



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**Reportaje Audiovisual VOCALOID. Los cantantes del futuro
hoy en Factor Ciencia de canal 11**

TESIS PROFESIONAL
para obtener el título de
LICENCIADA EN
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA:
CUEVAS VEGA NEREYDA MARÍA

ASESOR:
BALCÁZAR GARCILAZO RICARDO JESÚS

Ciudad Universitaria, México, Septiembre 2013





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas

Tesis Digitales

Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Índice

Contenido	Página
 Agradecimientos.....	1
 Introducción.....	4
 Protocolo de investigación	6
 Capítulo 1: Reportaje. Estado del Arte	15
✓ Historia	15
✓ 1.2 Evolución	17
✓ 1.3 Antecedentes	21
✓ 1.4 Definición de Reportaje	24
 Capítulo 2: Reportaje Audiovisual.....	28
✓ 2.1 Lo Audiovisual	28
✓ 2.2 El Reportaje en los medios audiovisuales	30
✓ 2.3 Tipos de reportaje audiovisual	33
✓ 2.4 Técnica y Estructura del reportaje	37
✓ 2.5 Proceso de Realización del reportaje por televisión	42

	Capítulo 3: VOCALOID.....	45
---	---------------------------	----

✓	3.1 Origen	47
✓	3.2 Personajes: Características y Personalidades	50
✓	3.3 Impacto	63
✓	3.4 El hombre y la comunicación a través de la música	66

	Capítulo 4: Elaboración del Reportaje VOCALOID.....	68
---	---	----

✓	Protocolo de Producción	68
✓	Guión	77
✓	Bitácora de Producción	84

	Conclusiones.....	86
---	-------------------	----

	Fuentes.....	89
---	--------------	----

✓	Bibliografía	89
✓	Cibergrafía	90

	Anexo: DVD.....	91
---	-----------------	----

Agradecimientos

Antes que nada me gustaría aclarar que escribir esta tesis ha sido lo más agobiante que he hecho hasta ahora en mi formación profesional, pero no lo digo en el sentido de que haya sido un fastidio. Me refiero a que llegué a un punto en el que me había dado cuenta que si no luchaba contra mis propios miedos no llegaría a ninguna parte y no podría dar el siguiente paso para cumplir mis metas en la vida. “¿Miedo a qué?” se preguntarán. Pues miedo a convertirme en adulto, y a no ver al mundo como lo hacía cuando era una estudiante, ver que varios compañeros han alcanzado lo que yo aún no. Pero ahora por fin ha llegado mi turno, y es que a todos nos llega en el momento preciso.

Realmente fue un trabajo duro en todos los sentidos pero más específicamente en el área emocional; tuve que trabajar más en mi misma, en lo que pensaba y organizar la imagen propia que tenía: una persona que tuvo el privilegio de estudiar en una gran Universidad con maravillosos profesores que día a día enseñan a sus alumnos lo emocionante y hermoso de nuestra carrera y la satisfacción de hacer las cosas bien, aunque ello implique un gran esfuerzo.

Por eso mismo quiero agradecerle a mi segunda casa: la UNAM, que me acogió durante todos estos años después de haber logrado ingresar tras varios intentos fallidos por medio del examen de admisión. Pude llegar a ella y ampliar mi criterio y conocimientos, me hice una alumna más crítica, analítica y comprometida con su labor universitaria. Al mismo tiempo pude conocer hermosas personas con diversas formas de pensar con quienes recorrí parte del camino compartiendo risas, tristezas, desvelos para poder entregar las tareas y trabajos en equipo, el estrés de que nuestras producciones no salieran como lo planeábamos, los descansos en nuestras siempre atesoradas bancas de la explanada. Gracias a mis amigos y compañeros que me acompañaron día a día desde muy temprano en las clases hasta altas horas de la madrugada comunicándonos por internet para saber si ya habíamos terminado la tarea para el día siguiente.

También gracias a mis profesores, a los que algunos los califican como “malos”, “buenos” o “excelentes”, a todos por igual les agradezco porque en gran medida, parte de mi criterio y formación universitaria y claro, mis conocimientos se vieron enriquecidos por ellos que con cada trabajo me enseñaron el valor del esfuerzo personal, que uno no debe rendirse y así seguir hasta terminar con un plan, ya sea de producción o de vida. Sobre todo, le agradezco a un magnífico profesor y al mismo tiempo mi asesor de tesis: Ricardo Balcázar porque me ha apoyado en este proyecto y me ha tenido la paciencia y el apoyo que necesitaba para sacar adelante este trabajo; por él descubrí el amor a la producción audiovisual.

Otro grupo de personitas a quienes les debo las gracias y no menos importantes, son mis amigos: a “Dori” mi hermanita Ingeniera que también acaba de cumplir su meta de titularse y quien me ha apoyado en muchas situaciones por las que precisamente la considero como hermana. A mis amigos del bachillerato, pero sobre todo a Diana, Fernanda, Alma y Magaly: aunque fui la única en conseguir entrar a la UNAM me enorgullezco de que ustedes también lograran su meta de titularse, así que yo también lo hago por ustedes, por esos sueños que llegamos a compartir.

A todos mis amigos que he hecho por medio de internet y sobre todo a la comunidad fandubber, con quienes tengo el mismo objetivo: ser actriz de doblaje, gracias a ustedes no he olvidado esa parte de mí. Gracias a “Harima3”, “HK” y “Xelz”, que de alguna u otra forma me dieron ese empujón que necesitaba, cada quién a su manera pero lograron que me acercara más a mi meta.

A dos personitas importantes a quienes puedo llamar “hermanosos”: Toño e Iván “Kaiv”; gracias por aguantarme tantas y tantas cosas, berrinches, locuras y lágrimas; ustedes fueron también parte de este gran pilar que sostiene mi sueño que está por cumplirse, gracias por su amor, por su comprensión, sus regaños, por hacerme sonreír en los momentos más difíciles y por animarme siempre a continuar.

Y como parte fundamental de este logro, se encuentra mi familia, quienes nunca dejaron de confiar en mí y en alentarme: mis sobrinos pequeños, que a pesar de no entender aún todo el proceso que implica realizar una tesis siempre me preguntaban

por mis avances en ella; mis niños, por fin su tía está por terminar su “tarea”. Gracias a mis tíos, primos, sobrinos y también a todos mis padrinos que siempre se han preocupado por mí y mi avance como profesionista. Además, como parte importante de mi familia, también les dedico este logro a mis abuelos paternos Don Wildo y Josefina y mis abuelos maternos Don Juanito y América, que a pesar de ya no estar en este plano existencial, siempre me han acompañado con sus recuerdos y amor.

Pero a quienes les debo mucho más que un simple “gracias” son mis padres: Juanito y Nereyda, los mejores ejemplos que pude tener, quienes me han enseñado a no rendirme y luchar por lo que quiero, quienes me han formado en conocimientos, ética y amor acompañándome día y noche para poder sacar adelante mis proyectos, quienes les debo todo: su dedicación, su comprensión y paciencia, su guía y consejo; perdónenme por tanto tiempo que los preocupé al postergar este paso que debí haber dado antes. Mamá, Papá: por fin lo logré y todo se los debo, porque sin ustedes no sería nada.

He sido muy afortunada en tener a tantas personas que se preocupan por mi y mi desempeño, así que mi compromiso ahora es seguir adelante y no defraudar a los que han sido parte de este logro, porque no sólo es un compromiso conmigo misma, es con los míos y la sociedad como lo es quien forma parte de la comunidad de la Universidad Nacional Autónoma de México.

“Por mi raza hablará el espíritu”

Introducción

El hombre siempre ha querido conseguir que sus creaciones perduren a pesar del tiempo y del espacio y una de ellas son los relatos: historias que se realizan con la finalidad de dar a conocer a las generaciones venideras lo que se acostumbraba realizar o incluso lo que acontecía cuando dichas personas aún vivían. Sin embargo, no sólo había un interés en los hechos pasados, también se interesaban por lo que sucedía en ese mismo instante en otros lugares del mundo (algo impensable para las primeras comunidades humanas pues no había forma de comunicar a distancia lo que ocurría en otros lugares).

Fue entonces cuando surgió el periodismo: esa herramienta que nos acerca y comunica los unos con los otros, que nos hace conscientes de nuestra realidad, de los distintos modos de vida de las demás personas y de los cambios sociales que se avecinan.

En el periodismo hay varias formas de retratar nuestra realidad, formas de contarla y tratarla a las que llamamos géneros, los cuales se diferencian dependiendo el tratamiento que se desee dar al hecho: puede ser una opinión, una descripción detallada, un análisis, una reseña o simplemente dar los puntos más importantes sin profundizar.

En el presente trabajo de investigación y práctica tenemos presente al reportaje como género periodístico y audiovisual, por lo tanto, hay una investigación detrás del fenómeno a retratar. Para entender al reportaje hay que entender todos los procesos que tuvieron que ver con su origen, sus características y cómo es que se realiza. Igualmente veremos cómo se lleva a cabo de forma audiovisual, pues si bien tiene similitudes, también hay diferencias entre la prensa escrita y la prensa televisiva.

En el capítulo uno se expone desde el punto de vista de la prensa escrita la forma en la que se concibe al reportaje, su historia, los procesos por los que atravesó el periodismo para poder considerarlo como un género ya consolidado, varias

concepciones teóricas sobre él y los primeros registros que se pueden considerar los antecesores del reportaje además de su definición como lo conocemos actualmente con sus características y tipología.

En el segundo capítulo se abarca una visión más enfocada hacia el ámbito audiovisual, es decir cómo se aborda el reportaje en la televisión, los pasos que se necesitan retomar para la creación de este género, otro tipo de clasificación para poder ubicarlo dependiendo del contenido, la forma en que se relatarán los hechos, su duración y el programa en el que será transmitido. Además de lo anterior, también es necesario explicar cuál es el proceso de producción y sus elementos narrativos audiovisuales que contiene y nos ayudan a su realización.

El siguiente capítulo corresponde a una investigación sobre VOCALOID, explicar su procedencia, las compañías que se dedican a la creación de estos cantantes virtuales, los diferentes personajes que han tenido éxito en Internet, sus perfiles psicológicos (lo que les ha dado mayor peso afectivo entre sus fans), también el proceso que se dio para su difusión, asimismo también está presente la relación de la música como un tipo de comunicación que establece el ser humano con otros.

El último capítulo está destinado a la elaboración del reportaje como producto audiovisual, por lo tanto se expone el protocolo de realización explicando las características que tiene en particular nuestro video a transmitir y la plataforma donde se pretende televisar, de igual manera el guión y los planes de producción que son necesarios para la elaboración del mismo, con la bitácora de producción a manera de reporte de lo ocurrido al momento del levantamiento de imagen y diseño de la idea central del reportaje.

En este proyecto lo que se desea es mostrar a la audiencia el fenómeno que representa VOCALOID dentro de la industria musical y del entretenimiento, la novedad tecnológica con la que se mantiene y desmenuzar cada uno de sus elementos que han hecho posible que su éxito se mantenga e incremente, así como una visión a futuro de lo que podría representar en la sociedad y en la industria audiovisual.

Título:

Reportaje audiovisual VOCALOID. Los cantantes del futuro hoy en Factor
Ciencia de Canal 11

Planteamiento del Problema:

Gracias a la tecnología, el ser humano explora nuevos horizontes y haciendo uso de estos medios, se desea ir más allá de lo conocido por el hombre. Claramente tenemos la necesidad de crear algo que trascienda a través del tiempo y en la sociedad contemporánea, como por ejemplo, el controversial tema de la vida artificial y a raíz de este desarrollo tecnológico, éstas puedan ir aumentando la capacidad de convivir con los seres humanos, y hasta les sea posible tener sentimientos y voluntad propia (me refiero a este tema como controversial dado que, hay quienes afirmarían que los creadores de estas diferentes formas de vida, anhelan igualar a Dios, tal como sucede con la clonación).

Ahora bien, uno de los medios por los cuales los seres humanos plasmamos nuestra esencia es a través de la música y la intención con la que se expresa el mensaje -aquí nos encontramos con el sistema básico de la comunicación: hay un emisor que quiere transmitir un mensaje determinado a un receptor, al cual, se desea producir alguna respuesta, pues recordemos que la enunciación de un mensaje, conlleva una finalidad y efecto. Está claro que el ser humano puede expresar cualquier sentimiento a través del idioma musical y es por eso que tenemos una gran gama de cantantes famosos en el mundo entero, “estrellas” internacionales, pero ¿qué pasaría si usando las tecnologías, podemos emular la capacidad humana del lenguaje y usarlo para transmitir estos sentimientos a través de la música?

Pues precisamente de eso se trata este trabajo, puesto que en la actualidad, esto es posible gracias a unos señores que se les ocurrió crear un software

para emular y sintetizar la voz humana, es decir, hay un proceso de digitalización del rango de la voz y los alcances sonoros.

Y aquí es el momento de preguntar ¿por qué se ha elegido a los VOCALOID para tema de investigación? Lo que empezó como un simple programa de computadora y con un click en la Internet para reproducir un video de un todavía desconocido personaje femenino de este software en 2007 interpretando un tema extranjero, ahora es un fenómeno mundial en la Red, dicho personaje es en la actualidad, un icono en la cultura musical de los otakus (jóvenes que gustan de la animación japonesa, manga y videojuegos).

Se eligió el tema de investigación, gracias a esta facilidad que nos brinda la Internet para recibir información, ya que cada vez se está haciendo más accesible para todos, pues hay un intercambio de información que hace posible conocer las nuevas tendencias en otros países, y es que, realmente es increíble el pensar que sólo basta con escribir *VOCALOID* y darle click en el buscador o en una página de videos, para que puedan aparecer millones de imágenes, archivos y sentimientos incluso, dedicados a estas ya figuras importantes en la música nipona, aunque ficticias, sus admiradores van acrecentándose no por día, sino hasta por hora, y en lo personal, debo reconocer que este mundo me ha cautivado, pues lo que tiene VOCALOID es una diversidad de personajes y cada uno con una personalidad, estereotipo y apariencia diferente, lo que hace más rico el contenido de las canciones, puesto que van (en los temas que tratan) desde lo más inocente y hasta sin sentido, pasando por lo cotidiano en la vida humana e incluso, tratan temas fuertes, algunos subjetivos y lo que tal vez asusta a la mayoría, temas sombríos y lúgubres y otros de corte erótico.

Pero el motivo principal por el que se decidió trabajar el tema de VOCALOID en un reportaje fue porque varios noticieros en televisión alrededor del planeta (y también los nacionales) han hablado sobre Miku, pero no han explicado

realmente la historia detrás de ella: su creación como software, el impacto en el medio juvenil y el medio, y proceso de difusión.

En este trabajo lo que se busca es principalmente dar a conocer esta diversidad de cantantes que VOCALOID ofrece al mundo a través de sus “divas virtuales” y que incluso, pudiera ser que una máquina o un programa pudiera ya en la actualidad, rebasar al hombre en el ámbito musical.

Justificación:

A primera vista, antes de haber definido el tema, tal vez no daba la impresión de tener relación alguna con el área de la producción, pero esta idea fue modificada, puesto que, al elegir e ir definiéndolo, se buscó dicha relación con la carrera, y ahondando más en información, se encontró más de lo que se esperaba.

¿Por qué VOCALOID? Pues esta palabra es el nombre de un software que permite simular la voz humana y hacer posible que “la computadora te cante lo que quieras” con sólo introducir una pista musical y la letra de la misma y listo, se tiene a su propio cantante particular en la comodidad de nuestro hogar; pero, lamentablemente, esto sólo tiene una parte de cierto, pues el programa no es tan sencillo de manipular para que el VOCALOID (el cantante dentro de la computadora, por así decirlo) cante, pero ¿entonces quiénes se dedican a difundir la música VOCALOID? Bueno, pues ahí entra el ingenio de los mismos japoneses por haber tenido la curiosidad, dedicación y empeño para que esto fuese posible.

Ahora bien, sabemos que actualmente, la cultura y tecnología japonesa ha cruzado las barreras de la distancia, puesto que la Internet hace realmente que el mundo sea pequeño, en el sentido de que todo se puede encontrar con sólo un click y esto lo tenemos claro con la “propagación” de la cultura otaku, es decir, personas que les gusta lo proveniente del país del sol naciente en específico – y hay que aceptar que la autora de esta tesis

también lo es, así que es otro de los motivos por los que se escogió el tema a tratar, puesto que hay un acercamiento con él y una familiaridad constante- , así que no es de extrañarse que los principales consumidores y distribuidores en el mundo de estas canciones sean los mismos otakus.

Ahora, ya se ha explicado el aspecto auditivo en nuestro tema de investigación, pero aún hay más, puesto que, gracias a los mismos fans de los VOCALOID, existen videoclips donde estas divas virtuales narran el contenido de sus canciones (desde temas tan bobos como un canto al jugo de verduras, hasta llegar a lo más espeluznante como canciones dedicadas al gore y la desesperación y locura humana) e incluso, hay quienes los hacen bailar en grupo (los cuales, después en convenciones de anime y manga, grupos de estos jóvenes otakus, recrean o cantan las mismas canciones), es decir, ya están incursionando en el área de la animación, despertando gran controversia entre los fans que desean con gran fuerza, que la compañía creadora de los VOCALOID, permita la producción de una serie televisiva de los mismos personajes; y hasta hay quienes no conformes con esto, buscando y experimentando con el programa, ahora podemos escuchar a estos simpáticos personajes interpretando temas en español que pertenecen al contexto mexicano, un ejemplo de ello es la popular canción infantil *En un bosque de la china*, con la cual, se han ganado más fama.

Así que se espera con este trabajo cumplir con todos los objetivos, presentando un documental de forma amena para el público, exponiendo los rasgos más importantes del software que actualmente está creciendo aún más como fenómeno cultural, musical y visual.

Objetivo General:

Mostrar a través de un reportaje audiovisual el éxito e impacto que ha logrado VOCALOID entre la comunidad otaku por medio de la Internet, así como explicar su origen, características y obtener una reflexión por parte del espectador sobre la posibilidad de suplantar a un cantante de carne y hueso por un personaje virtual.

Objetivo Particular:

- o Explicar lo que es propiamente un VOCALOID con sus características, funcionamiento; así como los diferentes personajes y factores que hacen posible el éxito de VOCALOID.

Pregunta de Investigación:

¿Cuál es la magnitud y cómo fue la obtención del gran éxito VOCALOID?

Hipótesis:

El éxito que VOCALOID ha tenido, se debe a la propagación de videos en Internet donde dichos personajes “interpretan” canciones de distintos géneros musicales que relatan historias, situaciones de la vida cotidiana o de corte cómico y absurdo, además el que los mismos consumidores de su música crean videos y animaciones de estos cantantes, seguramente es un escalón más en el éxito de VOCALOID.

Es posible que su popularidad se deba también al anhelo de encontrar un ser o persona perfecta y diseñada con características determinadas para cumplir gustos y necesidades del ser humano, basándose en la recreación de estereotipos, reacciones, personalidades y demás características estéticas añadidas a los VOCALOID, hacen posible el gusto por la imagen de estos cantantes.

Metodología a utilizar

Tipo de investigación

- **Analítica**

En el presente trabajo se aplicará el tipo de investigación analítica, ya que necesitamos examinar los componentes que hacen del fenómeno VOCALOID un éxito a través de internet. La investigación Analítica se compone de dos elementos:

- Síntesis: Reunir toda la información de forma coherente para reconstruir una totalidad.
- Análisis: Desintegrar una totalidad para identificar cada una de sus partes.

Así que en esta investigación se profundizará sin modificar nada de lo mostrado en un reportaje audiovisual, pues lo que se desea es únicamente informar a las demás personas sobre el movimiento de VOCALOID a través de la Internet y también justificar la importancia que tiene este fenómeno para la innovación tecnológica y musical.

Teóricos a utilizar

Para esta tesis es necesario trabajar en dos partes: la primera, que abarca la investigación sobre el género de reportaje (para poder aplicar sus características al producto audiovisual que se desea presentar) y la segunda es la investigación sobre el tema de VOCALOID.

En la primera parte de investigación sobre el reportaje, se ha decidido retomar textos, conceptos y análisis de Mariano Cebrián Herreros, Luis Velázquez, Sofia F. Parrat y Javier Ibarrola.

Para la segunda parte donde se enfocará al fenómeno VOCALOID, se retomarán también los conceptos e ideas de George Yúdice, Theodor Adorno y Deanna Campbell sobre la conexión afectiva, expresiva, social y tecnológica que el ser humano mantiene con la música.

Fuentes a utilizar

- Fuentes primarias

Como fuentes primarias se tiene contemplado consultar los libros de los autores mencionados:

- Mariano Cebrián Herreros. *Información Audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones.*
- Luis Velázquez. *Técnica del Reportaje.*
- Sonia F. Parrat. *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas.*
- Mariano Cebrián Herreros. *Géneros Informativos Audiovisuales.*
- George Yúdice. *Nuevas tecnologías, música y experiencia.*
- Theodor W. Adorno. *Sobre la música.*
- Deanna Campbell Robinson... [et al.] *Music at the Margins. Popular Music and Global Cultural Diversity.*

También se utilizarán artículos de Internet, ya que la mayor parte de la información sobre VOCALOID se encuentra en la red al ser un tema relativamente nuevo y nadie ha publicado versiones impresas sobre ello.

- Fuentes secundarias

En cuanto a las fuentes secundarias, se tienen destinadas para la parte de producción del reportaje. Se entrevistará a personas que estén inmersas en el tema de VOCALOID para obtener una explicación amena y quede mejor plasmada la

información que se desea brindar. Se realizarán a fans de VOCALOID para conocer su punto de vista sobre dichos artistas y también se entrevistarán personas que están llevando a cabo en nuestro país el proyecto de creación y difusión de un VOCALOID mexicano.

Tiempo y Espacio

El origen del fenómeno VOCALOID tuvo lugar en Sapporo, Japón y a través de los años subsecuentes su éxito se ha propagado por Internet, lo que rompió las fronteras físicas siendo posible su popularización en la mayor parte del globo terráqueo.

En la investigación se retomará información de esta red, puesto que al poseer universalidad todo usuario tiene acceso a la gran ola de innovación musical que representa VOCALOID, sin embargo, para la elaboración del reportaje se mostrará el resultado que ha tenido desde su lugar de origen hasta lo último que se está haciendo en la actualidad en el continente americano (principalmente Estados Unidos y México) en cuanto a industria comercial, entretenimiento y desde luego musical y visual para los jóvenes.

Esquema del Proyecto:

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1: Reportaje. Estado del Arte

- 1.1 Historia
- 1.2 Evolución
- 1.3 Antecedentes
- 1.4 Definición

CAPÍTULO 2: Reportaje Audiovisual

CAPÍTULO 3: VOCALOID

- 1.1 Origen
- 1.2 Personaje
- 1.3 Impacto
- 1.4 El hombre y la comunicación a través de la Música

CAPÍTULO 4: Elaboración del reportaje VOCALOID

CONCLUSIÓN

ANEXO: DVD

CAPÍTULO 1: Reportaje. Estado del Arte

1.1 Historia

Desde tiempos ancestrales el ser humano ha tenido la gran necesidad de preservar los momentos más relevantes sobre la correlación entre él y su entorno, esto lo podemos encontrar desde las primeras pinturas rupestres, danzas, cantos y escritos en la historia de la humanidad (es decir, las diferentes formas de expresión) y esto se lo debemos a nuestra maravillosa capacidad de comunicación.

Como muestra de ello, tenemos al periodismo que nos sirve para imprimir el presente y el pasado a través de sus diferentes géneros y estilos, así mismo posee una exigencia social para explicar los hechos detalladamente al público, el cual está sometido al paso de los años y es por ello que el periodismo debe ampliar su conocimiento sobre dichos hechos y el contenido informativo que se provee.

Ahora, hay muchas versiones sobre el origen del reportaje como género periodístico, pero la que nos expone Salazar Herrera¹ es que se encuentra en un periodismo interpretativo por el compromiso de brindar un contexto de la noticia y no una simple exposición informativa sobre los hechos, es algo más profundo.

Para poder entender al reportaje, hay que empezar por conocer la historia del periodismo, el cual tuvo 4 etapas evolutivas: la primera, que empezó con carácter informativo (que es el más utilizado en las notas, es objetivo y no posee ninguna postura del redactor); la segunda pertenece al periodismo ideológico (que surgió a partir de las guerras expansionistas a principios del siglo XX y el creciente espíritu moralizador de la política y religión); la tercera etapa corresponde a un periodismo donde crece la responsabilidad social del escritor, es decir, busca profundizar más en los hechos, sus causas y consecuencias sin introducir su propio criterio ni interferir en la narración de los acontecimientos. Y la cuarta y última etapa del

¹ Salazar Herrera Rosa Milagros. *Hacia un periodismo especializado ágil y creativo: la experiencia de la revista de transportes Señales (1996-1998)* [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/Human/Salazar_HR/enPDF/Cap1.pdf] (fecha de consulta: 15/10/2012 5:59 p.m.)

periodismo, le corresponde a la de la especialización, que es el que se enfoca a un solo público definido y su propósito es el de servir mejor a dicho sector al que va dirigido.

Como bien sabemos, gracias a los cambios sociales e históricos, las ciencias que se encargan de su estudio y análisis no son la excepción, lo mismo sucede con el periodismo, pues, a raíz de dichos cambios debe cumplir con las necesidades y expectativas de su público al que va destinado, pues éstas van transformándose junto al contexto ya mencionado (evolución social e histórica) ejerciendo una reordenación funcional y estructural periodística.

Dada la demanda en cuanto a exigencia social del periodismo, se deben profundizar los temas a tratar con más detalle, ya que los lectores desean saber más cosas sobre determinados acontecimientos, de ahí debe aplicarse una amplitud de conocimiento sobre este entorno informativo.

En un inicio, el periodismo nace como un análisis sociológico y no tanto como forma literaria como muchos podrían suponer y para ello se crearon distintas teorías clasificadoras de géneros para poder identificarlos, cada uno con características que los identifican.

La literatura es opuesta al periodismo puesto que en ella se exponen mundos ficticios donde se imitan las acciones de la realidad y se crean personajes, por otro lado el periodismo retrata hechos, personajes y acciones reales.

El origen de la clasificación de los géneros periodísticos está vinculado a la evolución sociológica, es decir, las distintas etapas en la historia de la humanidad (como ya se mencionó anteriormente y a continuación se detallarán con más detalle).

1.2 Evolución

Como hemos dicho anteriormente, la aparición y el desarrollo de los géneros periodísticos se debió al progreso de la historia en la sociedad y sus distintas etapas.

Una de ellas fue cuando los periódicos anglo-americanos poseían una supremacía sobre la prensa francesa, ya que era mucho más objetiva y se dedicaba a la exposición de ideas, al contrario, los periodistas galos interpretaban la información para facilitarla a sus lectores. Esto se mantuvo hasta la llegada de la primera guerra mundial.

Posteriormente, en España se dio la aparición de los distintos géneros periodísticos, tales como: la nota, el reportaje, crónica, artículo, entre otros y esto se debió al golpe de Estado que sufrió este país, ya que antes el periodismo informativo fue perdiendo aceptación y el periodismo ideológico ganó más lectores y público interesado.

Ahora bien, en las últimas décadas se ha generado un gran debate sobre la aceptación y vigencia de los géneros tradicionales, ya que algunos académicos los catalogan como obsoletos. Sin embargo, para saber si esta postura es sostenible, es necesario conocer las diferentes teorías clasificadoras que se desarrollaron para tener una visión mucho más clara acerca del debate y para ello, Sonia F. Parrat² nos describe las siguientes:

➤ Teoría de los esquemas del discurso

Propuesta por Teun A. van Dijk, la cual tiene un punto de vista dual, ya que divide en dos su esquema de discurso periodístico: uno es el esquema narrativo (relatos) y el otro es el esquema argumentativo. Sin embargo, esta división de esquemas ha sido criticada por considerarse simple y anticuada.

² Parrat Sofia F. *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas*. Pág. 18.

➤ Teoría Normativa de los géneros periodísticos

Propuesta por José Luis Martínez Albertos en 1989, que plantea al periodista como aquel que se sitúa en el “mundo de los hechos”, ya que en su mensaje existe la “no-intencionalidad” y no introduce su punto de vista en el relato de los sucesos.

Además, Albertos no concibe el escribir mezclando los géneros periodísticos en un mismo texto; para él, si en alguna parte del escrito el lector encuentra un género de opinión podría tomarlo como verdad de los hechos.

Su concepción sobre la finalidad de los textos periodísticos es únicamente interpretativa, tal como lo hacía la tradición europea.

➤ Teoría del Sistema de textos

Esta fue formulada por Héctor Borrat en 1981 donde se propone una clasificación de géneros parecida a la tradición ibérica, la cual se compone de textos narrativos y argumentativos, es decir, son textos mixtos.

➤ La teoría propuesta por Mar de Fontcuberta señala a la noticia, el reportaje, la crónica y el comentario como géneros fundamentales periodísticos, además propone un vínculo entre la aparición de los mismos y la historia y etapas del periodismo donde los géneros de opinión pertenecieron a la época del periodismo ideológico; los géneros de noticia, reportaje y crónica estarían presentes en el periodismo informativo; y el reportaje a profundidad pertenece al periodismo de explicación. Así mismo, la teoría sostiene que la forma de redactar la información tuvo un cambio continuo en el cual hizo posible la relación entre los diversos géneros existentes y derivó en la creación de subgéneros.

➤ Teoría de los géneros

Esta fue propuesta por el profesor Llorenç Gomis, en la que nos expone una evolución en los géneros, ya que por siglos se había establecido que debía seguirse ciertos modelos y debían ser permanentes, sin embargo, por el crecimiento del público y de la necesidad de información se llegaron a establecer los géneros

periodísticos. La postura de Llorenç Gomis nos refleja la idea del nacimiento de los géneros como un proceso evolutivo del periodismo sujeto a las necesidades y demandas sociales ya que proporciona modelos y esquemas de referencia informacional.

- Josep M^a Casaús y Luis Núñez Ladevéze proponen que los géneros han sufrido cambios y crisis a lo largo del tiempo. Una de ellas fue en 1920 y 1930 cuando la influencia de la literatura de vanguardia estaba presente en la prensa. La siguiente fue durante los años 80 debido a factores de origen social: los nuevos cambios tecnológicos e ideológicos. La idea principal de dicha propuesta es la de proporcionarle carácter interpretativo al periodismo.
- José Sánchez y Fernando López Pan favorecen la clasificación de los géneros porque desempeñan su función social y son de gran ayuda en la lectura de un periódico. Ellos establecieron una clasificación de tres grupos de géneros periodísticos: 1) el primero es el de los géneros de reporterismo, que contienen criterio de actualidad (noticia y crónica); 2) el segundo pertenece a los géneros de autor, que son caracterizados por compartir información de forma institucional o personal (editorial y columna); 3) el tercero se refiere a los géneros del periodismo especializado a un destinatario en concreto (crítica).
- La argentina Ana Torresi ve tres formas de expresión en las que se encuentran diferentes intencionalidades: la informativa, la cual está formada por trabajos de investigación como noticias, crónicas, notas y reportajes; la otra intención es la de entretenimiento y se refiere a las ilustraciones, fotografías y literatura (entretenimientos varios).

Como hemos visto, muchas de las tipificaciones hechas a los géneros periodísticos se debieron a la evolución en constante cambio de las prácticas sociales y lo que originó la clasificación de los géneros fue el contenido de la información que se deseaba brindar en los textos.

Para comprender más la procedencia del reportaje, su formación y sus características esenciales es necesario indagar en los factores y procesos que dieron origen a este género periodístico que es de gran importancia y cómo es que evolucionó a la forma en la que es conocido actualmente.

1.3 Antecedentes

Ahora, con respecto al tema del reportaje, mucho se ha especulado de su origen, desgraciadamente con pocas investigaciones al respecto y sin encontrar una fecha exacta y las opiniones sobre esto varían constantemente, sin embargo se le considera tan antiguo como la humanidad misma.

Uno de los primeros reportajes que se tiene registro en la sociedad occidental data de 1587 en Alemania. Esta publicación se encontró en unos escritos llamados *Zeitung* que eran utilizados por una empresa financiera para informar a sus usuarios acerca de temas diversos. En uno de ellos se difundió la supuesta confesión de una bruja que hizo pactos con el demonio y su estructura consta de doce párrafos de los cuales: el primero invitaba al lector a seguir leyendo, los otros siete relataban los hechos cronológicamente, el noveno y décimo brindan más datos sobre el suceso y los dos últimos cerraban la noticia.

Otro texto encontrado en 1884 que se toma en cuenta como precursor del reportaje es el del periodista W. Thomas Stead para el diario londinense *Pall Mall Gazette* en el que el tema trataba sobre la prostitución en la capital, sin embargo, en el escrito, Stead describía con datos, opiniones, testimonios y demás contribuciones que hicieran posible una perspectiva más amplia sobre el hecho.

En América Latina a finales del siglo XIX, en Colombia ya se estaba consolidando el reportaje con una mezcla de varios estilos narrativos: los ya establecidos con nuevas formas de redacción y nuevas técnicas para conseguir información. El primer reportaje colombiano apareció en un libro y no en un diario como sería de esperarse; dicha narración data de 1873 cuando los contenidos de los periódicos eran de carácter político y aún no tenían la principal dedicación a difundir noticias. *El crimen de Aguacatal*³ (era el nombre de dicho escrito) estaba escrito en prosa y basado en observación de los acontecimientos y testimonios. Se dice que este texto fue uno de los precursores del reportaje en ese país.

³ Biblioteca Virtual de Antioquia. Colombia. [http://biblioteca-virtual-antioquia.udea.edu.co/pdf/15/15_1644893021.pdf] (fecha de consulta: 14/06/2013 5:40 p.m.)

Como cualquier otro producto social tuvieron que pasar por varias influencias y acontecimientos para que se llegara a fortalecer el concepto de reportaje, algunas de ellas fueron de forma gradual y según una relación elaborada por Juan José Hoyos consistieron:

- ✓ Cuadros de costumbres del siglo dieciocho, las cuales dictaban las buenas formas de vestir y las reglas de comportamiento de sociedad.
- ✓ Crónicas de viaje, las cuales fueron redactadas por reporteros que recorrían el mundo en busca de historias o personajes que fueran de interés.
- ✓ Entrevistas publicadas en periódicos anglosajones donde el primordial recurso era el diálogo entre el periodista y el personaje a destacar.
- ✓ Relaciones de Hechos. Estos eran para declarar crímenes sucedidos al rey durante la época virreinal y tenía un parecido con lo que conocemos hoy por crónica.
- ✓ Informaciones de Sucesos Judiciales y Policiales. Estas eran a base de los testimonios de personas que presenciaron el acontecimiento y brindaban muchos detalles al respecto.
- ✓ Los mensajes por telégrafo por parte de las agencias internacionales de noticias.
- ✓ Publicaciones de las primeras revistas y periódicos de 1881.
- ✓ Las novelas realistas del siglo veinte.
- ✓ El cine también creó nuevas formas de narración de hechos.

Estos factores dieron como resultado, la formación del reportaje en España en conjunto al apogeo de la sociedad de comunicación de masas, esto a través de documentales cinematográficos, agencias noticiosas, la radio, revistas ilustradas y también gracias a los más importantes periódicos.

Para los primeros ejemplares de reportaje, se veía una clara carga social y se le otorga su término como tal gracias al escritor Tom Wolfe, quien es considerado como representante del *Nuevo Periodismo*⁴.

⁴ Escuela de Ciencias de la Información. Argentina. [http://uncavim60.unc.edu.ar/file.php/161/Wolfe_Tom_-_El_nuevo_periodismo.pdf] (fecha de consulta: 16/06/2013 6:15 p.m.)

Esta nueva corriente surgió en Estados Unidos durante los años 1960, uno de los periodos históricos más complejos de la sociedad, puesto que se había olvidado al mundo exterior y lo que sucedía en otros lugares del planeta. Lo que Wolfe propuso fue escribir artículos fieles a la realidad utilizando las técnicas de la novela y el cuento, esto fue posible gracias a los diálogos, ensayos, incluso monólogos para crear una respuesta emotiva e intelectual en el lector.

Wolfe vio que la literatura de su época no renovaba sus recursos narrativos, sin embargo eran de utilidad para aplicarse al periodismo para hacer más llamativa y vívida una noticia, además de investigar a fondo los hechos, éstos podían ser ahora de interés para cualquier persona con la información más clara; esto originó el uso del “gran reportaje” o “reportaje de profundidad” o también conocido como “reportaje interpretativo”.

Muchos jóvenes hicieron uso de esta nueva corriente para protestar en contra del ya establecido orden social, es decir, empleaban este nuevo periodismo como una forma de denuncia.

Aquí es donde se también la tenue línea que separa al periodismo y la literatura, sin embargo, gracias a esta última, el reportaje tuvo un importante impulso y desarrollo durante las décadas 1960 y 1970.

1.4 Definición de Reportaje

Para el presente trabajo, se ha decidido abarcarlo mediante el género periodístico del reportaje, ya que se brindará al público, la información obtenida de una labor de investigación, además, se realizarán entrevistas con personas que conocen o no del tema (ya sea por observación o participación directa) y se mostrará la realidad del fenómeno **VOCALOID** que se está llevando a cabo en la internet entre la comunidad otaku.

No se pretende dar una postura, únicamente mostrar tal cual lo que acontece en este campo de la música y tecnología a las personas ajenas a dichos acontecimientos.

Como estamos hablando de un producto que mezcla dos ramas de la comunicación (periodismo y producción audiovisual), es necesario entender la definición de un reportaje como tal y sus características, así también los tipos de reportaje que existen y lo más importante, delimitar cuál es que se llevará a cabo.

Anteriormente se mencionó que el reportaje es un género periodístico donde busca informar meramente sin una emisión de juicio u opinión, manteniendo la libre reflexión por parte del público, como menciona Javier Ibarrola, el reportaje “debe abarcar el desarrollo de los sucesos importantes para el público y representarlo con la más extremada fidelidad y detalle, de forma tal que lleve al lector consigo y le haga captar y vivir hechos con él”⁵.

Para que el reportaje sea atractivo para nuestro público, se necesitan ciertas características⁶ importantes que no hay que olvidar, aunque este sea un trabajo para producción audiovisual, no hay que olvidar los fundamentos del periodismo.

⁵ Ibarrola Javier. *Técnicas Periodísticas*. Gernika. Pág. 30

⁶ *Ibidem*. Pág. 33

Dichas características son:

- **Actualidad:** Se refiere a que el tema debe estar vinculado al presente de alguna manera, aunque se haya desarrollado en tiempos remotos pero si posee alguna conexión con la sociedad actual es buena señal para aprobar la idea e iniciar con la investigación del tema.
- **Claridad:** Es de vital importancia la utilización de un lenguaje de acuerdo a nuestro target, ya que dependiendo de él se evitarán palabras rebuscadas o tecnicismos innecesarios, ya que no todos los individuos poseen el mismo marco referencial y el mensaje que queremos transmitir será un fracaso, perdiendo el interés de nuestro público.
- **Interés:** Para poder atraer la atención del target, es importante añadirle cierta característica humana, algo que los relacione emocionalmente en el tema que se está desarrollando.
- **Personalidad:** Se refiere al estilo que se le dará al reportaje.
- **Colorido:** Mostrar los sucesos como ocurrieron, valiéndose de la descripción.
- **Vigor:** Más que nada, esto depende de la habilidad del reportero para poder poseer interesado al lector desde el inicio hasta el final del reportaje.
- **Informar:** Como se ha mencionado, debe brindarse la mayor información posible de manera digerible, no sólo arrojar cifras y esperar a que nuestro público entienda por sí solo de lo que hablamos. Por otro lado, tampoco se trata de darle digerida la información, simplemente se trata de seleccionar la mejor información posible y brindarla para que el lector conozca de lo que hablamos.
- **Describe:** Justo en el punto anterior se llegó a una palabra clave: “conocer”, y es por eso que el reportaje se vale de la descripción, para que el lector, que no estuvo presente en dicho acontecimiento o no está al tanto de la información brindada con la mayor cantidad de detalles posibles, para que la procese y pueda hacerla parte de su marco referencial.
- **Narra:** Como en la producción audiovisual, el periodismo se encarga de contar los hechos, los sujetos que intervinieron en ellos y las causas, así se genera el interés del lector en lo acontecido.

Ahora bien, para saber el tipo de reportaje que se abordará se necesita saber cuál es la tipología de reportajes que existe:

- 1) Informativo: En este tipo de reportaje se hace uso de la pirámide invertida, es decir, se tiene un orden descendente en la información, de mayor importancia a menor.
- 2) De Investigación: El reportero siempre debe tener documentación o fuentes autorizadas que respalden la información brindada y jamás debe tomar el papel de acusador.
- 3) Interpretativo: Aquí se le brinda al lector la información más completa posible, sin dejar ni un detalle pendiente, se le explica un tema complejo, sin la necesidad de que intervenga la opinión del reportero.
- 4) Descriptivo: La principal característica de este es la calidad y fidelidad de imagen que se está relatando con lo ocurrido, es decir, el reportero, en base a su capacidad de observación, narra los detalles que intervinieron en el acontecimiento.
- 5) Entrevista: Lo que busca este reportaje es retratar la vida de una persona y su contexto, así como lo que sucede mientras el reportero recaba la información de dicha persona.
- 6) Autobiográfico: Es importante destacar que para un reportaje, el reportero nunca debe ser la noticia, sin embargo, lo es cuando no sólo es testigo de lo acontecido, sino también protagonista de los sucesos. Únicamente por esta regla, el reportero es el sujeto de la noticia.
- 7) Gran Reportaje: Este es la mezcla de todos los reportajes anteriores, ya que es el más completo en cuanto a labor de investigación de campo, documental, testimonial, descripción, narraciones, etc.

Ahora bien, en el campo de la producción audiovisual, un reportaje televisivo es “una producción planeada y escrita especialmente para la estación o para la cadena que lo transmite”⁷, así que exclusivamente nuestro trabajo será una propuesta para

⁷ Ibarrola Javier. *Técnicas Periodísticas*. Gernika. Pág. 30

exhibirlo en un programa televisivo en concreto, es decir, no será distribuido libremente por otro medio que no sea el cliente y programa descritos más adelante.

En el trabajo a realizar, se insertarán entrevistas testimoniales de personas involucradas con VOCALOID (directa o indirectamente) como apoyo en cuanto a la investigación y acercar al público al tema. Otro motivo por el cual se ha decidido abarcarlo a través de este género, es por la característica narrativa y descriptiva: se insertará voz en off para guiar al espectador durante todo el producto, así mismo, se buscará utilizar una voz “fresca” pero a la vez que muestre seguridad en lo narrado en el guión, dado nuestro target que es juvenil y el perfil del programa en el que ubicamos nuestro trabajo.

Entonces podemos decir que el reportaje es un género de gran importancia, pues en su estructura puede incluir otros géneros que lo complementan y enriquecen su discurso narrativo y facilitan la exposición de los hechos de forma objetiva y se busca acercar al lector fielmente a dichos sucesos.

Un reportaje, ya sea escrito o dirigido en una plataforma audiovisual, tienen las mismas bases en cuanto a contenido informacional, sin embargo tienen distintas formas de realización y presentación por el tipo de medio en el que se desarrolla.

CAPÍTULO 2: REPORTAJE AUDIOVISUAL

2.1 Lo Audiovisual

Para poder situar al reportaje y a cualquier otro género periodístico dentro de los medios audiovisuales es necesario explicar desde el punto más básico: ¿Qué es lo audiovisual?

Desde un inicio los sentidos de la vista y el oído han fungido una parte vital para el desarrollo del ser humano en sus orígenes, ya que gracias a estas funciones sensoriales ha podido comunicarse con otros individuos y con su entorno, incluso antes de la aparición de la palabra hablada⁸.

Se dio entonces la audiovisualidad en la que el emisor producía sonidos y hacía gesticulaciones con su rostro y cuerpo para que el receptor los percibiera por el oído y vista. Así mismo se encontró un obstáculo para la comunicación humana: la distancia espacial, por lo tanto el hombre hizo uso de señales para expresar algo a los individuos que estuvieran lejos, por ejemplo utilizaban fumarolas de humo (lo visual) y usaban sonidos con caracolas o percusiones de algo que sirviera para atraer la atención (lo auditivo).

Luego nace la pintura como método de representación e imitación de la realidad, surge el canto, himnos dentro de tribus que se heredaron de generaciones a otras e igualmente con tradiciones como los relatos orales se buscaba la perdurabilidad y romper con otro de los obstáculos de la comunicación humana: el tiempo.

Posteriormente en la época moderna se desarrollaron mecanismos para generar, producir y conservar mensajes audiovisuales y poco a poco formaron parte del entorno social del hombre, adquiriendo el rol de medios de comunicación y cada uno

⁸ Cebrián Herreros Mariano. *Información Audiovisual*. Pág. 60

con su diferente proceder pero con el mismo objetivo: brindar un mensaje con una información.

Uno de esos medios fue el cine sonoro, que surge en 1928 gracias a la técnica de unir imágenes en movimiento con sonidos sincronizados. Con el paso de los años llegaron las primeras transmisiones de televisión, lo cual representó (junto a su predecesor, el cine) la ruptura de la obstaculización espacio-temporal con la que el hombre siempre había lidiado y por estos medios se puede comunicar sin la necesidad de un método corporal e interpersonal como lo era en un principio.

En resumen, lo audiovisual es la percepción de la realidad, hechos o sucesos mediante la combinación de imágenes y sonidos que refuerzan la acción dentro de la cotidianidad de la vida del ser humano.

Retomando lo ya mencionado en el capítulo anterior, sabemos que el reportaje puede utilizar también recursos literarios como narraciones, descripciones y diálogos que enriquecen la forma en que se transmite la información que llega hacia un receptor y además de sólo informar, el reportaje documenta, investiga, describe y expone un hecho en un entorno social de forma clara.

Los medios audiovisuales también tienen su particular forma de presentar al reportaje y otros géneros ya que hay cuestiones que en la prensa escrita no se podrían exponer tan bien como se quisiera.

Al igual que en el periodismo escrito, donde cada uno de los géneros posee características y elementos que los hace únicos, en los medios audiovisuales igual existen técnicas de producción, realización y presentación que subrayan los distintos matices que cada uno presenta. Esto quiere decir que estos géneros periodísticos también pueden adaptarse a un estilo original de su autor, no importando que su plataforma sea otra.

2.2 El Reportaje en los Medios Audiovisuales

Como se ha mencionado anteriormente, los géneros son una forma de retratar un fragmento de nuestra realidad, sin embargo, el autor debe poseer una imparcialidad al momento de enfocar una vista hacia los acontecimientos.

Dentro del reportaje existe una gran libertad para tratar dicha realidad ya que puede incluir otros géneros dentro de su estructura narrativa (como la entrevista o encuestas), es objetivo y fiel a los acontecimientos con una gran variedad de recursos expresivos.

El reportaje también se caracteriza por exigir una referencia informativa mucho más profunda de los hechos y la originalidad de su presentación al espectador. En los medios audiovisuales lo que se busca es plantear al reportaje de forma única, con imágenes insólitas o que otros informadores no hayan mostrado sobre el mismo tema, todo esto con el fin de hacerlo más atractivo a pesar de haber expuesto un acontecimiento ya conocido o difundido para transmitir otros aspectos de interés dentro del mismo. Esto quiere decir que el reportaje no busca descubrir noticias y sólo informar, lo que se desea con él es profundizar mucho más en lo ya conocido y menos divulgado (por eso es muy común encontrar en diferentes programas y canales de televisión reportajes de un mismo tema, sin embargo están realizados y expuestos de diferente manera).

No olvidemos que el reportaje nace a raíz de una sociedad en constante cambio que exige conocer más detalles y las causas de un suceso sin importar que éste se lleve a cabo en su entorno próximo o incluso lejano (ahí se rompe la barrera del espacio) o que haya sido hace algunos años atrás (en el caso de la temporalidad).

Un reportaje al exigir esta profundización de los hechos cuenta con más tiempo para su elaboración, así afrontarlo desde diferentes perspectivas y seguir estructuradamente su planeación audiovisual (ya hablando en este campo).

En los años recientes, el público ha tomado mucho interés en temas internacionales porque los reportajes que tratan dichos temas presentan una gran novedad al no ser abarcados tan ampliamente por los medios locales.

Un reportaje audiovisual contiene una gran expresividad gracias a todo tipo de experimentaciones y técnicas narrativas dadas por el montaje de las imágenes y sonidos originales para resaltar y reforzar la información que se sugiere, es pues la fusión de varios elementos expresivos de la cual surge algo nuevo.

A pesar de que se buscan imágenes de alguna forma menos utilizadas, también puede ser original por medio del montaje audiovisual, pues se establece un juego con el ritmo, estructura narrativa e incluso se pueden generar atmósferas sentimentales o psicológicas, depende del estilo del autor y su creatividad.

Aunado a esto también depende mucho del tipo de audiencia a la que va dirigido el reportaje, no es simplemente esperar a que por sí solo les cautive, con base en sus necesidades y entorno cotidiano hay que ofrecer un contenido atrayente para ellos. Otro detalle importante que se debe tomar en cuenta es el tipo de programa y horario en el que va a emitirse, pues debe seguir cierta línea y relación con el perfil de dicho programa y de ahí se pueden establecer las peculiaridades con que se realizará nuestro producto.

Para la creación de un reportaje en los medios audiovisuales no es necesario tener un modelo fijo debido a lo dicho ya anteriormente, depende de ciertos factores pero requieren algunos pasos⁹ para su proceso como:

- 1) Determinar el tema del que se va a tratar y qué enfoque tendrá.
- 2) Preparación de un borrador tentativo para su estructura.
- 3) Realizar la investigación profunda tanto de información sobre el tema como de material visual y sonoro que se podría utilizar.

⁹ Hillard Robert L. *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*.. Pág. 169

- 4) Elaborar una escaleta más detallada.
- 5) Trabajar en el argumento y estructurar un guión.
- 6) Con base en el material reunido, plantear algunas frases que puedan servir como conectores entre bloques de ideas (introducción, intermedias, conclusión, etc.) para material de apoyo.
- 7) Con todo el material reunido hay que formar otro guión mucho más completo para su verificación.
- 8) Después de volver a revisar el guión y el material para comprobar que es el resultado deseado hay que escribir el guión definitivo (llamado también “Guión de Trabajo”).
- 9) Edición del material basado en el guión final.

Resumiendo lo anteriormente expuesto, el periodismo impreso y el audiovisual no tienen diferencias estructurales en su contenido en cuanto a información de los hechos, sólo proceden con distintas técnicas para su realización.

Una de las diferencias entre estos medios es que en la prensa escrita se utiliza símbolos conceptuales dentro del lenguaje e incluye elementos como la tipografía, imágenes fijas como fotografías, dibujos y caricaturas. El periodismo audiovisual emplea elementos con base a la percepción del oído, la vista y lenguaje oral, presenta información concreta.

2.3 Tipos de Reportaje Audiovisual

En la prensa escrita, el mismo reportaje presenta su propia clasificación, por lo tanto no es de extrañar que en el medio audiovisual también se tenga una tipología de este género para orientar una óptima realización¹⁰.

➤ Tipo de Materia y Narración

a) De hechos o acontecimientos

Se expone lo sucedido de manera objetiva y contiene un montaje narrativo. Su autor actúa como un narrador que no está presente en la historia pero tiene conocimiento de lo que sucedió.

b) De opiniones, declaraciones o ideas

Se busca un contraste entre puntos de vista, su montaje está ligado a las diferentes perspectivas que se tenga sobre un acontecimiento. Se armonizan los argumentos introductorios del narrador con los de las personalidades que emiten sus opiniones.

c) De convivencia y relaciones sociales

Plasma el *modus vivendi* de un grupo de personas o una comunidad, ellos mismos fungen como narradores. Para este tipo de reportaje se necesita una familiarización con los protagonistas para poder producir una conducta natural de su parte, mostrando su cotidianidad y comportamiento espontáneo.

Hay veces en las que estos tipos de reportaje pueden mezclarse por la experimentación libre que presenta el género en su estructura narrativa.

¹⁰ Cebrián Herreros Mariano. *Géneros Informativos Audiovisuales*. Pág. 159

➤ Tipo de Destino y Duración

a) De corta duración por noticia inmediata

Se profundiza en los detalles, causas y efectos alrededor de una noticia. Es un reportaje para emitirlo en un noticiario y su duración es de dos a tres minutos.

Expone lo que no se presenta en una noticia, ahonda en los detalles de la misma y su elaboración requiere ser inmediata desde el momento en que se dio a conocer la noticia. Su estructura es la misma que la pirámide invertida es la acumulación de datos, fechas, nombres o lugares. Sin embargo, los temas que más maneja son de índole científica, cultural, educativa. Su narración es clara y lineal pues necesita ser rápido y a la vez flexible para cubrir la información deseada.

Se difunde en el noticiario con más audiencia y si tiene éxito en provocar interés a los televidentes se retransmite en otras ediciones de noticiarios de la misma emisora.

b) De ampliación de noticia prolongada

Estos son reportajes de periodicidad semanal, por lo que cuenta con más oportunidad de tener un mayor tratamiento creativo audiovisual. Aborda aspectos de una noticia no planteados en los programas anteriores y lo que se propone es buscar la originalidad evitando ser redundante con lo ya dicho sobre el hecho. Se centra en un protagonista o se enfoca en contar la historia desde otro punto de vista y su duración está entre los ocho y diez minutos. En la mayoría de los casos el tema se selecciona al inicio de la semana y se elaboran noticias previsibles o sobre un tema de actualidad permanente.

c) Gran reportaje o Reportaje-programa

Ofrece una visión global sobre un tema y es de actualidad inmediata o permanente y cuya duración es la más larga, pues puede ser de media hora a una hora. Estos son reportajes muy complementos, llamativos y poseen un ritmo coherente y gran unidad y armonía. Son reportajes de tal magnitud que pueden

venderse o ser intercambiados entre emisoras y rompen las fronteras temporales, pues siempre serán de interés para el público.

Ahondan en temas jamás tocados por los noticiarios ni haber sido cubiertos por otros programas y su éxito se debe al venderlo lo más rápido posible a una agencia o emisora.

➤ **Tipo de programación y difusión**

a) Captado en vivo y difundido en directo

Es efectuado en el momento en que se desarrollan de los hechos y son transmitidos en directo recogiendo cada detalle de forma instantánea, sin embargo está sujeto al tiempo permitido de transmisión. Puede darse el caso en el que haya momentos donde no ocurra nada interesante, ahí es donde el reportero debe rellenar estos tiempos con detalles informativos. Hay veces en que no se tiene mucho material en directo para relatar y se cuenta con mucho tiempo de transmisión o por el contrario, hay mucho que relatar y no alcanza el tiempo, por ello lo más recomendable es centrarse en la importancia del hecho que acaba de ocurrir y aprovechar esos espacios vacíos para llevar a cabo una reflexión. En este tipo de reportajes se necesita el dominio de la improvisación y estar sumamente documentado para hacer una selección de datos y brindarlos oportunamente.

b) Captado en vivo y difundido en diferido no reelaborado

Básicamente es igual que el anterior, únicamente se diferencia en la cuestión temporal, es decir que capta en vivo el hecho o suceso pero se transmite en otro horario diferente al que se ha desarrollado. Se emite tal cual se grabó y el interés central es cómo se llevaron a cabo los acontecimientos.

c) Captado en vivo y difundido en diferido y reelaborado

Parte de una realidad donde su autor no tiene dominio sobre el tema y deja que los sucesos fluyan por sí mismos. Posteriormente se realiza un montaje con elipsis que ayudan en la expresividad narrativa.

d) En directo aplicado a hechos no informativos

Son hechos “creados” con carga informativa que se admiten como realidad auténtica, tienen carga persuasiva y son de interés público. Dos ejemplos son el *publirreportaje* que difunde los servicios de un producto o una persona por medio de una exposición detallada e informativa y el otro caso es el del *reportaje-campaña*, en el cual se tiene una función social de denuncia colectiva.

➤ Según la fuente o escenario**a) De mesa**

Se utiliza el material audiovisual ya mostrado en otras emisiones, sin embargo se le da un distinto enfoque a la información que se brinda con datos de otras fuentes. Este nuevo enfoque resalta el tratamiento con documentación complementaria que hace posible recobrar actualidad.

b) De calle

Este es un reportaje en el que se recolectan imágenes y sonidos totalmente originales al momento del suceso y su montaje se realiza con base a una evaluación inmediata del material.

c) De archivo

Mayormente este tipo de reportajes se utilizan para profundizar en acontecimientos ya pasados o buscar antecedentes de sucesos recientes o conmemorar una fecha o la vida de una persona. Se suelen escoger archivos audiovisuales y se busca contrastarlos con la situación actual.

2.4 Técnica y Estructura del Reportaje

Como cualquier producto audiovisual, los procesos técnicos para llevar a cabo un reportaje también se divide en tres:

- Preparación (Preproducción)
- Realización (Producción)
- Edición (Postproducción)

Al ser un género que permite libertad para efectuarse narrativamente, se requiere emplear una estrategia que permita mejorar el resultado final deseado por medio de la creatividad e innovación expresivas que aplique el autor y a pesar de no haber reglas fijas para la organización de un reportaje depende mucho del tema, tratamiento y enfoque que desee dársele.

Una de las formas utilizadas por el reportaje para poder avanzar en la narración es la entrevista, que expone comentarios, opiniones y testimoniales entorno a un tema o acontecimiento en el que se busca profundizar, sin embargo es necesario seguir algunos criterios según su estructura. Por ejemplo¹¹:

➤ Estructura Unidimensional

Se concentra en el hecho y su narración es clásica y posee un montaje lineal de tres elementos:

- Entrada: Una noticia que de inicio desarrollo al reportaje y que brinde un dato o presentación al reportaje.
- Desarrollo: Se exponen los acontecimientos con los aspectos más informativos de la noticia.
- Cierre: No es tan marcado y por lo regular es un corte directo a una siguiente noticia.

¹¹ Ibídem. Pg. 186

➤ Estructura Pluridimensional

Tiene una mayor duración pero a partir de una idea central que van generando aspectos secundarios que la refuerzan en su planteamiento.

También depende del tipo de reportaje para saber qué estructura tendrá para desarrollar los hechos que queremos narrar.

Para los reportajes de transmisión en directo sabemos que existe un protocolo (ya explicado anteriormente) en el que dentro de su narración lineal podría tener espacios o tiempos “muertos” debido a imprevistos durante su captación, sin embargo, la capacidad de seguir relatando los hechos para eliminar esas lagunas informativas debe estar presente. Dentro de estas transmisiones se captan eventos deportivos simultáneos, elecciones políticas y otro tipo de sucesos que requieran recoger hechos importantes en un determinado escenario; debe existir una óptima coordinación entre el equipo de trabajo para no dejar que algún detalle relevante se escape.

La estructura de estos reportajes en directo, al poseer una narración lineal deben de ir añadiendo hechos que serán parte secundaria que complementen a la principal; esto debe tener un relato rápido, ya que podría darse el caso de que dichas narraciones secundarias repercutan a la primera.

En el caso de los reportajes diferidos, donde su narración y montaje puede hacerse de forma lineal, alterno, paralelo o invertido lo que se busca es que todos los elementos tengan una interrelación entre sí.

Para su desarrollo, hay varias fórmulas:

- Se parte de una situación actual y se dan saltos temporales para brindar una vista clara sobre los antecedentes y poder relacionarlos con el inicio.
- Hay progresión narrativa lineal y se exponen los hechos de forma de relato con voz “en off” por parte del narrador o los entrevistados alternándose unos y otros.

El mayor desafío para un autor es establecer la estructura que tendrá su reportaje, esto de acuerdo al enfoque que se le dará. Principalmente las narraciones contienen tres puntos dentro de la mayoría de las estructuras:

- **Arranque:**

Inicia con un punto de interés para atrapar la atención de la audiencia y se recalcan los datos que hicieron posible la creación del reportaje (lo que motivó para hacerlo) y la importancia del mismo.

Se exponen imágenes y sonidos y la implicación que tiene con la audiencia.

- **Desarrollo:**

Aquí no necesariamente debe conservarse el esquema de la pirámide invertida. El conjunto de datos e información están sujetos a una duración de tiempo programada. Se reparten contenidos dentro de un criterio equilibrado como unidad armónica que permita la comprensión de los sucesos.

- **Cierre:**

Depende del ritmo que se establezca en el montaje y del tipo de reportaje.

Algo importante que se debe recordar en la narración es que no debe utilizarse en demasía el suspenso, sin embargo es un buen recurso combinado con buenas técnicas expositivas durante escenas interesantes con ritmo gradual (lo que sucede con el reportaje de acontecimientos).

Cuando se trabaja con el reportaje de ideas, su estructura es la contrastación de pensamientos y se exponen dichas opiniones seguidas por la narración de los sucesos, posteriormente se coloca un bloque de opiniones concernientes a otro aspecto y de igual manera volvemos a la narración y así tenemos una continuidad narrativa que contrasta las ideas planteadas.

Otro aspecto vital para el montaje y formación del reportaje es el ritmo, el cual es el responsable de la tensión narrativa, emocional y contenida en las líneas de relatos

presentados que complementan la narración con la información. Dicha tensión rítmica tiene un progreso gradual cuyo propósito es llevar todos los elementos en la narración a un clímax y posteriormente terminar nuestro reportaje de forma rápida.

Además del ritmo, el reportaje necesita tener un estilo para su formación; mayormente el uso de elipsis es encontrado en él, es un recurso en el que se suprimen detalles de menor importancia en la acción o hechos que pueden quedar implícitos en lo sucedido de mayor interés. Únicamente en transmisiones en directo no puede aplicarse este recurso temporal por el desarrollo natural de los acontecimientos y el reportero debe narrar lo ocurrido de forma interesante (aunque carezcan de valor informativo en estos espacios vacíos) todo para crear un gancho narrativo que mantenga la atención de la audiencia.

Por el contrario, cuando la transmisión es en diferido y se utilizan las elipsis temporales deben escogerse los sucesos de sumo significado y relacionarlos con los secundarios de forma directa. Cualquier acontecimiento es digno de contarse, sólo requiere de un tratamiento original, profundo y de la creatividad narrativa y audiovisual de su autor.

El estilo también se aplica al montaje del material audiovisual, en el cual se muestran las imágenes tal cual se captaron y en su mayoría hay una narración “en off”, la narrativa es posible gracias al apoyo de un buen montaje que explique el desarrollo de una determinada noticia por medio de la organización y estructuración de elementos expresivos.

Con el estilo se busca realizar asociaciones de lo audiovisual y contrastarlo con la realidad al avanzar la narración de forma natural. Debe utilizarse un lenguaje claro y concreto para que el público pueda alcanzar la comprensión del tema sin dificultades y el lenguaje es articulado oral, el cual emplea el narrador y las personas implicadas (entrevistados, protagonistas o testigos) por medio del cual, transmiten su experiencia.

A través de la palabra hablada, en conjunto con las imágenes y sonidos, el narrador relata de forma armoniosa el acontecer del hecho, pero eso significa que también hay que cuidar el uso de su voz: debe contar con un adiestramiento vocal claro,

buena entonación y volumen adecuado, pues con su voz expone de forma fluida y natural, no se requiere que maneje una intención dramática o solemne. Cuando el reportero (que algunas veces funge como narrador) aparece a cuadro, igualmente debe cuidar su expresión corporal al momento de comunicar la noticia: sus argumentos serán claros, sencillos y sin exagerar sus articulaciones.

Podemos decir entonces que gracias al empleo de la conjunción narrativa de hechos, ideas, opiniones, estilo, montaje (por medio del ritmo, cadencia y secuencia de planos) se expone el acontecimiento y se perciben los hechos y la información brindada de forma armónica, no sólo es decir lo que ocurrió, es un argumento de lo sucedido y debe tener impacto social.

Igualmente para tener un impacto no solamente social debe estar presente el elemento audiovisual y para ello existe una organización de los elementos a exponer por medio de un protocolo a seguir, el cual nos dará un orden establecido para la presentación de los hechos.

2.5 Proceso de Realización del Reportaje por Televisión

Como ya se había mencionado, para el reportaje (como cualquier otro producto audiovisual) se necesitan tres fases que permiten y aportan la mejor calidad posible desde la idealización del tema hasta su presentación en el medio.

➤ **Preparación (Preproducción)**

Aquí se van formulando y fijando las bases para la creación del reportaje, es decir que se va formando la idea de lo que se va a hablar, se recopila todo el material e información disponible. Luego se establecen las características que se tendrá y el enfoque que se le dará, el material extra que se requiere, por lo tanto esta es la etapa de documentación y planificación.

➤ **Realización (Producción)**

En esta etapa se lleva a cabo lo planteado en la preparación y se plasman las ideas, imágenes y sonidos en concreto para ello, es decir la recolección de diversos planos visuales y sonoros para tener suficiente material de apoyo. Al captar los hechos es posible la aplicación de ciertas técnicas¹².

- **Captación de Sonido:** Se utilizan micrófonos inalámbricos o camuflados para no atraer demasiado la atención.
- **Cámara Oculta:** se usa con el fin de no distraer a los protagonistas.
- **Familiarización:** Cuando se realiza un reportaje de convivencia es necesario que los protagonistas se acostumbren para que se logre un ambiente natural en su comportamiento.
- **Familiarización mediante actuación del equipo:** Se permite que los protagonistas conozcan las funciones del equipo y lo manejen para perder la desconfianza e igualmente logren acostumbrarse a la presencia del mismo.
- **Auto-reportaje:** esto se da cuando los protagonistas y testigos manejan el equipo y registran su vida y apreciaciones.

¹² Ibídem. Pág. 173

- **Simulación Dramática:** Los protagonistas o actores recrean la situación ocurrida.
- **Doble punto de vista:** Se deja que los protagonistas hagan su auto-reportaje, sin embargo se alterna con las apreciaciones de la situación por parte del reportero. Se combinan en la parte de edición, es decir, hay un contraste de opiniones.

Clara mente vemos que el reportaje obtiene su fuerza en parte por la presencia de los protagonistas, esto es el factor y carácter humano, la intencionalidad, el calor, con que el reportaje se humaniza.

➤ **Edición (Postproducción)**

En esta fase se realiza una examinación del material recolectado (imágenes y sonidos), se comparan tomas y se decide por las que mejor encajen con la narración deseada. Una vez seleccionado el material se ordena con base a una secuencia que depende de la idea principal, sin embargo igualmente está supeditada a la duración temporal disponible para su emisión. Durante la edición es importante aplicar ritmo y cadencia, elementos vitales en las secuencias audiovisuales. En la etapa de montaje hay tres tipos: de imágenes, sonidos y sincronización de ambos.

- **Montaje de imágenes:** Como bien sabemos, las imágenes por sí solas no tienen un significado absoluto, por lo que requieren una organización para obtener una coherencia en el mensaje.
- **Montaje sonoro:** De forma autónoma los sonidos pueden formar una narrativa (también depende de su organización) y el mensaje podría transmitirse, sin embargo el fin del reportaje televisivo es la conjunción de imágenes y sonidos, así que deben ir de la mano para seguir la narración televisiva obteniendo un nuevo significado que si estuvieran únicamente los elementos sonoros.
- **Sincronización audiovisual:** esta parte es la definitiva, pues es donde surge toda la intención expresiva del reportaje donde cada elemento se apoya y se refuerza el mensaje.

Es cierto que lo ideal es que las situaciones captadas pudieran expresar por sí solas las cosas que se desean dentro del mensaje y como ya vimos, frecuentemente se añade la voz de un narrador, esto si no hay datos que la propia sincronización de audio y video muestren, el narrador puede vincular situaciones y detalles; también sucede algo con la voz del narrador: cuando hay que traducir el testimonio de un testigo no podemos arriesgarnos a que el mismo narrador doble la voz de otra persona, porque esto podría confundir al espectador, por lo tanto deberá emplearse una voz diferente a la principal o hacer uso de un cintillo donde se coloquen subtítulos con la traducción del testimonio.

Haciendo un recopilatorio de lo ya expuesto, podemos decir que el reportaje no cambia su estructura informacional, lo que se modifica es la forma en que se presenta dicha información y dependiendo del medio de comunicación se aplicarán diferentes técnicas para su elaboración: en la prensa escrita se generan textos y son destinados a la imaginación del lector; la prensa radiofónica refleja por medio de sonidos la reconstrucción de los hechos vía sensorial; y la prensa televisiva trabaja en conjunto de los elementos de las anteriores añadiéndoles el factor visual, todo para crear un sistema auditivo, escrito y visual para manifestar una parte de la realidad de manera fluida y atractiva para nuestra audiencia.

CAPÍTULO 3: VOCALOID

En la actualidad, vivimos en un mundo que está apegado a la tecnología donde los jóvenes tienen un mayor acercamiento a las innovaciones científicas y gracias a ello, se pueden tener diferentes aplicaciones en cada ámbito de la vida cotidiana con el objetivo de facilitar nuestras actividades.

Ahora bien, uno de los aspectos más comunes en la vida diaria es la expresión del ser por medio de la música, que no es más que un tipo lenguaje que se utiliza para transmitir un mensaje, ideas, situaciones y emociones. También la música es un medio de preservar un momento dado de la realidad, pues dependiendo del contexto histórico en el que se desarrolla, va dejando huella en el referente social y cultural de la humanidad, y por lo tanto, considerada también como arte.

Estos aspectos son importantes (tecnología y música) porque sucede algo muy interesante: ya que la música es un medio de transmisión de mensajes por el que el ser humano expresa su sentir, se ha buscado mezclar los recursos tecnológicos para modernizar y cambiar la perspectiva que se tiene sobre el arte.

Hay que cuestionarnos: ¿Qué pasaría si desde la comodidad de nuestras casas pudiéramos tener la oportunidad de manejar a nuestro cantante favorito cuando se quisiera y hacer que interprete las canciones que se deseen? Pues esto ya no es sólo una fantasía futurista, ya que gracias a la tecnología ya es una realidad presente.

La palabra VOCALOID no tiene un significado que pueda conseguirse en un diccionario o enciclopedia, en sí, es el nombre de un software o programa de computadora que hace posible sintetizar la voz humana, es decir, producir artificialmente el habla, y en la base de datos de este programa es donde se almacenan palabras o fonemas para poder reproducirlos auditivamente.

Ahora bien, los sintetizadores deben contar con dos características básicas para lograr una comprensión y alta calidad, estas son:

Naturalidad	Se logra cuando el sintetizador realmente parece ser la voz de un humano y convence a quien escucha de que se trata de una persona y no una máquina la que está hablando.
Inteligibilidad	Se refiere a la capacidad para dar a entender correctamente palabra por palabra, es decir, una buena dicción o pronunciación de las palabras.

Es importante hacer hincapié en estas características, pues si se quiere reproducir la voz humana y darse a entender en el mismo idioma, nunca hay que olvidar estos puntos cuando se utilizan los sintetizadores.

VOCALOID es un programa de computadora que tiene la capacidad de sintetizar la voz de una persona, crear una melodía, introducir la letra de la canción (fonemas para que el VOCALOID lo reproduzca en sonidos) y seleccionar el rango de voz deseado y con esto se podrá emular a un humano con la capacidad de interpretar dicha canción. Con esto, ya no es necesario un cantante de carne y hueso, ahora con sólo agregar efectos, arreglar notas y distribución de sílabas, podemos tener a nuestro ídolo al alcance de la mano, en nuestros hogares y en nuestras computadoras.

El programa, además de darnos la oportunidad de agregar una pista musical ya creada, nos permite crear las propias y trabajar con los géneros musicales que el usuario deseé, lo que le añade al software, un plus que no sólo a los interesados en el ámbito musical les atraerá, sino, a un público más amplio.

3.1 Origen

Este software fue creado por la compañía japonesa Yamaha en enero del 2004, aunque en un principio fue meramente un paquete con aplicaciones de banco de voces (es decir, sólo de habla articulada). Posteriormente algunos grupos desarrolladores en software independientes que se encontraban interesados en este proyecto se dieron a la tarea de adicionarle aplicaciones que ayudaron enormemente en la calidad del programa. Dos de los principales grupos que contribuyeron al éxito del programa fueron Zero-G Limited¹³ (desde el Reino Unido) y Crypton Future Media¹⁴ (este proveniente de Japón).

Cada grupo creó a varios VOCALOID que poseían diferentes personalidades y también distintas características, además del rango de voz que sería peculiar en cada uno. Los primeros en salir fueron para el Reino Unido: *Leon* (cantando en lengua inglesa) y *Lola* (en idioma alemán); por otro lado, en Japón se lanzaron los personajes de: *Kaito* y *Meiko*, esta última, una versión básica con una voz femenina bastante dulce, sin embargo, aún tenía efectos bastante artificiales y había que hacerle mejoras.

Posteriormente, Yamaha en conjunto con Crypton trabajó en el programa y anunciaron en el 2007 el lanzamiento de la nueva versión: VOCALOID2, en el cual, presentaron mejoras en la calidad vocal y entre ellos se agregaron efectos como *melisma* (conjunto de notas musicales sucesivas en una misma sílaba) y *vibrato* (lo cual, proporciona a la voz más realismo), además de presentar al personaje que les daría la popularidad que lograron obtener. Su nueva imagen sería de la intérprete *Hatsune Miku*, una cantante virtual de 16 años, quien más tarde se convertiría en una de las VOCALOID favoritas por su tono de voz y apariencia fresca.

Para lograr el rango de voz de Miku, se necesitó registrar la voz de la actriz japonesa Fujita Saki, sin embargo se hicieron arreglos para que Miku pudiera

¹³ ZERO G LIMITED CO. [<http://www.zero-g.co.uk>] (fecha de consulta: 22/08/2013 5:40 p.m.)

¹⁴ CRYPTON FUTURE MEDIA INC. [<http://www.crypton.co.jp/>] (fecha de consulta: 22/08/2013 6:09 p.m.)

alcanzar tonos más agudos que un ser humano ordinario. Esto fue más allá de lo común y es lo que hizo atractivo a la nueva diva virtual.

Hatsune Miku, fue la responsable de que este sintetizador de voz alcanzara éxito en el mercado oficialmente, pero no sólo por su innovadora voz tuvo el impacto que se necesitaba, ya que, como bien se sabe, un artista requiere también un atractivo visual para su propio concepto y asegurar el éxito.

Para ello necesitaron la ayuda del ilustrador japonés Kei, quien diseñó a Miku, añadiéndole características de un personaje de ficción, cercano al anime y manga (recordemos que Japón está apegado a esta cultura visual y audiovisual, por lo que no es raro que utilicen dicho recurso en la mercadotecnia también) e incluso, se le añadió un perfil, rasgos propios, edad, es decir: una descripción completa de personaje.

Como pasa con la mayoría de los artistas y cantantes, se necesita de un gran golpe de suerte para ser descubiertos y en este caso, no fue la excepción. Como es bien sabido, una de las páginas de internet más conocidas y populares en el mundo es *YouTube* (donde se pueden ver infinidad de videos *online* y miles de personas deben su fama al haber sido descubiertos por este medio), ahora bien, dado que este programa fue desarrollado en Japón, la versión nipona de *YouTube*, *Nico Nico Douga* fue el lugar para el inicio del despegue de estas divas virtuales.

En *Nico Nico*, se pudo apreciar una pequeña animación de una Hatsune Miku en miniatura agitando un poro o cebollín e interpretando la canción *Ieva Polka* del dueto finlandés Loituma. De ahí se empezaron a realizar entre los mismos admiradores del software más animaciones que fueron posteriormente subidas a *Nico Nico* y a la fecha aún siguen llegando a la red miles y miles de videos dedicados a Miku y a los demás personajes de VOCALOID.

Gracias a todos estos lugares de difusión en la red: *Nico Nico Douga*, *YouTube*, Blogs, *Google* y demás buscadores en la Internet, VOCALOID no sólo es aceptado y

querido entre los que han conseguido y usado el programa, sino también entre las personas que no lo usan, que han indagado en la red y visto los videos.

El impacto que rompió las expectativas de Crypton fue que VOCALOID no sólo llegaba a los consumidores del software, sino también a los que lo conocen gracias a las características de cada uno de los personajes y sus perfiles.

Actualmente se han lanzado mejoras al programa para lograr que más público se acerque a él y también obtener una humanización más notoria en Miku y próximamente en los demás personajes de la franquicia Crypton. Un ejemplo de ello es el más reciente **Miku Append**, que fue lanzado el 30 de abril del 2010. En esta actualización, se añaden cinco diferentes variaciones de voz para Miku y demás integrantes de la familia VOCALOID, entre ellos: *Soft*, *Dark*, *Solid*, *Vivid* y *Sweet*; esto permite una mejor interpretación dependiendo del género y estilo de la canción con la mayor naturalidad posible.

3.2 Personajes: Características y Personalidades

En este punto, damos por entendido, que la joven Hatsune Miku no fue y no es el único personaje con el que VOCALOID cuenta en su librería de música. Entre todos sus cantantes, encontramos una variedad que probablemente por sus características únicas, además de su forma de cantar los hacen tener un incremento en sus admiradores conforme pasa el tiempo.

Como se mencionó anteriormente, hubieron varios grupos desarrolladores del Software que hicieron posible el perfeccionamiento de VOCALOID y gracias a los principales, otros grupos se han adentrado en la creación de nuevos personajes que también se han ido posicionando en el gusto del público.

En un inicio, Crypton no determinó un perfil psicológico en los personajes, sin embargo, esto fue lo que despertó el interés en los usuarios del programa (lo que se le conoce como Fanmade, es decir, que un admirador invente o diseñe el perfil psicológico, que en este caso es de un VOCALOID y que la compañía apruebe dicha imagen para hacerla oficial) y aprobó el carácter de cada personaje dependiendo de las necesidades y gustos de quien utilizara el software.

Empecemos por ver quiénes fueron los personajes originales que Crypton Future Media (CFM) se dio a la tarea de crear y que hasta la fecha siguen siendo los favoritos en el gusto del público usuario y espectador.

Las Primeras creaciones de VOCALOID

❖ Meiko

Para poder darle voz a Meiko, CFM tuvo que basarse en la voz de la cantante japonesa Haigou Meiko, así que se decidió nombrarla así en su honor.

Meiko puede interpretar todos los géneros musicales, sin embargo, tiene algunos que le favorecen más a su rango de voz dulce, y estos son desde pop, rock, jazz, R&B y canciones infantiles.

La imagen que Meiko transmite dentro del grupo de VOCALOID es el de una hermana mayor que cuida de todos los integrantes de esta familia (puesto que fue de los primeros prototipos del software). Lo que la caracteriza es que es una mujer que le encanta la bebida (en especial el sake, bebida nacional de Japón); su vestimenta consiste en ropa de color rojo: minifalda, una pequeña blusa que deja ver su escote, además de usar botas hasta la rodilla de color café y llevar un corte de cabello (castaño oscuro) por encima de los hombros y labios levemente rojizos.

Hay varias facetas de Meiko, pero las más comunes que pueden verse en los sitios de internet dedicados a VOCALOID son donde se muestra como una mujer que bebe por mero gusto y la otra es una dulce y tierna joven que disfruta divertirse con sus demás “hermanos”. Es de piel blanca, ojos y cabello corto castaño.

❖ **Kaito**

Para este intérprete virtual de 20 años, se tuvo que utilizar la voz del cantante japonés Fuuga y el nombre tuvo que ser elegido mediante una votación entre el público usuario del programa, siendo “Kaito” el ganador.

Kaito está capacitado para interpretar desde himnos hasta canciones infantiles y el género R&B, aunque el estilo que más le favorece son las baladas pop. Cuando fue su lanzamiento en 2004 no alcanzó tanta popularidad como se esperaba, no sería, sino hasta el 16 de septiembre en el 2007 cuando Hatsune Miku era ya una muy conocida diva en Nico Nico Douga, que el usuario *Tatsunami* subió un video de Miku cantando y al inicio de la canción preguntaba de manera indirecta por Kaito, puesto que mucha gente lo había olvidado prácticamente.

Después de algún tiempo, sucedió algo curioso en realidad: otro usuario, *Ice-P* subió un video como respuesta a la canción de Miku, donde Kaito volvía a hacer aparición ante el público e invitaba a la nueva diva a cantar junto a él y curiosamente *Ice-P* declaró que estaba trabajando en la producción de Kaito para

que la gente lo recordara cuando vio por coincidencia el video de *Tatsunami* y decidió responderle con dicha canción.

Las características físicas de Kaito realmente son bastante sencillas, pues viste una gabardina blanca con decoraciones amarillas y azules y una bufanda azul. De igual forma su apariencia física es la de un muchacho con mirada dulce, tranquila, cabello y ojos azules, además es una figura de cariño y autoridad para los demás VOCALOID, incluso al igual que Meiko es tomado como el hermano mayor de todos.

Su objeto favorito y distintivo es un helado, pues cuando regresó al gusto del público lo hizo interpretando el cover de la canción “Ice Cream” parodiando una canción de 1960 cantada originalmente por Saeko Shuu, y muy probablemente la canción tomó ese título por el sobrenombre del usuario Ice-P.

Crypton y su revolución sonora: VOCALOID2

❖ Hatsune Miku

Este personaje es el más conocido, amado, popular y todo un ícono para los admiradores de VOCALOID y personas cercanas al ambiente del anime y el manga japonés.

Miku fue lanzada al mercado el 31 de agosto del 2007 y gracias a la actriz Fujita Saki (quien se prestó para la recopilación de datos de su propia voz) podemos apreciar un sinfín de canciones, puesto que esta diva virtual es versátil y su voz es apropiada para la mayoría de los géneros musicales.

Además, Hatsune Miku cuenta con varios proyectos independientes del software: un manga (o cómic japonés) llamado “*Hikoshiki Hatsune Mix*” publicado en la revista *Comic Rush*;, otro manga con el título de “*Hachune Miku no Roipara Nichijo!*” Distribuido por la revista *Comp As*, un sin fin de web cómics yonkoma (cómic de 4 viñetas en posición vertical y distribuido por internet) con el nombre de “*Minami Chibi Miku-san*”. Pero no sólo sus proyectos se quedan en imagen fija, sino que

también ha aparecido como protagonista de su propio videojuego “*Hatsune Miku ~ Project Diva*” para el Play Station Portable (PSP) únicamente para su distribución en Japón y gracias a ella, se creó el programa de *Miku Miku Dance*, el cual, permite al usuario, la animación en movimiento para los VOCALOID con modelos en tercera dimensión.

Esta cantante cuenta con una apariencia de 16 años de edad, usa minifalda negra con un borde de color verde agua, una camisa gris sin mangas, corbata verde agua, guantes y botas negras, tiene ojos y cabello verde agua, éste recogido en dos coletas bastante largas que le llegan hasta las rodillas.

Miku posee un carácter dulce, alegre y bastante optimista. Gracias al video que la lanzó a la fama, un objeto que la caracteriza es un cebollín que utiliza como instrumento para marcar el ritmo de algunas de las canciones que interpreta (las que son de corte cómico).

❖ **Kagamine Rin y Kagamine Len**

En un inicio CFM quería lanzar junto con Miku otra voz que fuera de una adolescente más joven, sin embargo se tuvo la necesidad de tener también una voz masculina, por lo que se decidió producirlos a ambos. Entonces se recurrió a la actriz de doblaje japonés Shimoda Asami, quién cooperó con el proyecto, ya que puede emitir la voz de una niña y un niño; así es como Rin y Len surgieron.

Algo que llama la atención es el enigma de saber la relación entre estos personajes, pues, unos afirman que son gemelos idénticos (y cualquiera que los vea realmente podrá decirlo, ya que son iguales el uno del otro), pero otros se basan más en cómo es que se decidió su nombre: *Kagami* significa “espejo” y Ne “sonido”, podría tomarse como “el reflejo de un sonido”, así que la otra postura afirma que Rin y Len son la misma persona, sólo que son las dos caras de un sonido y la dualidad de hombre y mujer.

Esta pareja se ha ganado también su popularidad, además de la controversia de saber si son gemelos o no, ya que en la mayoría de sus canciones, al ser protagonistas de las mismas, son amantes, enamorados, o adolescentes que experimentan el primer amor, aunque en otras canciones dan a entender una relación sanguínea.

Ambos cuentan con 14 años de edad, tienen el cabello rubio y ojos azules y visten un traje de marinero (en Japón es común que en esa edad el uniforme de secundaria sea de ese estilo) aunque tiene ligeras modificaciones: Rin, que usa un short bastante corto y Len unos pantaloncillos debajo de la rodilla. Rin usa el cabello suelto adornado por un listón blanco con un gran moño mientras que Len únicamente lleva sujetado el cabello en una pequeña coleta.

Ambos pueden interpretar los mismos géneros, los cuales son: pop, dance, rock y Enka (música tradicional japonesa) y tienen una personalidad curiosa, pues Rin es más extrovertida que Len. Sólo en sus objetos distintivos son diferentes: a Rin le encantan las naranjas y a Len las bananas (recordemos que estos gustos fueron determinados por el ingenio de los fans y posteriormente aceptado por la empresa de Crypton).

❖ **Megurine Luka**

Este es un personaje con carácter bastante serio, sin embargo también posee su encanto. Luka es prácticamente el 3er personaje de VOCALOID en ser lanzado a la venta. Ella cuenta con una habilidad que los demás no y es que a diferencia de los otros ella contiene en su base de datos la capacidad para ser bilingüe, es decir, puede cantar en japonés y en inglés. CFM se esmeró en esta característica de Luka para poder ampliar sus fronteras y romper las barreras culturales e introducirse en el mercado europeo y americano.

Para la voz de Megurine Luka se necesitó de la colaboración de Asakawa Yuu, quien le dio al personaje una voz un poco más ronca que los demás VOCALOID, siendo una nueva y llamativa característica. Gracias a su voz, puede interpretar

géneros como eurobeat, pop, electrónico progresivo, baladas, entre otras, ya que son los géneros más populares entre el público juvenil.

La imagen de Luka también es bastante original, ya que su vestimenta es de corte medieval: una falda negra y larga con cortes a los lados que dejan ver sus piernas, botas café hasta la rodilla, blusa sin mangas negra bastante entallada con decoraciones doradas. Como se ha mencionado, tiene una mirada seria, posee unos ojos de color azul y cabellera larga y rosa. Su comida favorita es el atún.

A pesar de que estos personajes fueron creados por CFM, hay otros que igualmente han alcanzado una gran aceptación en el público, siendo que fueron diseñados por otras compañías, sin embargo, esto no significa que por ser de diferente procedencia, la calidad vocal no tenga la misma validez.

Internet Co. Lmtd: La Familia Crece

Otra compañía dedicada al desarrollo de VOCALOID al igual que Crypton, fue Internet Company Limited, que creó a los personajes de Gakupo, Gumi, Lily y Gachapoid.

❖ Kamui Gakupoid

Para este singular personaje el cantante y actor Camui Gackt prestó su voz, además de su nombre, sin embargo, la apariencia que este VOCALOID posee no tiene nada que ver con el cantante original. Cuando se tuvo lista la voz de Gakupo (como se le conoce mayormente), aún se tuvo que esperar para poder diseñarle una imagen adecuada, pues no cualquier imagen le sentaría bien. Entonces, el mangaka¹⁵ Miura Kentarou, un autor que se distingue por su diseño algo oscuro en cuanto a la fantasía épica¹⁶, ayudó a la creación de Gakupo, luego de que la compañía le insistiera enormemente por su cooperación.

¹⁵ Esta es la persona que se dedica al arte del manga, es decir, a elaborar cómics en el país de Japón.

¹⁶ Género literario donde se llevan a cabo aventuras en mundos mágicos y la figura central es la del héroe venciendo demonios medievales.

Y así, surge el 31 de junio del 2008 un personaje que no se había visto en ningún integrante VOCALOID: un samurái futurista. La indumentaria que posee consta de un kimono parecido a los mantos de combate que en el Japón feudal se utilizaban, además de algunas piezas de armadura y una katana¹⁷. Es uno de los personajes más llamativos dentro de estos cantantes, además, otro aspecto que despierta el interés es su arreglo: una cabellera larga recogida en una coleta haciéndole honor a su personificación del antiguo país nipón y mirada seria de ojos azules.

Gackupo no es un hombre del todo serio, pues en una de las canciones más representativas de él “*Dancing Samurai*” se muestra su amor por el baile y desafía al más puro estilo del guerrero japonés a quien no comparta su afición.

Este cantante puede interpretar adecuadamente dentro del género rock, eurobeat y Enka (género musical de gran tradición en Japón).

❖ Gumi Megpoid

Se decidió que la voz de la actriz Nakajima Megumi sería la más apropiada para Gumi y se le otorgó el mismo nombre (aunque en diminutivo), saliendo a la venta el 25 de junio del 2009. Este otro personaje también es único a comparación de los demás e incluso podría decirse que es el personaje más alegre, un ejemplo de ello es que ama tanto las zanahorias al grado de dedicarles una canción a estos vegetales.

A veces Gumi le llama a Gakupo “hermano mayor” dado que son de la misma compañía, recordemos que él fue creado antes y muestra un gran cariño hacia él. Gumi, por su apariencia juvenil, se dedica al género pop y eurobeat.

❖ Lily

Ella es una de los últimos VOCALOID en ser creados por Internet Co. Ltd. y curiosamente su diseño estuvo a cargo del ilustrador Kei (quien fue el que le dio su

¹⁷ Es un sable utilizado antiguamente por los samuráis.

apariencia a Miku). Para darle voz a Lily se necesitó de la cantante Masuda Yuuri, vocalista del grupo japonés m.o.v.e. A diferencia de sus otros “hermanos”, es la primer VOCALOID de esta compañía en tener un nombre distinto de quien le dio la voz y sin agregar el “poid” al final.

Lanzaron a Lily al mercado el 25 de Agosto del 2010 y está diseñada para interpretar canciones de música electrónica y eurobeat. Su primer sencillo fue *Super Sonic Dance*, misma canción interpretada por el grupo m.o.v.e.

❖ **Gachapoid**

Este vocaloid fue creado para un público infantil y en realidad no buscaban que tuviese una voz cercana a la humana. Para la voz de Gachapoid se utilizó a un personaje de una serie animada de la década de 1970. Con él se deseaba acercar a los niños con VOCALOID.

Más en la familia VOCALOID

Otra compañía igualmente importante que hay que mencionar es AH Software, de la cual se encargó de diseñar otras voces de tres personajes que también se han ganado el cariño de los fans a través de la internet, y cuyo responsable del diseño de su imagen fue el ilustrador Kozaki Yuusuke. Estos personajes “vieron la luz” el 4 de diciembre del 2009.

❖ **SF-A2 Miki**

Ella es una adolescente, aunque aún se desconoce su edad y la persona encargada de prestar su voz para ella fue Furukawa Miki, exbajista de la banda “Supercar”.

Aún no hay mucha información sobre ella, sin embargo por su imagen se dice que no es del planeta tierra o es un robot, pues usa un vestido blanco, guantes y botas azules, sus accesorios tienen forma de estrella, además tiene unas extrañas marcas

en los brazos y rodillas (dando la apariencia de compartimientos) donde se cree que guarda cables. Tiene ojos azules y es pelirroja de cabello largo.

Aunque no se sabe mucho sobre la personalidad de Miki, es una chica alegre, dulce e inocente y el objeto que la caracteriza son las cerezas.

❖ **Kaai Yuki**

Esta es una tierna e inocente niña de 9 años y curiosamente se utilizaron grabaciones de una estudiante de primaria, sin embargo hasta la fecha es desconocida su identidad. Esta pequeña porta un vestido y mochila rojos, se peina de dos coletas a los lados y su cabello es negro. Ella es un personaje bastante normal y le encantan las manzanas.

❖ **Hiyama Kiyoteru**

Este personaje representa a un profesor de escuela y para él se utilizó el rango de voz de uno de los colaboradores en su creación, aunque a la fecha (al igual que Yuki), todavía no se sabe con seguridad quién le dio voz. Utiliza un traje de vestir color negro, camisa blanca y corbata negra, además de lentes y siempre trae un libro consigo y se encarga de cuidar a Yuki.

UTAU: ¿Competencia o Aliados?

Para poder comprender más el fenómeno VOCALOID, ahora surge otro aspecto importante para rescatar en este mundo de divas virtuales: LOS UTAU.

UTAU o conocido como UTAUOID es un software que se desprende de VOCALOID, esto se debió a que admiradores del programa desarrollaron una copia que pudiera descargarse gratuitamente de internet, este grupo se hace llamar *Cripvton* como parodia de *Crypton Future Media*, originales desarrolladores de VOCALOID².

Esta variante del programa original es bastante útil, pues realmente permite crear personajes propios basados en el registro de voz del mismo usuario e incluso uno puede reclamar derechos de autor por el UTAU, la única desventaja del programa es que la interfaz no es lo suficientemente clara, pues tiene contenido únicamente en japonés, es decir, si nuestra computadora no tiene caracteres compatibles con la escritura nipona, no podremos utilizar dicho programa, además de que es más complicado el programar a un UTAU que a un VOCALOID, ya que el software de Yamaha tiene su formato originalmente en inglés, cosa que UTAU aún no tiene (siendo esta una de las mayores desventajas de usar UTAU).

Así que, podemos utilizar UTAU para el mismo fin, sin embargo, la calidad de la voz es muchísimo más baja que VOCALOID, que promete y cumple con mucha más naturalidad e inteligibilidad, que recordemos, son características que permiten a los sintetizadores de voz, acercarse más a emitir voz humana.

Los principales personajes que UTAU ha reconocido como “oficiales” son:

❖ Defoko

Ella es una chica, cuya voz viene incluida por Default en el programa de UTAUOID, de ahí deriva su nombre, Defa= Defo y ko=chica (en la pronunciación y el habla japonés). Su voz es generada por computadora, es decir, es meramente digital, ninguna persona prestó su voz para recrearla. Su vestimenta consiste en un

uniforme escolar (parecido al de Hatsune Miku) con mangas bastante largas y una boina morada y cabello lila corto. Según los fans, que también les brindaron a los UTAU una personalidad establecida, es bastante tranquila y seria.

❖ Momone Momo

Esta es la primer UTAU creada con una fuente de voz humana, aunque se desconoce quién fue la mujer que brindó su colaboración para crear a Momo. Ella usa un vestido de sirvienta con falda, mangas y boina verdes, blusa y calcetas blancas y tiene el cabello largo rosa. Es de una personalidad igualmente tranquila y tierna, sin embargo, no le gusta admitir que mantiene una amistad con Defoko (por razones desconocidas).

❖ Nagone Mako

La voz para esta UTAU se tomó de una cantante amateur anónima del sitio Nico Nico Douga (recordemos que es un medio virtual importante en Japón equivalente a YouTube). Lleva dos imágenes, ya que aún no se ha dado una fija por los fans, una es usando un atuendo de ninja y posee cabello azul y atado. El otro es un traje ninja¹⁸ blanco y cabello negro mucho más largo.

❖ Kasane Teto

Este personaje es el más importante entre los UTAU, puesto que es la más conocida y podría decirse que es la equivalencia de Miku en este otro software. Todo comenzó siendo una broma del día de los inocentes (28 de diciembre del 2008) por parte de *Crivton*, que como se ha mencionado antes, surgió a modo de parodia de la compañía original. Antes del lanzamiento del tercer personaje de VOCALOID (Megurine Luka) se hizo circular la noticia de que Kasane Teto sería el tercer VOCALOID e incluso, se publicaron en NND videos con demos de ella. Después del

¹⁸ Guerrero Japonés de la era feudal.

lanzamiento de Luka, se dio el comunicado virtual sobre la broma y así fue como las personas afines al programa conocieron el programa de UTAU.

Es por eso que las personas la consideran como la segunda Hatsune Miku, pues hizo posible que las personas se enteraran del programa de donde provenía y que tuviera éxito. Esta chica tiene 31 años de edad, sin embargo su imagen es de 15, viste un traje gris con detalles en rosa, es pelirroja y lleva un peinado de dos coletas con caireles y le encanta el pan, en especial las baguettes, incluso en algunos videos se ha propuesto que ella es una mezcla de un humano y un dragón (en ocasiones le salen alas con las que puede volar) y se ha propuesto que su cinturón realmente es una cola. Ella es de personalidad tierna y tranquila.

❖ **Yokune Ruko**

Nuevamente el público se vio envuelto en una broma, ya que Ruko se anunció también como la VOCALOID 03, adquiriendo más veracidad, pues a comparación de Teto, no fue lanzada la noticia en el día de los inocentes. Posteriormente Megurine Luka llegó al mercado como la VOCALOID 03 original.

Ruko es un personaje bastante peculiar, pues es hermafrodita, es decir, no posee un género evidente. Ruko también cuenta con una configuración para poder cantar en japonés y en inglés, además tiene los ojos de diferente color (el izquierdo azul y el derecho rojo), lo cual podría ser una forma de simbolizar esa capacidad bilingüe y su condición de hermafroditismo.

❖ **Namine Ritsu**

Este es otro personaje de broma, ya que posterior al lanzamiento de Luka, se decía que Ritsu sería el 4° VOCALOID de Crypton. Y no sólo con Ruko terminan los personajes singulares, puesto que Ritsu, a pesar de su femenina figura y delicado rostro no es una mujer, sino un hombre que se traviste con ropas góticas, pero lo verdaderamente singular del personaje es que la voz de Ritsu fue provista por un hombre, aunque suene como una chica. Otro dato curioso sobre Ritsu, es que es el

utau que canta con más naturalidad humana e incluso mucho más que los propios VOCALOID.

VOCALOID, ahora también para Macintosh

❖ Macne Nana

Ahora los usuarios de Mac pueden utilizar su propio VOCALOID que fue lanzado en Japón el 28 de marzo del 2009, ya que VOCALOID sólo podía ser manipulado en el sistema operativo de Windows. La voz que fue tomada para crear a Nana fue de la actriz japonesa Ikezawa Haruna. Macne Nana es el nombre de la aplicación y es la imagen del sintetizador para Mac (como Miku lo fue para VOCALOID y Teto para UTAU). Viene con dos tonos de voz, uno normal y el otro más agudo y algo infantil. Nana viste con un uniforme de azafata blanco y negro, boina negra simulando una manzana (logotipo de Mac) y tiene cabello verde y largo.

Como acabamos de ver, cada personaje posee un toque especial que los hace únicos, que los posiciona en el gusto del público, incluso, estos cantantes virtuales dotados también de defectos humanos, aspectos que aún siendo ficticios los acerca más a nosotros y les proporciona mayor humanidad, y renuevan al mundo musical como lo conocemos. No sería raro que en un par de años, estos cantantes proliferen y generen las mismas o incluso más ganancias económicas a las disqueras que los mismos humanos.

1.3 Impacto

Ya sabemos o ya tenemos una idea de quiénes son estos cantantes virtuales, su origen y una descripción de cada uno de los integrantes de la familia VOCALOID, además de haber mencionado como principal difusora a la página de *Nico Nico Douga* pero el cómo lograron tener “vida” visual, es el punto que a continuación trataremos, ya que sin este valioso recurso, Miku y compañía no hubieran sido lo que ahora representan para la nueva generación de la industria musical y visual.

En este mundo digital no es extraño que uno pueda elaborar sus propios diseños, trabajos o en este caso animaciones con la ayuda de la tecnología. Es el caso del software en tres dimensiones *Miku Miku Dance* inspirado en la imagen de VOCALOID, pues con él, las personas pueden animar a su personaje favorito para que caminen, realicen movimientos, tiros de cámara, movimientos de la misma, en fin, un universo de ocurrencias para los amantes de la animación y los que anhelan elaborar cortometrajes caseros con estos simpáticos personajes.

Realmente el programa es fácil de conseguir, lo único que uno necesita es su propia computadora, descargarlo directamente de internet, instalarlo y en un instante uno puede experimentar la sensación de ser un animador, incluso, se pueden descargar las secuencias de movimientos e importarlas al programa para lograr que Miku o cualquier otro personaje pueda moverse y realizar los simpáticos videos que circulan por la internet.

Como se mencionó anteriormente, gracias a recursos como el Miku Miku Dance, muchas personas que se dedican al diseño gráfico también pueden elaborar sus propios modelos en tercera dimensión para ser utilizados en el programa (es decir, una figura de algún personaje, de los cuales, la mayoría son de anime japonés), subirlos a alguna página y en poco tiempo se pueden utilizar los diseños de estas personas para animarlos.

Es increíble lo que todo este proceso de retroalimentación produce:

- 1) Alguien produce una canción con VOCALOID y la publica en Internet.
- 2) Otra persona que escucha la canción se interesa en la animación de la misma y se dedica a ello. Posteriormente elabora el video con el personaje en cuestión interpretando, bailando la canción y la publica nuevamente en internet (produce un videoclip de dicha canción).
- 3) Alrededor del mundo, infinidad de usuarios conocen los trabajos de los compositores y animadores de las canciones, algunos pidiéndoles directamente más canciones y videos u otros simplemente se dedican a la propagación de los videos en otros canales de internet (a los que se les conoce como *uploaders*¹⁹ pues descargan los videos y se encargan de volver a subirlos en una mejor calidad de imagen y sonido en otros canales de video como *Youtube*) y nuevamente más personas que no tienen acceso en este caso a *Nico Nico Douga* pero a *Youtube* sí, pueden apreciar dichos videos al instante.

Sin lugar a duda, VOCALOID, sin el apoyo de los fans tampoco hubiera llegado tan lejos en ese mundo digital, ya que se aplican los principios básicos de la promoción de artistas humanos: sin una buena imagen que dar, el artista no puede triunfar y su éxito está en riesgo. Es por ello que gran parte del éxito de VOCALOID se debe en gran medida a la labor de difusión de estos compositores independientes, animadores y “uploaders”.

Ahora, realmente no tendría sentido hablar de cantantes virtuales si no se menciona su música y el impacto que ha tenido en los admiradores de los mismos.

Una gran aportación de VOCALOID a la música popular actual ha sido (como ya se ha mencionado) su larga lista de canciones con temáticas originales que se han colocado en el gusto del público, sin embargo también han servido como inspiración para una gran cantidad de personas que buscan el sueño de ser cantantes profesionales, por ello los compositores de las canciones de VOCALOID, en

¹⁹ Anglicismo empleado para designar a personas que colocan material en la internet (gráfico, textos, audios).

solidaridad con los nuevos talentos comparten las versiones instrumentales de las piezas que más éxito han obtenido, de esta forma, al compartir su mismo contenido pueden ayudar a impulsar la fama de dichos cantantes amateurs y también por éstos mismos, se dan a conocer los trabajos de los compositores. En resumen, es un trabajo en conjunto donde el público conoce nuevos cantantes (humanos y no humanos) y a los compositores de dichas canciones.

Un cantante alcanza el éxito en su carrera al tener presentaciones en vivo, pero si VOCALOID no son meramente artistas de carne y hueso, ¿Podrían tener impedimento alguno para poder cumplir con dicho requerimiento y consumarse como verdaderos cantantes (virtuales, pero visibles ante el público) aún fuera de la comodidad de la computadora hasta un escenario con más de un millar de personas?

Para VOCALOID esto ya es una realidad, pues Miku y compañía ya han presentado conciertos ante la multitud de sus seguidores por medio de proyecciones holográficas junto con músicos en vivo, únicamente la voz de cada VOCALOID se reproduce en acapella (como suele hacerse con los cantantes reales).

Ahora vemos que, VOCALOID no nació sólo para quedarse “atrapado” en la computadora, puede haber una interacción con el público, una reacción por parte de este y un goce por la interpretación del artista. Anteriormente han habido grupos de música irreales, pero detrás de esta imagen hay humanos a fin de cuentas, incluso hacían aparición robots o animaciones que representaban al cantante (como el grupo “Gorillaz” o “Daft Punk”) y quien realmente cantaba nunca hacía aparición ante el público, pero con VOCALOID es diferente: cantantes virtuales y con un toque de realismo. Tal vez sea difícil de creer, pero hoy ya es una realidad latente.

1.4 El hombre y la comunicación a través de la música

La finalidad de la comunicación es conectarnos unos con otros a través de un mensaje que transmita ideas, sentimientos y sensaciones.

Como hemos visto, el hombre siempre necesita comunicarse con otros individuos y en este caso encontramos a la música para lograr ese objetivo.

Como un medio de comunicación, la música logra romper las barreras del tiempo y del espacio y contiene los mismos elementos que en un modelo de comunicación donde encontramos al emisor (en este caso sería el compositor de una canción), un mensaje (las ideas plasmadas en la canción), un canal (la melodía que escuchamos), un código (sería un conjunto de significados que una comunidad pueda entender, por ejemplo nuestro idioma) y un receptor (la audiencia que escucha la canción).

Sabemos que no todos los mensajes tienen como finalidad únicamente informar, en el caso de la música, una canción lo que busca es provocar reacciones, de ahí su característica y función expresiva y emotiva.

Muchos podrían decir que la música es generadora de emociones, sin embargo es pertinente aclarar que no produce la misma respuesta para toda la audiencia, pues depende del marco referencial, experiencias y vivencias de cada individuo, sin embargo el sentimiento a transmitir logra llegar al espectador estableciendo así, un vínculo entre las personas y por lo tanto se crea una relación social.

Se dice que la música posee una cualidad social y esto se logra cuando el individuo la integra dentro de su cotidianidad y estilo de vida, así como los intercambios entre un escucha y otro sobre sus gustos y afinidades musicales podrían contribuir en la propagación del mensaje contenido en la canción, de esa forma expandir y continuar el objetivo de vencer las barreras espacio-temporales.

Conforme pasa el tiempo y se desarrollan nuevas tecnologías para la difusión de mensajes, las oportunidades para acceder a ellos se incrementa y se presenta un cambio en la participación cultural del individuo, pues ya no tenemos únicamente consumidores de dicha música, ahora inicia la era de los nuevos fenómenos musicales donde los escuchas también generan su propio contenido para compartirlo al mundo.

VOCALOID es un ejemplo del uso de estas tecnologías que están innovando en la producción musical, que aplica una diferente forma de proceder en este campo y a su vez facilita la participación del público en este contexto.

Gracias a las plataformas tecnológicas se produce y se consume más música que hace algunos años atrás, ya que son también utilizadas como medio de promoción de nuevos talentos de forma no tradicional.

Dicho fenómeno ha sido tratado por los medios de comunicación como una novedad tecnológica, sin embargo no han dedicado un espacio para hablar de lo que hay detrás del éxito alcanzado y por ello es de gran interés el tratarlo por medio de un reportaje audiovisual por la gran variedad de desencadenamientos que ha producido VOCALOID como innovación en el campo musical y tecnológico y es necesario como un producto social mostrar al público este gran avance que representan estos cantantes virtuales.

CAPÍTULO 4: Elaboración del reportaje VOCALOID

Nombre del Reportaje

Reportaje audiovisual VOCALOID

Se eligió dicho nombre para el reportaje, ya que, se hará notar el éxito de VOCALOID como cantantes no humanos, es decir, una tecnología utilizada en el campo musical para poder crear artistas virtuales.

Ya que el VOCALOID es un recurso artístico que no requiere los mismos cuidados que un humano, es más económico en cuestiones de gastos vitales como en el ámbito médico, alimentación e incluso, las fricciones en el trato con el cantante de carne y hueso, además, es una realidad que la sociedad está viviendo y que pocas personas conocen de la existencia de dichos cantantes.

Objetivo

Mostrar a través del reportaje, cómo es que la industria musical presenta enormes cambios gracias a las innovaciones tecnológicas aplicadas a esta forma de comunicación y la necesidad de expresión del alma humana, los sentimientos y deseos.

Se tiene el objetivo de llevar este reportaje a las personas ajenas al mundo de la animación japonesa, videojuegos y este ambiente otaku (persona que tiene estos pasatiempos), para darles a conocer estos artistas y se enteren del impacto que están causando en el medio musical y tecnológico.

Público Meta

Se tiene pensado destinar este reportaje al público ajeno al mundo del anime y demás gustos por los productos japoneses. El reportaje está planeado para un público joven de entre 15 a 20 años del grupo socioeconómico C y C+, ya que es el sector que más música consume; se tiene en cuenta que otro tipo de público

también consume música, sin embargo, el que se plantea es el que más la consigue en tiendas especializadas como *Mix Up*, *i-Tunes* y sobre todo en Internet, que es el medio en el que se desplazan los protagonistas del reportaje.

Cliente y canal de transmisión

El reportaje a realizar está pensado para transmitirse por el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional (XEIPN-TV), ya que su perfil se apega a la política de la televisora sobre transmitir “lo que ocurre a nuestro alrededor en los ámbitos de la política, la economía, la naturaleza, los espectáculos, el arte, la salud y la ciencia”²⁰, sobre todo para nuestro reportaje, los ámbitos más importantes son la ciencia y los espectáculos.

Algo atrayente de Canal 11 es que a partir del 2009 introdujo en su barra de programación, productos novedosos para interesar a la juventud como: producciones internacionales y las elaboradas en territorio nacional y una de ellas es de gran interés para el desarrollo del presente reportaje propuesta.

Dado que nuestro producto propuesta tiene un contenido basado en información sobre lo que acontece en el campo de la tecnología y la música (y está destinado a los jóvenes) Canal 11 posee el programa *Factor Ciencia*, con contenido de revista que se dedica a explicar aspectos de la ciencia y tecnología con un lenguaje muy ameno que facilite la comprensión del público sobre dichos temas y que especialmente (como lo explica en su descripción) “permite al televidente entender y acercarse al acontecer científico en México y el mundo [...] en la que el conocimiento no tiene por qué ser aburrido o incomprensible”²¹.

²⁰ Once TV México [<http://onctv-ipn.net/acercade/index.php?l=acerca>] (fecha de consulta: 07/05/2012 2:20 p.m.)

²¹ Once TV México [<http://www.onctv-ipn.net/factorciencia.php>] (fecha de consulta: 07/05/2012 3:20 p.m.)

Las secciones con las que cuenta son:

- Planetario
- Cienciamanía
- Extra
- Resumen de Noticias
- Tecno
- Cuerpo y Mente
- Terra
- Cosmos
- Praxis
- Génesis

Por lo tanto, la sección propuesta para que el reportaje sea insertado es *Tecno*, ya que su contenido se dedica a mostrar reportajes, noticias y cápsulas que nos hablan de Internet, novedades en el campo tecnológico, robótica, etc., por consiguiente, es una sección adecuada para la emisión del reportaje.

Periodicidad y Horario

El programa *Factor Ciencia* se transmite los lunes a las 7:45 p.m. y cuenta con una repetición los sábados a las 3:00 p.m., por consiguiente, el reportaje se insertaría dentro del periodo de la emisión. Dado que sólo se plantea informar, su periodicidad será emitirlo al aire una sola vez.

Duración total y bloques

Para facilitar la comprensión del tema se planea que el reportaje sea de un solo bloque para que el público no pierda la atención en la información brindada. En cuanto a la duración, este será un producto de duración de 6 minutos, se incluirán inserciones testimoniales de personas involucradas con el tema, montaje de imágenes en movimiento y narración de voz en off.

Se ha decidido esa duración en el reportaje, debido a que la sección *Tecno*, presenta dichas noticias y reportajes con un máximo de 6 minutos para su contenido, además, el tema del reportaje, al no ser tan conocido, necesita ser tratado con cuidado, es decir, brindar la información de forma pausada (sin llegar a ser lenta) y a la vez ágil (colocar los puntos principales para que el público pueda comprender de lo que se está hablando).

Recursos Humanos

Para la elaboración del reportaje, se requerirá del siguiente equipo:

Cargo	
Productor /Director	Será la persona encargada del proyecto y de la intención que se desea dar al reportaje, es decir, decidirá la narrativa visual (desde la preproducción hasta la postproducción), la elección del talento. Trabjará en conjunto con el Guionista para la elaboración de la escaleta y el guión definitivo.
Guionista	Su función será la de elaborar la escaleta y guión definitivo en conjunto con el Productor y Director. También podrá sugerir el material a utilizar y recomendar qué orientación se le dará al trabajo.

Edición / D. Gráfico	Se encargará de los gráficos y del montaje visual del producto con base a la decisión del productor.
Op. Audio / Microfonista	Se encargará del montaje auditivo para que en coordinación con el editor visual y con el productor.
Camarógrafo de campo	Tomará imagen en campo (tomas de stock y a los entrevistados).
Iluminación	Deberá preparar la mejor iluminación posible para la grabación de las entrevistas. Trabajará en coordinación con el productor, maquillista y camarógrafo.
Maquillista	En conjunto con iluminación, y el productor, el maquillista deberá procurar que el talento se vea en base al perfil del producto, tan apegado como sea posible.
Locutor	Será la persona que guiará al público durante el reportaje, con voz “dinámica”, dado que el programa está destinado a un target juvenil. Trabajará en conjunto con el redactor y el productor para afinar la entonación que se requiera para el reportaje y la información que se brindará.

Recursos Técnicos

Para la elaboración del reportaje, se necesitará:

- 1 cámara de campo HD con tripié.
- 1 micrófono unidireccional.
- 3 rebotadores de luz.
- Cabina de grabación de voz (ésta, para el locutor).
- Cabina de edición (de audio y video).
- 2 computadoras para la edición, conversión y quema del reportaje en DVD.

Primer plan de Producción

14 de noviembre 2010	6 al 10 de diciembre 2010
Revisión y selección de la información para elaborar la escaleta.	Contacto con los entrevistados. (Hacer cita)
13 al 17 de diciembre 2010	10 al 14 de enero 2011
Confirmar con el talento	Elaboración de las preguntas para la entrevista.
17 al 21 de enero 2011	4 al 7 de febrero 2011
Grabación de entrevistas con talento	Levantamiento de imágenes de stock en convención TNT y entrevistas con cosplayers y asistentes al evento.
15 al 17 de febrero 2011	18 de febrero 2011
Entrevistas auditivas con personas familiarizadas con VOCALOID.	Revisión del material y selección de lo que se ocupará.
21 y 22 de febrero 2011	23 al 25 de febrero 2011
Revisión de la escaleta y elaboración de un guión tentativo con el material recolectado y seleccionado.	Edición y Montaje tentativo en base a los cambios realizados en la escaleta
28 de febrero 2011	1 y 2 de marzo 2011
Revisión del guión tentativo y edición final. Realización del guión definitivo	Realización de la Bitácora y anotaciones de la grabación y proceso de postproducción.
3 de marzo 2011	4 de marzo 2011
Conversión del formato del reportaje y quema en DVD del mismo	Finalización del proyecto.

Estructura del Reportaje

Primer bosquejo:

- ¿Quién es Hatsune Miku?
 - Origen: Crypton Future Media
 - (Insert: Creadores de Miku)
- ¿Cómo se difunde VOCALOID?
- Impacto en Internet
 - (Insert: Reportero Japonés)
- Impacto en Mercado Juvenil
 - Comerciales Toyota
 - Conciertos en vivo
 - Chorus elaborados por los fans
 - Cosplay (comunidad otaku)
- ¿Qué se hace en México? ¿VOCALOID en español?
 - Proyecto *Arisa Mitsuko*: VOCALOID mexicana
- VOCALOID acercándose a su humanización
 - Actualizaciones en el software
 - Androides cantantes

Estructura del Reportaje

Versión Final:

- ¿Quién es Hatsune Miku?
 - Origen: Crypton Future Media
 - (Insert: Creadores de Miku)
- ¿Cómo se difunde VOCALOID?
- Impacto en Internet
 - (Insert: Reportero Japonés)
- Impacto en Mercado Juvenil
 - Conciertos en vivo
 - Chorus elaborados por los fans
- ¿Qué se hace en México?
 - Proyección de los conciertos
- VOCALOID acercándose a la vida cotidiana

Guión**Programa: Factor Ciencia****Reportaje audiovisual VOCALOID**

Video	Audio
FADE IN INSERT. CONCIERTO. PÚBLICO OVACIONANDO A MIKU POR 4 SEGUNDOS. INSERT. MIKU SALE A CANTAR POR 30 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>CHAINING INTENTION</i> POR 4 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>THE DISSAPEARENCE OF HATSUNE MIKU [MOONBUG REMIX]</i> POR 6 SEGUNDOS. CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>MEGU MEGU FIRE ENDLESS NIGHT [VOCALOID PARTY]</i> POR 6 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>WORLD'S END DANCEHALL [PROJECT DIVA]</i> POR 5 SEGUNDOS	FADE IN Op. Fx público ovacionando a Miku por 4 segundos. Miku cantando en 1P por 4 segundos, luego baja a fondo. NARRADORA: Hatsune Miku es una cantante japonesa de 16 años que gracias a la Internet ha ganado fama internacional. Pero lo realmente sorprendente de ella es que esta diva adolescente no es de carne y hueso. Op. Fx. Miku cantando desde fondo sube a 1P durante 10 segundos, corte a fondo musical <i>The dissapearence of Hatsune Miku [Moonbug remix]</i> NARRADORA: Actualmente podemos apreciar a Miku y a otros cantantes virtuales gracias a un sintetizador de voz creado en el año 2000 por la compañía Yamaha y más tarde en 2007 un grupo independiente especializado en el desarrollo de software: Crypton Future Media, se encargó de mejorar el programa inicial. Crypton se interesó en los primeros intentos de Yamaha por recrear la voz humana, enfocándose también en el

CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>CENDRILLON</i> [<i>PROJECT DIVA</i>] POR 5 SEGUNDOS CORTE A: INSERT. ENTREVISTA CON LOS CREADORES. MEDIUM SHOT DE HIROYUKI ITO SÚPER: 'HIROYUKI ITO DIRECTOR DE "CRYPTON FUTURE MEDIA"' SUBTÍTULOS: "PENSAMOS QUE PODÍAMOS CREAR UN NUEVO MEDIO SI UN 'LINDO' O 'GENIAL' PERSONAJE DE MANGA PUDIERA CANTAR, ASÍ QUE NOS ENFOCAMOS EN VOCES DE ACTORES, NO DE CANTANTES QUE PUDIERAN HACERLO BIEN PORQUE SABÍAMOS QUE NUESTRA CANTANTE SINTETIZADA PODRÍA MANEJAR ESA PARTE". CORTE A: MEDIUM SHOT DE WATARU SASAKI SÚPER: 'WATARU SASAKI CO-DIRECTOR DE "CRYPTON FUTURE MEDIA"' SUBTÍTULOS: "NO BASAMOS NUESTRAS DECISIONES EN LA CALIDAD DE VOZ ÚNICAMENTE, SINO QUE TAMBIÉN CONSIDERAMOS COSAS COMO EL ASPECTO VISUAL Y SU IMPACTO. NUESTRA META FINAL ES CONVERTIR LA VOZ DEL VOCALOID EN UN PERSONAJE QUE LAS PERSONAS DISFRUTEN AL ESCUCHARLO PERO NO ESPERAMOS QUE LLEGARA A SER TAN	impacto visual del personaje. Op. Fx. ENTREVISTA CON LOS CREADORES. Op. Fx. Fondo musical <i>Melt (Acapella)</i> por 12 segundos. Op. Fx. Fondo musical <i>Melt</i> por 36 segundos.
---	---

ACEPTADA EN EL RESTO DEL MUNDO? CREO QUE HAY UNA CONEXIÓN CON EL ANIME JAPONÉS QUE SE DESARROLLÓ COMO PARTE DE NUESTRA CULTURA Y A MUCHAS PERSONAS LES AGRADA”. CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>PUMP AND CIRCUMSTANCE [EDIT PV PROJECT DIVA]</i> POR 4 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>POKER FACE [MMD MV]</i> POR 3 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>BUTTERFLY ON YOUR RIGHT SHOULDER [39'S GIVING DAY EDITION DREAMY THEATER 2ND PV]</i> POR 3 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>DEPRESSION OF CYBERNETICS [PROJECT DIVA ARCADE]</i> POR 3 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>POKER FACE [MMD MV]</i> POR 2 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>POKER FACE [MMD MV]</i> POR 2 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>[MMD] CANTARELLA – GAKUPO</i> POR 2 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>POKER FACE [MMD MV]</i> POR 2 SEGUNDOS CORTE A:	Op. Fx. Fondea con Jitter Doll (off vocal) por 48 segundos y desaparece. NARRADORA: Además de Miku, VOCALOID también cuenta con otros cantantes que se han posicionado en el gusto del público. Por ejemplo los traviesos Rin y Len. La sarcástica Luka La carismática Meiko El simpático Kaito El dinámico Gakupo Y la alegre Gumi También hay otras compañías como Crypton que buscaron crear sus propios cantantes, los cuales también han ganado popularidad por la originalidad de sus características y personalidades.
--	--

FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>MY SONG</i> [MMD] POR 2 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>BYE BYE SAYONARA</i> [MMD] POR 3 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>DOUBLE LARIAT</i> [MMD] POR 3 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>+REVERSE</i> POR 8 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>THE DISSAPEARENCE OF HATSUNE MIKU</i> POR 4 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>CANTARELLA</i> [GRACE EDITION] POR 5 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>THE LITTLE MERMAID</i> POR 4 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP <i>POPIPO</i> POR 6 SEGUNDOS CORTE A: INSERT. SALA DE CONCIERTOS DE VOCALOID POR 4 SEGUNDOS CORTE A: INSERT. FRAGMENTO DE CONCIERTO VOCALOIS POR 16 SEGUNDOS	Otro aspecto que sorprende de VOCALOID son sus variadas temáticas en las letras de sus canciones, pues van desde lo cotidiano a cantos infantiles, historias de terror, amores prohibidos, tragedias, pensamientos surrealistas y hasta temáticas tan descabelladas como cantarle a un vegetal. Op. Fx. Desaparece fondo. Sin fondo musical por 4 segundos y luego fondear con el audio de los videos. NARRADORA: Ha sido tal la aceptación de estos personajes que se han llegado a presentar conciertos en vivo donde se proyectan a Miku y sus amigos sobre una pantalla traslúcida que da la ilusión de estar presentes con vistosos vestuarios y ejecutando coreografías para llenar teatros completos. Op. Fx. Desaparece fondo. Sin fondo musical por 16 segundos. NARRADORA: Gracias a VOCALOID no solamente se benefician estas compañías creadoras de cantantes virtuales, también se dan a conocer nuevos talentos como compositores independientes que se
---	--

CORTE A: INSERT. PERSONAS UTILIZANDO VOCALOID PARA GRABAR MÚSICA POR 16 SEGUNDOS CORTE A: INSERT. VIDEOS DE COROS JAPONÉS FRAGMENTO CORO MIKI MIKI ROMANTIC NIGHT POR 6 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO CORO MELTDOWN POR 7 SEGUNDOS CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP POPIPO [GUMI VERSIÓN MERENGUE] POR 13 SEGUNDOS CORTE A: INSERT. IMAGEN PROMOCIONAL DEL EVENTO MAGICAL MIRAI POR 6 SEGUNDOS CORTE A: INSERT. TOMAS EN CINEPOLIS POR 4 SEGUNDOS CORTE A: INSERT ENTREVISTA CON EL ORGANIZADOR. CORTE A: FRAGMENTO VIDEOCLIP PAN CON CHOCOLATE POR 6 SEGUNDOS	aventuran a crear canciones utilizando el software. Op. Fx. Fondea fragmento de Megu Megu Fire Endless Night por Por otro lado también están los que buscan el sueño de ser cantantes ya que al interpretar temas ya reconocidos de VOCALOID logran ser descubiertos y le dan promoción al mismo programa. Op. Fx. En primer plano los audios de los videos. Op. Fx. Fondea audio del video. NARRADORA: Asimismo, este fenómeno musical también ha llegado al público latinoamericano y de la misma forma ha permeado en sus gustos musicales. Para celebrar los recién cumplidos 6 años del lanzamiento de Miku, un conjunto de fans junto a la cadena “Cinépolis” organizaron la transmisión en vivo del concierto conmemorativo. Op. Fx. Entrevista con uno de los organizadores. Op. Fx. Fondea con <i>The dissapearence of Hatsune Miku [Moonbug remix]</i> por segundos, y baja a fondo hasta desaparecer.
--	--

CORTE A: INSERT. COMERCIAL TOYOTA INSERT. COMERCIAL MIKU Y MAQUILLISTAS. INSERT. FINAL DE CONCIERTO. FADE OUT	NARRADORA: Así que hoy en día no sería tan descabellado que en cualquier momento gracias a la tecnología pudiéramos ver a Miku u otros VOCALOID anunciando productos o quizá protagonizando alguna serie de televisión acercándose cada vez más a nuestra vida cotidiana. Para Factor Ciencia: Nereyda Cuevas FADE OUT
---	--

Bitácora de Producción

Se logró satisfactoriamente la producción del reportaje audiovisual, sin embargo hubo muchos cambios que realizar por algunos inconvenientes:

- Desde un inicio se había planeado ponerse en contacto con los organizadores de un proyecto en México en el cual interesaba la creación de un personaje de VOCALOID “100% mexicano” como lo anunciaban en las convenciones de la expo TNT y aseguraban que cantaba totalmente en español, algo que sería de utilidad y buen elemento para el reportaje. El objetivo era entrevistar al equipo. Sin embargo, a pesar de haber conseguido el contacto con una persona dentro de ese proyecto, nunca contestaron para poder hacer una cita para la entrevista, por lo que se decidió eliminar la posibilidad de ubicar ese punto de la estructura informativa del reportaje.
- Otro punto que no pudo realizarse fueron las entrevistas planeadas a personas totalmente ajenas a VOCALOID, que no supieran de su existencia, mostrarles material sobre este software y grabar sus reacciones y opiniones al respecto, sin embargo las personas no prestaron su ayuda argumentando falta de interés, tener prisa para llegar a algún lugar o también ignorando la petición. Por eso se tuvo que eliminar de la estructura.
- Se realizaron entrevistas de personas que estuvieran al tanto de VOCALOID y se tenía material de apoyo con más entrevistas a personas que asistieron a la proyección del concierto conmemorativo, era suficiente para respaldar la parte de impacto y aceptación por parte de los fans, sin embargo no se colocaron los testimoniales por falta de espacio en la línea de tiempo en la etapa de montaje (postproducción).
- Otro aspecto planeado era insertar videos de coros en Latinoamérica que cantaran canciones de vocaloid a través de la internet, de la misma forma por falta de espacio en la línea de tiempo no pudieron integrarse.

Lo que brindó una ayuda fundamental fue el encuentro espontáneo con los organizadores de la proyección del concierto, ya que no se tenía contemplado en el plan de producción ni en la estructura informacional del reportaje, sin embargo en el momento de realizar las entrevistas a los asistentes ellos mismos fueron los que mencionaron el lugar donde se podían encontrar los organizadores, por lo que se decidió en el momento realizar una entrevista de improviso. Se les aplicó las mismas preguntas que a los demás: Su opinión sobre el impacto de vocaloid, el motivo por el cual les interesaba y también el propósito de realizar en conjunto con la cadena de cines dicha transmisión proyectada y sus opiniones sobre el futuro de vocaloid como artistas dentro del mundo musical.

A pesar de haber tardado en la realización del audiovisual, normalmente debería realizarse en menos de una semana por sus características de ampliación de noticia prolongada y el tipo de programa al que se va a dirigir: hay un tiempo relativamente amplio para la planeación y tratamiento y el tema central es de actualidad permanente.

Conclusiones

Como se ha mencionado, el hombre siempre ha buscado la forma de preservar y comunicar su realidad a los demás individuos y es por ello que nace el periodismo con distintas variantes para plasmar los acontecimientos por medio de sus géneros y clasificaciones.

Entonces para poder retratar esta realidad y poder compartirla con otras personas y que la entiendan es necesario un enfoque objetivo sin mezclar el juicio del autor tal como se ha visto a través de las etapas históricas del periodismo donde empezó siendo meramente informativo y expositivo sobre los hechos y sólo se mencionaban algunos datos que pudieran ser relevantes; después fue ideológico pero en el sentido de compartir una corriente o postura de pensamiento de un grupo político (no de forma particular); posteriormente volvió a ser de corte informativo, la diferencia era que por fin había un sentido crítico y análisis del contexto, sus causas y la formulación de hipótesis sobre las posibles consecuencias. Por último el periodismo llegó a la etapa de especialización que se refiere a un grupo específico de lectores sobre temas en un área del conocimiento (medicina, ingenierías e innovación tecnológica, sociales, humanísticas).

En la actualidad podemos ver que la mayoría de reportajes en los medios impresos utilizan la tercera forma del periodismo, es decir, un análisis sobre el hecho, las causas de su origen y procedencia, una explicación de lo que es y de qué trata y los probables desencadenamientos que ello provoque y eso es lo que ayuda a la comprensión del fenómeno o suceso.

Tuvieron que suceder varios cambios a través del tiempo para que el reportaje llegara a ser considerado un género dentro del periodismo que obtuvo una latente evolución dentro una sociedad en constante marcha (un producto social que no puede aislarse de su origen ni negarse su propósito) cubriendo así las necesidades informativas de la realidad que las personas poseían.

Dentro del plano audiovisual, el reportaje es un género que nos ofrece mucha libertad de expresión en cuanto a poder ejercer la creatividad que se tenga para

mostrar imágenes y secuencias sonoras que brinden apoyo a la información que se está presentando para mantener el interés de nuestra audiencia en el hecho del que se habla.

Como cualquier producto audiovisual es necesario su tratamiento como tal, es decir, lleva una serie de pasos que nos servirán como guía para poder darle un tratamiento adecuado desde su planeación, así como saber cómo llevarlo a cabo y cómo poder presentarlo por medio de un montaje eficaz, claro y atractivo.

Nuestro reportaje sobre VOCALOID es un ejemplo de cómo se maneja dicho género para cubrir un fenómeno musical que ha alcanzado gran éxito a través de Internet, y si bien, no muchos noticieros han abarcado en su totalidad la historia detrás de estos cantantes virtuales, este trabajo le da el trato requerido, pues explica desde sus orígenes, lo que se ha hecho, testimoniales de los creadores junto con sus expectativas, lo que se está realizando actualmente e invita al público a reflexionar sobre qué podría ser en un futuro si el éxito de estos artistas logra saltar de la computadora a medios más cercanos a nosotros, siendo parte de nuestra vida cotidiana (objetivo que se deseaba lograr para nuestro trabajo).

Sin lugar a dudas VOCALOID ha causado una gran conmoción en el mundo de la tecnología y de la música, pues como hemos visto es un modelo de artista perfecto: las empresas se beneficiarían de las ganancias producidas por estos cantantes, sin mencionar los ahorros en gastos humanos que implican los cantantes humanos.

Sin embargo, otra ventaja de utilizar VOCALOID sería la de sintetizar voces y realizar proyecciones de personas no vivas en conciertos. Sería una maravilla tecnológica volver a ver y escuchar a Elvis Presley, a John Lennon o en el caso particular de nuestro país a cantantes icónicos de la cultura mexicana como Pedro Infante o José Alfredo Jiménez.

Lo que VOCALOID como tecnología nos ofrece es crear cantantes originales o incluso re-crear cantantes que han marcado huella en la industria musical y seguir

perdurando a través de los años. Sin embargo una de las preguntas que uno podría realizarse es ¿con VOCALOID habría riesgo de sustituir a los cantantes humanos?

En el reportaje no se abordó esa incógnita para que nuestros espectadores se formularan por sí mismos la respuesta, así que por medio del análisis del contexto de nuestro fenómeno musical a exponer la conclusión es que estos cantantes virtuales pueden llegar a introducirse más a la realidad cotidiana, sin embargo el ser humano jamás dejará de transmitir sus mensajes por medio de la música, no puede desligarse de esa forma de tradición que se ha transmitido, del goce y expresión de emociones y pensamientos (un mensaje) mediante el canto.

De la misma forma vocaloid aunque es una herramienta tecnológica no se puede desligar de su esencia humana, pues a pesar de ser una voz artificial transmite creaciones y emociones que una persona ha plasmado y ha querido que los demás escuchen, cumpliendo así la finalidad de la comunicación humana.

Fuentes

Bibliografía:

- o Cebrián Herreros Mariano. *Información Audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*. Madrid, España 1995.
- o Velázquez Luis. *Técnica del Reportaje*.
- o Parrat Sonia F.. *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas*. España 2003.
- o Ibarrola Javier. *Técnicas Periodísticas*. Gernika.
- o Cebrián Herreros Mariano. *Géneros Informativos Audiovisuales*. Madrid, España 1992.
- o Hillard Robert L. *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. México 2000.
- o Montaner Pedro. *¿Cómo nos comunicamos? Del gesto a la telemática*. México 1989.
- o Yúdice George. *Nuevas tecnologías, música y experiencia*. Barcelona, España 2007.
- o Adorno Theodor W.. *Sobre la música*. Barcelona, España 2000.
- o Campbell Robinson Deanna ... [et al.] *Music at the Margins. Popular Music and Global Cultural Diversity*. Newbury park, California. 1991.
- o Gubern Román. *El Eros Electrónico* Madrid, España 2000.
- o Haton Jean Paul *La inteligencia artificial: Una aproximación*. México 1991.
- o Revista *Conexión Manga* #208. Publicación quincenal. Febrero 2010. Págs. 65-66.
- o Manovich Lev. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación..* Paidós. 2005.
- o Papalini Vanina A. *Anime: Mundos tecnológicos, animación japonesa e imaginario social*.

Cibergrafía:

- Salazar Herrera Rosa Milagros. *Hacia un periodismo especializado ágil y creativo: la experiencia de la revista de transportes Señales (1996-1998)* [http://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtualdata/tesis/Human/Salazar_HR/enPDF/Cap1.pdf]
- Biblioteca Virtual de Antioquia. Colombia. [http://biblioteca-virtual-antioquia.udea.edu.co/pdf/15/15_1644893021.pdf]
- Escuela de Ciencias de la Información. Argentina. [http://uncavim60.unc.edu.ar/file.php/161/Wolfe_Tom_-_El_nuevo_periodismo.pdf]
- ZERO G LIMITED CO. [<http://www.zero-g.co.uk>]
- CRYPTON FUTURE MEDIA INC. [<http://www.crypton.co.jp>]
- Once TV México. *Factor Ciencia* [<http://www.oncetv-ipn.net/factorciencia.php>]

