de información permite coordinar tareas, resolver necesidades operativas y mantener el ritmo de producción.

En este sentido, en los resultados se identifica como fortaleza la capacidad de la comunicación interna para facilitar la coordinación de tareas y sostener el ritmo de producción cinematográfica. Al mismo tiempo, ponen de manifiesto la importancia de fortalecer estrategias que garanticen una transmisión homogénea de la información entre todas las áreas, con el fin de que la percepción positiva sea compartida por la totalidad de los integrantes del proyecto.

Pregunta 12

¿Cómo considera que la comunicación interna influyó en la resolución de problemas durante el rodaje?

TABLA 17. CÓMO LA COMUNICACIÓN INTERNA INFLUYÓ EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS DURANTE EL RODAJE

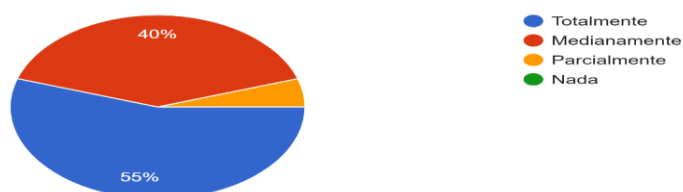
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Totalmente	9	45%
Medianamente	7	35%
Parcialmente	4	20%
Total	20	100%

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

GRÁFICO 14.LA COMUNICACIÓN INTERNA INFLUYÓ EN LA RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

12. ¿Cómo considera que la comunicación interna influyó en la resolución de problemas durante el rodaje?
20 respuestas



Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

No obstante, lo mencionado, el hecho de que una de las partes participantes valorara dicha contribución como una evidencia de que la efectividad de la comunicación no logró ser percibida de manera muy uniforme por toda la organización. Esto plantea que, aunque los mecanismos que han sido implementados fueron adecuados para ayudar a gestionar la mayoría de las situaciones, aun así, existieron varias oportunidades para fortalecer la rapidez en la transmisión de los diferentes tipos de información, la coordinación entre áreas y espacios de retroalimentación. Estos hallazgos permitieron identificar como la principal fortaleza la capacidad de la comunicación interna para, de esta manera, facilitar la resolución colaborativa de todos los problemas que se puedan evidenciar. También ponen de manifiesto la necesidad de optimizar algunos de los procesos comunicacionales especificados, ya que así se puede responder con mayor eficacia a todas las exigencias propias que se puedan presentar dentro de la cinematografía.

13. Desde su experiencia, describa una situación en la que la comunicación interna haya influido de manera positiva o negativa en el desarrollo del proyecto. ¿Qué se pudo haber mejorado?

20 respuestas

Muy buena con ciertas mejoras a través de la comunicación

Buena Coordinación con objetivo claro sacar la película a pesar de las dificultades

los cambios se informaron a tiempo y en coordinación con producción se vea cuales serán los cambios para anticiparnos

Reuniones previas de planificación para evitar desenlaces no previstos

Buena

GRÁFICO 15. DESDE SU EXPERIENCIA, DESCRIBA UNA SITUACIÓN EN LA QUE LA COMUNICACIÓN INTERNA HAYA INFLUIDO DE MANERA POSITIVA EN EL DESARROLLO DEL PROYECTO.

13. Desde su experiencia, describa una situación en la que la comunicación interna haya influido de manera positiva o negativa en el desarrollo del proyecto. ¿Qué se pudo haber mejorado?

20 respuestas

Todo ok. Podría haber sido mejor si hubieramos podido trabajar en presencia. Pero como no era posible, la comunicación fue excelente. Saludos!

Desde mi punto de vista estuvo en su gran parte bien

Al inicio hubo ciertos inconvenientes que se resolvieron con una reunión.

No recuerdo

El presupuesto pero entiendo la realidad del país

13. Desde su experiencia, describa una situación en la que la comunicación interna haya influido de manera positiva o negativa en el desarrollo del proyecto. ¿Qué se pudo haber mejorado?

20 respuestas

La difusión del proyecto para ampliar el alcance del target

Como continuista los cambios q se realizaban me los informaron con tiempo para evitar problemas, en alguna escena q hubo cambio de locación no se me informó xq yo no uso el auricular pero pude darme cuenta q algo pasaba y averigüé y listo.... Les recordé q deben avisarme xq no uso auricular

Todas las situaciones fueron retos de cumplir un solo objetivo, sacar la película

Negativa, malos entendidos en coordinar transporte y presupuesto y positiva, se resolvió bien, después de un diálogo con la productora.

La organización de nuestros horarios como equipo de making off

13. Desde su experiencia, describa una situación en la que la comunicación interna haya influido de manera positiva o negativa en el desarrollo del proyecto. ¿Qué se pudo haber mejorado?

20 respuestas

Negativa, malos entendidos en coordinar transporte y presupuesto y positiva, se resolvió bien, después de un diálogo con la productora.

La organización de nuestros horarios como equipo de making off

Creo que en general tuvimos muy buena comunicación y ánimo entre los equipos. Siempre se puede mejorar y específicamente podría mencionar un par de días en los que tuvimos horas extras, pero siempre tratamos de comunicarlo a tiempo y consultar con el crew.

Rosaje

al inicio del rodaje hubo ciertos inconvenientes dentro del equipo de foto, que se resolvió con una reunión del equipo.

La gran parte del rodaje fue positiva siempre se vio por el cuidado de todo el equipo

No tengo ejemplos específicos en mente

Fuente: Encuesta realizada a equipo cinematográfico de la película Chuzalongo

Elaborado por: Jhosselin Aguagallo

Interpretación

De manera general, los resultados de la encuesta permiten concluir que la comunicación interna en la producción de la película Chuzalongo 2025 fue percibida de forma positiva por la mayoría de los participantes. Predominaron opiniones favorables respecto a la claridad de la información, la coordinación entre departamentos, la apertura del liderazgo y el ambiente laboral.

4.3 Análisis documental

Se considero como técnica de apoyo el análisis documental con una herramienta complementaria para examinar el propósito de revisar materiales relacionados con la organización de la producción. No obstante, debido a las restricciones de acceso a documentos internos como cronogramas, hojas de llamado y registros administrativos, no fue posible realizar un análisis documental completo. Debido a esta situación, la investigación se sustentó principalmente en la información obtenida mediante entrevistas, encuestas y en el material audiovisual disponible para observación indirecta.

4.4 Observación indirecta

La observación indirecta se realizó mediante el análisis de fotografías, capturas de pantalla y material audiovisual correspondiente al detrás de cámaras de la producción de Chuzalongo. Este recurso permitió identificar dinámicas de interacción entre los integrantes, formas de coordinación durante el rodaje, utilización de equipos de comunicación y evidencias de trabajo colaborativo, complementando la información obtenida mediante las entrevistas y encuestas.

Si bien el material analizado no permitió acceder a documentos internos como hojas de llamado o cronogramas oficiales, sí aportó evidencia visual sobre el trabajo colaborativo, la coordinación operativa y la interacción continua entre los miembros del equipo, resultados que coinciden con la información recopilada en las entrevistas y encuestas aplicadas.

4.5 Discusión de resultados

Una vez culminada la fase de recolección, análisis e interpretación de resultados, se procede a la discusión de estos.

Los resultados obtenidos durante la investigación indican que la comunicación interna fue un elemento fundamental en el desarrollo de la producción de Chuzalongo 2025. La información recopilada mediante entrevistas y encuestas permitió identificar que la planificación realizada antes del rodaje y el constante flujo de información mejoraron la coordinación entre los diferentes departamentos. Esto contribuyó a la organización de todas las actividades y favoreció el cumplimiento de las tareas programadas durante el rodaje.

Estos resultados coinciden con Castro Martínez y Díaz Morilla (2020), quienes destacan que una adecuada gestión de la comunicación fortalece la coordinación institucional y mejora el desempeño organizacional. En el caso estudiado, herramientas como las reuniones de planificación, las hojas de llamado y los canales de comunicación permitieron responder a una interacción permanente entre los equipos.

De igual manera, cada uno de los resultados obtenidos guarda coherencia con cada aporte de Barnes et al. (2014) y Chiavenato (2017), e indica la importancia de una adecuada coordinación de las distintas áreas y la circulación clara de toda la información, que favorecen la toma de decisiones y el cumplimiento de cada uno de los objetivos organizacionales. En Chuzalongo, la interacción entre la dirección, producción, personal

técnico y el elenco facilitó la resolución de cada uno de los imprevistos, además de fortalecer la colaboración y el trabajo conjunto dentro de la producción.

Desde el enfoque de la Comunicación Estratégica Enactiva de Massoni (2019), la experiencia analizada refleja una construcción colectiva sustentada en el diálogo, la interacción y la participación de los diferentes actores. En la misma línea, los planteamientos de Martín Barbero (2003) permiten comprender que la comunicación trascendió el intercambio de instrucciones y fortaleció las relaciones de colaboración y confianza entre los integrantes del equipo.

Por otra parte, la teoría de Watzlawick et al. (1991) ayuda a interpretar la relevancia de las interacciones cotidianas en el desarrollo de la producción, mientras que los aportes de Rizo (2022) y de Arauz y Vélez (2019) resaltan la influencia del respeto, la empatía y el bienestar emocional en la calidad de los procesos comunicativos y en el clima laboral.

En lo referente a la investigación, se evidencia que la comunicación interna no es una herramienta administrativa o un mecanismo para transmitir instrucciones. Dentro de la producción del Chuzalongo, se contribuyó como un recurso estratégico que fortaleció las relaciones humanas y fortaleció la construcción colectiva de soluciones que favorecieron el logro de metas comunes. En este sentido, los hallazgos mantienen coherencia con los fundamentos teóricos y resaltan la importancia de seguir promoviendo modelos de gestión comunicacional participativos dentro de la industria audiovisual.

Los datos obtenidos contemplaron que la revisión de la información interna fue restringida, por lo que se limitó el alcance del análisis documental. Esta situación no impidió el desarrollo de la investigación, es decir, la información obtenida mediante entrevistas semiestructuradas y encuestas aplicadas fue de gran relevancia para aplicar las técnicas y fortalecer el análisis en la producción.

Aunque estos instrumentos proporcionaron información suficiente para responder a los objetivos planteados, la incorporación de documentos internos, registros de producción o protocolos de comunicación habría permitido ampliar la comprensión de los procesos comunicacionales y ofrecer una interpretación aún más integral de los resultados. Esta limitación no invalida los hallazgos alcanzados, pero sí representa un aspecto que futuras investigaciones podrían considerar para profundizar el análisis de la comunicación interna en producciones cinematográficas.

CAPÍTULO V.

5. CONCLUSIONES y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- Respecto al primer objetivo, se enfocó en identificar la coordinación de los canales y métodos de comunicación empleados durante la producción de Chuzalongo. Se estableció que la interacción del equipo se sustentó en la combinación de reuniones de planificación, hojas de llamado, mensajería instantánea y comunicación directa entre los distintos departamentos. Estos mecanismos fortalecieron la organización de las actividades e impulsaron una interacción constante entre los participantes.
- La percepción del equipo evidenció una valoración favorable sobre la efectividad de la comunicación interna. Los resultados de las entrevistas y encuestas muestran que el flujo de información fortaleció el trabajo colaborativo. No obstante, también se identificaron oportunidades de mejora relacionadas con procesos comunicacionales para prevenir retrasos en las distintas áreas.
- El video resumen elaborado como producto comunicacional permitió sintetizar los principales resultados de la investigación y presentar un formato audiovisual más dinámico y creativo. Este producto constituye una estrategia para visibilizar la importancia de una comunicación interna y promover la reflexión sobre su incidencia en la organización de futuros rodajes

5.2 Recomendaciones

- Se recomienda consolidar todos los procesos de coordinación y de planificación en las producciones cinematográficas, para que la información circule correctamente, oportunamente y de manera organizada entre los departamentos. Una buena gestión comunicacional minimiza errores, reduce los tiempos de trabajo y facilita la ejecución de las actividades previstas dentro del rodaje.
- Se sugiere incorporar plataformas digitales que ayuden a la gestión de cada proyecto audiovisual, como calendarios compartidos, seguimiento de actividades y espacios virtuales de comunicación. Cada herramienta tecnológica favorece la coordinación de cada actividad, el respeto a los plazos planificados y la organización durante las diferentes etapas productivas.
- Promover que cada productora ecuatoriana logre incluir dentro de su planificación general un plan de comunicación interna que logre contemplar cada uno de los objetivos planteados, para cada responsable, los diferentes canales, herramientas y mecanismos de evaluación. Esta acción contribuirá a la mejora de la coordinación comunicacional y la disminución de los problemas derivados de la falta de información o comunicación.

CAPÍTULO VI.

PROPUESTA

PRODUCTO COMUNICACIONAL: VIDEO RESUMEN ANIMADO

1. Datos generales del producto

Título del producto: Video resumen animado sobre la comunicación interna en la producción de la película Chuzalongo

Autora: Jhosselin Cristina Aguagallo Carrillo

Duración: 2 minutos 15 segundos

Formato: Audiovisual digital animado (video educativo)

Género: Divulgativo – académico

Público objetivo: Estudiantes de cine, comunicación social y producción audiovisual

Nivel de alcance: Académico-formativo

Año de producción: 2025

2. Descripción del producto

El presente producto comunicacional consiste en la elaboración de un video resumen animado de carácter académico que sintetiza, de manera estructurada y visual, los principales hallazgos de la investigación sobre la comunicación interna en la producción de la película ecuatoriana Chuzalongo.

El video se construye a partir de una narrativa audiovisual que combina elementos gráficos, animación digital, recursos simbólicos y narración en off, con el objetivo de traducir contenidos teóricos y resultados investigativos en un lenguaje accesible, comprensible y atractivo para el público objetivo.

En este sentido, el producto no solo cumple una función informativa, sino también pedagógica, al facilitar la apropiación del conocimiento mediante una experiencia audiovisual dinámica.

Se abordan dimensiones clave de la comunicación interna, tales como:

- Herramientas y canales de comunicación
- Flujo de información
- Resolución de conflictos
- Clima emocional

- Participación del equipo

Además, se incorpora una representación simbólica mediante la figura del Chuzalongo, que actúa como elemento narrativo que acompaña el desarrollo de las escenas, aportando identidad cultural y coherencia estética al producto.

3. Objetivo del producto comunicacional

Objetivo general

Difundir de manera didáctica, visual y accesible los resultados de la investigación sobre la comunicación interna en la producción de Chuzalongo, a través de un video animado de carácter académico.

Objetivos específicos

- Sintetizar los principales hallazgos de la investigación en formato audiovisual.
- Explicar de manera clara los procesos de comunicación interna dentro de una producción cinematográfica.
- Facilitar la comprensión de conceptos teóricos mediante recursos visuales y narrativos.
- Promover el análisis de la comunicación interna en producciones audiovisuales ecuatorianas.

4. Justificación del producto

La elaboración del video responde a la necesidad de transformar los resultados de la investigación en un formato comunicacional que trascienda el documento escrito y permita su difusión en entornos educativos y digitales.

En la actualidad, los productos audiovisuales constituyen herramientas fundamentales para la transmisión del conocimiento, especialmente en disciplinas vinculadas a la comunicación, el cine y la cultura visual.

El uso de animación facilita la representación de procesos abstractos, como los flujos comunicacionales o el clima organizacional, permitiendo que estos sean comprendidos de manera más intuitiva.

Asimismo, este producto fortalece la vinculación entre teoría y práctica, al evidenciar cómo los conceptos de comunicación interna se manifiestan en un contexto real de producción cinematográfica.

Por otra parte, el video aporta valor al integrar elementos culturales propios del contexto ecuatoriano, contribuyendo a la resignificación de narrativas locales dentro del ámbito académico y audiovisual.

5. Fundamentación teórica

El producto comunicacional se sustenta en enfoques teóricos de la comunicación organizacional y estratégica, que permiten comprender la dinámica de interacción dentro de equipos de trabajo.

Desde la perspectiva de Sandra Massoni, la comunicación no debe entenderse únicamente como transmisión de información, sino como un proceso complejo de construcción de sentido que articula actores, contextos y prácticas sociales.

En este marco, la comunicación interna se configura como un espacio de encuentro donde se negocian significados y se construyen relaciones dentro de las organizaciones.

Por su parte, Paul Watzlawick sostiene que es imposible no comunicar, ya que toda conducta en una interacción tiene valor comunicativo. Este planteamiento resulta clave para comprender cómo, en una producción audiovisual, tanto las acciones como las emociones inciden en la dinámica del equipo.

Asimismo, estos enfoques permiten analizar la comunicación interna como un factor determinante en la coordinación, cohesión y eficacia de los procesos productivos, especialmente en entornos creativos como el cine.

6. Diseño narrativo y conceptual

El video se estructura en una secuencia narrativa lineal dividida en ocho escenas, que responden a una lógica de introducción, desarrollo y cierre.

Cada escena representa una dimensión específica de la comunicación interna, permitiendo una progresión temática que facilita la comprensión del contenido.

El uso de personajes animados (equipo de producción) permite representar de manera visual las interacciones comunicativas, mientras que la figura del Chuzalongo cumple una función simbólica que refuerza la identidad cultural y narrativa del producto.

El tono del video es explicativo y reflexivo, con una narrativa clara, pausada y orientada a la comprensión del espectador.

7. Guion narrativo del video

Guion Literario

Título: Comunicación interna en la producción de Chuzalongo

Duración: 2 minutos 15 segundos

Formato: Video animado

Género: Educativo – Académico

ESCENA 1 – INGRESO AL BOSQUE

Tiempo: 0:00 – 0:15

Acción:

El equipo de producción ingresa lentamente al bosque cargando cámaras, trípodes y equipos técnicos mientras reconoce la locación. La neblina cubre parcialmente el lugar y genera una atmósfera de misterio.

Diálogo:

Director: Hoy comienza uno de los rodajes más importantes.

Productora: Todos, mantengan comunicación constante por radio.

Camarógrafo: Cámara lista para iniciar recorrido.

ESCENA 2 – DESORGANIZACIÓN ENTRE DEPARTAMENTOS

Tiempo: 0:15 – 0:30

Acción:

Los distintos departamentos trabajan simultáneamente mientras llegan mensajes tardíos por WhatsApp. Algunos técnicos corren apresurados y otros esperan instrucciones.

Diálogo:

Camarógrafo: ¿El cambio de escena era para ahora?

Sonidista: A mí nadie me avisó del nuevo horario.

Productora: Necesitamos coordinar todos los departamentos ya.

ESCENA 3 – CAMBIOS DE ÚLTIMO MOMENTO

Tiempo: 0:30 – 0:50

Acción:

El equipo revisa celulares y radios mientras el director reorganiza rápidamente el rodaje debido al clima.

Diálogo:

Director: La locación cambió por la lluvia; movemos la escena al campamento.

Actor: Pero el maquillaje aún no está listo.

Productora: Reorganicemos rápido antes de perder tiempo.

ESCENA 4 – REORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

Tiempo: 0:50 – 1:05

Acción:

Sobre una mesa llena de hojas de llamado, radios y laptops aparecen nuevos cambios de producción mientras todo el equipo reorganiza sus actividades.

Diálogo:

Asistente: Revisen los canales de comunicación y permanezcan atentos a los mensajes.

Director: Avisen inmediatamente a todo el equipo.

Productora: La comunicación fluirá mejor si todos están pendientes del llamado.

ESCENA 5 – HERRAMIENTAS Y RESULTADOS DE COMUNICACIÓN

Tiempo: 1:05 – 1:20

Acción:

Se presentan gráficos animados mientras el equipo trabaja coordinadamente durante una grabación.

Diálogo:

Productora: WhatsApp y las reuniones fueron esenciales para organizarnos.

Director: Cuando la comunicación interna es clara, se obtienen mejores resultados.

ESCENA 6 – ORGANIZACIÓN Y ENTREGA DE CRONOGRAMAS

Tiempo: 1:20 – 1:35

Acción:

El asistente de dirección coordina mediante WhatsApp y llamadas mientras distribuye hojas de llamado y cronogramas actualizados.

Diálogo:

Asistente de dirección: Actores a posiciones, grabamos en diez minutos.

Sonidista: Perfecto, ya conocemos el orden de las escenas.

ESCENA 7 – EQUIPO COORDINADO

Tiempo: 1:35 – 1:50

Acción:

Después de reuniones rápidas y comunicación constante por radio, el equipo coordina exitosamente una escena importante.

Diálogo:

Director: Excelente trabajo, equipo... grabando.

Camarógrafo: Cámara en movimiento.

Sonidista: Audio limpio y estable.

ESCENA 8 – RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS

Tiempo: 1:50 – 2:05

Acción:

Surge un problema técnico durante el rodaje nocturno, pero el equipo reorganiza sus funciones y mantiene la calma hasta resolver la situación.

Diálogo:

Sonidista: Tenemos interferencia en el canal principal.

Productora: Mantengamos la calma; con una buena comunicación resolveremos el inconveniente.

Director: Así trabaja un verdadero equipo.

ESCENA 9 – CIERRE DEL RODAJE Y REFLEXIÓN FINAL

Tiempo: 2:05 – 2:15

Acción:

Todo el equipo camina unido entre la neblina mientras las luces cinematográficas se apagan lentamente al finalizar el rodaje.

Diálogo:

Director: Terminamos... gracias por todo el esfuerzo.

Productora: Esta película también se construyó con trabajo en equipo.

Narradora: La comunicación también hace cine.

Reflexión final

Detrás de cada escena grabada existieron voces que se escucharon, decisiones que se compartieron y personas que aprendieron a trabajar juntas. La comunicación interna no solo organizó la producción; también mantuvo unido al equipo que hizo posible cada historia.

8. Guion Técnico

Título: Comunicación interna en la producción de Chuzalongo

Duración: 2 minutos 15 segundos

Formato: Video animado 3D (estilo Pixar)

ESCENA	TIE MPO	PLANO (SIMUL ADO)	IMAGEN / COMPOS ICIÓN	ACCIÓN ANIMAD A	AUDIO / NARRACIÓ N	EFEKTOS Y TRANSIC IONES
1. Ingreso al bosque	0:00 0:15	Plano general con travelling frontal	Bosque andino con neblina, equipo de producción ingresando con cámaras, trípodes y mochilas.	La neblina se desplaza lentament e mientras el equipo avanza y observa la locación.	Director: "Hoy comienza uno de los rodajes más importantes." Productora: "Todos, mantengan comunicación constante por radio."	Fade In, movimient o suave de cámara, sonido ambiente de bosque y música cinematogr áfica.
2. Desorgani zación entre departam entos	0:15 0:30	Plano medio y detalles	Técnicos consultand o celulares mientras aparecen mensajes de WhatsApp y radios con notificacio nes.	Mensajes emergente s, personajes confundid os y desplazam ientos rápidos entre departame ntos.	Camarógrafo: "¿El cambio de escena era para ahora?" Sonidista: "A mí nadie me avisó." Productora: "Necesitamos coordinar todos los departamento s."	Transición Dissolve, animación de mensajes flotantes y vibración de celular.
3. Cambios de último momento	0:30 0:50	Plano medio con acercami entos	Director revisando cronogram a mientras cambia la locación	Se modifican mapas, cronogra mas e íconos meteoroló	Director: "La locación cambió por la lluvia." Productora: "Reorganicem os rápido	Zoom suave, transición, cambio dinámico de

			debido al clima.	gicos animados.	antes de perder tiempo."	elementos gráficos.
4. Reorganización de la producción	0:50 1:05	Plano cenital y plano detalle	Mesa con hojas de llamado, laptops, radios, celulares y cronogramas.	Flechas conectan departamentos mientras aparecen notificaciones sincronizadas.	Asistente: "Revisen los canales de comunicación." Director: "Avisen inmediatamente a todo el equipo."	Animación de líneas luminosas, Glow y transición Smooth.
5. Herramientas y resultados de comunicación	1:05 1:20	Plano medio combinado con gráficos	Gráficos estadísticos animados junto con escenas del equipo trabajando coordinadamente.	Barras y porcentaje aparecen mientras el equipo desarrolla el rodaje nocturno.	Productora: "WhatsApp y las reuniones fueron esenciales." Director: "Cuando la comunicación es clara, se obtienen mejores resultados."	Animación de gráficos, aparición progresiva y transición Fade.
6. Organización y entrega de cronogramas	1:20 1:35	Plano medio	Asistente de dirección distribuyen hojas de llamado y coordinando mediante WhatsApp.	Personajes reciben cronogramas y verifican horarios en dispositivos móviles.	Asistente: "Actores a posiciones, grabamos en diez minutos." Sonidista: "Perfecto, ya conocemos el orden."	Transición Slide, movimiento de documentos y efectos de notificación.
7. Equipo coordinado	1:35 1:50	Plano general panorámico	Todo el equipo preparado para una escena	Cámara, sonido y actores trabajan sincronizados	Director: "Excelente trabajo, equipo." Camarógrafo: "Cámara en	Travelling lateral, partículas suaves y transición

			importante del rodaje.	mientras aparecen indicadores de coordinación.	movimiento." Sonidista: "Audio limpio y estable."	cinematográfica.
8. Resolución de conflictos	1:50 2:05	Plano medio y primeros planos	Problema técnico durante una grabación nocturna y reorganización inmediata del equipo.	El sonidista ajusta equipos mientras la productora coordina soluciones y tranquiliza al elenco.	Sonidista: "Tenemos interferencia en el canal principal." Productora: "Mantengamos la calma." Director: "Así trabaja un verdadero equipo."	Efecto de interferencia a breve seguido de transición de caos a estabilidad.
9. Cierre del rodaje y reflexión final	2:05 2:15	Plano general con alejamiento	Equipo caminando unido entre la neblina mientras las luces cinematográficas se apagan lentamente. Aparece el título final y créditos.	Desvanecimiento gradual con todos los integrantes reunidos al finalizar el rodaje.	Director: "Terminamos. .. gracias por todo el esfuerzo." Narradora: "La comunicación también hace cine." Se presenta la reflexión final.	Fade Out, música emotiva de cierre y aparición de créditos finales.

Tema: Comunicación interna en la producción de *Chuzalongo*

Elaborado por: Jhosselin Cristina Aguagallo Carrillo

9. Storyboard

El storyboard se compone de ocho escenas organizadas de manera secuencial, en las cuales se representan visualmente los momentos clave del guion narrativo.

Cada escena integra elementos visuales, simbólicos y conceptuales que permiten traducir los resultados de la investigación en una narrativa audiovisual coherente



Tema: Comunicación interna en la producción de *Chuzalongo*

Elaborado por: Jhosselin Cristina Aguagallo Carrillo

10. Recursos técnicos y herramientas

Software de edición: CapCut

Diseño visual: ilustraciones en estilo 3D tipo Pixar

Recursos gráficos: íconos, formas, animaciones

Audio: narración en off + música ambiental

Técnica de animación: movimiento de cámara (zoom, pan), transiciones suaves

11. Estrategia de difusión

El video puede ser difundido a través de:

Plataformas digitales (YouTube, redes sociales)

Espacios académicos (clases, exposiciones)

Presentaciones de defensa de tesis

Esto permite ampliar el alcance del producto y su impacto educativo.

12. Resultados esperados

El producto comunicacional permite:

Facilitar la comprensión de los resultados de la investigación

Traducir conceptos teóricos en representaciones visuales

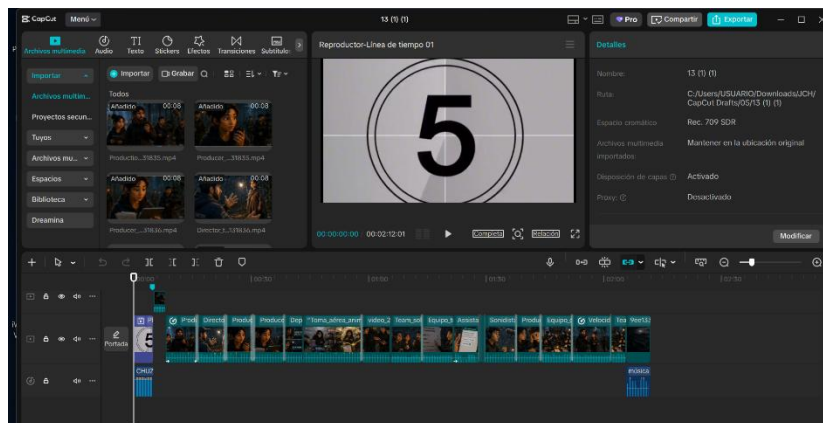
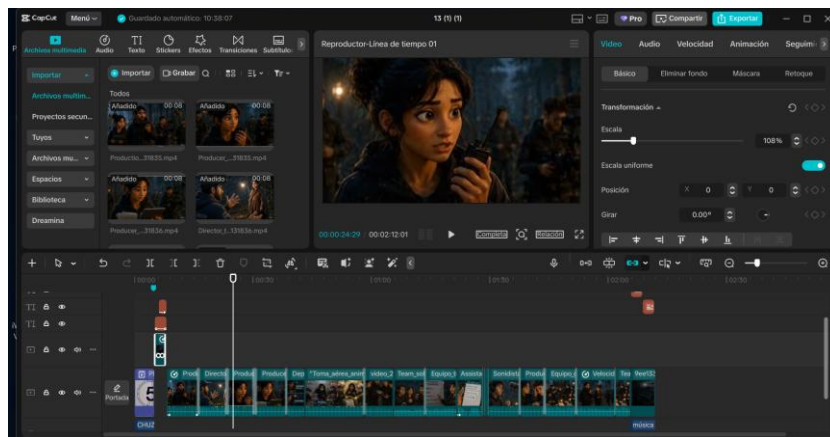
Fortalecer el aprendizaje significativo en estudiantes

Generar un recurso didáctico aplicable en contextos académicos

Promover el análisis crítico de la comunicación interna en el cine

13. Evidencia del producto

En este apartado se incluirán capturas de pantalla del video de la siguiente manera:



Enlace digital del producto

Ejemplo:

Disponible en: [Producto Comunicacional Chuzalongo.mp4](#)

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguilar, J. & Hernán Antonio Yaguana Romero. (2024). (PDF) Impacto del burnout y estrés laboral en productoras audiovisuales de Ecuador: Un enfoque investigativo. https://www.researchgate.net/publication/384788638_Impacto_del_burnout_y_estres_laboral_en_productoras_audiovisuales_de_Ecuador_un_enfoque_investigativo
- Arauz, M. E., & Veléz, M. J. (2019). La comunicación organizacional desde una perspectiva ética. *Espirales revista multidisciplinaria de investigación científica*, 3(28). <https://www.redalyc.org/journal/5732/573263327005/html/>
- Baldeón, R. D. N. (2016). Límites comunicativos de la visita mediada del Centro de Arte Contemporáneo de Quito respecto al ejercicio de la educación crítica. *Estudio de caso*. 76.
- Barbero, M. (1987). De los medios a las mediaciones. *Comunicación, cultura y hegemonía*. Jesús Martín Barbero (1987).
- Barnes, C., Borello, J. A., & Pérez Llahí, A. (2014). La producción cinematográfica en la Argentina: Datos, formas de organización y tipos de empresas. *H-Industria: Revista de historia de la industria y el desarrollo en América Latina*, 8(14 (Primer semestre de)), 2.
- Basurto, A. E. M. (2017). Breve recorrido por el cine ecuatoriano y su representación social.
- Bordwell, D. (2019). Narration in the fiction film. <https://www.jstor.org/stable/44018650>
- Capriotti, P. (2017). *Planificación estratégica de la imagen corporativa* (1. ed). Editorial Ariel.
- Castro, A., & Díaz, P. (2020). Gestión de la comunicación interna y externa en instituciones hospitalarias privadas en España durante la crisis del COVID-19. *Revista de Comunicación y Salud*, 10(2), 525-547. [https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10\(2\).525-547](https://doi.org/10.35669/rcys.2020.10(2).525-547)

- Chiavenato, I. (2017.). Comportamiento organizacional: la dinámica del éxito en las organizaciones (3a ed.). (Obra original publicada en 2017)
- Chimborazo, J. C. E. (2023). La sociología del arte como medio de construcción en la narrativa audiovisual. *Bastcorp International Journal*, 2(2), 36-47.
<https://doi.org/10.62943/bij.v2n2.2023.31>
- Coryat, D., & Zweig, N. (2019). Nuevo cine ecuatoriano: Pequeño, glocal y plurinacional. *post(s)*, 5. [https://doi.org/10.18272/post\(s\).v5i1.1592](https://doi.org/10.18272/post(s).v5i1.1592)
- Cuenca, J., & Verazzi, L. (2019). Guía fundamental de comunicación interna (1.a ed., Vol. 1-1).
https://www.google.com.ec/books/edition/Gu%C3%ADa_fundamental_de_la_comunicaci%C3%B3n_in/mxSzDwAAQBAJ?hl=es&gbpv=1&dq=comunicacion%20interna&pg=PP1&printsec=frontcover (Obra original publicada en 2018)
- Getino, O. (2012). Cine latinoamericano. 1.
http://nube.dac.org.ar/directoresav/publicaciones/CLATOGET_cine-latinoamericano-octavio-getino_WEB.pdf
- Hernández, M. F., & Buitrago, R. A. (2017). Rol del sinérgico organizacional en el manejo de la comunicación asertiva. *Económicas CUC*, 38(2), 61-76.
<https://doi.org/10.17981/econcuc.38.2.2017.05>
- Hernández-Sellés, N., Muñoz-Carril, P. C., & González-Sanmamed, M. (2024). Aprendizaje colaborativo en entornos digitales. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 27(2). <https://www.redalyc.org/journal/3314/331477742001/html/>
- Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones: Comunicación, cultura y hegemonía. Fondo de Cultura Económica.
- Massoni, S. (2019). Teoría de la Comunicación Estratégica Enactiva e Investigación Enactiva en Comunicación: Aportes desde Latinoamérica a la democratización de la

- vida cotidiana: Eje: Abordajes críticos de la Escuela Latinoamericana: contribuciones y avances teórico-metodológicos. Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación, (141), 237-256.
- Mettini, D. G. (2022). Procedimientos y etapas de la producción audiovisual: Encuadre teórico práctico. Editorial Universidad Católica de Santa Fe.
- Meyer Vásquez, L. A. (2020). La comunicación interna como herramienta estratégica de la gestión organizacional en los nuevos emprendimientos y startups. Caso: Película pasante de moda [Licenciado en Comunicaciones, Universidad San Ignacio de Loyola]. <https://doi.org/10.20511/USIL.thesis/11287>
- Pardo, A. (2014). Fundamentos de Producción Audiovisual | PDF | Televisión | Marketing. <https://es.scribd.com/document/735164762/1-2-La-Industria-Audiovisual-Alejandro-Pardo>
- Petrone, P. (2021). Principios de la comunicación efectiva en una organización de salud. Revista Colombiana de Cirugía, 36(2), 188–192. <https://doi.org/10.30944/20117582.731>
- Almeida Plúas, M. J. (2017). Cinematografía ecuatoriana: Análisis audiovisual de las temáticas presentadas en las producciones filmicas de Sebastián Cordero [Trabajo de titulación de licenciatura, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional de la Universidad Politécnica Salesiana. <https://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/14183>
- Rivera, A. B., Rojas Vera, L. R., Ramírez de Bermúdez, F., & Álvarez de Fernández, T. (2005). La comunicación como herramienta de gestión organizacional. Negotium: Revista de Ciencias Gerenciales, 1(2), 32–48.
- Rizo, M. (2022). Comunicación, cuerpo y emociones. La incorporación de la dimensión emocional en la investigación de la comunicación. Comunicación y Sociedad, 1-22. <https://doi.org/10.32870/cys.v2022.8258>

Silva, S. E. (2014). Estudio de recepción sobre la identidad nacional en el cine ecuatoriano en dos barrios de Quito [Trabajo de titulación].

Toro Bravo, J. P., Guerrero Troya, N. M., & Pérez Heredia, G. V. (2024). Producciones audiovisuales y medios locales. Contribuyendo al desarrollo de la interculturalidad. *Ñawi*, 8(1), 263-282. <https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a14>

Uranga, W. (2007). *Mirar desde la comunicación*. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de La Plata.

Vaca Villacis, K. E. (2022). La comunicación popular: Cómo los medios comunitarios-populares digitales a través de la producción audiovisual representan alternativas de contrapoder durante las protestas del paro nacional de octubre 2019 en Ecuador [masterThesis, Quito, EC: Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador]. <http://repositorio.uasb.edu.ec/handle/10644/8795>

Watzlawick, P., Bavelas, J. B., & Jackson, D. D. (1991). *Teoría de la comunicación humana: Interacciones, patologías y paradojas*. Herder. <https://doi.org/10.2307/j.ctvt9k0tj>

Zitello, M., & Zena, M. (2012). Nuevo Cine en el contexto de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y de los nuevos dispositivos tecnológicos. *Gestión de las Personas y Tecnología*, 4(15), 46-53.

ANEXOS

Anexo N°1 Modelo de la Entrevista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Banco de preguntas para el entrevistado

Entrevistador: Jhosselin Aguagallo

Entrevistado: Diego Ortuño

Preguntas

1. ¿Qué herramientas de comunicación interna se priorizaron desde dirección y por qué?
2. ¿De qué manera se transmitían las decisiones estratégicas hacia los diferentes niveles del equipo?
3. ¿Qué mecanismos se utilizaron para prevenir o resolver fallas en la comunicación interna?
4. ¿Cómo influyó el clima emocional del equipo en los procesos comunicativos?
5. ¿En qué medida se incorporaron las opiniones del equipo en la toma de decisiones?

Anexo N°2 Modelo de la Entrevista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Banco de preguntas para el entrevistado

Entrevistador: Jhosselin Aguagallo

Entrevistado: Actor principal Wolframio Sinue

Preguntas:

ENTREVISTA 2:

1. ¿Cómo se gestionó el intercambio de información entre áreas durante el rodaje?
2. ¿Qué canales y herramientas de comunicación se utilizaron operativamente en la

producción?

3. ¿Cómo se abordaron los problemas derivados de fallas comunicacionales?
4. ¿Qué impacto tuvo el ambiente de trabajo en la comunicación entre los miembros del equipo?
5. ¿Cómo se promovió la participación del equipo en los procesos de comunicación?

Anexo N°3 Modelo de la Entrevista

UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO

CARRERA DE COMUNICACIÓN

Banco de preguntas para el entrevistado

Entrevistador: Jhosselin Aguagallo

Entrevistado: Alejandra Carpio

Preguntas:

ENTREVISTA 3: EXPERTO

6. Desde su experiencia, ¿cómo debería estructurarse el flujo de información en equipos audiovisuales multidisciplinares?
7. ¿Qué criterios o estrategias considera clave para seleccionar herramientas de comunicación interna en producciones audiovisuales?
8. ¿Cuáles son las mejores prácticas para resolver conflictos comunicacionales en producciones audiovisuales?
9. ¿Qué rol juega la inteligencia emocional en la comunicación interna de un equipo creativo?

10. ¿Cómo influye la cultura organizacional en la eficacia de la comunicación interna?

Anexo N°4 Modelo de la Encuesta

DATOS GENERALES

Sexo:

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino
- ☐ Prefiero no responder

Edad:

- ☐ 18 – 24 años
- ☐ 25 – 34 años
- ☐ 35 – 44 años
- ☐ 45 años o más

1. Área o función dentro de la producción:

- ☐ Dirección
- ☐ Producción
- ☐ Arte
- ☐ Fotografía
- ☐ Sonido
- ☐ Actuación
- ☐ Logística

- Posproducción
- Otro: _____

2. ¿Qué tan clara fue la información que recibió sobre sus funciones y responsabilidades?

Muy clara

Clara

Poco clara

Nada clara

3. ¿Qué tan oportuna fue la comunicación de cambios durante el rodaje (horarios, escenas, logística)?

Siempre fue oportuna

Generalmente fue oportuna

Ocasionalmente fue oportuna

Nunca fue oportuna

4. ¿Qué canales de comunicación fueron utilizados durante el rodaje de la película El chuzalongo?

WhatsApp / Telegram

Llamadas telefónicas

Reuniones presenciales

Reuniones virtuales

Hojas de llamado

Correos electrónicos

Plataformas colaborativas (Drive, etc.)

5. ¿Qué tan efectivas fueron las herramientas de comunicación utilizadas?

Muy efectivas (facilitaron totalmente el trabajo)

Efectivas (funcionaron en la mayoría de los casos)

Poco efectivas (presentaron varias dificultades)

Nada efectivas (dificultaron el trabajo)

6. ¿Cómo evaluaría la coordinación entre su área y otros departamentos?

Muy buena (fluida y constante)

Buena (con algunos inconvenientes menores)

Regular (hubo varios problemas de coordinación)

Deficiente (frecuentes fallas de coordinación)

7. ¿Cómo percibió la comunicación desde el liderazgo del proyecto?

Muy abierta (clara, accesible y participativa)

Abierta (generalmente clara)

Poco abierta (limitada o poco accesible)

Cerrada (escasa o inexistente)

8. ¿Cómo calificaría el ambiente laboral en relación con la comunicación?

Muy favorable (confianza y respeto constantes)

Favorable (ambiente adecuado)

Poco favorable (tensiones ocasionales)

Desfavorable (conflictos frecuentes)

9. ¿Qué nivel de confianza tuvo para expresar ideas, dudas o problemas?

Muy alto (siempre me sentí escuchado/a)

Alto (generalmente podía expresarme)

Bajo (pocas veces me sentí escuchado/a)

Muy bajo (no me sentí cómodo/a expresándome)

10. ¿Con qué frecuencia recibió información contradictoria o confusa?

Siempre

Frecuentemente

Ocasionalmente

Nunca

11. ¿En qué medida la comunicación interna contribuyó al cumplimiento de las

¿Actividades planificadas?

Totalmente

Mucho

Parcialmente

Nada

12. ¿Cómo considera que la comunicación interna influyó en la resolución de problemas durante el rodaje?

Totalmente

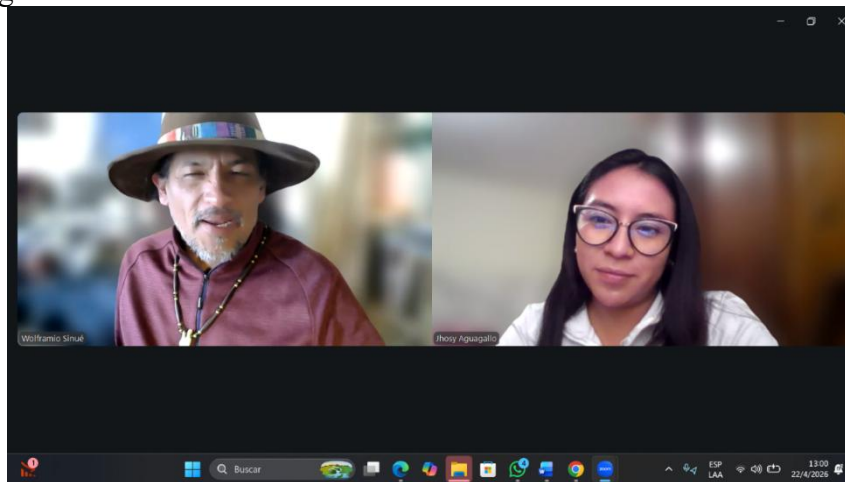
Medianamente

Parcialmente

Nada

13. Desde su experiencia, describa una situación en la que la comunicación interna haya influido de manera positiva o negativa en el desarrollo del proyecto. ¿Qué se pudo haber mejorado?

Anexo Fotografía



Wolframio Sinue

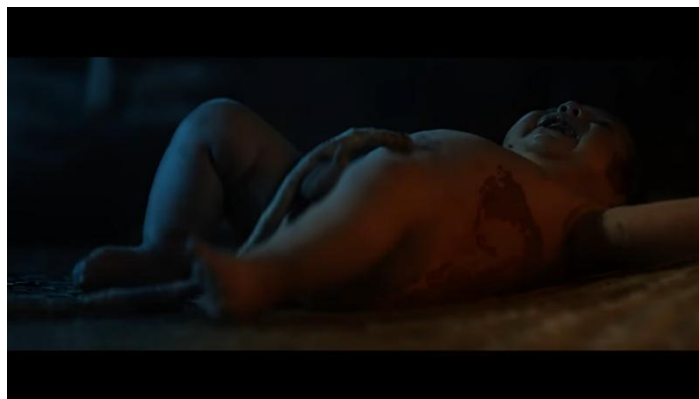
Especialista en cine y dirección de producciones cinematográficas



Fotografía: Diego Ortuño

Director de la película El Chuzalongo

Tras cámaras análisis documental



Tras cámaras análisis documental



Tras cámaras análisis documental