

# APPS4CINEMA

Projecte d'Innovació Educativa | Curs 2021-2022

Rafael Suárez Gómez

2022

**SQAI**  
Servei de qualitat,  
aprenentatge i innovació

 **Tecnocampus**

Centres universitaris adscrits a la

 **Universitat  
Pompeu Fabra  
Barcelona**



## Índice

---

Índice	3
Índice de tablas	4
Índice de figuras	5
<b>ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS RESULTADOS DE APPS4CINEMA</b>	<b>7</b>
1. Población y muestra	7
2. Datos socio-gráficos de los participantes	8
3. Uso de los dispositivos móviles para creación audiovisual	10
4. Uso de Apps utilizadas para diversos procesos de creación audiovisual	19
5. Percepción sobre la utilidad y la relevancia del uso de Apps para la creación audiovisual	21
6. Formación en el uso de Apps para la creación audiovisual en la universidad	28
7. Futuro de las apps en la industria audiovisual	31
8. Valoración de la Acción realizada en la Fase 2	32

# Índice de tablas

---

TABLA 1 - PARTICIPANTES EN RELACIÓN AL TOTAL DE ALUMNOS DE LA ASIGNATURA EN LAS DIFERENTES FASES. .... 8

## Índice de figuras

---

FIGURA 1- GÉNERO DE LOS PARTICIPANTES EN PORCENTAJE: A LA IZQUIERDA DATOS DEL PRE-TEST; A LA DERECHA, DATOS DEL POST-TEST. ....	9
FIGURA 2- AÑO DE NACIMIENTO DE LOS PARTICIPANTES DE LA MUESTRA.....	9
FIGURA 3 - SISTEMAS OPERATIVOS. SE INDICA EL NÚMERO DE ESTUDIANTES. ....	10
FIGURA 4 - CONTENIDO CREADO CON DISPOSITIVOS MÓVILES EN LOS DIFERENTES ÁMBITOS: PERSONAL, ACADÉMICO Y PROFESIONAL. ....	11
FIGURA 5 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN EL ÁMBITO PERSONAL.....	12
FIGURA 6 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN EL ÁMBITO ACADÉMICO. ....	12
FIGURA 7 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN EL ÁMBITO PROFESIONAL. ....	13
FIGURA 8 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN DIFERENTES PROCESOS DE LA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN EL PRE-TEST. ....	15
FIGURA 9 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN DIFERENTES PROCESOS DE LA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN EL POST-TEST.....	17
FIGURA 10 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN PROCESOS DE PREPRODUCCIÓN EN EL POST-TEST. ....	18
FIGURA 11 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN PROCESOS DE PRODUCCIÓN EN EL POST-TEST.....	18
FIGURA 12 - APPS UTILIZADAS POR LOS PARTICIPANTES. ....	20
FIGURA 13 - PERCEPCIÓN SOBRE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREAR DIFERENTES CONTENIDOS AUDIOVISUALES DURANTE EL PRE-TEST.....	22
FIGURA 14 - PERCEPCIÓN SOBRE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREAR DIFERENTES CONTENIDOS AUDIOVISUALES DURANTE EL POST-TEST.....	23
FIGURA 15 - RESPUESTAS ACERCA DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREAR VIDEOCLIPS (IZQUIERDA) Y CORTOMETRAJES (DERECHA).....	23
FIGURA 16 - RESPUESTAS ACERCA DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA LARGOMETRAJES.....	24
FIGURA 17 - RESPUESTAS ACERCA DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREAR DOCUMENTALES (IZQUIERDA) Y PUBLICIDAD PARA TV (DERECHA). ....	24
FIGURA 18 - RESPUESTAS ACERCA DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREAR PUBLICIDAD PARA INTERNET (IZQUIERDA) Y CONTENIDO PARA REDES SOCIALES (DERECHA). ....	25
FIGURA 19 - RESPUESTAS SOBRE DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES EN FUNCIÓN DEL ÁMBITO EN EL PRE-TEST. ...	26
FIGURA 20 - RESPUESTAS SOBRE DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES EN FUNCIÓN DEL ÁMBITO EN EL POST-TEST. ...	26
FIGURA 21 - RESPUESTAS SOBRE DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES EN EL ÁMBITO ACADÉMICO (IZQUIERDA) Y EN EL ÁMBITO PROFESIONAL (DERECHA). ....	27

FIGURA 22 - RESPUESTAS SOBRE SI LAS APPS PARA LA CREACIÓN AUDIOVISUAL ESTÁN PENSADAS ESPECIALMENTE PARA EL ÁMBITO PERSONAL Y PRIVADO.....	28
FIGURA 23 - RESPUESTAS SOBRE LA FORMACIÓN RECIBIDA EN APPS PARA LA CREACIÓN AUDIOVISUAL DURANTE SUS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS. ....	29
FIGURA 24 - RESPUESTAS SOBRE LA IMPORTANCIA QUE CONSIDERAN QUE TIENE LA INTRODUCIR FORMACIÓN EN APPS PARA LA CREACIÓN AUDIOVISUAL DURANTE SUS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS.....	30
FIGURA 25 - RESPUESTAS SOBRE LA IMPORTANCIA QUE CONSIDERAN QUE TENDRÁN LOS DISPOSITIVOS MÓVILES EN EL ÁMBITO PROFESIONAL EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.....	32
FIGURA 26 - RESPUESTAS SOBRE LA VALORACIÓN QUE HACEN DE LA INTRODUCCIÓN DE DISPOSITIVOS MÓVILES EN SUS ESTUDIOS A TRAVÉS DE LA PRÁCTICA REALIZADA. ....	33

# ANÁLISIS DESCRIPTIVO DE LOS RESULTADOS DE APPS4CINEMA

---

## 1. Población y muestra

El objetivo de la presente investigación es conocer qué uso y percepción tienen los estudiantes de la asignatura de Técnicas de cámara (obligatoria, segundo curso) del Grado de Medios Audiovisuales acerca de los dispositivos móviles y las apps destinadas a la creación audiovisual, así como su adopción como herramienta en el campo tanto académico como profesional.

El investigador participante es Rafael Suárez, docente de la asignatura en la parte de teoría y en parte de las prácticas. Se ha seleccionado este grupo (y, por ende, esta técnica de muestro subjetivo por decisión razonada) debido a la relación que existe entre los objetivos de la asignatura y las implicaciones de la tecnología para la captación de imágenes en movimiento, sea con un dispositivo móvil o con una cámara videográfica. Inicialmente se pretendía llevar a cabo el estudio también en la asignatura de Dirección de fotografía cinematográfica (optativa del cuarto curso), pero debido a que no se pudo contar con los equipos durante el primer trimestre, la implementación del proyecto se ha centrado en los y las estudiantes de la asignatura de Técnicas de cámara.

La investigación se ha dividido en tres fases:

**Fase 1** - Encuesta pre-test: realizada de forma previa, al iniciar la asignatura, por parte de los estudiantes de la asignatura.

**Fase 2** – Realización de una sesión en grupos de prácticas en la que se explica la utilización de dispositivos para la captación con móvil y el uso de apps concretas para la misma.

**Fase 3** – Encuesta post-test: realizada de forma posterior a la realización de la práctica.

En la tabla 1 se muestran los índices de participación en las diferentes fases en relación al número de alumnos total de la asignatura según la matrícula recibida al inicio de las clases.

	<b>total</b>		
	<b>alumnos</b>	<b>participantes</b>	<b>% participación</b>
Fase 1	89	76	67,6
Fase 2	89	77	68,5
Fase 3	89	72	64,1

TABLA 1 - PARTICIPANTES EN RELACIÓN AL TOTAL DE ALUMNOS DE LA ASIGNATURA EN LAS DIFERENTES FASES.

La participación es muy parecida en todas las fases y permite obtener resultados adecuados que permitan comparar y visualizar el cambio producido entre el inicio del curso y el final, tras realizar la actividad con dispositivos móviles, ofreciendo de este modo lo necesario para comprobar si la hipótesis de trabajo se cumple: los estudiantes modifican su opinión respecto a los dispositivos móviles como herramienta para la creación audiovisual al comprobar sus posibilidades.

## 2. Datos socio-gráficos de los participantes

La muestra total de participantes en la encuesta ha sido de 76 en el pre-test y de 71 en el post-test. En el pre-test han participado 36 mujeres, 37 hombres y 3 estudiantes que han preferido no indicar género. En el post-test, han participado 34 mujeres, 36 hombres y 2 estudiantes que han preferido no indicar género.



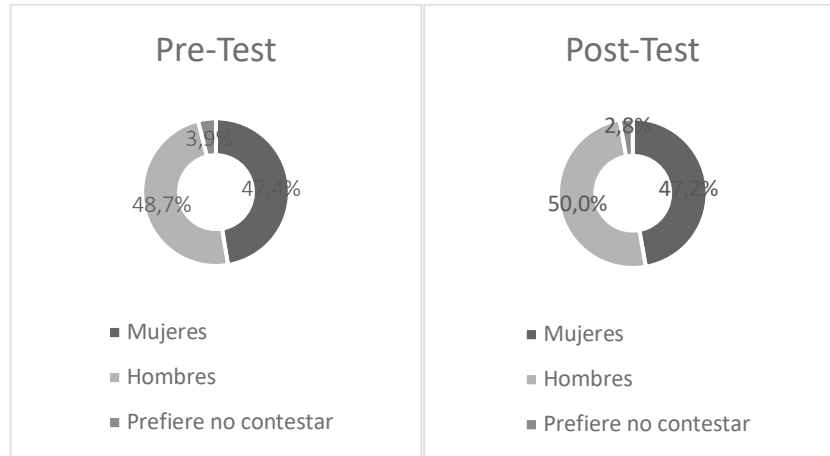


FIGURA 1- GÉNERO DE LOS PARTICIPANTES EN PORCENTAJE: A LA IZQUIERDA DATOS DEL PRE-TEST; A LA DERECHA, DATOS DEL POST-TEST.

Del total de participantes, en el pre-test 51 participantes pertenecen al grupo de Mañanas de la asignatura Técnicas de cámara y 25 al de Tardes. En el post-test, 46 son de Mañanas y 26 de Tardes.

El año de nacimiento de los participantes tiene un gran bloque, tanto el pre como en el post-test: 2002. En el caso del pre-test son el 56,6% (n=43) y en el post-test el 56,9% (n=41). El resto de años de nacimiento se reparten del siguiente modo:

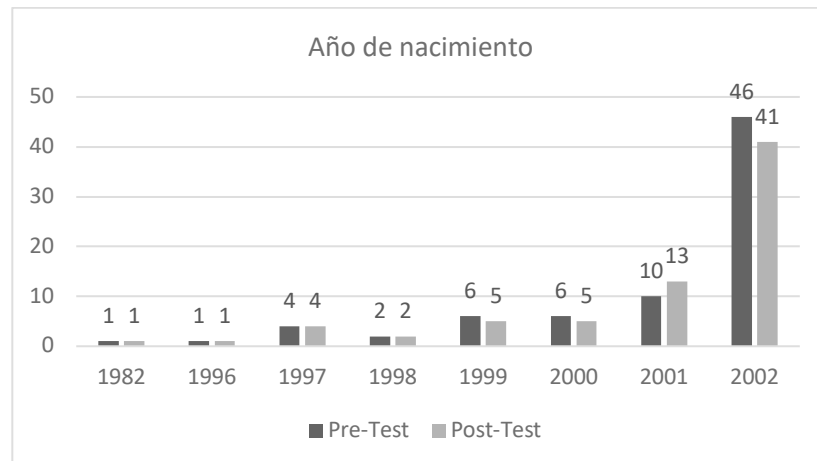


FIGURA 2- AÑO DE NACIMIENTO DE LOS PARTICIPANTES DE LA MUESTRA.

Cuestionados acerca del sistema operativo que tienen en sus dispositivos móviles, se puede observar que en el pre-test, 45 participantes tienen un dispositivo móvil con sistema operativo iOS, 39 con Android y 10 con Windows. De este total, se han constatado 21 casos en los que los participantes han indicado más de tener más de un dispositivo.

En el post-test, 37 tienen un dispositivo con IOS, 36 con Android y 5 con Windows. Del total, 6 indicaron tener más de un dispositivo.

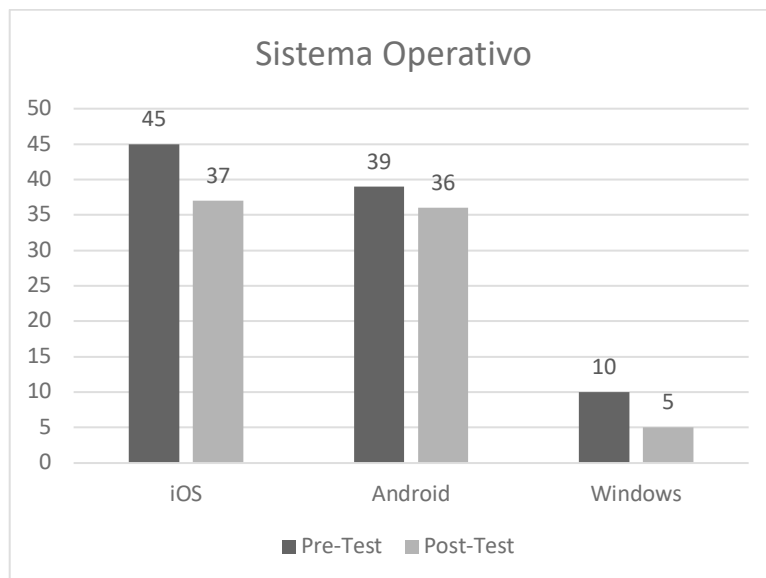


FIGURA 3 - SISTEMAS OPERATIVOS. SE INDICA EL NÚMERO DE ESTUDIANTES.

El sistema operativo más utilizado por la muestra es iOS, con un 59,2% (n=45) en el pre-test y un 48,7% (n=37) en el post-test. Android le sigue con el 51,3% (n=39) en el pre-test y un 50% (n=36) en el post-test. Muy lejos queda Windows con un 13,2% (n=10) y un 6,9% (n=5) en pre y post-test respectivamente. Estos porcentajes responden al número total de dispositivos que han sido indicados por parte de la muestra, 94 en el pre-test y 78 en el post-test.

### 3. Uso de los dispositivos móviles para creación audiovisual

Las preguntas 5, 6, 7 y 8 cuestionan sobre el uso de apps para crear contenidos audiovisuales, a nivel personal académico y profesional.

La primera pregunta se centra de forma genérica en conocer si los participantes generan contenido audiovisual con sus dispositivos móviles en estos tres ámbitos.

En esta primera pregunta se encuentra uno de los elementos a observar de forma concreta en relación a los cambios que se hayan podido generar mediante la Fase 2, la acción llevada a cabo entre los dos test realizados. En este sentido, los resultados muestran que el cambio es

significativo en relación a la cantidad de contenido académico generado por los participantes, aumentando en un 18% después de la acción tras pasar del 43,4% (n=33) a un 61,1% (n=44).

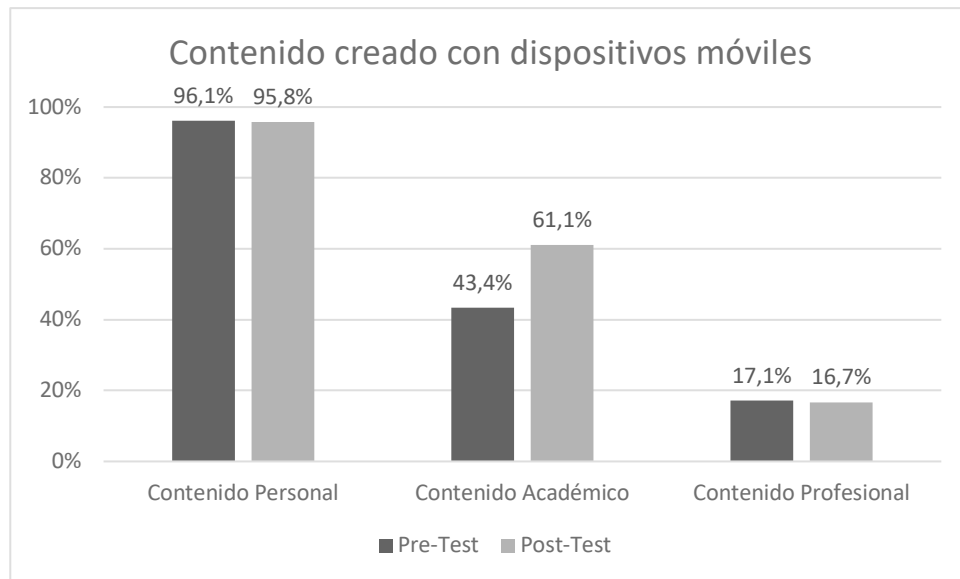


FIGURA 4 - CONTENIDO CREADO CON DISPOSITIVOS MÓVILES EN LOS DIFERENTES ÁMBITOS: PERSONAL, ACADÉMICO Y PROFESIONAL.

Como también se puede observar, la gran mayoría crean contenido personal y muy pocos profesional (debido a que muchos de ellos probablemente no están trabajando o en trabajos que no están relacionados con el audiovisual durante su segundo curso de grado).

En la pregunta 6 se interrogaba acerca de la frecuencia de uso de dispositivos móviles para la creación audiovisual en los diferentes ámbitos mencionados. En este caso, yendo ámbito por ámbito se puede observar que en cuanto a la creación personal el número de estudiantes no varía en exceso, a pesar de que la tendencia es al alza, ya que un 72% (n=52) de los estudiantes afirman utilizarlo entre “bastante” y “siempre” en el post-test, frente al 65,8% (n=50) durante el pre-test.

A continuación se pueden observar los cambios producidos en el porcentaje de participantes que indican el uso en el ámbito personal.

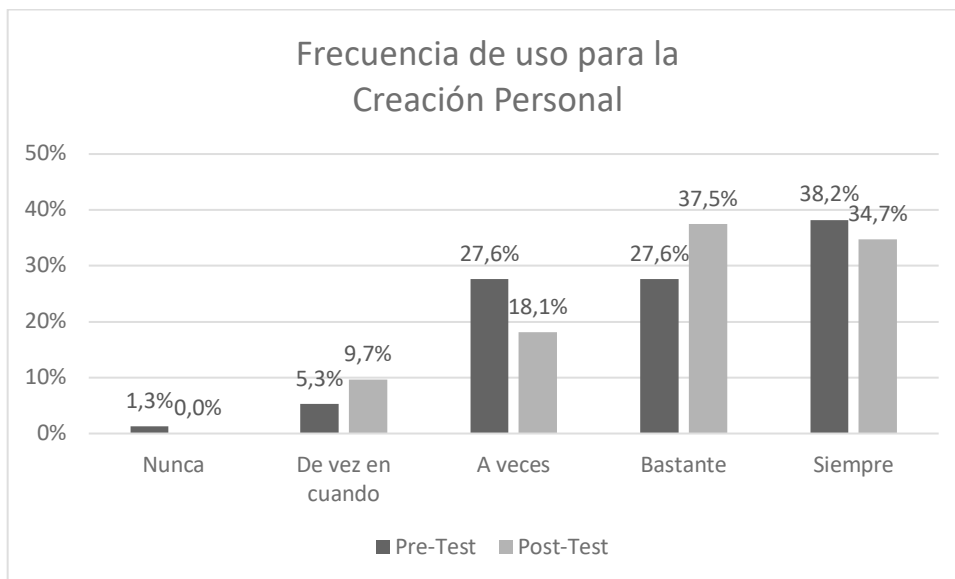


FIGURA 5 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN EL ÁMBITO PERSONAL.

En el ámbito académico, especialmente relevante de nuevo debido al proyecto en concreto, los cambios producidos son más acusados. De un 65,8% (n=50) de participantes que indicaban no hacer uso para la creación académica “nunca” o “de vez en cuando”, se ha pasado a un 41% (n=30). Al mismo tiempo, su uso “a veces” crece del 25% (n=19) al 45,8% (n=33), la subida más significativa.

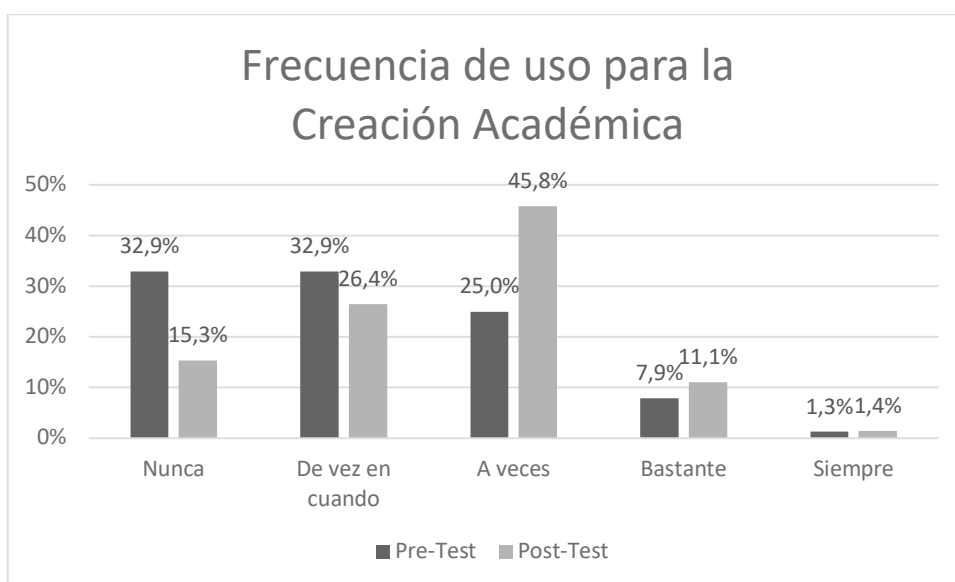


FIGURA 6 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN EL ÁMBITO ACADÉMICO.

En el ámbito profesional, los cambios que se han producido también son de subida en cuanto al uso de dispositivos en las opciones “de vez en cuando” y “a veces” frente a la opción nunca, mayoritaria durante el pre-test y post-test pero reduciéndose en el segundo.

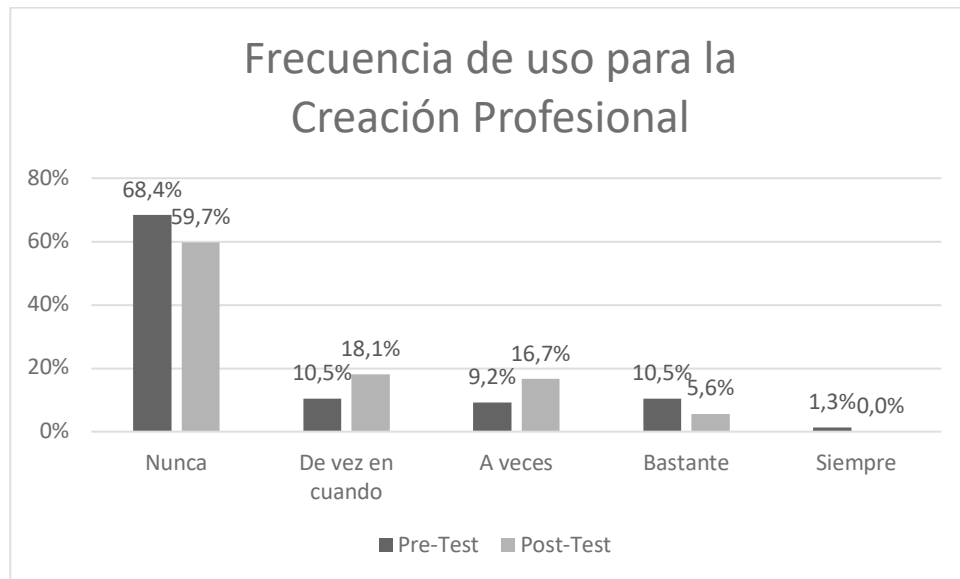


FIGURA 7 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN EL ÁMBITO PROFESIONAL.

La pregunta 7 se refiere a la frecuencia en el uso de Apps para objetivos concretos del proceso de creación audiovisual:

- Guion literario
- Preproducción (planificación, storyboard, organización, localizaciones, etc.)
- Producción (grabación)
- Postproducción (montaje, mezcla sonido, color, etc.)
- Fotografía (realización y/o retoque)

En el pre-test, la distribución de uso muestra que de forma mayoritaria el uso de dispositivos móviles no está generalizado, con porcentajes superiores al 30% en todos los ámbitos a excepción de la fotografía. Así, en guion (39,5%, n=30), preproducción (32,9%, n=25), producción (32,9%, n=25) y postproducción (52,6%, n=40) los porcentajes son elevados en la opción "Nunca". La opción "Muy de vez en cuando" también es elevada, con más de un 15% en todos los ámbitos: guion (30,3%, n=23), preproducción (15,8%, n=12), producción (21,1%, n=16), postproducción (15,8%, n=12) e incluso fotografía (18,4%, n=14). Esto implica que:

- Guion tiene un 69,8% (n=53) de participantes que no hacen uso de los dispositivos móviles en este ámbito "nunca" o "muy de vez en cuando".

- Preproducción tiene un 48,7% (n=37) de participantes que no hacen uso de los dispositivos móviles en este ámbito "nunca" o "muy de vez en cuando".

- Producción tiene un 54% (n=41) de participantes que no hacen uso de los dispositivos móviles en este ámbito “nunca” o “muy de vez en cuando”.

- Postproducción tiene un 68,4% (n=62) de participantes que no hacen uso de los dispositivos móviles en este ámbito “nunca” o “muy de vez en cuando”.

- Fotografía tiene un 34,2% (n=26) de participantes que no hacen uso de los dispositivos móviles en este ámbito “nunca” o “muy de vez en cuando”.

Por su parte, la opción “a veces” es indicada en el 21,1% (n=16) en guion, 28,9% (n=22) en preproducción, 21,1% (n=16) en producción, 18,4% (n=14) en postproducción y un 25% (n=19) en fotografía.

Esto implica que las opciones “Normalmente” y “Siempre” son las menos indicadas por los participantes, suponiendo en cada ámbito:

- Guion tiene un 6,6% en la opción “Normalmente” (n=5) y un 2,6% en “Siempre” (n=2), con un total del 9,2% de la muestra.

- Preproducción tiene un 18,4% en la opción “Normalmente” (n=14) y un 3,9% en “Siempre” (n=3), con un total del 22,3% de la muestra.

- Producción tiene un 13,2% en la opción “Normalmente” (n=10) y un 11,8% en “Siempre” (n=9), con un total del 25% de la muestra.

- Postproducción tiene un 11,8% en la opción “Normalmente” (n=9) y un 1,3% en “Siempre” (n=1), con un total del 13,1% de la muestra.

- Fotografía tiene un 30,3% en la opción “Normalmente” (n=23) y un 10,5% en “Siempre” (n=8), con un total del 40,8% de la muestra.

Como se puede observar, excepto en fotografía, la muestra no supera el 25% en ningún otro ámbito.

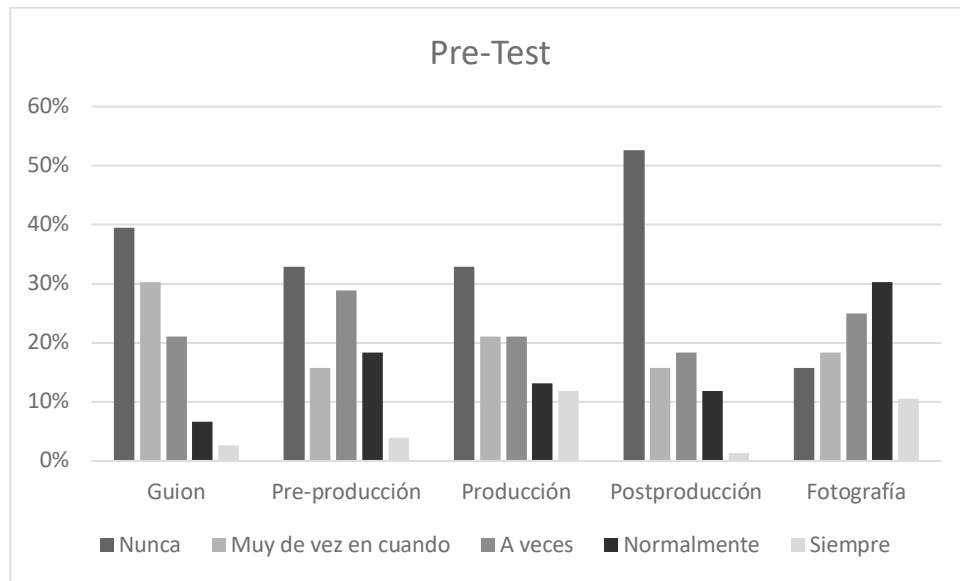


FIGURA 8 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN DIFERENTES PROCESOS DE LA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN EL PRE-TEST.

En el post-test, la distribución de uso muestra sigue mostrando que de forma mayoritaria el uso de dispositivos móviles no está generalizado, con porcentajes superiores al 22% en todos los ámbitos a excepción de la fotografía. Esto ya indica un pequeño cambio de tendencia puesto que se pasa de un 30% en todos esos ámbitos a un 22%.

De forma concreta, respecto al uso indicado en la opción “Nunca”, en guion aumenta la tendencia (44,4%, n=32), mientras que en preproducción (26,4%, n=19) y producción (22,2%, n=16), el cambio es claro en la tendencia. En postproducción (51,4%, n=37) los porcentajes se mantienen similares y en fotografía descienden levemente (13,9%, n=10).

La opción “Muy de vez en cuando” también sigue siendo elevada, con más de un 20% en guion (22,2%, n=16), preproducción (26,4%, n=19) y producción (22,2%, n=16). En postproducción (12,5%, n=9) y en fotografía (13,9%, n=10) se obtienen los datos más bajos. Esto implica que:

- Guion tiene un 66,6% (n=48) de participantes que no hacen uso de los dispositivos móviles en este ámbito “nunca” o “muy de vez en cuando”.
- Preproducción tiene un 52,8% (n=38) de participantes que no hacen uso de los dispositivos móviles en este ámbito “nunca” o “muy de vez en cuando”.

- Producción tiene un 44,4% (n=32) de participantes que no hacen uso de los dispositivos móviles en este ámbito “nunca” o “muy de vez en cuando”.

- Postproducción tiene un 63,9% (n=46) de participantes que no hacen uso de los dispositivos móviles en este ámbito “nunca” o “muy de vez en cuando”.

- Fotografía tiene un 27,8% (n=20) de participantes que no hacen uso de los dispositivos móviles en este ámbito “nunca” o “muy de vez en cuando”.

Por su parte, la opción “a veces” es indicada en el 23,6% en guion (n=17), 30,6% en preproducción (n=22), 31,9% en producción (n=23), 12,5% en postproducción (n=15) y un 27,8% en fotografía (n=21).

Esto implica que las opciones “Normalmente” y “Siempre” siguen siendo las menos indicadas por los participantes (excepto en fotografía), suponiendo en cada ámbito:

- Guion tiene un 6,9% en la opción “Normalmente” (n=5) y un 2,8% en “Siempre” (n=2), con un total del 9,7% de la muestra.

- Preproducción tiene un 13,9% en la opción “Normalmente” (n=10) y un 2,8% en “Siempre” (n=2), con un total del 16,7% de la muestra.

- Producción tiene un 16,7% en la opción “Normalmente” (n=12) y un 6,9% en “Siempre” (n=5), con un total del 23,6% de la muestra.

- Postproducción tiene un 12,5% en la opción “Normalmente” (n=9) y un 2,8% en “Siempre” (n=2), con un total del 15,3% de la muestra.

- Fotografía tiene un 29,2% en la opción “Normalmente” (n=21) y un 15,3% en “Siempre” (n=11), con un total del 44,5% de la muestra.

Como se puede observar, excepto en fotografía, la muestra no supera el 25% en ningún otro ámbito, tal como sucedía en el pre-test.



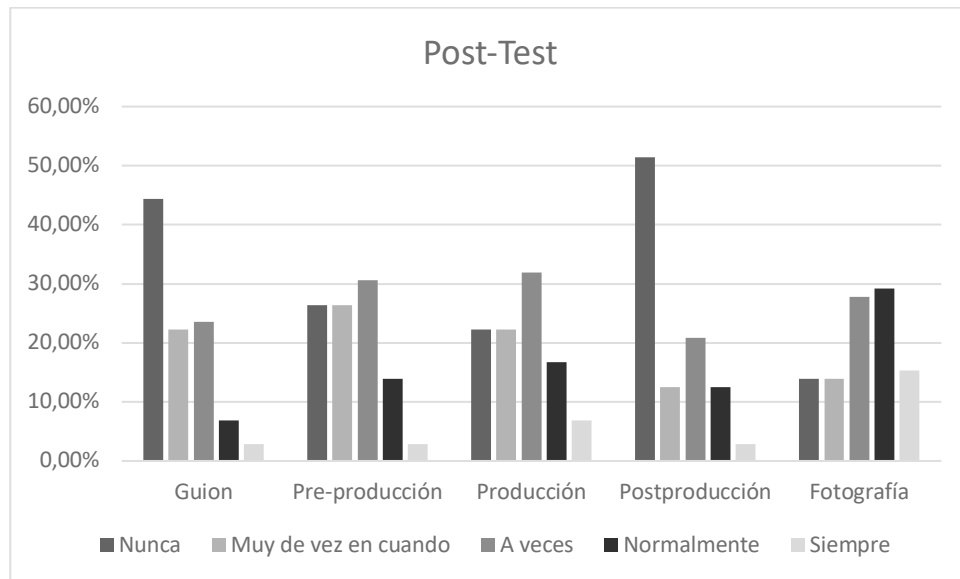


FIGURA 9 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN DIFERENTES PROCESOS DE LA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN EL POST-TEST.

Centrados en los dos ámbitos en los que se ha realizado la acción durante la fase 2, podemos observar de forma más concreta los ámbitos de preproducción y producción.

En preproducción el cambio más relevante es respecto a la opción “Nunca”, donde se pasa de un 32,9% (n=25) a un 26,4% (n=19), lo que representa un mayor número de participantes que usan dispositivos durante esta fase. La opción que más aumenta es “Muy de vez en cuando”, pasando del 15,8% (n=12) al 26,4% (n=19). En el resto de opciones los cambios no son especialmente significativos, tal como se puede observar en la figura 11.

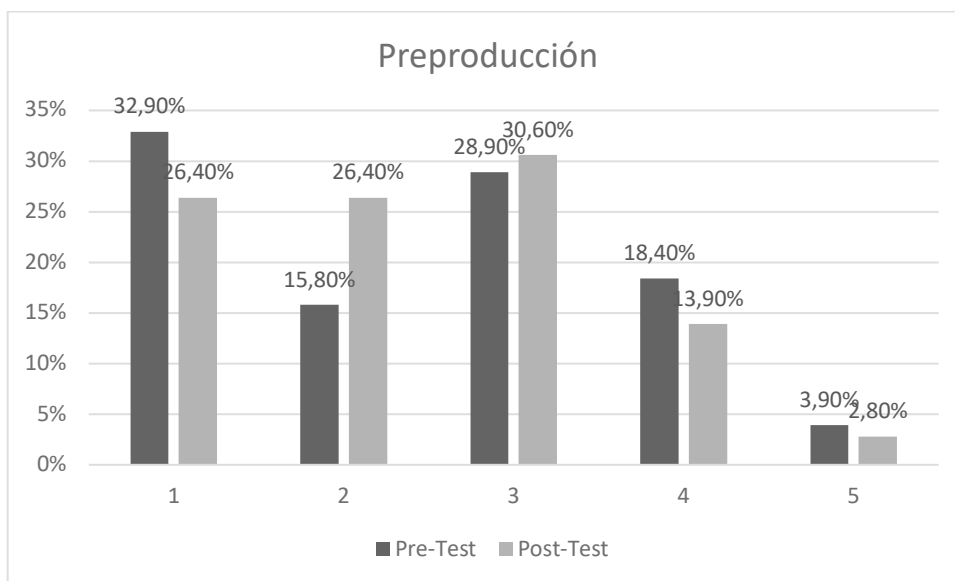


FIGURA 10 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN PROCESOS DE PREPRODUCCIÓN EN EL POST-TEST.

En cuanto a la producción, se repite el cambio en la tendencia para la opción “Nunca”, siendo en este caso la opción “A veces”, la que aumenta de forma clara. De un valor del 32,9% (n=25) se pasa al 22,20% (n=16) en “Nunca”, mientras que “A veces” aumenta del 21,1% (n=16) al 31,9% (n=23). En el resto de opciones, el aumento no es especialmente significativo en las respuestas a “Muy de vez en cuando” y “Normalmente”. Por su parte, la opción “Siempre” se ve reducida en esta ocasión.

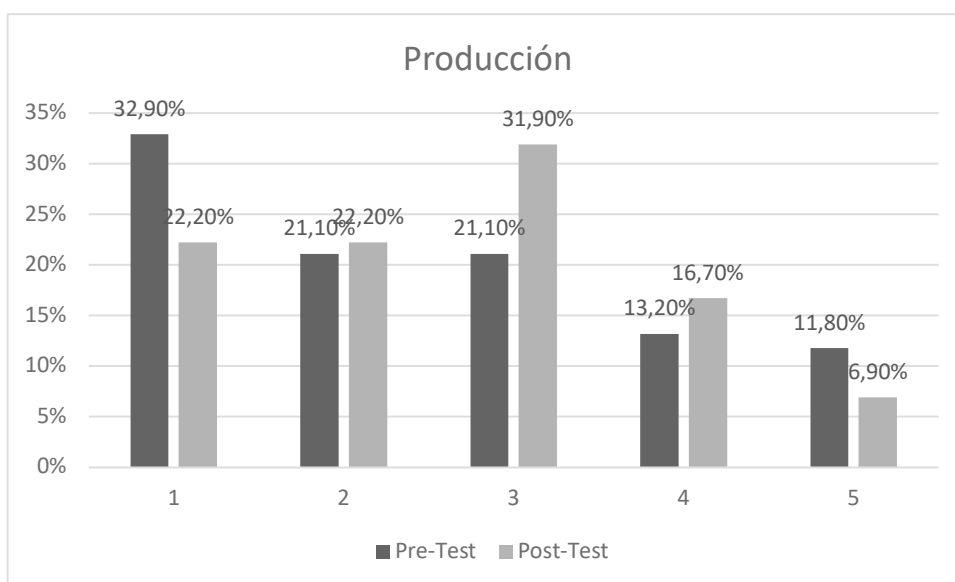


FIGURA 11 - FRECUENCIA DE USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREACIÓN AUDIOVISUAL EN PROCESOS DE PRODUCCIÓN EN EL POST-TEST.

## 4. Uso de Apps utilizadas para diversos procesos de creación audiovisual

Las preguntas 8 y 9 del cuestionario pre y post-test cuestionan a los participantes sobre apps concretas del mercado. En concreto, la pregunta 8 ofrece una lista de opciones y la pregunta 9 permite indicar otras opciones que los participantes quieran indicar que utilizan.

En el caso de la pregunta 8 se cuestiona acerca de las siguientes apps:

- Instagram
- Filmic Pro
- VSCO
- Shot Designer
- Snapchat
- Cadrage
- Tik Tok
- Premiere Rush
- Hedge Cam
- PCam Film

Finalmente, se ofrece la opción de indicar "Ninguna".

En el pre-test, se obtuvieron los siguientes datos: Instagram es la app más utilizada, con un 97,4% (n=74) de participantes que la han indicado. Tras ella se sitúa Tik Tok, aunque lejos, con un 55,3% (n=42). Tras ellos cabe destacar VSCO con un 39,5% (n=30) y Snapchat con un 21,1% (n=16). El resto de apps no llegan a un 10%.

En el post-test, se mantiene la tendencia, con Instagram como la más utilizada con un 97,2% (n=70), Tik Tok con un 63,9% (n=46), VSCO con un 41,7% (n=30) y Snapchat con un 22,2% (n=16). En este caso, hay una quinta app que aparece con más del 25%, Shot Designer, con un 26,4% (n=30). Esta fue una de las apps utilizadas durante la acción llevada a cabo en la Fase 2. La otra app principal, Filmic Pro, sube de 3,9% (n=3) a 8,3% (n=6) pero sigue siendo utilizada por menos del 10% de participantes. Esto puede deberse a la necesidad de pagar la app para su uso, mientras que Shot Designer permite su uso gratuito aunque con ciertas limitaciones frente a la versión de pago.

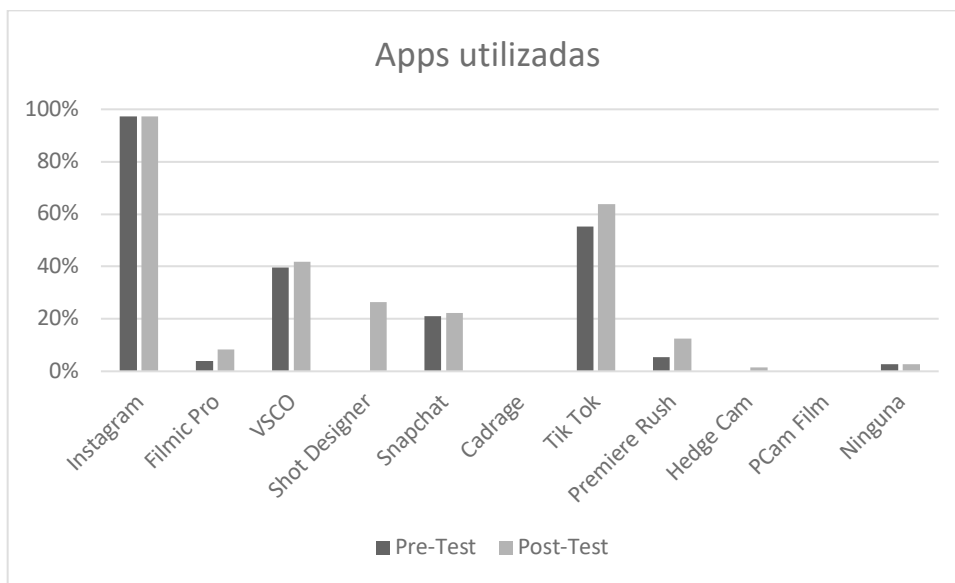


FIGURA 12 - APPS UTILIZADAS POR LOS PARTICIPANTES.

En cuanto a la pregunta 9, en el pre-test el 44,7% (n=34) de los participantes indicó otras apps para la creación audiovisual, y en el post-test lo hicieron el 34,7% (n=25). Cabe destacar que en el pre-test las que aparecen con cierta relevancia son PicsArt con un 14,5% (n=11) y Lightroom con un 18,4% (n=14). En el post-test, tan solo PicsArt mantiene un porcentaje elevado, 13,1% (n=10).

## 5. Percepción sobre la utilidad y la relevancia del uso de Apps para la creación audiovisual

Las preguntas referentes a la percepción de los participantes sobre la relevancia del uso de aplicaciones para dispositivos móviles en los procesos creativos audiovisuales se han centrado en diferentes aspectos.

En la pregunta 10, se centra en preguntar si consideran adecuado utilizar dispositivos móviles para crear diferentes contenidos audiovisuales: videoclips, cortometrajes, largometrajes, documentales, publicidad para TV, publicidad para Internet, y contenido para Redes Sociales. En este caso, se ofrecen tres posibles respuestas: Sí, No, No lo sé.

En el pre-test se han obtenido respuestas afirmativas que superan el 50% para el uso de dispositivos móviles para la creación de videoclips (57,9%, n=44) y cortometrajes (51,3%, n=39). Muy por encima se sitúan la publicidad para Internet (80,3%, n=61) y contenido para RRSS (98,7%, n=75). En los dos primeros casos, es importante señalar que se indica que los dispositivos móviles no son una herramienta adecuada para realizar videoclips en el 34,2% de los casos (n=26) y en cortometrajes en el 38,2% (n=29). Es decir, la opinión de los participantes está confrontada en estos casos.

Otro caso en el que el porcentaje de respuestas positivas y negativas es aún más similar es referente a la creación de documentales, donde un 40,8% (n=31) considera que sí se pueden llevar a cabo con dispositivos móviles frente a un 38,2% (n=29) que considera que no es así. Esta categoría es también la que generó más dudas durante el pre-test al registrar un 21,1% (n=16) de respuestas que indicaban no saberlo.

En las opciones de largometraje y Publicidad para TV las respuestas muestran una tendencia a considerar que los dispositivos móviles no son herramientas adecuadas para su elaboración. En el caso de la Publicidad para TV los porcentajes son similares, con un 48,7% (37) que considera que no son adecuados frente a un 32,9% (n=25) que sí los considera adecuados. En el caso de los largometrajes, los porcentajes son más acusados, con tan solo un 17,1% (n=13) que los considera adecuados frente a un 64,5% (n=49) que indica lo contrario. En estas categorías cabe destacar también que las respuestas que indican no saberlo alcanzan el 18,4% (n=14).

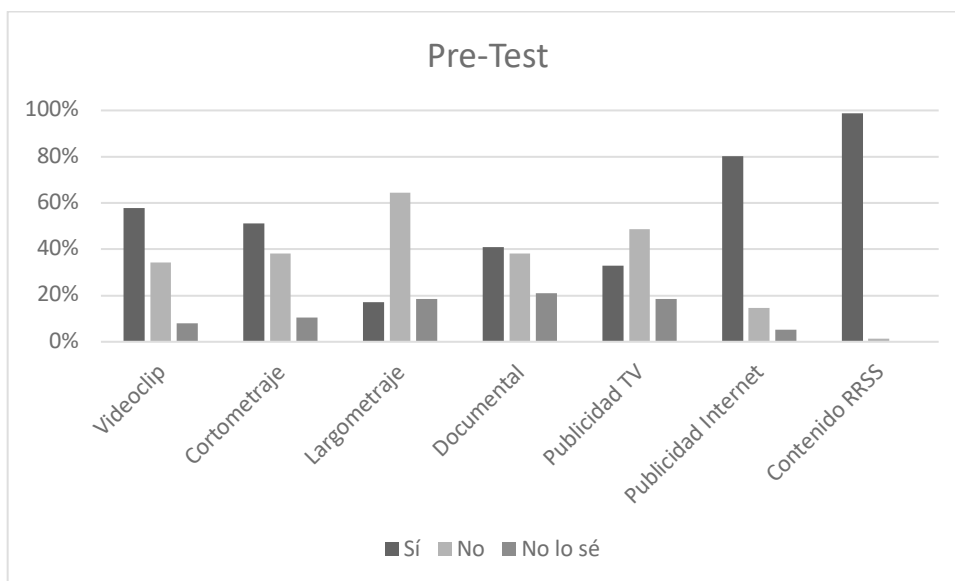


FIGURA 13 - PERCEPCIÓN SOBRE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREAR DIFERENTES CONTENIDOS AUDIOVISUALES DURANTE EL PRE-TEST.

En lo referente a esta pregunta en el post-test cabe señalar que tan solo en un tipo de contenido se mantiene un porcentaje superior en la respuesta negativa que indica que los dispositivos móviles no son válidos para generar ese contenido audiovisual. En concreto, la referente a la los largometrajes, donde un 51,4% (n=37) indica esto frente a un 36,1% (n=26) que afirman lo contrario y un 12,5% (n=9) que indican no saberlo. Este es un resultado importante por sí mismo, puesto que muestra un cambio en la tendencia de los participantes en su percepción respecto a los dispositivos móviles después de la acción llevada a cabo en la Fase 2.

En concreto, los dispositivos móviles se consideran adecuados para realizar videoclips y cortometrajes por un 75% (n=54), mientras que los documentales lo hacen en un 55,6% (n=40) y la Publicidad para TV en un 51,4% (n=37). En estos casos, la respuesta negativa se ha registrado en videoclips en tan solo un 18,1% (n=13), en cortometrajes en un 19,4% (n=14), en documentales en un 31,9% (n=23) y en Publicidad para TV en un 40,3% (n=29). Entre ellos cabe destacar que de nuevo en el ámbito de los documentales aparece una cifra elevada entre aquellos que no saben qué indicar con un 12,5% (n=9), el mismo porcentaje que se ha indicado para los largometrajes.

Por su parte, mantienen la tendencia clara afirmativa tanto la Publicidad para Internet con un 88,9% (n=64) como el contenido para RRSS con un 95,8% (n=69).

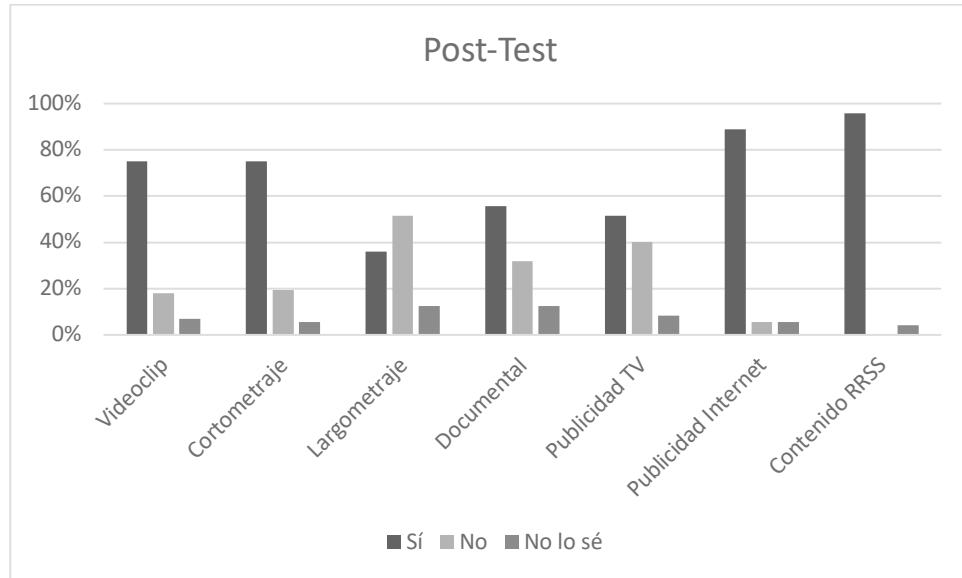


FIGURA 14 - PERCEPCIÓN SOBRE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREAR DIFERENTES CONTENIDOS AUDIOVISUALES DURANTE EL POST-TEST.

Para hacer una valoración de los cambios producidos se muestran a continuación los resultados de cada tipo de contenido.

En cuanto a videoclip y cortometrajes, se puede observar el crecimiento en las respuestas afirmativas de forma clara, reafirmado por el descenso de las respuestas negativas.

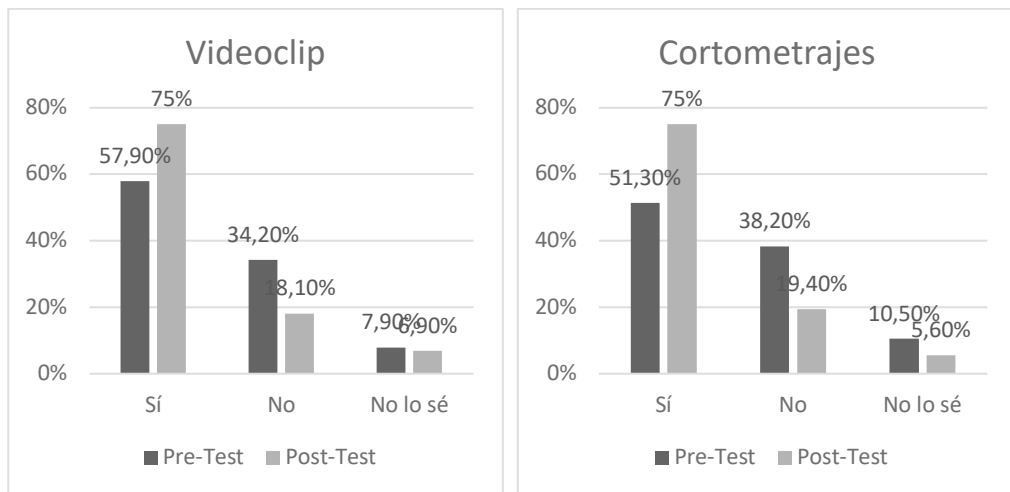


FIGURA 15 - RESPUESTAS ACERCA DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREAR VIDEOCLIPS (IZQUIERDA) Y CORTOMETRAJES (DERECHA).

En los largometrajes observamos el cambio de tendencia de forma clara en las respuestas positivas, a pesar de que se mantiene la negativa como respuesta principal.

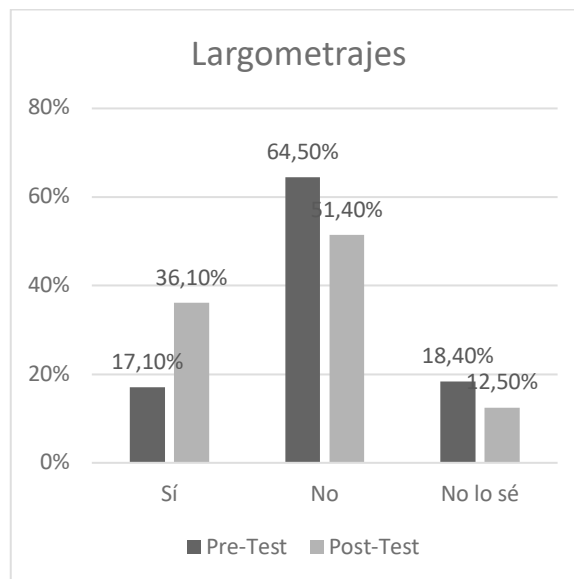


FIGURA 16 - RESPUESTAS ACERCA DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA LARGOMETRAJES.

Tal como se ha indicado, en los documentales y la publicidad para TV es donde se ha visto un cambio más relevante, pasando a ser la validez de los dispositivos la respuesta con un mayor porcentaje. En los dos caso, el número de personas que han indicado no estar seguros también ha descendido.

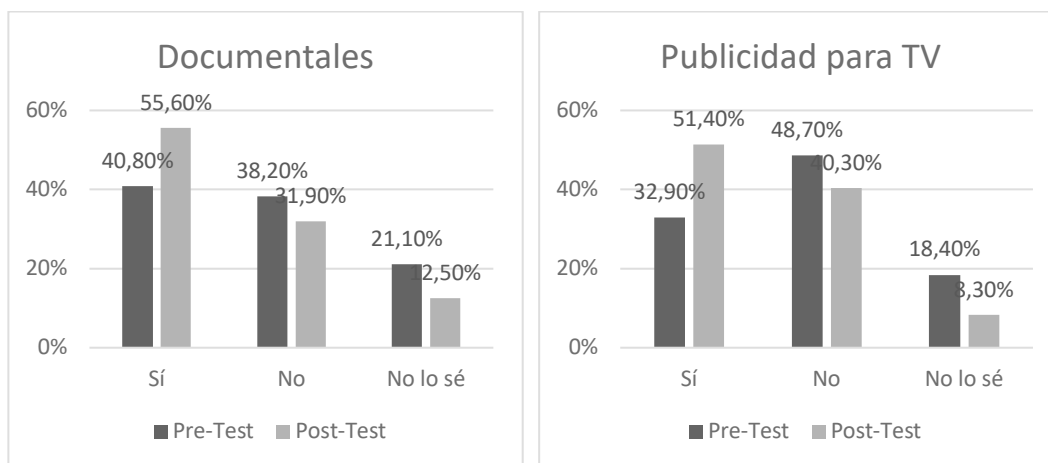


FIGURA 17 - RESPUESTAS ACERCA DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREAR DOCUMENTALES (IZQUIERDA) Y PUBLICIDAD PARA TV (DERECHA).

Finalmente, la publicidad para internet y los contenidos para Redes Sociales han mantenido un porcentaje elevado en las respuestas afirmativas, subiendo de forma clara en lo que concierne a la publicidad para internet. En el caso del contenido para Redes Sociales, a pesar de un descenso mínimo en el porcentaje de respuestas afirmativas, es importante señalar que no se ha registrado ninguna respuesta negativa a tal efecto.



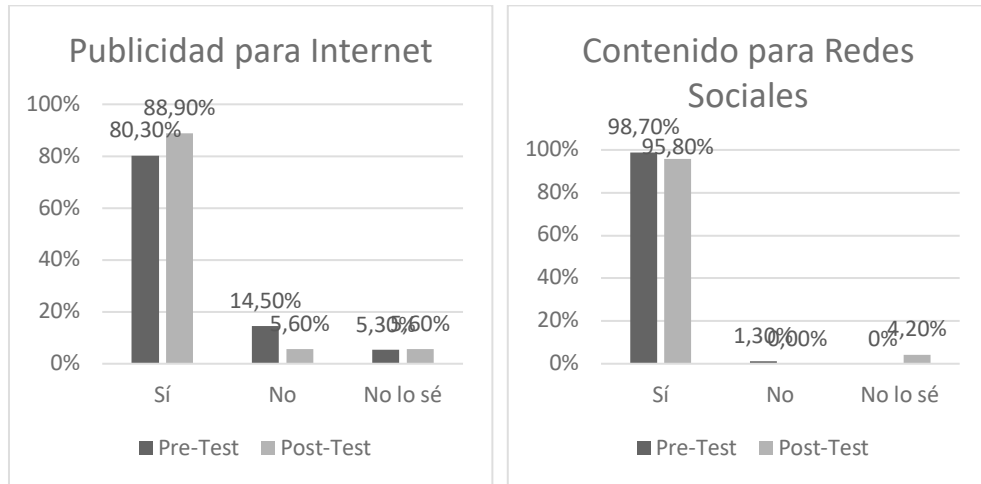


FIGURA 18 - RESPUESTAS ACERCA DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES PARA CREAR PUBLICIDAD PARA INTERNET (IZQUIERDA) Y CONTENIDO PARA REDES SOCIALES (DERECHA).

Por su parte, en la pregunta 11 se cuestionó a los participantes sobre la validez de los dispositivos móviles para crear contenido en el mundo audiovisual en función de diferentes ámbitos: personal, académico y profesional. En este caso, la respuesta también permitía 3 opciones: Sí, No y No lo sé.

En el pre-test, un 96,1% (n=73) indicaron que son herramientas válidas en el ámbito académico, mientras que el ámbito académico recibe un 46,1% (n=35) y el profesional un 36,8% (n=28). En el caso del ámbito académico, el porcentaje afirmativo es superior al negativo, que se sitúa en un 36,8% (n=28), mientras que en el profesional las respuestas recogidas que indican que no se consideran válidas para este ámbito son superiores a las afirmativas con un 43,4% (n=33). En estos dos casos, la respuesta No lo sé muestra porcentajes elevados, de un 17,1% (n=13) en el ámbito académico y de un 19,7% (n=15) en el profesional.

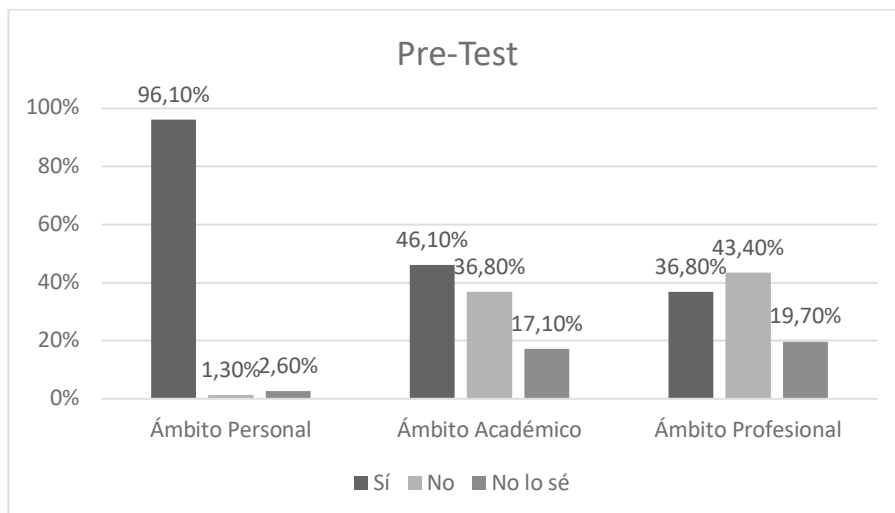


FIGURA 19 - RESPUESTAS SOBRE DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES EN FUNCIÓN DEL ÁMBITO EN EL PRE-TEST.

En el post-test, el ámbito académico sigue recibiendo un porcentaje muy elevado en cuanto a respuestas afirmativas con un 97,2% (n=70), aumentando ligeramente en relación al 96,1% del pre-test. En cuanto al ámbito académico, las respuestas afirmativas suben hasta el 77,8% (n=56) y en el profesional hasta el 55,6% (n=40), mostrando una clara tendencia al alza tras la acción realizada en la Fase 2. Asimismo, la bajada en las respuestas negativas en el ámbito académico también es importante, llegando tan solo al 12,5% (n=9) debido a que las respuesta que indican no saberlo también se reducen hasta el 9,7% (n=7). En el caso del ámbito profesional, la respuesta No lo sé se mantiene en el 19,7% (n=15), mientras que la respuesta negativa desciende hasta el 22,4% (n=17).

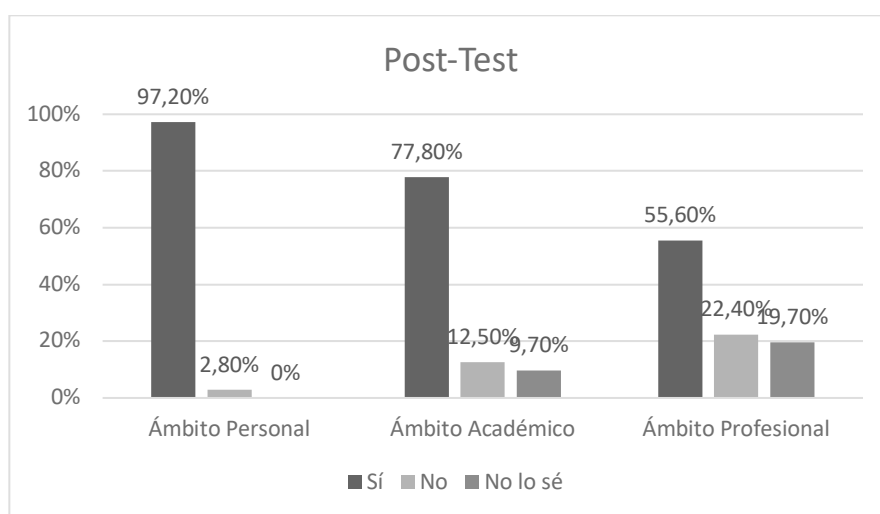


FIGURA 20 - RESPUESTAS SOBRE DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES EN FUNCIÓN DEL ÁMBITO EN EL POST-TEST.

Por tanto, tal como indican los datos, la percepción de los estudiantes ha cambiado en relación al uso de dispositivos móviles en el ámbito académico y profesional, tal como muestran las siguientes figuras:

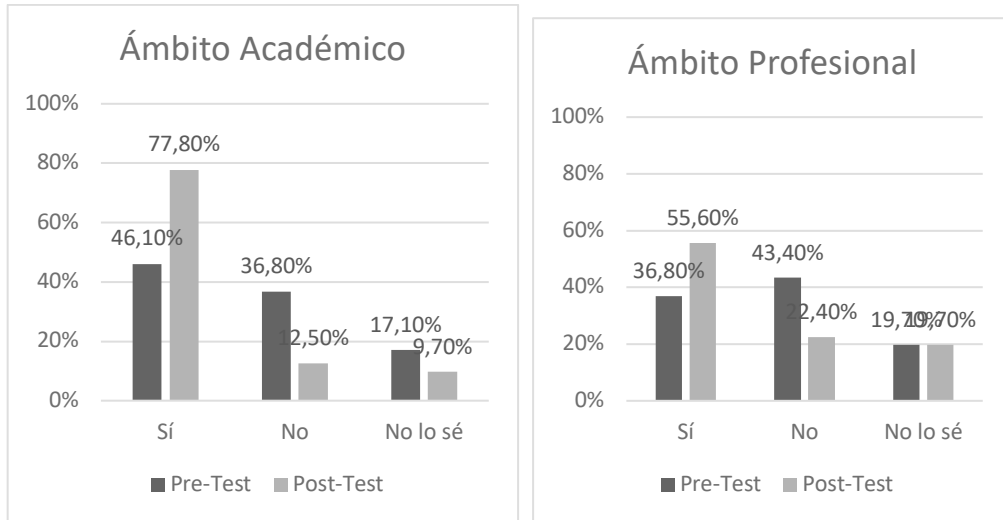


FIGURA 21 - RESPUESTAS SOBRE DE LA VALIDEZ DE LOS DISPOSITIVOS MÓVILES EN EL ÁMBITO ACADÉMICO (IZQUIERDA) Y EN EL ÁMBITO PROFESIONAL (DERECHA).

Indagando más en estos aspectos, la pregunta 12 cuestiona acerca del uso de apps para la creación audiovisual en relación a su objetivo. En concreto, se pregunta si se considera que estas apps están destinadas especialmente al ámbito personal y privado. En relación a la respuesta se ofrece una escala de Lickert con 5 opciones que van del “Nada de acuerdo” al “Totalmente de acuerdo”.

En el pre-test, un 15,8% (n=12) de los participantes se muestra “totalmente en desacuerdo” con que las apps para creación audiovisual sean especialmente para el ámbito privado. A esto se suma un 21,1% (n=16) que indica que no están de acuerdo. Esto hace un total del 36,9% (28) en desacuerdo con tal afirmación.

Por su parte, un 35,5% (n=27) muestran una posición neutral, opción que obtiene el mayor porcentaje en la pregunta. Las respuestas que afirman estar de acuerdo con la afirmación son un 19,7% (n=15) y las que afirman estar totalmente de acuerdo un 7,9% (n=6), la opción menos indicada. Por tanto, un total del 27,6% (n=21) muestran su acuerdo con la afirmación, un valor similar pero por debajo del 36,9% obtenido en las respuestas que indican estar en desacuerdo o nada de acuerdo con la afirmación.

Estos datos muestran que la opinión está dividida, pero que un mayor número de participantes considera que las apps para creación audiovisual no están pensadas especialmente para su uso en el ámbito personal y privado.

En el post-test, la opción “totalmente en desacuerdo” aumenta hasta el 20,8% (n=15) y la opción “en desacuerdo” hasta el 25% (n=18). Por tanto, un total del 45,8% (n=33) de los participantes muestran su desacuerdo con la afirmación.

La opción neutra sigue siendo la más seleccionada, con un ligero descenso hasta el 33,3% (n=24). En el caso de la opción que indica estar “de acuerdo” desciende al 15,3% (n=11) y la que indica estar “totalmente de acuerdo” hasta el 5,6% (n=4), es decir que las opciones que están de acuerdo con la afirmación descienden hasta el 20,9% (n=15) tras la acción realizada en la Fase 2.

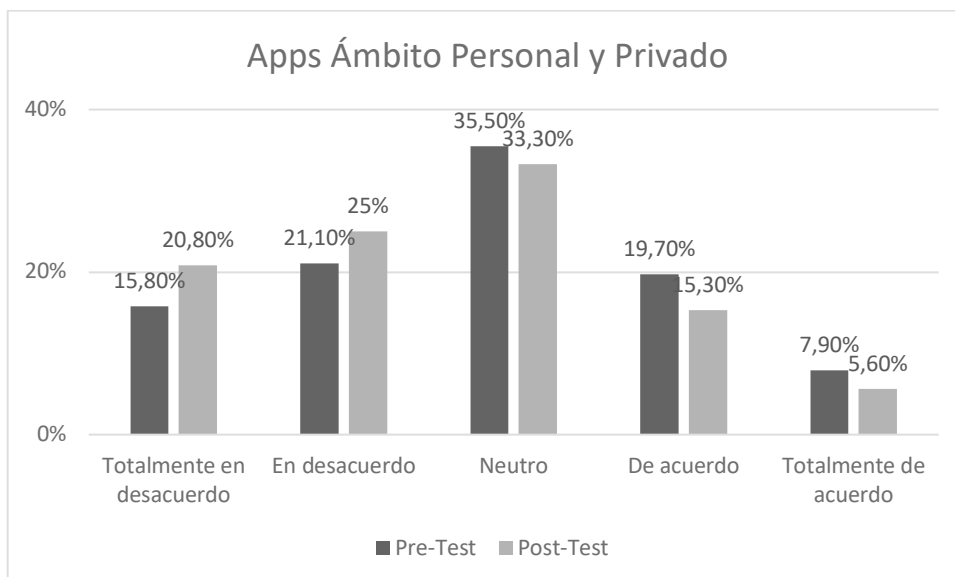


FIGURA 22 - RESPUESTAS SOBRE SI LAS APPS PARA LA CREACIÓN AUDIOVISUAL ESTÁN PENSADAS ESPECIALMENTE PARA EL ÁMBITO PERSONAL Y PRIVADO.

## 6. Formación en el uso de Apps para la creación audiovisual en la universidad

Las preguntas 13 y 14 se centran en aspectos relacionados con la formación en el uso de apps para la creación audiovisual durante la realización de su grado universitario.

En primer lugar, la pregunta 13 cuestiona a los participantes sobre la formación recibida al respecto durante la realización del grado que están llevando a cabo, ofreciendo una escala de Lickert con 5 opciones que van del “Nada” al “Mucho”.

En el pre-test, un 51,3% (n=39) indica no haber recibido ninguna formación, mientras que un 28,9% (n=22) indica haber recibido poca. Por tanto, un 80,2% (n=61) consideran tener haber recibido poco o ninguna formación al respecto. Por su parte, un 11,8% (n=9) indica haber recibido lo normal y un 7,9% (n=6) haber recibido bastante. Nadie indica haber recibido mucha.

En el post-test, los valores se modifican. En el caso en el que indican “Nada”, el porcentaje desciende hasta el 2,8% (n=2), algo esperable en relación a la acción llevada a cabo. En el caso de la opción “Poco” el descenso es menos acusado llegando al 23,6% (n=17). Este dato es importante en el sentido que un porcentaje elevado de la muestra considera que sigue siendo poca la formación en apps para creación audiovisual recibida en sus estudios universitarios. En cuanto a la opción más neutra, denominada “Normal”, el porcentaje sube hasta el 29,2% (n=21), igual que lo hace en la opción “Bastante”, con un 31,9% (n=23), y en la opción “Mucho” con un 12,5% (n=9).

En este caso, es evidente que la acción llevada a cabo en la Fase 2 ha modificado las respuestas de los participantes.

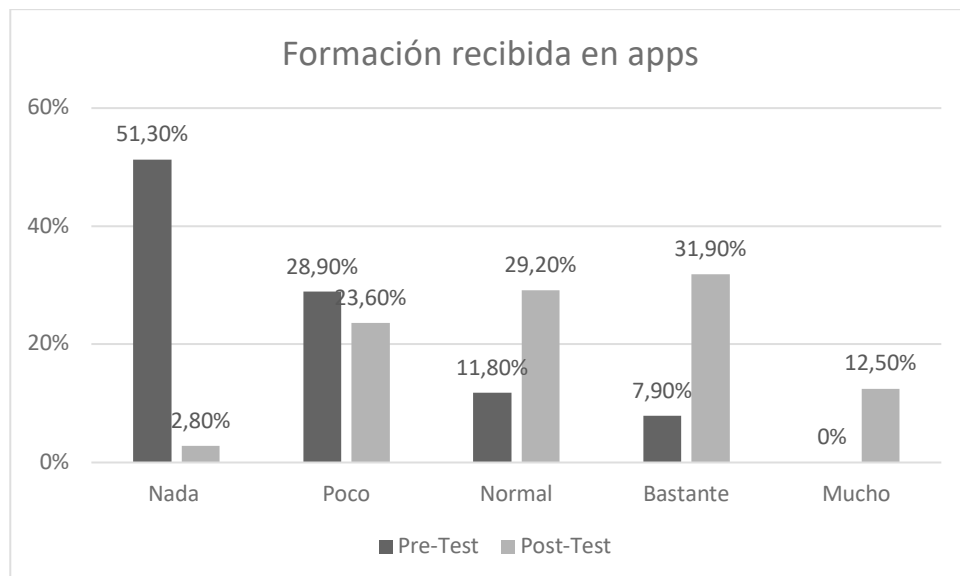


FIGURA 23 - RESPUESTAS SOBRE LA FORMACIÓN RECIBIDA EN APPS PARA LA CREACIÓN AUDIOVISUAL DURANTE SUS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS.

Estos datos y los cambios producidos en la percepción de los estudiantes, debe complementarse con la pregunta 14, que cuestiona acerca de la importancia que consideran que tiene recibir formación en apps que sirvan para la creación audiovisual. Como en el caso anterior, esta pregunta ofrece una escala de Lickert con 5 opciones que van del “Nada” al “Mucho”.

En este caso, el pre-test ya mostraba una clara tendencia a considerar que era un aspecto relevantes, puesto que la opción “Mucho” y “Bastante” son las que presentan un porcentaje mayor con un 36,8% (n=28) y un 39,5% (n=30) respectivamente, es decir, un total del 76,3% (n=58) de la muestra ya lo consideraba relevante. Por su parte, un 19,7% (n=15) consideran que tiene un importancia “Normal” y tan solo un 3,9% (n=3) lo consideraban “Poco” importante. Nadie indicó que no tuviera “Nada” de importancia.

En el post-test, la tendencia se reproduce. En este caso, el porcentaje mayor aparece en la opción “Mucho”, con un 40,3% (n=29), seguida de la opción “Bastante” con un 33,3% (n=24). Es decir, un total del 73,6% (n=53), muy similar al dato obtenido en el pre-test aunque algo más bajo. En este caso, la opción “Normal” se mantiene en un nivel muy similar del 19,4% (n=14). La opción “Poco” obtiene un 4,2% (n=3) y cabe señalar que aparece la opción “Nada” que no había aparecido en el pre-test aunque lo hace con un 2,8% (n=2).

En todo caso, tanto los resultados del pre-test como del post-test muestran claramente la percepción de los estudiantes en su concepción de la importancia sobre recibir formación en apps para dispositivos móviles que estén dirigidas a la creación audiovisual.

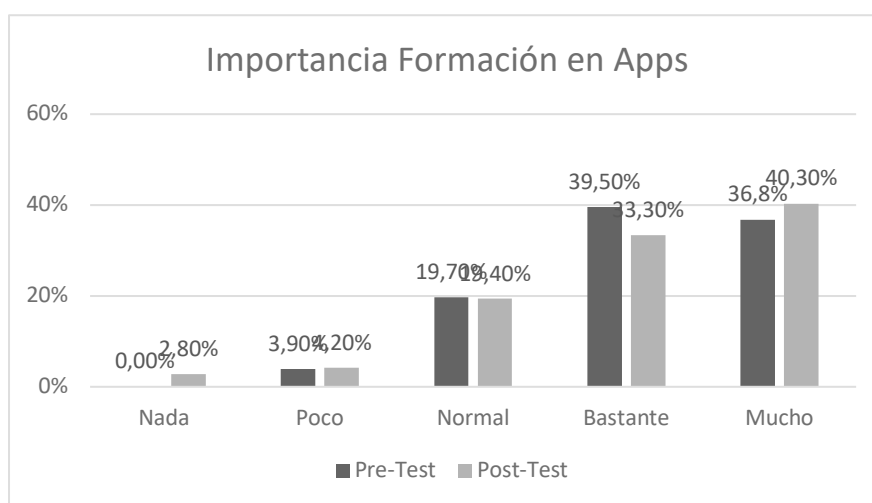


FIGURA 24 - RESPUESTAS SOBRE LA IMPORTANCIA QUE CONSIDERAN QUE TIENE LA INTRODUCIR FORMACIÓN EN APPS PARA LA CREACIÓN AUDIOVISUAL DURANTE SUS ESTUDIOS UNIVERSITARIOS.

## 7. Futuro de las apps en la industria audiovisual

Finalmente, en la pregunta 15 se interrogaba acerca de la opinión de los participantes respecto al futuro que tendrán las apps en la industria audiovisual, en concreto indicando si creían que tendrían una mayor presencia en el ámbito profesional en los próximos años. Esta pregunta ofrece una escala de Lickert con 5 opciones que van del “Nada” al “Mucho”.

Como en el caso anterior, relacionado con la importancia que tenía aprender en la universidad acerca de apps, la respuesta que se ha encontrado tanto en el pre-test como en el post-test ha sido muy similar y marcada por una clara tendencia a considerar que los dispositivos móviles tienen un papel muy importante durante los siguientes años en el ámbito profesional.

En el pre-test, las opciones “Mucho” y “Bastante” obtienen un 39,5% (n=30) y un 32,9% (n=25) respectivamente, siendo un total del 72,4% (n=55) de la muestra el que muestra esa tendencia de forma clara. La opción “Normal” tiene un 17,1% (n=13) y las opciones “Poco” y “Nada” tienen un 6,6% y un 3,9% respectivamente, con un total del 10,5% de la muestra que indica sus reticencias a considerar que los dispositivos móviles tendrán ese papel relevante en el ámbito profesional.

En el post-test, de nuevo las opciones “Mucho” y “Bastante” obtienen un porcentaje más alto, con un 38,9% (n=28) en los dos casos, es decir un total del 77,8% (n=56) considera que el papel de los dispositivos móviles será relevante. La opción “Normal” mantiene un porcentaje similar también, con un 15,3% (n=11), y las opciones “Poco” y “Nada” presentan un 2,8% (n=2) y un 4,2% (n=3) respectivamente, siendo un total de participantes inferior al del pre-test los que mantienen las dudas respecto al papel de los dispositivos móviles en los próximos años, en concreto un 7% (n=5).

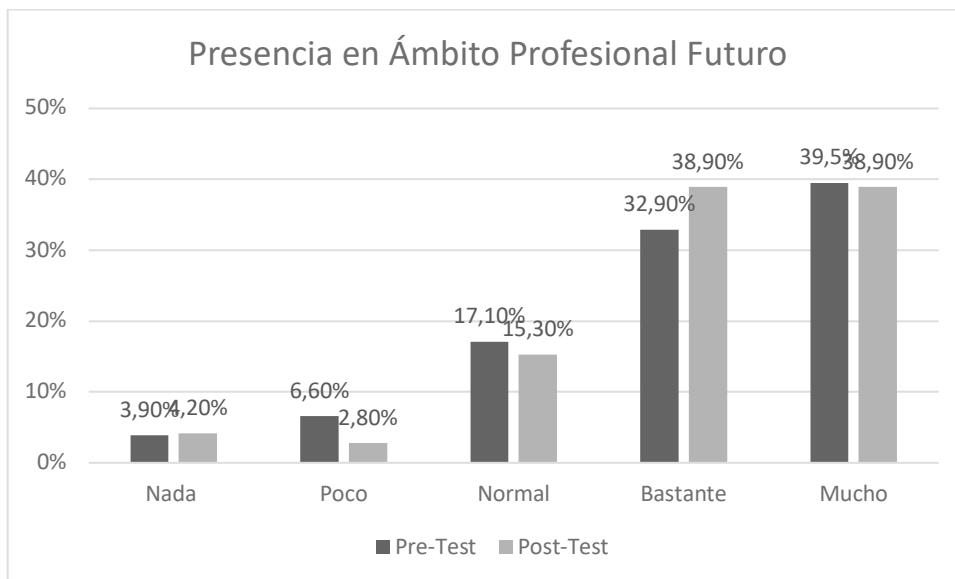


FIGURA 25 - RESPUESTAS SOBRE LA IMPORTANCIA QUE CONSIDERAN QUE TENDRÁN LOS DISPOSITIVOS MÓVILES EN EL ÁMBITO PROFESIONAL EN LOS PRÓXIMOS AÑOS.

## 8. Valoración de la Acción realizada en la Fase 2

En el post-test se introdujo una cuestión que no estaba presente en el pre-test, focalizada en la valoración que realizaban los participantes de la introducción de dispositivos móviles en sus estudios a través de la práctica realizada en la asignatura de Técnicas de cámara. Esta práctica es la acción realizada en la Fase 2, comentada anteriormente. En este caso, esta pregunta ofrecía también una escala de Lickert con 5 opciones que van del “Muy negativamente” al “Muy positivamente”.

En este caso, es destacable que un 52,8% (n=38) indica que la valora “Muy positivamente”, junto a un 22,2% (n=16) que la valoran “Positivamente”. Por tanto un total del 75% (n=54) valora de forma positiva o muy positiva la acción llevada a cabo y la introducción de dispositivos móviles en su formación.

Por su parte, un 20,8% (n=15) considera la acción de forma neutra, mientras que un 4,2% (n=3) como “Negativa” y nadie indica considerarla “Muy negativa”.



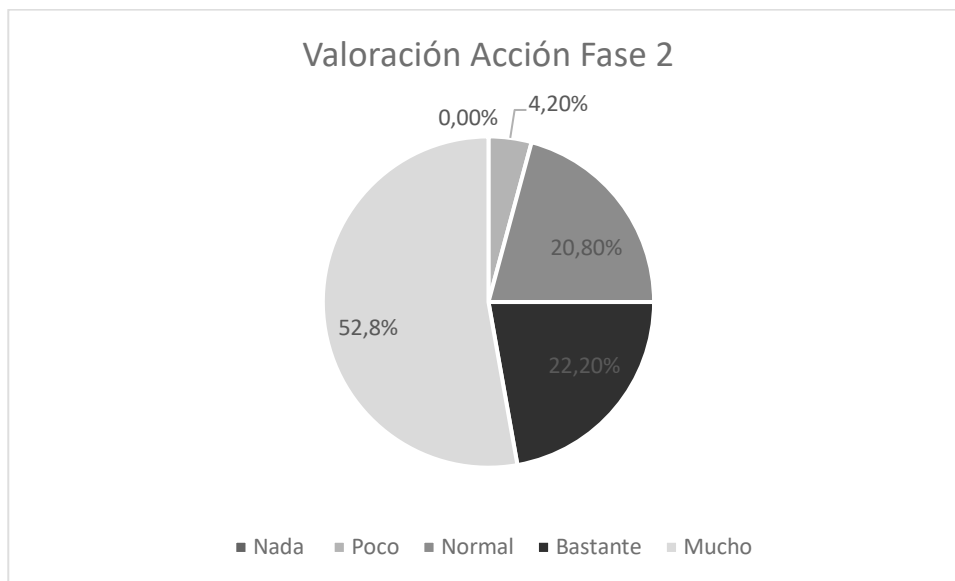


FIGURA 26 - RESPUESTAS SOBRE LA VALORACIÓN QUE HACEN DE LA INTRODUCCIÓN DE DISPOSITIVOS MÓVILES EN SUS ESTUDIOS A TRAVÉS DE LA PRÁCTICA REALIZADA.