



**Universidad
Monteávila**

RIF: J-30647247-9

República Bolivariana de Venezuela

Universidad Monteávila

Facultad de Ciencias de la Comunicación en Información

Escuela de Comunicación Social

**Camaleonic: Elaboración de una Charla Introductoria y Taller de Doblaje para los
estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila**

Autores:

Espina Ferrer, Adhara Carolina

C.I: 25.829.903

Moncada Dávila, Michelle Andrea

C.I: 27.916.332

Terenzi Tritto, Paola Alejandra

C.I: 25.322.830

Tutor Académico:

Lic. Roberto Ruiz Tovar

Caracas, 13 de marzo de 2020.

DEDICATORIA

Estos cinco años de carrera me han demostrado que los límites no existen mientras sueñes en grande y dediques todo tu esfuerzo y trabajo para volver ese sueño realidad.

Quiero dedicar este proyecto principalmente a mis padres y familiares, por siempre estar allí para mí, guiándome y apoyándome en todos los sentidos. Por enseñarme que las cosas deben hacerse siempre desde el corazón y con pasión, a no rendirme nunca y demostrarme que siempre después de una gran tormenta sale el sol. Gracias por todo, son las luces de mi vida.

A mis peludos amigos y compañeros, Blu y Coffee por alegrarme y acompañarme todos los días,.

A mis amigas y amigos, quienes siempre estuvieron allí para mí, en las buenas y en las malas. Por ayudarme a crecer, aprender cosas nuevas, hacerme reír, llorar y mucho más. Gracias por acompañarme durante esta etapa de mi vida, siempre los recordaré y tendré presente a donde sea que vaya.

A los profesores de esta casa de estudios, por impartir sus conocimientos y dejar siempre un poquito de su esencia y marca en nosotros, por prepararnos para el futuro y por estar siempre allí para ayudarnos. Una de las mejores decisiones que pude tomar en mi vida fue estudiar en esta acogedora universidad, donde conocí personas increíbles y extremadamente talentosas.

Especialmente quiero agradecer a mis dos compañeras de tesis, Adhara y Paola, quienes me han enseñado muchísimo acerca del trabajo en equipo, paciencia y amistad, lo logramos chicas, todo el estrés y trasnochos valieron la pena, las amo muchísimo.

Al mejor tutor de la UMA, Roberto Ruiz por comprometerse y ayudarnos con el proyecto desde el primer momento, sin tu ayuda Camaleonic no hubiera sido lo mismo, gracias. A todas aquellas personas que nos ayudaron durante el evento y

nos dieron ánimos para seguir adelante. Gracias por todo, amor y aprecio infinito para ustedes.

- Michelle Moncada.

Para mí ser una estudiante de la Universidad Monteávila es un privilegio, ya que nos hace ser mejores profesionales y nos forma como comunicadores sociales integrales. Antes de tomar la decisión de estudiar Comunicación Social, tuve que preguntarme el por qué me apasiona y me identifica más que otras carreras, y es en estos cinco años que me di cuenta de que realmente elegí la carrera perfecta para mí, no solo porque tiene una variedad de distintas ramas dentro del mismo estudio, que se te hace difícil escoger cuál de todas te gusta más, sino porque no importa cuál escojas tendrás esa misma y única esencia que solo un comunicador posee, que es la capacidad de análisis y potencialidad, no importa si decides ser publicista, periodista, o audiovisual, a lo largo de estos años nos han enseñado que siempre necesitarás el aporte de otras materias para obtener el mejor de los resultados en lo que sea que decidas ser.

En este trayecto pude aprender muchas cosas que me fue dejando la Universidad, como el trabajo en equipo, las amistades, el respeto, el esfuerzo, la paciencia, el amor y muchos valores más. Gracias a estos méritos que fui aprendiendo y afianzando a lo largo de mi carrera, es que quiero dejar una huella en mi casa de estudio, quiero poder dejar un aprendizaje, un reconocimiento y aporte a lo que fue mi segunda casa en cinco años, por esto es que mi PFC es algo hecho por y para el estudiantado, esta es mi manera de dejar una marca en la UMA.

Quiero agradecer a tantas personas que me acompañaron, no solo en estos cinco años, sino en todo mi recorrido de estudio. Lo primero es agradecer a mi mamá y mi hermano, sin ellos no sería lo que soy hoy en día, mis ejemplos a seguir, ellos me apoyaron en cada decisión que tomé, siempre creyendo en mí y en mis habilidades. Mi familia fue la primera en animarme y enseñarme que yo puedo ser lo que quiera ser y

que siempre que me proponga hacer algo, lo cumpla. Son una pieza fundamental en mi vida y esto se lo debo a ellos.

Un agradecimiento muy especial a Moka, mi perrita, ella realmente es mi compañera más fiel, que me ha acompañado desde el primer día en estos cinco años y más, ella es testigo de mis traspasadas de estudio, de mis frustraciones, mis tristezas, alegrías, mis logros, mis fracasos, mi esfuerzo y mi paciencia, siempre estuvo ahí presente en todo momento.

Dedicarle esto a mis amigos de siempre y los nuevos que hice en la universidad, siempre los llevaré en mi corazón a donde quiera que vaya, gracias a ellos por siempre estar, por aconsejarme, animarme, aguantarme y escucharme siempre en las buenas y en las malas, acompañandome en cada decisión que tomé, este también es su logro y para ellos va dedicado esto, para que cada uno de nosotros sepa que somos más que un número o un nombre, somos umaístas y dejaremos una huella no solo en la universidad, sino en cada uno de nosotros.

Todos mis esfuerzos y mis logros en estos cinco años es dedicado para cada uno de ellos, gracias por el apoyo y por siempre estar en las buenas y en las malas. Gracias de verdad por todo, no podría estar más contenta y satisfecha con lo que he realizado y logrado hasta acá.

- **Paola Terenzi.**

Inicialmente, quiero dedicar y agradecer este proyecto a la academia, porque sin ella, yo no hubiera caído en cuenta de que esta carrera podría formar parte de mi crecimiento profesional, tanto como periodista, como futura drama queen Meryl Streep 2.0. Es principalmente esa característica que posee esta carrera, el ser Comunicadores Sociales **integrales**, la que hace que la Universidad Monteávila se convierta en la casa de estudios **ideal** para la completa formación de futuros periodistas, locutores, escritores, creadores de contenido, publicistas, productores de radio, cine y televisión, actores, y muchísimas otras áreas más para ejercer profesionalmente.

Gracias a todos por el apoyo y amor incondicional brindado desde el día en que comenzó esta travesía, llamada carrera universitaria... Sí, estuvo llena de altos y bajos, y en ciertos momentos creí que no lo lograría, pero de no ser por la constancia que me inculcaron mis seres queridos, este resultado final FINAL, no hubiese sido posible.

- Adhara Espina.

AGRADECIMIENTOS

La proyección del evento *Camaleonic* no hubiese sido posible sin el apoyo incondicional de cada una de las personas que estuvieron presentes durante todo el proceso de pre-producción, producción y post-producción de este Proyecto Final de Carrera. Queremos agradecer y reconocer, el esfuerzo de cada uno de ellos, ya que sin su amplia colaboración no hubiese sido posible el éxito y desenvolvimiento de este PFC.

A la Universidad Monteávila, por permitir y aprobar esta iniciativa hecha por y para los estudiantes de la carrera de Comunicación Social. Es gracias a ello por lo que *Camaleonic* pudo llevar a cabo sus dos fases del evento en las respectivas instalaciones de la prestigiosa casa de estudios.

A Radio UMA, a su director Roberto Ruiz y a los operadores de radio Naudy García, Efraín Sangronis, Victor Pacheco y Gustavo González por el apoyo, paciencia y colaboración absoluta, tanto en la parte técnica del evento, como a su vez, por la asistencia brindada durante todo el proceso de ejecución del taller práctico, siendo este desarrollado plenamente en las cabinas de radio.

A los patrocinadores y aliados, por creer en este proyecto y apoyar al equipo en todo momento. A Voice Academy por su aceptación, interés y disponibilidad otorgada desde el inicio de esta idea, por estar presente durante todo el proceso y desarrollo de *Camaleonic* y, sobre todo, por estar dispuestos en ofrecer dos cursos cortesía de la academia, impartiendo conocimientos sobre Acento Neutro a dos estudiantes de Comunicación Social, estimulando así, el talento universitario.

A las aliadas de Boute Brownies y Decóller, un emprendimiento impartido por estudiantes de las Universidad Monteávila, con las que quienes desearon participar en el catering del evento y que sin ellas la preparación de este no hubiese sido lo mismo. El equipo apoya al talento estudiantil y más si se trata de su misma casa de estudio.

A los ponentes invitados, quienes fueron la base de este evento, y desde el primer día creyeron en *Camaleonic* y en la idea de dar a conocer el Doblaje de Voces a estudiantes universitarios. A Elena Díaz Toledo y Jesús Naranjo Seijas, dos actores de dicha cátedra con 30 años de experiencia, gracias a ellos por su aporte y por estar presentes en todo momento.

A los estudiantes de la Universidad Monteávila de la carrera de Comunicación Social por su participación y su interés en el tema tratado en el evento, ya que fueron la base de este proyecto, ya que para ellos fue que estuvo dirigido esta iniciativa, donde se les invita a seguir aprendiendo y practicando esta cátedra del Doblaje.

Al tutor del equipo Roberto Ruiz, por el inmenso apoyo, guía, consejos y colaboración absoluta brindada en todo el proceso del Proyecto Final de Carrera. Él representó una pieza de vital importancia en todo el desenvolvimiento de ambas fases.

A los familiares presentes que colaboraron tanto en la parte económica como protocolar, quienes junto con amigos, estuvieron presentes para dar todo el apoyo al equipo y promoción durante el evento.

A los profesores que asistieron y apoyaron la divulgación y promoción del evento y animaron al equipo diariamente a seguir adelante a pesar de las adversidades.

Y finalmente, a Dios, por habernos permitido llegar hasta aquí de manera furtiva y exitosa. Gracias por habernos brindado la oportunidad de conformar un equipo de trabajo sólido, y en especial, lograr llevar a cabo un proyecto tan innovador y trascendental, como lo es *Camaleonic*.

TABLA DE CONTENIDOS (ÍNDICE)

I. Dedicatoria	
II. Agradecimientos	
III. Carta de Tutoría	
IV. Resumen	13
CAPÍTULO I: Presentación del Proyecto	14
1.1 Introducción	16
1.2 Justificación	20
1.3 Motivación	21
1.4 Misión	22
1.5 Visión	23
1.6 Valores	23
1.7 Problema	24
1.8 Oportunidad	25
1.9 Modalidad	26
CAPÍTULO II: Marco Teórico	26
2.1 Contexto	26
2.2 ¿Qué es el Doblaje de Voces?	26
2.3 Aspectos Técnicos del Doblaje de Voces	27
2.4 Equipos y herramientas del Doblaje de Voces	29
2.5 Origen e historia del Doblaje	30
2.6 Doblaje en Latinoamérica	31
2.7 El doblaje en Venezuela	33

2.8 Antecedentes	35
2.9 Objetivos	37
2.10 Generales	37
2.11 Específicos	37
CAPÍTULO III: Estrategia	38
3.1 Análisis F.O.D.A	40
CAPÍTULO IV: Propuesta	42
4.1 Manual de Producción	42
4.2 Cronograma	42
4.3 Pre-evento	50
4.4 Público meta	50
4.5 Fecha, hora y lugar del evento	51
4.6 Comités de trabajo	51
4.7 Finanzas	51
4.8 Participantes	51
4.9 Identidad y comunicación	52
4.10 Logística y protocolo	52
4.11 Encuesta	53
CAPÍTULO V: Participantes	54
5.1 Carta Presentación Participantes	54
5.2 Carta de Agradecimiento de Participantes	54
5.3 Curriculum vitae de los Participantes	55

CAPÍTULO VI: Patrocinio y Proveedores	56
6.1 Carta de Solicitud a Patrocinio	56
6.2 Carta de Agradecimiento de Patrocinio	57
CAPÍTULO VII: PRODUCCIÓN	58
7.1 Logística y Planificación	58
7.2 Catering	58
7.3 Protocolo	58
7.4 Decoración	59
7.5 Equipo técnico	59
7.6 Equipo audiovisual	59
7.7 Programa del evento	59
CAPÍTULO VIII: Identidad Gráfica	64
8.1 Isologo	65
8.2 Colores	66
8.3 Tipografía	66
8.4 Presupuesto	70
8.5 Comunicación y promoción	71
9. Evento	76
10. Post-Evento	80
11. Conclusiones	83
12. Recomendaciones	84
13. Glosario	85

14. Referencias Bibliográficas	87
15. Anexos	89

CARTA DE TUTORÍA



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN
ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
COORDINACIÓN PROYECTOS FINALES DE CARRERA
Año lectivo 2019-2020

Estimado profesor Roberto Ruiz,

En la Coordinación de los Proyectos Finales de Carrera, quisiéramos tener la confirmación de que usted será el profesor coordinador del proyecto que versará sobre Camaleonic: taller teórico-práctico de Doblaje, presentado por las alumnas de V año de la Universidad Monteavila: Adhara Espina, Michelle Moncada y Paola Terenzi, para optar al grado de Licenciados en Comunicación Social de esta casa de estudios. El proyecto fue aprobado por el Comité de PFC, por lo que los alumnos podrán continuar con el desarrollo de su trabajo, bajo su coordinación y el apoyo de la Escuela de Comunicación Social.

Algunas de las funciones del profesor coordinador son las siguientes:

1. *Su función es la de hacer seguimiento al alumno en el cumplimiento del cronograma de trabajo y la estrategia planteada.*
2. *Debe fijar el cronograma de entregas. Una vez que lo haya hecho, debe comunicárselas al alumno.*
3. *Debe reunirse constantemente (se recomienda semanal o quincenalmente) con el alumno para ir asesorando los pasos y decisiones que va tomando en la ejecución de su Proyecto.*
4. *El coordinador deberá dar reportes a la Coordinación general de PFC sobre el desempeño de sus alumnos coordinados. La Coordinación, está a cargo de la profesora Reina Delgado Lander.*
5. *El coordinador debe hacer seguimiento al alumno con respecto a dudas que puedan surgir. Es favorable que el coordinador recomiende al alumno la consultoría con otros asesores puntuales que canalicen las inquietudes del estudiante con respecto a aspectos específicos de la redacción o de la realización del PFC. Ejemplo: experto en planteamiento de proyectos, experto en elaboración de presupuestos, experto en realización del storyboard.*

Reina Delgado Lander
Coordinación PFC

Roberto Ruiz
Profesor coordinador del proyecto

RESUMEN

El presente proyecto final de carrera tuvo como finalidad la planificación, elaboración y ejecución de *Camaleonic*, un evento académico y educativo basado en el Doblaje de Voces.

El mismo se llevó a cabo en dos fases: una charla introductoria que tuvo lugar el jueves 6 de febrero del 2020 en el auditorio principal de la Universidad Monteávila, abierto a todo público y un taller práctico de cupos limitados llevado a cabo el martes 11 de febrero en las cabinas de Radio UMA, con el propósito de exponer y otorgar nuevos conocimientos de la disciplina del doblaje.

El objetivo principal del proyecto radica en dar a conocer el doblaje venezolano mediante la enseñanza y exposición de nuevos conocimientos y técnicas al estudiantado. Para esto se propone que dicha asignatura sea implementada como una posible electiva dentro del pensum académico para la facultad de Comunicación Social.

Palabras clave: *Doblaje de Voces, evento, Camaleonic, electiva, Comunicación Social, locución, charla introductoria, taller práctico.*

CAPÍTULO I: PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

En la carrera Comunicación Social es necesario el estudio y aprendizaje de la oratoria, locución de radio, técnicas de voz y teatro. Estas materias anteriormente mencionadas son el complemento ideal del tema a tratar dentro del Proyecto Final de Carrera, el Doblaje de Voces. Para un comunicador es importante contar con la mayor cantidad de conocimientos y lograr así la integralidad, en donde a su vez debe desarrollar su sentido humanista, que le permitirá adquirir ese respeto y valoración por el otro.

Un comunicador social trabaja por y para la sociedad y debe preocuparse por ella y por el bien común, es aquí donde se ve reflejado en su totalidad el sentido humanístico y capacidad de servidumbre.

Este valor humanista permitirá un desarrollo dentro del comportamiento de cada estudiante, que al ser traspasado a los demás puede conllevar a la evolución y mejoramiento del pensamiento venezolano y con este, el futuro de Venezuela.

La primera parte del evento, la charla introductoria busca impartir las experiencias y conocimientos de dos ponentes y actores de doblaje especializados en el tema, con el objetivo principal de aportar nuevas nociones y habilidades a los estudiantes interesados que formen parte de los regímenes semestrales (primer y tercer semestre) y anuales (tercero, cuarto y quinto año) de la carrera de Comunicación Social. Esta segmentación obedece a que en la actualidad la Universidad Monteávila ha realizado cambios en su programa de estudio, dando como resultado la opción de ser régimen semestral o anual. En cuyo caso, el público de interés serán los estudiantes de primer y tercer semestre, incluyendo también tercer y cuarto año.

La charla introductoria desarrollada fue impartida en el auditorio principal de la Universidad Monteávila, la cual abarcó contenidos básicos y teóricos como lo puede ser la historia, técnicas, uso de herramientas, géneros, su ejecución y menciones de

elementos necesarios para comprender el mundo del Doblaje de Voces. Aportando conceptos que resultan tanto enriquecedores, como útiles para ampliar los conocimientos de los alumnos sobre el estudio, desarrollo y el campo laboral del Doblaje en Venezuela.

El taller práctico y segunda fase del evento fue realizado dentro de las instalaciones de radio de la Universidad Monteávila, específicamente Radio UMA con la finalidad de instruir y enseñar nuevos conocimientos experimentales a los estudiantes, con el propósito de desarrollar destrezas y técnicas necesarias para asegurar su competencia en el desenvolvimiento de dicha cátedra.

Esta propuesta tiene como objetivo principal la implementación de la cátedra del doblaje como una nueva y posible electiva dentro del plan de estudios de la carrera de Comunicación Social en la Universidad Monteávila, para que de ésta manera el alumnado pueda ejercer su profesión dentro de este campo laboral, a la vez que se refuerzan los valores de la institución académica en la formación de comunicadores sociales integrales.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto final de carrera tiene como finalidad el desarrollo del evento **Camaleonic**, una charla teórica-práctica de Doblaje de Voces, que se realizó en el auditorio principal de la Universidad Monteávila, el día jueves 06 de febrero del 2020 a las 10:00 am hasta las 12:30 pm, con participación abierta y sin costo para todos aquellos estudiantes universitarios, cursantes de la carrera de Comunicación Social que deseen conocer e incursionar en esta profesión.

El título del proyecto surgió una vez definido el concepto y objetivo del evento, tras largas conversaciones entre las integrantes del equipo se llegó a la conclusión de que el doblaje es una cátedra que tiene fusión en el uso de la locución o voz y la actuación, lo que crea algo completamente nuevo y diferenciador.

De acuerdo a la definición obtenida por la Real Academia Española (RAE) el doblaje es entendido como:

“En cine y televisión, operación en la que se sustituye la voz original de un actor por otra, en distinto idioma o en el mismo.” (Real Academia Española. (RAE, 2020). Doblaje. Recuperado de: www.rae.es)

Léxico, el diccionario de inglés-español de la Universidad de Oxford define el concepto de doblaje de la siguiente manera:

“Sustitución de las voces originales de los actores en una película por otras voces, generalmente para traducir del idioma original al idioma del público destinatario de la película.” (*Significado de doblaje*. (2020). Recuperado de www.lexico.com)

Acorde a una página web que posee toda la información en cuanto al Doblaje, este se conceptualiza como:

“Un recurso audio-gráfico que sirve como medio de traducción, corrección y difusión de cualquier media. Incluso el significado de la palabra "doblaje" lo resume todo, al dividirla se halla el significado de lo que se debe conseguir "doblaje-doble", un duplicado del personaje o actor.” (Concepto del doblaje. (2004). Recuperado de www.doblajes.com)

El doblaje en referencia a la actuación, consiste en sustituir las voces de la lengua original al idioma al que se le hará el doblaje. Este reemplazo de voces es ejecutado por el actor de doblaje, el cual tiene como objetivo suplantar los diálogos registrados por el principal intérprete en su lengua original por otros diálogos que dan como resultado algo similar, pero este normalmente se realiza en un idioma distinto. (Pérez y Gardey, 2018).

Según el artículo y la página web de *Definiciones los actores de doblaje son:*

“Quienes aportan las nuevas voces son conocidos como actores de doblaje. Estos intérpretes deben sincronizar sus locuciones con las pronunciadas originalmente para que, cuando el actor en pantalla mueva la boca al hablar, se oiga el doblaje como si él estuviera expresando dicho parlamento” (Pérez y Gardey. (2018). Definición de doblaje. Recuperado de: <https://definicion.de/doblaje/>).

Otra aproximación actoral del doblaje puede ser la mencionada por Salvador Nájjar en su investigación realizada en el año 2009 en *El doblaje de voz. Orígenes, personajes y empresas en México* en la que hace la siguiente referencia al tema:

“Transformada en un Caballo de Troya actualizado, esa útil herramienta cotidiana recuperó para Hollywood el control de la universalidad perdida con el cine hablado. Eso fue lo que representó -y aún representa- la técnica del moderno doblaje de las voces traducidas a otros idiomas. Una rama o especialidad de la actuación para cine, cuyo origen, como hemos visto, generalmente suele situarse en la aparición del cine sonoro, sin más detalles, sin diferenciar los distintos tipos de doblaje ni tomar en cuenta algunos

de los simpáticos hechos de su nacimiento en el cine; hechos que aquí estamos reviviendo y disfrutando.” (Najar, 2009, p.108).

Partiendo de la comprensión y análisis de estos conceptos mencionados anteriormente, se obtuvo la conclusión de que el Doblaje puede ser entendido como la capacidad de duplicar la actuación del personaje mediante el uso de la propia voz, con el fin de hacer traducciones para obras audiovisuales que formen parte del cine o de la televisión.

Esta observación es el punto de partida para realizar una analogía con el camaleón, en donde estos animales tienen la capacidad de cambiar de color con el propósito de acoplarse a su ambiente o entorno en el que se encuentre; así como el actor debe poseer la habilidad de convertirse en el otro y adaptar su actuación según el papel que le toque interpretar. En este caso respectivo, el actor de doblaje posee esa misma capacidad de adaptación y transformación de su voz a la hora de representar un personaje.

Es por ello que, en aras de lo anteriormente mencionado, se hizo posible idear el nombre de “**Camaleonic**”, procedente camaleónico, de que busca representar la capacidad de adaptación al personaje, en donde el talento histriónico del actor juega un papel fundamental en su comparación con el cambio de color del camaleón, ya que al momento de realizar el proceso de actuación es cuando se origina dicha transformación, la cual se da a través de la modificación de los registros o timbres de voz y movimientos corporales, que son requeridos en el quehacer de esta disciplina.

A su vez esto conlleva a que cada actor emplee una interpretación de manera diferente y única dependiendo de su experiencia actoral y del personaje asignado, dando como resultado la soltura corporal en cuanto a la adecuación de dicha personalidad. Transmitiendo emociones únicamente mediante la voz y que resulten lo suficientemente creíbles y naturales.

El equipo de *Camaleonic* llevó a cabo una estrategia de planificación previa al evento donde se buscaron aliados, proveedores y patrocinantes, además de contar con la presencia de dos actores de doblaje con amplia experiencia en el medio, para ejercer el papel de ponentes de ambas fases del proyecto. Con respecto al catering, este fue ofrecido a los miembros del staff e invitados, los patrocinantes y aliados de este PFC fueron la empresa y academia de doblaje oficial, la cual está registrada en Venezuela bajo el nombre de Voice Academy, también se contó con la participación de la radio de la Universidad Monteávila, Radio UMA.

Se realizó un plan estratégico comunicacional en la red social Instagram para dar a conocer la fecha, lugar y hora de las dos fases evento, así como también la cantidad de cupos disponibles para la segunda parte, el cual fue el taller práctico. La identidad gráfica y el diseño del proyecto surgió de parte de las integrantes del equipo de *Camaleonic* junto con una diseñadora gráfica, estudiante de la Universidad Monteávila.

JUSTIFICACIÓN

Este proyecto final de carrera representa un plan piloto que busca dar respuesta a un requerimiento necesario en el doblaje venezolano. En la actualidad el país se encuentra con una deficiencia que se debe corregir en cuanto al tema a tratar, ya que hoy en día es visto de forma anónima y pocas personas carecen de conocimiento sobre este concepto.

Por este motivo la razón por la cual se escogió realizar un evento sobre el Doblaje de Voces es para dar a conocer a los estudiantes la existencia de esta cátedra, que se fusiona con las materias impartidas en la Universidad Monteávila, como lo son la radio, oratoria y teatro.

Se busca ofrecer un evento hecho por y para los estudiantes, en donde cada uno de sus participantes cuente con la oportunidad de ampliar sus habilidades y talentos a través de la creación de un nuevo ambiente de crecimiento y aprendizaje, en el que el alumnado pueda salir de la rutina con actividades novedosas.

Asimismo, se plantea la posibilidad de instaurar la cátedra de Doblaje como una posible electiva, bajo el ideal universitario de la formación de comunicadores sociales integrales, ya que esta disciplina sirve de complemento a otras materias que se encuentran dentro del pensum de la carrera de Comunicación Social, como lo puede ser radio, oratoria y teatro.

La realización de esta charla va de la mano con la innovación, debido a la carencia de este estilo de eventos en la Universidad. Esto representa una posibilidad para que el alumnado pueda reafirmarse como profesionales y estudiantes integrales, aportando habilidades y técnicas vistas en la carrera desde una nueva perspectiva, pero que a su vez se fundamenta en las materias dadas durante el trayecto estudiantil, como las cátedras mencionadas anteriormente.

Este proyecto final de carrera y la realización de este evento, conlleva una ejecución de los conocimientos teóricos adquiridos durante la formación profesional como lo son el desarrollo de estrategias comunicacionales, gestión y planificación de eventos, creación de redes sociales, contenidos digitales, entre otros.

Además de ser un aporte al desarrollo profesional y busca dejar una huella en la institución académica con la propuesta para ampliar las asignaturas electivas que ofrece, este proyecto tiene como finalidad el impulsar el talento estudiantil y dar a conocer el gremio de Doblaje de Voces. Debido a que Venezuela se encuentra en el top 3 de los mejores países de Latinoamérica en esta disciplina, junto con México y Chile.

MOTIVACIÓN

Camaleonic surge gracias al interés sobre el tema del Doblaje no solo a nivel mundial, sino específicamente en Venezuela. Junto a esto se encuentra la necesidad de reconocimiento por parte de los estudiantes, quienes no poseen la totalidad del conocimiento sobre la importancia de esta disciplina en el país. Para la iniciativa de la idea de este proyecto final de carrera se tomó en cuenta las fortalezas de cada una de las integrantes del grupo y el aporte que se podría dar para la culminación del evento y con esto trabajar en equipo y obtener más conocimientos sobre el tema a tratar.

Así mismo, entre las integrantes del PFC se encuentran dos actrices de doblaje quienes después de conocer el medio, observaron que son pocas las personas que tienen conocimiento acerca de la importancia del doblaje en el país, así como también se ha dado una fuga de talentos en todas las carreras y profesiones, por lo que se planteó la posibilidad de acercar al alumnado de la Universidad Monteávila a conocer esta nueva cátedra, de la cual quizás quieran formar parte y aportar sus voces y talento.

Se busca anexar esta cátedra al pensum de la Universidad Monteávila, ya que bajo su lema de crear comunicadores sociales integrales, esta pueda influir en la

creación de nuevos talentos que son necesarios para la evolución en este rubro, a la vez que permita inspirar y abrir nuevas posibilidades en el campo laboral a los estudiantes y futuros comunicadores sociales.

MISIÓN

La misión de Camaleonic se fundamenta en la realización de una charla teórica-práctica para los estudiantes de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, en donde se aportarán nuevos conocimientos sobre el Doblaje de Voces, un tema poco conocido por los participantes de la casa de estudio y así aumentar el interés del alumnado.

Este evento viene acompañado de una propuesta para reformar el pensum educativo e implementar el doblaje como una posible materia electiva y nuevo campo de estudio dentro de la Universidad.

Con la misión se busca recalcar los valores de la Universidad Monteávila, los cuales son: el amor a la sabiduría y amistad, en donde se crean vínculos entre la comunidad estudiantil, el cual se refiere a querer el bien para el prójimo.

El propósito de Camaleonic es estimular y promulgar estos valores universitarios mediante su misión hacia el estudiantado.

VISIÓN

La visión del Proyecto Final de Carrera consiste en la propuesta de un plan piloto para la implementación de una nueva electiva en el pensum académico de la Universidad Monteávila, donde los estudiantes de Comunicación Social que les interese el Doblaje de Voces puedan obtener conocimientos de expertos y prácticas de la cátedra, teniendo como fin ser comunicadores sociales integrales a escala internacional.

Crear alianzas con otras academias para aumentar la educación e incrementar el talento y potencial de los estudiantes, ya que gracias a esto se puede obtener una buena base para ser el futuro del país y el seguir adelante.

VALORES

Los valores de *Camaleonic* se basan principalmente en la creación y promoción de la confianza, respeto, honestidad, solidaridad, trabajo en equipo y humanidad, la cual se relaciona con la capacidad de adaptación, el convertirse en alguien más, colocarte en los zapatos del otro.

Se busca transmitir los mismos valores educativos que van de la mano con la visión filosófica de la Universidad Monteávila, la cual se refiere al trabajo en esfuerzo por la voluntad de saber, obtener un amplio conocimiento en diferentes rubros, y en la creación de un evento, el cual promueve el desarrollo de cada uno de los estudiantes y sus potencialidades.

PROBLEMA

Inicialmente, el Doblaje de Voces es una disciplina que desde sus orígenes ha sido juzgada y recibida de parte del público con rechazo y negación. En Venezuela se comienza a realizar doblaje a partir de los años 80 y posee un gran reconocimiento a nivel internacional, sin embargo, actualmente el país se encuentra con una gran falta de conocimiento sobre el tema.

Al ser un gremio anónimo, existe naturalmente un desconocimiento tanto de los actores, como del campo laboral y producciones realizadas en el país. En consecuencia, existe una falta de conocimiento por parte de las personas hacia el doblaje. A esto se le agrega la carencia de instituciones educativas que se dediquen rigurosamente a la creación y perfeccionamiento de los futuros profesionales y actores de doblaje en Venezuela.

A pesar de que existen pocos cursos y academias dictadas por actores especializados en el medio, este desconocimiento universal de la historia, producciones, técnicas y herramientas necesarias para su realización sigue vigente.

La escasez de producciones en el país debido a la grave situación política y económica ha traído como resultado un estancamiento en el medio, al realizarse un bajo número de producciones y la falta de talento, estos aspectos han permitido que la variedad de voces en el campo laboral se vea comprometida y limitada únicamente a un reducido número de actores de doblaje, por lo que no hay nuevas voces para escoger.

OPORTUNIDAD

La solución a estos problemas en el ámbito del doblaje venezolano, es la creación y promoción de vías alternas, como espacios que fomenten su interés y práctica.

Esta razón permite crear la oportunidad perfecta para elaborar un evento universitario que busque captar la atención de los estudiantes y acercarlos a esta disciplina. Debido a que no existe ni se promueve nuevos espacios que fomenten el interés de los alumnos, por lo que es necesario promover el Doblaje de Voces como cátedra en las Universidades, específicamente la Monteávila, en donde se realizó un evento teórico-práctico para incentivar y brindar nuevos conocimientos a los estudiantes de Comunicación Social, además de adentrarse en esta nueva experiencia y obtener como resultado comunicadores sociales integrales.

Se busca generar un espacio de acercamiento del estudiante al arte del doblaje junto con expertos en el área.

La solución consiste en sugerir a la universidad un plan de diseño de contenido, en donde se encuentre un programa de prácticas futuras a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social.

La oportunidad que desea brindar *Camaleonic* consiste en ofrecer una amplia gama de conocimientos sobre el Doblaje en Venezuela, el cual posee poco reconocimiento entre los estudiantes y jóvenes, a pesar de que el país posee un alto reconocimiento en producciones y trabajos, a su vez, esta cátedra abarca diversas ramas que actualmente son materias dictadas dentro de la Universidad Monteávila.

El presente proyecto plantea la posibilidad de crear un espacio donde los estudiantes aprendan nuevos conocimientos, habilidades y herramientas del Doblaje de Voces, con el propósito de crear no solo una nueva motivación educativa, sino la

implementación de esta asignatura como una futura materia electiva dentro del pensum académico de la facultad de Ciencias de la Comunicación e Información, ya que se complementa con ramas como la radio, el teatro, la oratoria, dictadas dentro de la Universidad Monteávila.

Finalmente con esta propuesta se busca que los unaístas posean más oportunidades de seguir formándose como comunicadores sociales integrales y estar más preparados para el campo laboral del Doblaje.

MODALIDAD

La modalidad a escoger para el Proyecto Final de Carrera fue Evento, el cual se llevó a cabo en dos partes, la charla introductoria y el taller práctico de doblaje.

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

CONTEXTO

2.1.1 ¿Qué es el Doblaje de Voces?

Se define como: *“Una técnica audiovisual aplicada a producciones televisivas, cinematográficas, entre otras. Consiste en sustituir los diálogos originales de los actores por diálogos en otros idiomas para su internacionalización”.* (Doblaje, s. f. Recuperado de www.doblaje.fandom.com).

Partiendo de esto, es necesario una buena traducción y un buen ajuste de lyp sync o fonomímica.

El doblaje de voces demanda que los diálogos se parezcan lo más posible a los del producto original, con el fin de aportar la misma coherencia y entendimiento.

2.1.2 Aspectos técnicos del Doblaje de Voces

Para lograr esta naturalidad con los diálogos doblados, en el doblaje se aplica una técnica denominada *ajuste o adaptación*, que procura mantener la longitud de los diálogos y frases en la que coinciden determinados fonemas, especialmente los correspondientes a las letras labiales y oclusivas, con las del texto en idioma original. (*Técnicas del doblaje de voces*. (2018). Recuperado de: www.doblaje.fandom.com)

El doblaje más común se realiza para películas, series de televisión, novelas y videojuegos. Las películas en lengua extranjera son dobladas a menudo en la lengua local de sus mercados para aumentar su renombre y hacerlas más accesibles para las audiencias que rechazan los subtítulos o les incomoda su lectura. (*Doblaje*. (2018). Recuperado de: www.doblaje.fandom.com)

Esta subtitulación de acuerdo a Frederic Chaume en el libro “Cine y traducción” (2004, p. 33): *“Consiste en incorporar un texto escrito (subtítulos) en la lengua meta a la pantalla en donde se exhibe una película en versión original, de modo que estos subtítulos coincidan aproximadamente con las intervenciones de los actores de la pantalla”*. (Chaume, F. 2004).

La técnica de adaptación está sujeta a un equipo de traducción del guión y a la supervisión y dirección de un director de doblaje, *“quien se encarga de darle vida y coherencia al personaje mediante el ajuste de los diálogos”* (Almenar y Muscolino. 2010).

El director se encarga de modificar parcial o totalmente los diálogos y lograr así la sincronía labial.

La adaptación tiene como objetivo principal lograr una congruencia o conexión con el guión original y con esto se llega a un perfecto desenvolvimiento del actor, permitiendo un mejor desempeño y calidad de la escena y el producto final. Por ejemplo, los chistes o bromas intelectuales que requieren de un doble sentido, en donde al ser adaptados a otro idioma y por la traducción pueden perder el humor al momento de la traducción.

De acuerdo a un estudio realizado en la Universidad de Buenos Aires (UBA) en el cual se expresó lo siguiente:

“Se llama “Looping” porque se armaba un “loop” (rulo, bucle) físico de película para proyectar. Se graba en una sala especialmente preparada para doblajes: Posibilidad de grabar con referencia de imagen y de albergar muchas personas. A veces con el grabador y director dentro de sala de grabación, otras con Control Room separado” (Loreto. (2014 Abril). Doblajes, ADR= Automatic Dialogue Replacement.)

Los fragmentos de loop se encargan de organizar y dividir tomas de una escena, *“con una duración aproximada de 40 segundos”* (Doblajes, ADR. 2014, Abril. Recuperado de figge.com.ar).

Permitiendo así una vía más rápida para la sincronización, lo que conlleva a una memorización más sencilla y cómoda para el actor. Esta organización en takes reduce la cantidad de errores y causa un mejoramiento en el desempeño actoral.

Otra característica es la optimización del tiempo en cabina, aumentando así la velocidad de grabación.

2.1.3 Equipos y herramientas del Doblaje de Voces

Para dar inicio al proceso del doblaje de voces es necesario contar con el equipo adecuado para poder llevar a cabo el playback. De acuerdo a un artículo web publicado en el 2013, en donde expresa que:

“El playback consiste en una reproducción en bucle de vídeo y audio (A/V). Si este se trata de un sistema NLE (por ordenador), nos resultará más sencillo al poder movernos por la pista con mayor rapidez y facilidad” (Proceso del Doblaje. (2013). Recuperado de www.calameo.com).

El proceso del doblaje requiere de diversas herramientas, entre las que destacan:

“El equipo de la sala de doblaje, la mesa de mezcla de sonido, micrófonos, audífonos, la cabina insonorizada, en donde evite la entrada de ruido al estudio y computadoras que tengan instalados software de doblaje digital, estas herramientas son necesarias para que puedan intervenir los diversos tipos de guiones que el actor debe interpretar y para la ejecución de estos pasos el actor de doblaje debe emplear su talento histriónico.” (Almenar y Muscolino (2010) Tesis de Doblaje).

Se debe tener muy en cuenta el lugar donde se realizará la grabación de voz, ya que, según lo que expresa un artículo web:

“La sala o cabina de doblaje debe de disponer de las mejores cualidades acústicas para la captación de las voces en limpio”. (Proceso del doblaje, 2013. Recuperado de calameo.com)

De todos los instrumentos mencionados anteriormente, el micrófono es la herramienta esencial, en donde acorde a los dichos de un experto, este tipo de micrófono profesional “Captan la realidad sonora convertida en vibraciones y la transforma en energía eléctrica, a través de la combinación de transductores que se activan con la energía recibida” (Ávila. (1997) p.84).

Estos permiten obtener una mejor captación de la voz y con ella la mejor calidad y registro. Estos elementos al poseer tanta sensibilidad: “Deberán estar provistos de

antipop para evitar los sonidos explosivos provocados por la /b/ /p/ /f/ y /t/ además de intentar disminuir el problema de sibilancia.” (*Proceso del doblaje*, 2013. Recuperado de *calameo.com*).

2.1.4 Origen e historia del doblaje

El Doblaje comienza con la llegada del cine sonoro, Sebastián Vargas destacó lo siguiente:

“Anteriormente las producciones no requerían traducciones, ya que sin las voces la barrera de los idiomas no representaba un problema para el crecimiento de este arte. Sin embargo todo cambia en 1927 con la primera producción cinematográfica con sonido, llamada *El cantante de jazz*” (Vargas. (2018). *La historia del doblaje en Venezuela*).

Para ese momento, el sonido era algo nuevo para la industria, por lo que de acuerdo a Víctor Agramunt en su escrito de *La historia del doblaje*:

“Las producciones de Hollywood, el corazón de la industria norteamericana del cine. Sus exportaciones a países de habla no inglesa corrían un gran peligro; el público no aceptaba la inserción de los subtítulos sobre las imágenes, y las recaudaciones caían en picado. Todos los estudios, encabezados por Warner y Paramount, se agruparon para frenar aquella debacle. Había que hacer algo, había que encontrar nuevas fórmulas y soluciones. Una de ellas fue la del doblaje, pero, en aquel momento, la técnica de sonorización no ofrecía suficientes garantías de calidad, como se había comprobado al intentar doblar la voz de algunos actores del cine mudo que no conseguían adaptarse al sonoro.” (Agramunt, V. (2016). *La historia del doblaje*.)

Para que la calidad del audio mejorara hizo falta la realización de un experimento por parte de Jacob Karol, la cual consistió en grabar una pista donde se oyeran las voces de actores hablando en un idioma distinto al original. Alejandro Ávila en su libro *“El doblaje cinematográfico”* alega lo siguiente:

“Hopkins, en 1928, inventó un sistema que –grabando en una pista aparte- permitía a los grandes galanes y “vedettes” del cine mudo cuya voz no era agradable o tenían problemas de dicción, expresarse mediante voces de actores invisibles, pero fotogénicos. Al poco tiempo, Jacob Karol tuvo la idea de usar el doblaje para hacer pronunciar a esos actores invisibles palabras diferentes a las que habían pronunciado los actores de la pantalla. El resultado, una vez oídas las grabaciones, fue más que aceptable.” (Ávila (1997) p.84).

Gracias a estos dos ingenieros de sonido de la Paramount Pictures¹ la primera compañía en contribuir en la creación del doblaje. Las técnicas de sonorización, como todas las técnicas, se habían perfeccionado y los problemas iniciales de calidad del doblaje se estaban superando. Para hacer realidad su trabajo y a modo de prueba, en 1929 se llevó a cabo en Hollywood el primer doblaje en castellano, solo que todos los actores que intervinieron eran sudamericanos, lo que significó un rechazo por parte de los europeos.

Volverían a contratar a varios equipos artísticos de diversos países para llevar a cabo los correspondientes doblajes. En esta ocasión, la cita sería en Francia y desde España acudieron al encuentro parisino, entre otros actores y actrices. La primera película que se dobló al castellano con un reparto exclusivamente de intérpretes españoles fue “Entre la espada y la pared”, de Marion Gering, con Gary Cooper de protagonista. La experiencia resultó ser todo un éxito, y a los distintos equipos artísticos se les amplió el contrato para que siguieran trabajando en París hasta que sus respectivos países estuvieran en condiciones de realizar los doblajes

2.1.5 Doblaje en Latinoamérica: (origen, programas, extensión, estudios)

El doblaje en México surgió durante la Segunda Guerra Mundial cuando Hollywood invertía en películas mexicanas, esto se le llamó *época dorada* en cuanto al cine mexicano, donde tuvo lugar en los años 1938 y 1944.

La primera producción en la que participó México como promovedor del doblaje en Latinoamérica fue la de Tom y Jerry en el año 1942 cuando la Metro Goldwyn Mayer envió desde Nueva York a Ciudad de México el primer elenco de actores de doblaje mexicanos para doblar la serie animada y distribuirla por toda América Latina. Los

¹ Paramount Pictures: centenaria compañía productora y distribuidora de cine, con sede en Hollywood (California). Fue fundada el 8 de mayo de 1912.

² CEO: Por sus siglas en inglés “Chief Executive Order” que en español significa 'Oficial Ejecutivo en

intérpretes provenían de la Radio XEW-AM . (Aguirre, B. (2012). *Historia del doblaje en México*).

La mayoría de los doblajes que se realizan en México, quienes son actualmente los pioneros de la cátedra en Latinoamérica, se hacían para los países hispanoparlantes a nivel global, esto se refiere a que incluyen a España y América Latina. (Aguirre, B. 2012. *Historia del doblaje en México*).

En cuanto a programas doblados en México se encuentran: Melody Time, la cual fue la primera película de Disney en ser doblada en dicho país (1948); en Hanna-Barbera Productions and Turner que forma parte de Warner Bros, los primeros dibujos animados en la década de los 50 hasta la actualidad son doblados en México y Puerto Rico, series como Fantasma del espacio, Dino Boy, Birdman y el Trío de la galaxia. (Aguirre, B. 2012. *Historia del doblaje en México*).

El doblaje en México continuó durante más de 30 años y sigue vigente hoy en día. A partir de los años 1990, cuando Turner Broadcasting y Cartoon Network, dos estudios reconocidos por la audiencia como los promotores de las series animadas, estos se unieron para trabajar en conjunto. (Aguirre, B. 2012. *Historia del doblaje en México*).

Gracias a esta unión las series basadas en los personajes de Fantasma del Espacio o El show de Brak fueron dobladas tanto en México como en Venezuela. Actualmente, estas compañías antes mencionadas comparten el doblaje de las series producidas los estudios de Cartoon Network y Turner. (Aguirre, B. 2012. *Historia del doblaje en México*).

Esto conlleva a que dichas series animadas están basadas en personajes de Hanna-Barbera, como ¿Qué hay de nuevo Scooby-Doo?, Laboratorio Submarino 2021, y Harvey Birdman, abogado y similares, estas son más recurrentes en los estudios de México. (Aguirre, B. 2012. *Historia del doblaje en México*).

Cabe destacar que los principales clientes para el doblaje mexicano en cuanto a la industria del cine y de la televisión fueron Estados Unidos, en donde las compañías más reconocidas que son notorias a nivel nacional e internacional son: Metro Goldwyn Mayer, Warner Brothers, Columbia Pictures, MCA estudios Universal, 20th Century Fox. Estas empresas eran las encargadas de nombrar un representante en México, con el fin de supervisar y evaluar el trabajo asignado. (Aguirre, B. 2012. *Historia del doblaje en México*).

2.1.6 El doblaje en Venezuela (producciones, estatus, estudios, evolución)

El doblaje tuvo lugar luego del gran auge del cine a finales de los años 20 a nivel mundial, donde a partir de que se empezaron a producir sólo películas en inglés en Estados Unidos, comenzaron a surgir problemas en llevar estas producciones a otros países como algunos de América latina, pero este fue uno de los tantos inconvenientes, ya que en aquella época la mayoría de las personas eran analfabetas y es por esto que tuvieron que buscar otras maneras de difundir estas películas en idioma inglés al español y gracias a esto es que surge el doblaje, tanto en Europa como en Latinoamérica. (*Historia del cine de Venezuela: Inicio de doblaje. 2016, Abril 19*).

La historia del doblaje en Venezuela comienza aproximadamente en los años cincuenta (50) y sesenta (60), pero no es sino hasta los años 70 y 80 que el doblaje se consolida gracias a las empresas privadas del país. (*Historia del cine de Venezuela: Inicio de doblaje. 2016, Abril 19*).

En los años ochenta (80) los actores venezolanos de aquel entonces comenzaron a recibir notificaciones de que se estaba realizando doblaje de telenovelas brasileñas, esto logró que estos intérpretes fueran reconocidos a nivel nacional e internacional. (*Historia del cine de Venezuela: Inicio de doblaje. 2016, Abril 19*)

El doblaje venezolano tiene una diferencia con el doblaje mexicano en cuanto a la utilización del acento neutro, esto le dio una competencia a nivel internacional. Sin embargo, el doblaje en Venezuela se ha dedicado más al medio televisivo. *(Historia del cine de Venezuela: Inicio de doblaje. 2016, Abril 19).*

En cuanto a los estudios de doblaje venezolano se encuentra Etcétera Group, está fue la primera empresa que inició con el doblaje como cátedra, donde en el año 1975 Mario Robles, Mario Abate Liotti y Nuria Malla crean Etcétera Group, la primera empresa del doblaje del país. *(Vargas, 2018. La historia del doblaje en Venezuela)*

Esta tuvo sus inicio en ser una postproductora de cine venezolano. Etcétera Group comenzó con su apogeo en los años 80 cuando iniciaron a llegarles 5 novelas para ser dobladas al español, y es cuando trabajaban en simultáneo con 20 estudios para desarrollar estas telenovelas que les llegaban. En cuanto las series animadas y películas estas fueron dobladas en otros estudios diferentes. *(Vargas, 2018. La historia del doblaje en Venezuela)*

Fue tanto el éxito del doblaje en Venezuela que no sólo se hacía el doblaje de voces, sino también las canciones y los efectos, en el cual estas eran agregadas en la postproducción. *(Vargas, 2018. La historia del doblaje en Venezuela)*

Las primeras producciones dobladas en Venezuela fueron: Kananga del Japón, Pantanal y Xica da Silva. Estas eran novelas brasileñas, ya que en los años 90 el país era el principal productor del doblaje de voces de dichas telenovelas. A diferencia de México que es el primero en el ranking del doblaje, Venezuela es conocido por profesionales en el doblaje de series y programas de televisión en los canales de Discovery y History Channel, dando como resultado un 70% en producciones como el documental y las series dobladas en Venezuela por estos canales. *(Vargas, 2018. La historia del doblaje en Venezuela).*

En el transcurso de los años y llegando a la actualidad, la industria del doblaje en Venezuela se vió afectada por la crisis y la situación del país, disminuyendo la cantidad

de trabajos recibidos para doblar, siendo reemplazado por México, que es el país que tiene más renombre hoy en día. Debido a la crisis del milenio es cuando el doblaje crea su fama de ser “mal pagada” hacia los actores que se dedican a esta cátedra. (Vargas, 2018. *La historia del doblaje en Venezuela*).

Sin embargo cada vez más el doblaje se vuelve una profesión más conocida por las personas, en especial los jóvenes y esto sirvió de ayuda para las empresas, ya que tuvieron que doblar sus productos propios por su cuenta y esto hace que se cree más demanda, gracias a que las industrias piden mayor cantidad de actores que participen en la traducción de las películas.(Vargas, 2018. *La historia del doblaje en Venezuela*).

Esto ha generado nuevos talentos, y gracias a la experiencia y aprendizaje que ha dejado el doblaje, muchas academias como la que existe hoy en día que es Voice Academy, puedan educar a estos jóvenes que tengan potencial para que surjan en algún momento a nivel nacional e internacional y así dar a conocer en la época moderna el Doblaje de Voces. (Vargas, 2018. *La historia del doblaje en Venezuela*).

ANTECEDENTES

Para realizar este proyecto, se investigó los antecedentes y la historia del Doblaje de Voces con sus respectivas variedades y dificultades a nivel nacional y global, en donde se observó la falta de registros sobre el tema, por ende la solución para dar a conocer dicha cátedra fue desarrollar una charla introductoria para que sea de dominio público el conocimiento en los estudiantes universitarios.

Anteriormente el doblaje tuvo sus inicios en la llegada del cine sonoro creando así una oportunidad de traducción del idioma original al lenguaje seleccionado para traducir, tomando en cuenta las diferentes producciones de cada país. El primero que empezó en doblar al idioma latino mediante las industrias extranjeras fue Argentina, donde en aquel momento era el país destacado por tener esa habilidad.

México, actualmente conocido como el promotor del doblaje de voces, fue aceptado por ser el que logró el acento neutro y este fue aceptado por las productoras. En Venezuela llegó gracias al actor Mario Robles, el cual envió a Brasil su adaptación a una telenovela de aquel entonces en dicho país, este fue aceptado y aprobado y fue cuando surgió el doblaje en Venezuela y el cual se posicionó al nivel de México.

Los estudios de doblaje que existían en aquella época, fueron: Etcétera Group, esta fue la empresa que dio inicio a crear una productora venezolana que dobló los materiales que llegaban al lenguaje venezolano, tuvo lugar en la década de los 80.

Debido a esto actualmente el doblaje ha bajado su reconocimiento y en especial en Venezuela, luego de la crisis que actualmente afronta el país, a las academias y estudios se les hace difícil enseñar y obtener los equipos adecuados para la realización del doblaje, pero una de las academias que ha sido nombrada y conocida por la mayoría de los venezolanos, es Voice Academy, la cual es una escuela de doblaje de voces con reconocimiento internacional.

En vista de esto, se ha generado una oportunidad y posibilidad de nuevos talentos, ya que para seguir reinventándose, se ha comenzado a hacer de público conocimiento el doblaje con las pocas empresas que hoy en día siguen de pie y gracias a esta escasez de fundamentos es que Camaleonic decidió crear un evento teórico práctico en la Universidad Monteávila para brindar aprendizaje sobre esta cátedra y obtener la posibilidad de que siga expandiéndose y proponiendo la misma como una electiva del pensum académico de la carrera de Comunicación Social.

OBJETIVOS

Principalmente, Camaleonic busca crear un espacio dentro de la Universidad Monteávila donde los estudiantes aprendan las técnicas y nociones básicas, así como las diversas disciplinas que inciden en el proceso del Doblaje de Voces. Con el fin de que conozcan las bases de esta disciplina, y logren ejercer su talento profesional adquirido, en las múltiples empresas y reconocidos estudios de doblaje que posee nuestro país.

GENERALES

Inicialmente, producir el evento Camaleonic: charla introductoria y taller práctico de Doblaje de Voces. Con el objetivo general de crear y brindar un espacio innovador al estudiantado de Comunicación Social dentro de las instalaciones de la Universidad Monteávila, con el propósito de que estos logren aumentar sus conocimientos y aprendizajes en un área poco explorada por la institución, como lo es el Doblaje.

Dar a conocer la importancia que posee el gremio del doblaje en Venezuela, ya que es considerado como anónimo y limitado. A su vez, lograr exponer el trabajo, registros y experiencias de los actores de doblaje venezolanos. Dando como resultado final, expandir el abanico de nuevas voces y talentos para el quehacer diario y laboral de esta disciplina.

ESPECÍFICOS

- **Crear** un plan piloto con la finalidad de solicitar la introducción del *Doblaje*, como una posible y futura asignatura electiva (teórica y práctica); pasando ésta a formar parte del pensum académico de la carrera de Comunicación Social.
- **Medir** el interés y conocimiento de los estudiantes, en relación al tema, así como la aceptación de la materia, siempre y cuando la disciplina de esta nueva cátedra se esté impartiendo de forma profesional, académica y

educativa en una universidad.

- **Incentivar** el talento unaísta mediante la creación de nuevas actividades, eventos o espacios dentro de la institución; siendo estos innovadores y entretenidos. Obteniendo como resultado final el promover e incentivar la planificación y elaboración de nuevos eventos de esta índole.
- **Proporcionar** una formación académica y que esto conlleve a una evolución y perfeccionamiento del trabajo actoral venezolano.
- **Extender** este tipo de eventos y/o charlas teórico-prácticas a otras instituciones que les interese conocer y aprender un poco más sobre dicho rubro. Obteniendo así, que diversos públicos puedan tener un acceso disponible a la información impartida en el evento inicial. En donde a través de esto, se logre adquirir alianzas estratégicas con personas o instituciones ligadas a la formación profesional de jóvenes estudiantes.

CAPÍTULO III: ESTRATEGIA

Los pasos a seguir para la realización del evento *Camaleonic* fueron los siguientes:

- a. **Definir** el nombre y concepto del proyecto.
- b. **Crear** la identidad gráfica así como el contenido y orden en el que se llevó a cabo el evento. Entre los que se encuentra la paleta de colores, el logotipo del proyecto y contenido para la única red social de Instagram.
- c. **Búsqueda y análisis** del currículum, seleccionar el número y sexo de los ponentes que guiarán la charla introductoria y el taller práctico.
- d. **Pautar** la primera reunión con los ponentes con el fin de definir la idea del proyecto, las estrategias a llevar a cabo durante los dos días del evento y acordar honorarios profesionales.
- e. **Elaboración** del presupuesto del evento, con sus costos y gastos que se deberán cumplir.
- f. **Diseño y realización** de la encuesta para los estudiantes de Comunicación

Social de la Universidad Monteávila con el fin de evaluar el interés y participación al evento a llevar a cabo, así como también la posibilidad de implementar esta disciplina del doblaje al pensum de estudios.

- g. **Acercamiento** a los salones durante espacios libres con el propósito de presentar el evento a realizar así como toda la información al respecto.
- h. **Difusión** de la encuesta mediante grupos de Whatsapp, correos electrónicos, delegados y salones.
- i. **Planificación y desglose** de la logística a realizar, creación y organización de comités de trabajo para abarcar todas las áreas que se requieran.
- j. **Realizar** la publicidad del evento, mediante el diseño y difusión del flyer así como también los post para Instagram.
- k. **Organizar** reuniones con el tutor.
- l. **Búsqueda y negociación** de patrocinadores y aliados para el evento.
- m. **Obtención y aprobación** de los permisos con la universidad para la realización del evento en los espacios públicos, como el auditorio principal, Pérgola y cabinas de Radio UMA.
- n. **Reserva** de locaciones para la charla introductoria y el taller práctico: fecha y hora en la que se hará uso de los espacios de la institución.
- o. **Planificar** la programación del evento, división de tópicos por ponente e importancia, que serán necesarios para el primer día del evento que consta de la charla introductoria.
- p. **Elaboración** de planillas de inscripción para los cupos limitados (24) participantes de la segunda fase del evento y así obtener una base de datos.
- q. **Redacción** del proyecto final de carrera.

Análisis F.O.D.A

Fortalezas:

- a. El equipo de Camaleonic está conformado por tres (3) integrantes.
- b. Consiste en un evento realizado por y para los estudiantes de la carrera Comunicación Social de la Universidad Monteávila.
- c. Entendimiento de técnicas y herramientas que permitan fortalecer el conocimiento integral de los estudiantes de Comunicación.
- d. Conocimiento sobre el tema del doblaje.
- e. Manejo de redes sociales y conocimiento de las posibles necesidades que posea una audiencia.
- f. Experiencia en la formulación y planificación de estrategias comunicacionales.
- g. Destreza en el ámbito profesional del mundo del Doblaje.
- h. Contactos con actores y profesionales del doblaje.
- i. Portafolio de contactos y estudios de doblaje.

Oportunidades:

- a. Apoyo y soporte de la institución para el uso de las instalaciones que brinda nuestra casa de estudio, como el auditorio principal, salones de práctica de radio y los espacios de Radio UMA.
- b. Emplear la cátedra del doblaje como una nueva electiva para la Universidad Monteávila.
- c. Contacto con actores capacitados en el área doblaje, que poseen experiencia y un amplio repertorio de producciones.
- d. Dos de las integrantes del equipo poseen un certificado en una academia de doblaje y experiencia en el medio.
- e. Cartera de contactos de proveedores y patrocinantes para futuras alianzas para el evento.

Debilidades y Amenazas:

- a. Falta de conocimiento y experiencia en la elaboración y ejecución de un evento.
- b. Poco conocimiento de los horarios de los estudiantes del régimen semestral.
- c. La posible falta de interés en el tema por parte del alumnado.
- d. Desconocimiento en el área administrativa de fondos monetarios y contaduría.
- e. Limitaciones económicas por parte de las integrantes del equipo.
- f. Ejecución y organización de un evento con base a un presupuesto cerrado y que diariamente aumenta de acuerdo al contexto sociopolítico del país.
- g. Carencia de talentos en el ámbito laboral.
- h. Poca disponibilidad del actor de doblaje, ya que poseen agendas limitadas y programadas.
- i. Escasa disponibilidad de tiempo debido a compromisos laborales de varias integrantes del equipo.
- j. La situación económica y social irregular del país que impide el normal desarrollo del proyecto.

CAPÍTULO IV: PROPUESTA

Manual de producción:

Cronograma de las etapas de realización del evento:

El cronograma se dividió en tres fases: pre-producción, en donde se observó el previo desarrollo del evento y la definición de los próximos pasos a seguir del proyecto; la producción consistió en el plan de agenda de la ejecución del evento y la postproducción se refiere a la etapa donde se examinan y se analizan los resultados y se procede a extraer los beneficios y validación del PFC.

La propuesta de *Camaleonic* tuvo lugar en julio del 2019 junto con la concepción del anteproyecto. A continuación se anexa el cronograma de actividades de dicho proyecto.

Fase	Actividades	Julio	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	Ene	Feb	Mar
Pre- producción	Aprobación del Anteproyecto por parte de la Universidad Monteávila.	□□								
	Primera reunión con el tutor.				□□					
	Reunión con el equipo para definir modelos de encuesta.				□□		□ □			
	Definición del público meta.				□□					

Propuestas del nombre del proyecto.					□□				
Segunda reunión con el tutor para debatir título del proyecto					□□				
Definición del nombre del evento.						□□			
Propuestas de logo.						□□			
Definición del logotipo del proyecto.							□ □		
Creación de la encuesta para evaluar el interés del estudiantado.						□□			
Difusión de la encuesta vía online a los estudiantes de Comunicación Social							□ □		
Reunión con el tutor para discutir próximos						□□			

pasos.									
Creación de redes sociales para promoción del proyecto.						□□			
Primera publicación en las plataformas.						□	□		
Distribución de comités.						□	□		
Permiso por parte de la universidad para utilizar los espacios de la casa de estudio.						□□			
Aprobación de parte de la universidad para utilizar los espacios.						□□			
Reunión con el equipo para investigación y contacto de ponentes.			□□						
Análisis curricular y			□□	□□					

	contacto con los ponentes.													
	Primera reunión con los ponentes.													
	Investigación y contacto de patrocinio para el evento.													
	Confirmación de patrocinios y aliados para el evento.													
	Elaboración de presupuesto.													
Pre-producción	Comienzo de promoción por Instagram del evento.													
	Segunda reunión con los ponentes.													
	Última reunión con los ponentes para finalizar últimos detalles del evento.													

Reunión con Voice Academy (patrocinador principal) para llegar a un mutuo acuerdo.							<input type="checkbox"/>		
Confirmación de asistencia por parte del patrocinante.								<input type="checkbox"/>	
Redacción y envío de carta de patrocinio.							<input type="checkbox"/>		
Reunión, discusión para crear una alianza con emprendimientos de la UMA para el catering.							<input type="checkbox"/>		
Confirmación de Boute Brownies y Décoller para participación en el catering del evento.							<input type="checkbox"/>		
Impresión de flyers e							<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

	identificativos del equipo.								
	Reunión con el equipo para discutir próximos pasos a seguir, de acuerdo al montaje del evento.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Reunión con el tutor para finiquitar últimos detalles previos al evento.							<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Confirmación por parte de la universidad para hacer uso de la pérgola y apoyo con la decoración.							<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Producción	Montaje y decoración del auditorio y pérgola.							<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Primera fase del evento							<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

	(charla teórica)									
	Segunda fase del evento (taller práctico)								<input type="checkbox"/>	
	Suministro de catering								<input type="checkbox"/>	
	Desmontaje								<input type="checkbox"/>	
	Cobertura en Instagram desde la cuenta camaleonic del paso a paso del evento								<input type="checkbox"/>	
									<input type="checkbox"/>	
Post-producción	Análisis del resultado de la encuesta para evaluar la respuesta del estudiantado								<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Redacción del documento del Proyecto Final de Carrera					<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Reunión con el equipo para								<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

charlar de los resultados finales del evento									
Reunión con el equipo para continuar la redacción del documento.									
Reunión con el tutor para charlar sobre el evento y dudas del documento.									
Última reunión con el tutor.									
Revisión y últimas correcciones del trabajo final por parte del tutor.									
Última publicación de agradecimientos y cierre del evento en la cuenta de Instagram.									

	Entrega del documento del Proyecto Final de Carrera.								□□
--	--	--	--	--	--	--	--	--	----

PRE-EVENTO

El pre-evento constó en la organización en comités por parte del equipo que consistió en la división de los departamentos en el siguiente orden: creación e identidad de imagen, logística, finanzas y redes sociales.

A su vez se definió el público meta, fecha, hora y lugar del evento, comités de trabajo a ejecutar.

a. Público meta:

El equipo de Camaleonic tomó en cuenta como target a los estudiantes de Comunicación Social que formen parte del régimen semestral (primero a tercero) y anual (tercero, cuarto y quinto) que comprenden el rango de edades entre 17 y 23 años de clase media.

Se seleccionó a la audiencia con base a que forman parte de la casa de estudios y que se encuentran en el proceso de formación de futuros comunicadores integrales.

El motivo principal de su realización dentro de la institución académica se debe a la necesidad de lograr el mayor alcance de los estudiantes y que todo aquel interesado tenga la posibilidad de conocer toda la información acerca del evento.

Al ser un proyecto pensado y realizado en pro de los estudiantes, se decidió

realizar un evento con entrada libre para todo el público estudiantil.

b. Fecha, hora y lugar del evento:

El evento se realizó el día jueves 6 de febrero del 2020, en las instalaciones de la Universidad Monteávila en el auditorio principal. Con inicio a las 10:00 am y finalización a las 12:00 pm.

La elaboración del taller práctico se realizó el martes 11 de febrero del 2020 a la misma hora del evento principal, se hizo uso de los estudios de radio de la universidad, más específicamente, las cabinas ubicadas en Radio UMA.

c. Comités de trabajo:

El comité de trabajo consistió en la división de los departamentos de trabajo, para así llevar una mejor organización a la hora de ejecutar el evento.

En total se crearon cuatro (4) comités, que abarcan los siguientes:

1. Finanzas: Este departamento se basó en crear el presupuesto programado para los gastos del evento.

En el caso de *Camaleonic*, los gastos fueron dedicados a las impresiones de los flyers, identificativos para el staff y el catering de comida para las dos fases del evento.

La encargada de este departamento fue la integrante del equipo Paola Terenzi con ayuda de los familiares y el apoyo del resto del equipo.

2. Participantes: El comité de participantes se encargó de contactar a los ponentes, patrocinantes y aliados del evento.

El cargo principal del departamento fue asumido por Adhara Espina junto con

el apoyo de Michelle Moncada, integrantes del equipo de *Camaleonic*, quienes confirmaron la asistencia y participación de dos actores de doblaje, Jesús Naranjo Seijas y Elena Díaz Toledo.

El contacto con los patrocinantes fue realizado por las tres integrantes del equipo, entre los aliados y patrocinantes se encuentran: La academia Voice Academy como principal patrocinante junto con Boute Brownies y Decóller, como aliados secundarios.

- 3. Identidad y comunicación:** El comité de identidad gráfica se encargó del diseño del logo, colores principales, tipografía, flyers, publicidad e identificativos y todo lo relacionado con redes sociales y feed de Instagram.

El departamento de comunicación y promoción fue el encargado de establecer el tono comunicacional de la red social y la publicidad en dicha plataforma para la promoción de *Camaleonic* dentro de la comunidad de la casa de estudio. La encargada principal de este departamento fue Michelle Moncada, en cuanto al diseño del feed de Instagram se contó con el apoyo de una estudiante umaísta y diseñadora gráfica externa y Paola Terenzi en cuanto a manejo y publicaciones en la red social.

- 4. Logística y protocolo:** Este comité se encargó de la logística y organización del evento.

El departamento de protocolo estuvo conformado por estudiantes de quinto año junto con familiares y amigos de las integrantes en el área de la comida.

Este se encargó de la organización y recibimiento de los invitados en la entrada principal y organización durante el evento, zona de catering, organización de la decoración, tanto en el auditorio como en la Pérgola y por último las integrantes del equipo estuvieron presentes en la logística del desarrollo del evento.

La encargada de este último comité fue Adhara Espina junto con la colaboración de compañeras de estudio de quinto año.

ENCUESTA

Se difundió una encuesta online dirigida específicamente a los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, en donde fue a través del correo electrónico correspondiente al equipo Camaleonic, y a su vez, por medio de la aplicación de Whatsapp.

Todo esto con el fin de evaluar los conocimientos previos que éstos poseían con respecto al doblaje, e igualmente, medir su interés en cuanto a la participación y asistencia para el evento teórico-práctico. El formulario de la encuesta fue creado por la plataforma de Google Form.

1. Modelo de encuesta:

Para medir el éxito, interés y posible participación del alumnado en el evento, se llevó a cabo una encuesta en la que los estudiantes debían responder los siguientes planteamientos:

Datos e información personal:

1. Nombre y apellido.
2. Correo electrónico.
3. Número de teléfono.
4. Año/semestre.
5. Sección.

Preguntas:

1. ¿Sabes qué es el Doblaje de Voces?
2. ¿Conoces información acerca del doblaje en Venezuela?
3. ¿Reconoces cuando una película/serie está doblada?

4. ¿Prefieres ver las películas/series en su idioma original o en español?
5. ¿Logras identificar cuando una producción de doblaje se hizo en Venezuela o en otro país de Latinoamérica?
6. Si hicieras doblaje, ¿cuál de estos géneros te gustaría desempeñar? (opción múltiple).
7. ¿Estarías interesado en asistir a una charla-taller sobre el doblaje, en las instalaciones de la UMA?
8. ¿Te gustaría incluir el Doblaje de Voces como una nueva electiva en el pensum de la Universidad?

Tomando en cuenta los resultados arrojados por las estadísticas de la encuesta, el equipo pudo obtener un estimado del posible número de participantes y asistentes para la primera fase del evento, que consistía en la charla introductoria sobre el Doblaje de Voces. **(Ver anexo 1)**

En cuanto al resto de los resultados, específicamente el punto referente a los géneros a desempeñar en esta cátedra, facilitó la selección del material y las escenas a proyectar, que posteriormente serían dobladas durante la segunda fase del evento: el taller práctico. **(Ver anexo 2, 3, 4 y 5)**

CAPÍTULO V: PARTICIPANTES

Los estudiantes de Comunicación Social que respondieron la encuesta de Camaleonic, según los resultados del formulario de un total de 71 estudiantes, 63 contestaron que *sí* estarían interesados en asistir y participar en el evento, y solo se obtuvieron 5 respuestas negativas.

En cuanto a la participación y asistencia del evento en general, en primer lugar se encuentra; la charla teórica introductoria, en la que se pudo contar con una asistencia aproximada de 62 estudiantes, incluyendo algunos familiares del equipo. En el taller práctico, al ser de cupos limitados por el espacio reducido y disponibilidad de tiempo, se inscribieron 24 personas. Debido a la alta demanda y ante la

posibilidad de cancelación de alguno de los inscritos, se creó una segunda lista, es posición de “Lista de espera”, que elevó el número de participantes a 28 personas en total. **(Ver anexo 6)**

- Carta de presentación para Participantes o Ponentes:

Las integrantes del evento *Camaleonic* se encargaron de la redacción y diseño de una carta exclusivamente dedicada a dos actores de doblaje, Jesús Naranjo Seijas y Elena Díaz Toledo. La cual presenta información detallada de las organizadoras, la ejecución y plan del evento a desarrollar entre las que se encuentran el propósito, objeto de estudio, ventajas y el intercambio a realizar en caso de aceptar los requerimientos solicitados. **(Ver Anexo 7)**

- Carta de agradecimiento para participantes o ponentes:

Por medio de un correo electrónico se le hizo llegar a los actores de doblaje, una carta de agradecimiento por participación, donde las organizadoras del proyecto de *Camaleonic* expresaron sus agradecimientos por su participación apoyo y acompañamiento durante los dos días del evento, donde le enseñaron técnicas, tips o herramientas para doblar a los estudiantes de la institución académica.

A su vez, la carta deja abierta la posibilidad de futuras alianzas y fortalecer el vínculo profesional para la realización de futuros eventos con la Universidad Monteávila y las integrantes. **(Ver Anexo 8)**

- Presentadores y ponentes:

Camaleonic contó con un maestro de ceremonias, profesor perteneciente a la Universidad Monteávila, quien justamente imparte la materia radio (práctica), y dos actores de doblaje, quienes fueron lo que ofrecieron sus conocimientos y experiencias durante el desarrollo de la charla introductoria realizada el día 6 de febrero del 2020. A su vez, el patrocinador Abelardo Oseches participó como invitado especial y orador en representación de su academia Voice Academy. Los ponentes

escogidos fueron: Elena Díaz Toledo y Jesús Naranjo Seijas. El maestro de ceremonias y presentador del evento seleccionado fue el profesor Gustavo González.

- Curriculum de los ponentes:

Para garantizar un buen desempeño académico y profesionalismo en la elaboración de la charla introductoria y el taller práctico, es de gran importancia el conocer la síntesis curricular, capacidades y experiencias de los ponentes y actores de doblaje a escoger, así como el patrocinante principal e invitado especial. **(Ver anexos 9, 10 y 11)**

CAPÍTULO VI: Patrocinios y proveedores

La charla introductoria y el taller práctico de *Camaleonic* contó con el auspicio de Voice Academy, academia encargada de la formación de locutores en Venezuela, así como locución publicitaria, radio, tv, doblaje, narración deportiva y de noticias y más, reconocida internacionalmente y de alto prestigio en Venezuela. Se contó con la presencia y participación del director Abelardo Oseches, gracias a este patrocinio se ofreció como incentivo para la participación de la charla y el taller práctico la posibilidad de optar a una beca para un curso gratuito de “Acento Neutro” para dos estudiantes, uno masculino y otro femenino, en las instalaciones de dicha academia. Los cuales fueron seleccionados de acuerdo a su desempeño durante la segunda fase del evento por el propio director.

Como proveedores del catering de comida del evento, se seleccionaron dos emprendimientos gastronómicos pertenecientes a la Universidad Monteávila, con el fin de apoyar y fortalecer su talento, así como dar a conocer sus productos (reposteros) a toda la comunidad umaísta. Dichos aliados fueron “Boute Brownies” quienes ofrecen brownies de chocolate y brookies, y “Décoller” con tortas, polvorosas, entre otros deleites. Estas dos marcas aliadas ofrecieron sus bocadillos en ambas fases del evento *Camaleonic*.

Durante la segunda fase del evento, el taller práctico realizado el 11 de febrero, Abelardo Oseches participó como jurado principal junto a los ponentes, Elena Díaz Toledo y Jesús Naranjo Seijas para decidir quienes serían los dos ganadores del curso de “acento neutro” cortesía de Voice Academy.

- Carta de presentación o solicitud para patrocinantes:

Las integrantes del evento *Camaleonic* se encargaron de la redacción y diseño de una carta exclusivamente dedicada al CEO² de Voice Academy, Abelardo Oseches. La cual presenta información detallada de las organizadoras, la ejecución y plan del evento a desarrollar entre las que se encuentran los ponentes invitados, propósito, objeto de estudio, ventajas y el intercambio a realizar en caso de aceptar los requerimientos solicitados. **(Ver anexo 12)**

- Carta de agradecimiento o solicitud para patrocinantes:

Por medio de un correo electrónico se le hizo llegar al patrocinador principal Abelardo Oseches, una carta de agradecimiento a patrocinio, donde las organizadoras del proyecto de *Camaleonic* expresaron sus agradecimientos por su participación y acompañamiento durante los dos días del evento, así como el haber sido acreedor de dos cursos gratis de Acento Neutro en Voice Academy a los dos integrantes y ganadores del taller práctico, un hombre y una mujer (Andrés D’Alessio y Nicole Gamboa, estudiantes de 3er año de Comunicación Social).

A su vez, la carta deja abierta la posibilidad de futuras alianzas y fortalecer el vínculo profesional para la realización de futuros eventos con la institución académica y las integrantes. **(Ver anexo 13)**

² CEO: Por sus siglas en inglés “Chief Executive Order” que en español significa 'Oficial Ejecutivo en Jefe'. Este título se conoce Director General, Gerente General o Jefe Ejecutivo. Recuperado de: <https://www.significados.com/ceo/>

CAPÍTULO VII: PRODUCCIÓN

f. Logística y Planificación:

Se llevó a cabo un comité de producción para el evento de *Camaleonic*, donde se tocaron los siguientes puntos: catering, flyers, protocolo, decoración, espacio, programa y la distribución de las responsabilidades durante la realización de la charla introductoria y el taller práctico.

- Catering: Se contó con el refrigerio necesario para los invitados y el staff del equipo una vez finalizada la charla teórica, el cual consistió en una variedad de dulces y salados, la mayoría adquirido bajo al presupuesto pautado. **(ver anexo 14)**

Los dulces fueron parte de una alianza realizada con los dos emprendimientos de la Universidad Monteávila, Boute Brownies y Decóller. **(ver anexos 15 y 16)**.

Mientras que lo salado fue comprado en dos panaderías, Red Apple (ubicada en la Urbanización Miranda) y La Abadía (Paseo las Mercedes).

El catering estuvo bajo la organización de los familiares de las integrantes del equipo de *Camaleonic*, quienes participaron como apoyo y logística de la comida y decoración para los ponentes, profesores, protocolo e invitados especiales.

- Flyers o material pop: Se dispuso de ocho (8) volantes impresos; estos fueron distribuidos en las diversas instalaciones de la Universidad Monteávila, tanto en la sede principal como en el edificio del anexo.

Los flyers se colocaron en las carteleras asignadas y puntos visibles en toda la UMA, tales como las zonas de comida entre las que se encuentran Oasis, Date Aquí, Chefa's y en el espacio de Radio UMA.

- Protocolo: Se contó con el apoyo y participación de ocho participantes en la logística del evento, conformado por estudiantes, amigos y familiares del

equipo que asistieron en la organización del evento, tanto en catering y como en la decoración.

- Decoración: Fue aportado por la universidad, en manos de la organización de Maria Eugenia Baradat y el personal de mantenimiento y decoración, mientras que la organización de las mesas, distribución de la comida y presentación visual fue gracias a los familiares.
- Espacio: Para la ejecución del evento se hizo uso de los espacios públicos y abiertos de la universidad, tanto el auditorio principal para la realización de la charla introductoria, la pérgola para el catering y reunión del post evento y el área de Radio UMA para el segundo día, el taller práctico.
- Equipos técnicos: Los equipos que se usaron fueron aportados por la institución educativa y manejados por los encargados técnicos, como el videobeam, pantalla, micrófonos, cornetas, consola. El personal y operadores de Radio UMA estuvieron presentes como técnicos de producción y programación durante las dos fases del evento.
- Equipos audiovisuales: Los equipos como cámaras fotográficas y fueron dotados por dos fotógrafos contratados y pertenecientes al staff del equipo.

g. Programa del evento:

Camaleonic Evento - Charla Introductoria Doblaje de Voces

JUEVES, 06 DE FEBRERO

Apertura del evento: 10:00 am

Cierre del evento: 12:30 pm

Lugar: Auditorio principal de la Universidad Monteávila

- 7:30 am: Llegada de las integrantes del equipo a la Universidad Monteávila.
- 8:00 am: Ensayo de sonido y revisión de material y ajustes técnicos con los ponentes, operadores de sonido y el equipo en el auditorio principal.
- 9:30 am: Llegada de los estudiantes al auditorio.
- 10:00 am: Organización de parte del protocolo designado para recibir a los invitados y estudiantes en la entrada del auditorio.
- 10:15 am: Últimos detalles y organización de parte del equipo y protocolo para proceder con el llamado al estudiantado.
- 10:20 am: Inicio del evento Camaleonic con las palabras del maestro de ceremonias y cierre de puertas.
- 10:45 am: Presentación de material audiovisual: Historia del doblaje de voces en Venezuela, exposición de trabajos y registros de voz de los dos ponentes.
- 10:50 am: Temas a explicar durante la charla acerca del doblaje y técnicas.
- 12:10 pm: Culminación de la charla introductoria de Camaleonic con las últimas palabras por parte de los ponentes, patrocinador e invitado especial y el presentador de Camaleonic.
- 12:20 pm: Fotos del equipo de Camaleonic y ponentes e invitado especial en el auditorio.
- 12:25 pm: Organización del catering por parte del protocolo en la pérgola.
- 12:30 pm: Comienzo del post evento, para dar inicio al consumo del catering gastronómico dispuesto para los invitados del evento.

Distribución de los temas a exponer durante la charla introductoria:

Maestro de Ceremonias: Gustavo González.

Ponente: Elena Díaz Toledo. (Actriz de Doblaje).

Ponente: Jesús Naranjo Seijas. (Actor de Doblaje).

Invitado Especial: Abelardo Oseches. (CEO Voice Academy, Actor de Doblaje).

Organizadoras del evento: Michelle Moncada, Adhara Espina, Paola Terenzi.

INICIO 10:00 AM.

- **Apertura del evento: Camaleonic: Doblaje de Voces**

¿Qué es Camaleonic? Su creación y propósito.

- **Presentación del material audiovisual: Breve Historia del Doblaje en Venezuela.**

Maestro de Ceremonias: Presentación de los ponentes y su trayectoria en el Doblaje Venezolano.

- **Vídeo presentación de Elena: Duelo Xiaolin, Kit vs Cat, Lujuria, Diamante Amarillo y Bates Motel. (5 minutos)**

- **Vídeo presentación de Jesús: Batman, Brak, Kike de CatDog, Scar y Terry Donovan. (5 minutos)**

Abordaje de la charla y desarrollo del contenido

1. Instrumento vocal y corporal: respiración y emoción: (Video de Wolverine)

- Manejo de Voz
- Registros: Tono
- Lectura: posición del cuerpo.
- Inflexión
- Matiz personal

2. Técnica: Acento Neutro: (vídeo Alfonso Obregón, Shrek)

Acento venezolano – mexicano – neutro

- Pronunciación / dicción: Trabalenguas: *“Cuando cuentas cuentos cuenta cuántos cuentos cuentas. Porque si no cuentas cuántos cuentos cuentas. Nunca sabrás cuántos*

cuentos cuentas”

- Actuación
- Improvisación

3. Géneros del Doblaje de Voces:

- Lectura o guión de mujer bonita extracto: MUJER BONITA
 - Narración (locución) – Muestra de extracto del Documental de Osos de Disney Nature
 - Animación / cómics: Kids vs Cat
 - Drama: Bates Motel y Ray Donovan
 - Exposición: Descripción (rubro más duro y difícil).
 - Reality show: MAGNIFIQUE

4. Intención y Caracterización:

Cooper (creación de voz del personaje y características) Primer episodio kit vs cat.

5. ¿Intérpretes, imitadores o actores de doblaje?

6. Construcción de personajes

- Video de Cierre: video de Magnifique

7. Palabras de Invitado especial: Abelardo Oseches CEO de VOICE ACADEMY

- **CIERRE DEL EVENTO:** Fondo de la presentación con información y fecha del taller práctico, (Martes 11 de febrero, 10:00 am, en Radio UMA).

Camaleonic: Taller Práctico

MARTES, 11 DE FEBRERO

Apertura del evento: 10:00 am

Cierre del evento: 12:30 pm

Lugar: Cabinas de Radio UMA pertenecientes a la Universidad Monteávila

- 7:45 am: Llegada del equipo a Radio UMA.
- 8:15 am: Llegada de los ponentes a las instalaciones de la universidad.
- 8:30-9:00 am: Práctica y últimos preparativos de sonido en las cabinas de Radio UMA.
- 9:15-9:30 am: Llegada de los estudiantes inscritos en el taller.
- 9:30 am: Llegada del patrocinador y jurado principal del taller práctico.
- 9:40 am: Organización del alumnado por parte del protocolo y revisión de la lista de los inscritos para empezar a proceder a dividirlos en parejas y grupos de 2 (12 y 12).
- 10:00 am: Inicio del taller práctico en Radio UMA.
- 10:00 am: Procede a pasar el primer grupo de 12 formados en parejas.
- 10:10 am: Cada pareja tiene 10 minutos para observar la escena a doblar, a continuación el ponente procede a enseñarle técnicas tanto de caracterización para animación como actuación de alto contenido dramático.
- 10:20 am: Elena Díaz Toledo se encargaba de la dirección de actuación de la práctica de animación con la película de "Hércules" de Disney, voces de caracterización.
- 10:30 Jesús Naranjo Seijas se encontraba a cargo de la dirección de la práctica de actuación con alto contenido dramático con la película "El Diario de una Pasión".
- 11:00 am: Pasa el segundo grupo de 12 formados en parejas, para realizar la misma dinámica que el primer grupo.
- 12:30 pm: Culminación del taller práctico y selección de los ganadores del premio de parte del jurado, conformado por Elena Díaz Toledo, Jesús Naranjo Seijas y Abelardo Oseches.

- 1:15 pm: Reunión del equipo de Camaleonic y algunos participantes para dar por finalizado el evento, últimas palabras de los ponentes, patrocinador y organizadoras del evento.
- 1:15 - 1:25 pm: Últimas palabras del staff de Camaleonic a los estudiantes y a las integrantes del equipo.
- 1:25 - 1:30 pm: Fotos del equipo: integrantes, tutor, ponentes y patrocinador.
- 1:30 pm: Final de la segunda fase de Camaleonic y con ella los dos días del evento.
- 5:00 pm: Se anunció por medio de la red social de instagram, los dos estudiantes ganadores del premio.

CAPÍTULO VIII: Identidad gráfica

Para la realización de la identidad gráfica y de marca, se creó un departamento de comunicación e imagen, en donde se tomó como inspiración la fisiología del camaleón y su habilidad de cambiar de color.

El departamento se encontraba conformado por las integrantes del equipo de Camaleonic, donde se establecieron los siguientes aspectos gráficos:

- Creación de la imagen principal y el isologo como representación del evento a realizar.
1. **Isologo**: Estuvo conformado por el texto del nombre del evento (Camaleonic) y el icono de un camaleón. Estas dos elementos conforman un solo conjunto, en donde no funciona el uno sin el otro. El ícono es la principal referencia o representación de lo que se desea transmitir.

Se diseñaron dos (2) propuestas o piezas visuales para la identidad gráfica del evento, en donde se destaca el camaleón como el elemento principal y centro de

atención. Se sometió a una votación tomando como referencia una opinión de una diseñadora gráfica y talento umaísta, así como también la del tutor del proyecto.



Isologo 1



Isologo 2

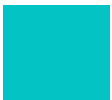
En conjunto se llegó a la conclusión de que el isologo número dos se adecuaba más a la idea principal, ya que cuenta con formas más redondas y amigables que se amoldaba a los deseos de realizar un evento divertido y ameno para todos los estudiantes sin caer en lo infantil. A su vez representa un equilibrio entre la responsabilidad que requiere la elaboración de un evento universitario, que mantuviera una tonalidad seria, educativa, profesional y estudiantil a la vez que fuera cercano, innovador y entretenido para los estudiantes.

2. **Colores:** La paleta de colores se redujo a un color mixto, una mezcla entre el color azul y el verde, que da resultado al turquesa. Estas tonalidades según la psicología del color, transmiten características distintas, en el caso del azul representa simpatía, confianza y credibilidad, el verde por su parte se asocia a la tranquilidad, naturaleza y seguridad.

El turquesa, por su parte transmite alegría, sofisticación y equilibrio. Utilizando una armonía monocromática que consiste en la variación de sus tonalidades y tomando en cuenta su degradés, estos colores representan los valores y sentimientos que se querían plasmar en el proyecto.



RGB #V6DC6F CMYK C 32% M 0% Y 73% K 0%



RGB #02C2C3 CMYK C 70% M 0% Y 29% K 0%

Como colores secundarios, los cuales se considera que transmiten el cambio de colores y la transformación del camaleón, se escogieron las siguientes tonalidades:



RGB #FF537V CMYK C 0% M 83% Y 30% K 0%

RGB #BCBCD6 CMYK C 25% M 22% Y 4% K 0%

RGB #F19033 CMYK 2% 51% 91% 0%

RGB #E99B8E CMYK 6% 46% 38% 0%

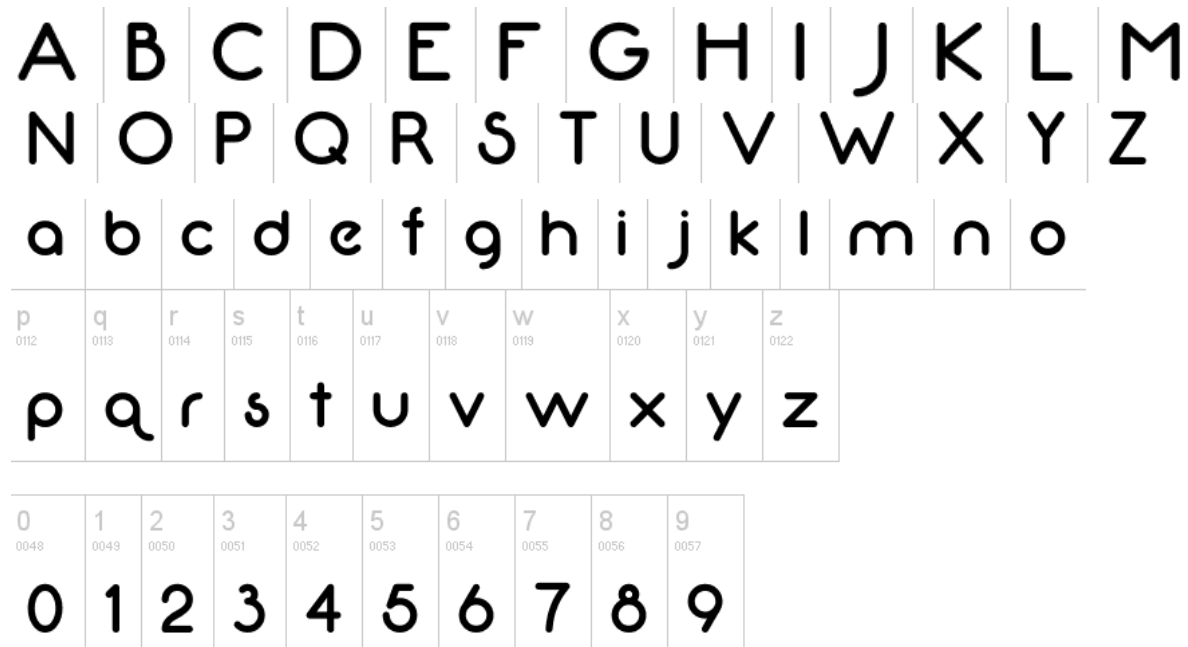
RGB #92B651 CMYK 48% 11% 88% 0%

RGB #019B9C CMYK 81% 18% 41% 1%

3. **Tipografía:** La tipografía principal escogida para la representación del evento es Neon 80's tanto como en el isologo y el feed en la plataforma de Instagram. Esta es una

fuente redonda y dinámica debido a sus formas suaves, por lo que la hace cercana y amigable a la vez de ser relajada. Logra transmitir la idea principal del proyecto.

Neon 80s



Para la realización del flyer promocional se utilizaron dos estilos de tipografía diferentes, la primera es “Edo” y la segunda “Montserrat Classic”. La primera es considerada decorativa, es una fuente variada y con personalidad, por lo tanto es una de las características únicas. Mantienen un aire de refinamiento y delicadeza muy característico, por ser transgresoras y originales.

Con la segunda tipografía de Montserrat Classic se combinan elementos que mezclan cierto grado de estabilidad con dinamismo. Es versátil y sirve para todo tipo de combinaciones, permitiendo desde un aspecto serio hasta algo más deliberado, entretenido, elegante y vanguardista perfecto para promociones y flyers.



Se diseñaron los identificativos utilizados por el staff del equipo de Camaleonic, con el fin de crear presencia y representación durante el evento y para que a la audiencia y jurado le fuera más sencillo poder visualizar y reconocer el rol de cada uno de los participantes del grupo durante la charla y taller.

Se elaboraron 20 identificativos repartidos en el siguiente orden: tres para las organizadoras principales del evento, dos para los ponentes actores de doblaje, dos invitados especiales (conformados por los patrocinadores principales del evento, Abelardo Oseches en representación de Voice Academy y el tutor del proyecto y

director de Radio UMA, Roberto Ruíz), diez protocolos y encargados de logística, dos camarógrafos y un maestro de ceremonias.

El diseño consistió en el isologo de la marca como elemento principal acompañado de colores representativos para la marca del evento y que fueron utilizados en el feed de Instagram, el nombre y apellido de la persona y su respectivo rol.

A continuación se anexan los identificativos diseñados para el día del evento:



i. Presupuesto:

Para el presupuesto se ejecutó un plan de gastos para el evento. Los cuales fueron:

Impresión de 8 flyers, los cuales 6 se realizaron en tamaño “tabloide” y 2 tamaño “carta”. Para los identificativos del staff se utilizaron dos hojas tamaño carta, dando un total de 20.

Para el catering de comida durante las dos fases del evento se ofrecieron 12 brownies que al ser picados en 4 partes, da un total de 48 brownies y 30 polvorosas. En cuanto a los pasapalos salados se colocaron dos bandejas de saladitos y 40 cachitos.

Con respecto a las bebidas y el hielo ofrecidos, los mismos fueron aportados por familiares respectivos de cada una de las integrantes, se contó con: agua, café, dos jugos y refrescos.

A continuación se anexa un esquema de gastos y costos del evento de Camaleonic con sus especificaciones:

Cantidad	Descripción	Monto
<u>8</u>	Impresión de flyer a color	Bs 409.435,21
<u>20</u>	Identificativos a color para el staff del evento	Bs 63.840
<u>4</u>	Impresión programa de contenido para los ponentes	Bs 70.000
<u>3</u>	Impresión de guiones para el taller práctico	Bs 45.000
<u>2</u>	Jugos de naranja para el catering del evento	Bs 290.000
<u>3</u>	Coca-colas para el catering del evento	Bs 101.000

<u>2</u>	Bandeja de pasapalos salados para el catering del evento	Bs 745.361
<u>40</u>	Cachitos para el catering del evento	Bs 1.800.000
<u>12</u>	Brownies de chocolate para el catering de los dos días del evento	Bs 525.782
<u>30</u>	Galletas polvorosas para el catering de los dos días del evento	Bs 444.000
<u>100</u>	Vasos de plásticos	Bs 170.000
-	Pago de honorarios a la Sra. Elena Díaz Toledo por participación en el taller práctico del evento.	\$ 30 Bs 2.201,310
	<u>TOTAL BS</u>	<u>Bs 6.265.418,31</u>

En cuanto a los honorarios pagados a la ponente y actriz de doblaje Elena Díaz Toledo, se manejó la tasa de cambio bs/dólar del día 11 de febrero, en donde se tomó como referencia la cuenta de Instagram y Twitter de @MonitorDolar, que se cotizaba en 73.377,56 bs por dólar, lo que equivale a 2.201,310 Bs. Dando como suma un total de 6.265.418,31 Bolívares invertidos en la elaboración del evento. **(Ver anexo 17)**

j. Comunicación y Promoción:

La estrategia establecida para la comunicación del evento de Camaleonic se realizó con base a cuatro objetivos claves:

- Dar a conocer el tema del doblaje mediante tips y post informativos.

- Promocionar el evento y desarrollo del paso a paso.
- Exponer a los ponentes y actores de doblaje especializados en el tema.
- Impulsar a los principales aliados y patrocinadores que estuvieron presentes durante todo el desarrollo del evento.

Como medio de comunicación y promoción se creó una cuenta en la red social de Instagram, bajo el nombre de usuario: **@camaleonic20**. Dicha plataforma fue escogida por el equipo debido a la cantidad de personas que la utilizan diariamente, en donde su capacidad de viralizar contenidos es de manera efectiva y veloz. **(Ver Anexo 18)**.

La plataforma es una de las redes sociales más utilizadas por los millennials, ya que se tomó como público meta a personas jóvenes y estudiantes. Como fin último, el uso de esta plataforma es de gran ayuda, debido a que su contenido es de manera sencilla y de fácil manejo, tanto para las integrantes del equipo, como para el resto de la audiencia, así como también se considera que su formato es el indicado para la promoción y presentación del proyecto, donde su capacidad visual permite la transmisión de mensajes de una forma más objetiva y práctica.

La estrategia de comunicación en la plataforma tuvo como fecha en diciembre, donde el equipo consideró la campaña de intriga como forma de promoción, en el que se publicó tanto en la cuenta del evento, como en las cuentas personales de cada una de las integrantes.

Entre enero y febrero del 2020 se comenzó a promocionar y publicar todo lo relacionado al evento, ya sea el tema a tratar y sus variables, los ponentes invitados, datos curiosos, momentos claves del evento y su desarrollo, agradecimientos a los aliados que estuvieron presentes, entre otros.

El formato de publicación en Instagram estuvo comprendido de manera horizontal y vertical para los post que se encontraban en el feed y para las historias publicadas en la página principal de la cuenta. En el caso de los post en el feed, se publicaban imágenes en cintillo (fotos en secuencia) y en mosaico (6 fotos en secuencia), donde dentro de cada foto en forma de carrusel se colocaban videos del tema a tratar. Esto consistía en deslizar hacia la izquierda y que fuera más atractivo visualmente a la hora de visualizar el feed completo, dándole un toque de armonía y eficacia a la hora de que la audiencia observará la cuenta.

Durante las publicaciones tanto de los post como de las historias, el equipo se rigió bajo los resultados que dejaban las estadísticas de Instagram, tomando en cuenta los horarios y días para poder obtener mejor engagement y alcance en la audiencia.

El tono comunicacional que se ejerció en todo el contenido publicado en la red social tuvo con el propósito de ser ameno y cercano, pero a la vez manteniendo un tono formal y educativo, ya que el target principal eran los estudiantes de la Universidad Monteávila.

Por lo que, el equipo decidió que el tono comunicacional de la plataforma se mantuviera de esa manera, ya que no solo se publicaría sobre la historia del Doblaje de Voces, sino los trabajos y experiencia de los expertos, así como el desarrollo o desenvolvimiento del evento por parte de los ponentes, invitados especiales, aliados, patrocinador principal y organizadoras de *Camaleonic*.

La cuenta fue creada el 19 de noviembre del 2019 en la plataforma de Instagram, el cual se impulsó gracias a la invitación publicada en formato de historia en las cuentas personales de cada una de las integrantes del equipo en la plataforma y mediante el contacto directo con los estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Monteávila, invitándolos a seguir la cuenta de @camaleonic20, creando así una campaña de intriga en el entorno.

El 3 de diciembre del 2019 se publicó el primer post en el feed de Instagram, el cual consistió en una campaña de intriga en forma de cintillo (3 post en secuencia) con la palabra “¡Próximamente 2020!”. El objetivo fue crear una expectativa a los

seguidores de la cuenta, anunciando que se venía una actividad para los estudiantes en febrero del año 2020. Este post fue colocado de manera temporal, ya que luego fue removido y reemplazado, con el fin de terminar con la campaña de intriga y pasar al segundo objetivo de la cuenta que era promocionar todo lo relacionado al evento. **(Ver Anexo 19)**

El primer post oficial de *Camaleonic* fue publicado el 13 de enero del año 2020, este consistía en varias imágenes colocadas en forma de mosaico (6 post en secuencia) donde se podía visualizar el isologo completo de la marca con los respectivos colores escogidos para el feed. El objetivo de este, fue pasar a la segunda fase que tuvo como fin terminar con la expectativa y pasar a desarrollar todo el motivo del evento y el significado de su nombre. En el copy que acompañó al mosaico, se colocó la palabra “Próximamente 2020”. Con esto se pudo generar intriga y promoción hacia la audiencia seguidora de la marca. **(Ver Anexo 20)**

Las primeras historias publicadas en la cuenta fueron el 11 de diciembre del 2019, este consistió en una seguidilla de imágenes con fondos de colores (turquesa, fucsia y verde manzana) donde cada una tenía colocado un respectivo ícono que se relacionaba con los puntos a tocar en el evento, como por ejemplo, uno de los *highlight* se podía apreciar el icono de un calendario, haciendo referencia al evento, en otro, se apreciaba un camaleón que se relacionaba con la filosofía de la marca *Camaleonic* y, por último, un micrófono con audífonos, vinculándose este con el doblaje y sus variables. Esto conformó los llamados *highlight* o historias destacadas, de la cuenta de Instagram de *Camaleonic*. **(Ver anexo 21)**

Tomando como base las estadísticas de la plataforma, el equipo pudo desarrollar la estrategia de contenido, en donde se publicó 4 veces por semana en horarios de la tarde entre 5:00pm y 8:00pm, escogiendo los días lunes, martes, miércoles y jueves como los más frecuentados por los seguidores, seleccionando el día martes como el mejor para publicar, ya que según la data sacada de Instagram Analytics el total de visitas es de 550 estudiantes.

En cuanto a la publicación de las historias, se tomó en cuenta los días previos al evento, el desenvolvimiento de este y los días siguientes al evento, por ende se publicaba más de 3 veces por semana, a excepción de los días del evento que se montaron más de 4 por cada hora.

Esta estrategia generó engagement en los seguidores durante todo el proceso del proyecto.

Con respecto a la comunidad, hasta la fecha del pasado 29 de febrero del 2020, la plataforma contaba con un total de 183 seguidores, entre los cuales la mayoría eran estudiantes y profesionales. Cabe destacar que el 2 de febrero la plataforma contaba con 138 seguidores, pero, durante el desarrollo del evento, se fueron aumentando la cantidad de seguidores, (45 en total). **(Ver anexo 22)**

Durante la comunicación y promoción de la cuenta, se publicó 30 veces en la plataforma, logrando una interacción por post (IPP) que consiste en la suma de likes más comentarios dividido en el número total de publicaciones, teniendo como resultado un 31,23.

Además de las publicaciones en formato de post colocadas en el feed de la cuenta, se montaron un total de 89 historias en la plataforma, que tenían la posibilidad de ser vistas en un tiempo de 24 horas. Este tiene como resultado un promedio de visualización de 56.85 que equivale al 63,88% de la comunidad.

El equipo tomó en cuenta las siguientes características para la investigación del público meta de la plataforma, basándose en las estadísticas de la cuenta de Instagram, se pudo comprender que el 75% de la comunidad es de Caracas-Venezuela, del cual el 66% es del género femenino y el 34% es masculino. **(Ver anexo 23)**

Gracias a esta data se pudo detectar que el rango de edades estaba encerrado por dos variantes: La primera entre estudiantes de 18 a 24 años que equivalen al 41% de la comunidad y la segunda entre 25 a 34 años arrojando como resultado el 30% de los seguidores. La interpretación que pudo sacar el equipo fue que su target final engloba al género millennial, ya que son personas que tienen el ímpetu de

aprender conocimientos nuevos e innovadores y este fue el objetivo final de las integrantes del proyecto respecto a la creación de la cuenta de Instagram.

Es importante destacar que los días previos al evento y el mismo día de este, se generaron 230 visitas al perfil de Instagram, en donde de esas 230 interacciones 139 fueron comprendidas entre el 9 y 22 de febrero del 2020. Más de 159 cuentas se alcanzaron entre esas fechas y se obtuvo un total de 2.969 impresiones en la plataforma, incluyendo las vistas, alcance, interacciones, seguimientos y visualizaciones durante todo el desenvolvimiento del evento.

Todo esto puede ser visto de manera valorativa, ya que gracias a estas estadísticas se pudo crear un engagement entre los estudiantes de la universidad, generando un vínculo y dando a conocer una cátedra poco conocida e innovadora por todos y que gracias a este proyecto, la mayoría de las personas pueden aprender acerca del doblaje y poner en práctica estos conocimientos. Esta red social tuvo como fin la posibilidad de poder introducir un nuevo tema dentro de la institución educativa, teniendo como planteamiento la propuesta de un curso extensivo o una electiva en el pensum educativo dentro de la Universidad Monteávila.

A continuación se presentan las siguientes imágenes y estadísticas comprendidas en la red social de Instagram, tomadas de la cuenta de *@camaleonic20*. **(Ver anexos 22, 23, 24 y 25)**

EVENTO

Camaleonic se llevó a cabo el día jueves 6 de febrero de 2020 en el auditorio principal de la Universidad Monteávila. El miércoles 5 de febrero, día previo al evento, las organizadoras del mismo se encargaron de la planificación de todos los detalles con respecto a la logística del auditorio, entre ellos la cantidad de sillas en la tarima y auditorio, luces, micrófonos, cornetas, sonido, presentación en video beam, catering o refrigerio, mesas, reservaciones, entre otros aspectos.

El jueves 6 de febrero el equipo comenzó la organización del evento a las 7:30 am en la universidad, para finiquitar detalles correspondientes al auditorio, tales como, prueba de sonido y de equipos, sincronización de la presentación dispuesta en la computadora, con el video beam, logística del catering y su decoración, entre otros detalles más.

A las 8:00 am fue la llegada de los ponentes al auditorio. Iniciaron por practicar los puntos y ejercicios a impartir durante la charla. Los estudiantes se presentaron puntualmente al taller entre 9:30 am y 10:00 am, donde una de las colaboradoras de protocolo y una de las organizadoras, se ubicaron en la puerta de la entrada principal del auditorio. Organizaron a los alumnos en dos filas para empezar a entrar a la sala a las 10:15 am y la charla introductoria dió inicio a las 10:20 am junto a unas palabras de introducción al tema por parte del maestro de ceremonias; Gustavo González. **(Ver Anexo 26)**

Los ponentes expusieron sus trabajos y registros de voz, mediante varios materiales audiovisuales. Seguidamente, procedieron a tocar todos los temas y puntos estipulados en el programa del evento, sin dejar de impartir sus conocimientos sobre doblaje y las técnicas que abarca el mismo.

La charla culminó con la presentación de un video final, en el que se pudo apreciar cómo dos personajes interpretados (en voz) por los mismos ponentes, interactúan entre sí en una escena. Seguidamente, los actores procedieron a dar las últimas palabras en culminación y agradecimiento del evento, dando así, apertura al patrocinador e invitado especial, Abelardo Oseches, representante de Voice Academy; el cual aportó a la audiencia la razón, ejecución y oferta de los cursos y planes integrales que desarrolla su academia, para todo público.

El evento culminó a las 12:10 pm dentro del margen de horario que se tenía estipulado. Seguidamente, se procedió a realizar una serie de fotografías necesarias, para constatar gráficamente el éxito del evento. Una vez culminado ello, se dió paso a el consumo del refrigerio presentado en la pérgola, para los más allegados al equipo, entre ellos; el tutor, ponentes, invitados especiales, protocolo, fotógrafos, familiares y mismas las organizadoras del evento. **(Ver Anexos 27, 28, 29, y 30)**

Se concluye, que la charla introductoria en efecto tuvo una exitosa recepción por parte de los estudiantes, profesores e invitados asistentes.

La segunda fase del evento se realizó el día martes 11 de febrero de 2020 en el espacio de Radio UMA. Esta consistió en un taller práctico de cupos limitados. Los estudiantes interesados se inscribieron en el evento previo, facilitando sus datos de contacto, con el propósito de poder localizarlos a través de plataformas digitales (correo electrónico o Mensaje Directo de Instagram).

El evento obtuvo tanto éxito y renombre, que se planteó la posibilidad de abrir una segunda fecha para aquellos estudiantes que no habían podido asistir a la charla, ni registrarse en la planilla de inscripción para el taller, a tiempo. Sin embargo, esto no pudo realizarse por falta de tiempo y disponibilidad de espacio.

Ese mismo día, el equipo estuvo en las cabinas de radio desde las 8:00 de la mañana, con el propósito de finiquitar los últimos preparativos y ordenar el espacio, y catering a ofrecer, dentro de Radio UMA. Los ponentes llegaron a las instalaciones alrededor de las 8:30 am y procedieron a hacer sus respectivas preparaciones vocales y respiratorias.

Los estudiantes interesados se presentaron en las instalaciones de Radio UMA alrededor de las 9:30 am. Acto siguiente, una de las encargadas de la logística del taller procedió a ordenar a los alumnos en dos filas de 14 personas cada una. En este aspecto, la encargada de la logística pudo preguntarle a los participantes sus nombres, y así lograr verificar que en efecto estaban previamente inscritos en la práctica.

El taller práctico dio inicio a las 10:00 am. El desarrollo de la práctica se dividió en dos rondas, y los estudiantes comenzaron a pasar a las cabinas de radio en grupos de dos en dos, dando como resultado la entrada de 6 parejas por cabina, que posteriormente, en la segunda ronda, pasarían a intercambiar de género. Es decir; las 6 parejas de estudiantes que habían pasado a grabar animación, se dirigían después para grabar el género que aún no habían practicado: el dramático.

La primera ronda correspondía a el grupo de la ponente Elena Díaz Toledo; ella fue quien impartió, enseñó y dirigió el género de animación, tono y caracterización del mismo, con el fragmento previamente seleccionado, de la película "Hércules" de Disney. Mientras que la segunda ronda fue impartida por el ponente Jesús Naranjo Seijas; este se encargó de enseñar y dirigir el género de actuación y alto contenido dramático en cuanto a emocionalidad, con un fragmento previamente seleccionado, de la película "El Diario de una Pasión". **(Ver Anexos 31, 32 y 33)**

Una vez comenzado el taller práctico, ambos actores de doblaje asumieron el rol de directores de actuación en cabina. Ellos le enseñaron a los alumnos sobre técnicas de respiración diafragmática, modulación y gesticulación facial, como a su vez los términos propios del doblaje, entre los que destacan: lip sync, sincro, retorno, referencia, timecode. Así como tips para tener un mayor dominio sobre la voz y confianza al actuar, cómo conseguir el acento neutro, una intención. Los directores buscaban que los estudiantes pudieran sentir todas las emociones, registros o matices de voz inmersos en las escenas presentadas, por lo que primero debía haber un reconocimiento de estas emociones, para poder interpretarlas mediante la voz, sin que sonara exagerado o forzado. Por ejemplo, en el género dramático, se buscó que los estudiantes intentarían ponerse en los zapatos del personaje, ya que esta pieza demostraba una gran emocionalidad en la escena, y justo eso era lo que se buscaba lograr interpretar por parte de los participantes, a la hora de doblarla.

Ambos actores hicieron fuerte hincapié en aspectos como la dicción, modulación y pronunciación, ya que este es uno de los requerimientos más importantes dentro de esta disciplina. Por ende, los directores idearon diferentes retos y métodos de proyección actoral, de acuerdo a el nivel de exigencia y conocimiento, de cada uno de los participantes.

Durante las dos fases del evento se contó con la participación del CEO de Voice academy, Abelardo Oseches, quien en conjunto con su asistente Maira Rojas (también perteneciente a Voice Academy), y con los actores de doblaje Jesús y Elena, se dieron a la tarea de evaluar a todos y cada uno de los estudiantes que

participaron en el taller práctico. Esto, con el propósito de determinar quienes serían los dos ganadores (voz femenina y masculina) del curso de “acento neutro”, cortesía de su academia Voice Academy.

El general, el desempeño de la mayoría de los participantes del taller fue exitoso. Esto se debe a que la mayoría poseía gran interés en la materia, como a su vez, conocimientos sobre áreas que se relacionan con el doblaje: oratoria, locución y actuación.

Para los estudiantes, la práctica de doblaje fue una actividad totalmente innovadora, dinámica y enriquecedora de nuevos conocimientos adquiridos. Ellos apoyaron fielmente la propuesta de que esta cátedra sea implementada en el pensum de la carrera de Comunicación Social de la UMA, como una posible nueva Electiva.

El taller culminó a la 1:00 pm con las últimas palabras por parte del staff y equipo de *Camaleonic*. **(Ver anexo 34)**

POST-EVENTO

Para medir el nivel de éxito y recepción del proyecto final de carrera *Camaleonic*, el equipo analizó la información arrojada por la encuesta entregada vía online a los estudiantes cursantes del régimen semestral y anual de la carrera Comunicación Social y por el formato de evaluación del jurado presente en la última fase del evento.

A continuación se le presenta las conclusiones cualitativas y cuantitativas que miden la aceptación del proyecto por parte del alumnado.

1. Convocatoria:

A los estudiantes de primer semestre hasta cuarto año, se les hizo llegar en el

mes de diciembre una encuesta vía correo electrónico y Whatsapp para medir el nivel de conocimiento sobre el Doblaje de Voces y su interés en asistir a una charla introductoria en el auditorio principal de la Universidad Monteávila que consistió en exponer a través de los ponentes invitados la teoría de dicha cátedra.

En cuanto a las personas que respondieron la encuesta, según las estadísticas de Google Form, el número de respuestas fue de setenta y uno (71) estudiantes, las cuales sesenta y dos (62) respondieron que sí estarían interesados en asistir a la charla y cinco (5) desinteresados en acudir.

A estas 62 personas que respondieron de manera positiva en la encuesta, se les mandó un día antes por la plataforma de Whatsapp un mensaje de confirmación a la charla introductoria, de la misma manera se hizo con el taller práctico el día martes 11 de febrero.

En el día de la primera fase del evento, el jueves 6 de febrero asistieron 62 participantes, en donde la mayoría fueron estudiantes de la universidad y el resto estaba dividido entre profesores, jurado, invitados especiales, camarógrafos y en menor número algunos familiares de las integrantes del equipo.

Durante el taller práctico se analizaron los datos de la encuesta para evaluar el conocimiento de los estudiantes sobre el Doblaje de Voces y de esta manera se observó que el 82,6% posee un entendimiento del tema.

Adicionalmente, mediante la plataforma de Instagram en la cuenta de *Camaleonic*, se convocó al alumnado a inscribirse en el taller práctico de cupos limitados, se estimaba una cantidad de 24 personas, divididos en grupos de dos (2) de doce (12) cada uno. La respuesta tanto en redes sociales como en el correo electrónico fue de manera positiva, en donde más de 24 personas quisieron participar, pero en vista de que era un espacio reducido y la disponibilidad de tiempo, el equipo tomó a los primeros 24 estudiantes interesados y con experiencia en el Doblaje de Voces.

2. Respuesta del participante

Luego del paso de la convocatoria para las dos fases del evento y de haber finalizado la jornada, el equipo analizó la reciprocidad que obtuvieron de parte del estudiantado, en donde se pudo observar cómo la respuesta fue de manera positiva, ya que no se habían hecho actividades sobre ese estilo de temas en la Universidad y al ser de nuevos ingresos, el feedback aumenta.

En cuanto a los días del evento, la audiencia fue de tipo receptiva, en donde se pudo notar el incentivo de participación en cada estudiante, ya que fue una charla introductoria de estilo dinámico. La calidad fue de un amplio conocimiento sobre la materia con buena respuesta hacia los ponentes y con grandes expectativas.

El equipo pudo concluir que estas actividades obtienen un beneficio tanto cualitativo como cuantitativo a la hora de medir el éxito del proyecto, ya que se consiguió un feedback entre las integrantes con el estudiantado.

3. Evaluación de los ponentes

Por último, los ponentes Elena Díaz Toledo y Jesús Naranjo Seijas, y el invitado especial, Abelardo Oseches el día de taller práctico contaban con unos criterios evaluativos a la hora de elegir a los dos ganadores del curso de acento neutro para Voice Academy.

Mediante esos criterios evaluativos se observó el potencial y talento de los estudiantes en cuanto al Doblaje de Voces, haciendo difícil la toma de decisión para ellos.

Esto sirvió de gran ayuda, ya que el fin último era incentivar a los estudiantes a participar y experimentar esta clase de actividades dinámicas, obteniendo como resultado el gran potencial y talento de los alumnos de Comunicación Social.

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el presente Proyecto Final de Carrera, se puede concluir, que la realización del evento *Camaleonic* pudo lograr con los objetivos y resultados deseados de manera exitosa.

Con la ejecución de este PFC, se logró evidenciar el gran interés que disponían los alumnos de Comunicación Social, ante todo lo ocurrido en ambas partes del evento. Conocer las amplias capacidades que poseían los estudiantes de esta carrera, forma una parte fundamental para el crecimiento profesional e integral de cada futuro comunicador, que desee prepararse en el ámbito de la expresión oral y otros conocimientos que abarquen mucho más allá. Y, es aún mayor, cuando se trata de la implementación de contenidos innovadores, que otorguen nuevas herramientas y técnicas de conocimientos sobre temas poco conocidos en las generaciones actuales, tal y como lo es el rubro del Doblaje de Voces y, todo lo que engloba el desarrollo y ejecución del mismo.

Entre los objetivos generales que se logró alcanzar, destacan; la producción y ejecución del evento *Camaleonic*: charla introductoria y taller práctico de Doblaje de Voces. Logrando así, brindarle al estudiantado de Comunicación Social el disfrute de dos días, llenos de conocimientos frescos e innovadores, impartidos por dignos profesionales altamente capacitados en la materia. Obteniendo como resultado final por parte de los alumnos interesados, el incremento de epistemologías y aprendizajes en el área del doblaje.

RECOMENDACIONES

Para la realización del Proyecto Final de Carrera bajo la modalidad de evento, se indican a continuación las siguientes recomendaciones para la organización y producción de una charla teórica-práctica:

1. Tener clara la propuesta que se ejecutará y en base a esta idea crear un plan de contenido detallado con fecha, hora y lugar de las fases del evento: pre-evento, evento y post-evento
2. Elaborar una buena estrategia de redes sociales y crear una comunicación llamativa para generar engagement con la audiencia.
3. Visualizar y definir tu tipo de audiencia, sus gustos y preferencias, preguntarse qué quiere tu público meta.
4. Es de vital importancia obtener una cartera de contactos y en primer lugar pautar las reuniones y disponibilidad de horario con los patrocinadores, aliados, invitados, ponentes hasta presentadores. Para así generar compromiso entre las partes y aclarar próximos pasos.
5. Para la realización del evento se recomienda definir fecha y hora desde el primer día con tu grupo para así concordar con disponibilidad horaria y es importante que en la llegada de la jornada del evento lleguen una o dos horas antes de lo pautado para finalizar con los últimos detalles o ensayos.
6. Se recomienda que si se hará un taller de cupos limitados, es preferible aclararlo ante los estudiantes con anterioridad y confirmar asistencia, así se evita desorganización el mismo día del evento y se impide malos entendidos.
7. Crear un comité de trabajos por cada persona integrante del grupo, con esto se refiere a crear responsabilidades y compromisos por separado durante el trayecto del evento y el trabajo final.
8. Definir un presupuesto de gastos necesarios que se requieren para un evento y crear un cuadro en lo que se gastará.

GLOSARIO

Fonomímica: También conocido como sincronía de labios (en inglés como *lip sync* o *playback*) es un término usado para denominar la sincronización de movimientos labiales con vocales habladas o cantadas, simulando así el cantar o hablar en vivo. En general, se refiere a los diferentes procesos y métodos, en el contexto de presentaciones en vivo.

Playback: Este término es mayormente conocido en la música, y es cuando en un concierto el público escucha una reproducción que fue anteriormente grabada, ya que es una simulación que realizan los artistas o actores, en donde se tiene que dar una sincronización precisa de los labios con la canción o escena representada, el cual se desarrolla en posproducción cuando colocan el diálogo y encima añaden el playback.

Letras labiales y oclusivas: Letras o consonantes labiales y oclusivas son utilizadas por el modo y punto de articulación en las palabras.

Se dice que es labial cuando se dice la letra articulada con ambos labios, por ejemplo cuando en español con la letra b o v, se modulan igual pero con una pronunciación diferente.

Mientras que con las oclusivas es un sonido consonántico, en donde hay diferentes tipos de letras que en este caso no se pronuncian de la misma manera o no tienen la misma articulación que consiste en cuando se da la obstrucción del flujo de aire y crea una tensión a la hora de decir la palabra.

Control Room: En español es una sala de control o sala de operaciones, en donde se refiere a un espacio donde se puede monitorear y controlar lo que se observa en pantalla.

Sibilancia: Se refiere al sonido agudo que se hace al respirar, pero solo ocurre en las personas que tienen alguna dificultad al respirar o cuando tienen la nariz tapada.

Cabina insonorizada: Se refiere a una cabina de radio, doblaje, cualquier cabina de un tipo de estudio que consiste en evitar que ruidos externos se metan en el estudio, puede ser llamado cabina acústica o de audio.

Sistema NLE: Llamado sistema de edición no lineal, y se refiere a la terminología del video y montaje no lineal en términos de cine, esto ayuda a que se pueda editar y montar cualquier secuencia de una escena, ampliando y reduciendo sin alterar lo antes editado

Takes: En español significa toma, y se refiere a los planos o escenas que se toman de una película, documental, serie, entre otros.

Loop: Es una palabra en inglés que significa bucle, ciclo, circuito, lazo, y en el término del doblaje tiene relación con la sincronización o reproducción de una grabación en específico.

Paramount: Una compañía productora y distribuidora de [cine](#) que fue la primera en contribuir en la creación del doblaje, ya que con la llegada del cine sonoro, había que traducir dichos diálogos a todos los idiomas de los países extranjeros en los que las películas se exportarán. Mientras que Paramount Channel, es un canal de televisión de origen estadounidense, pero que obtiene suscripciones de latinoamérica. Emite las películas principalmente de la productora Paramount Pictures y este es operado por ViacomCBS Networks Américas.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, B (2012, Julio 31). *Historia del doblaje en México*. México. Recuperado de https://www.google.co.ve/amp/s/www.taringa.net/%2binfo/historia-del-doblaje-en-mexico_12z9gy/amp
- Agramunt, V (2016) *Una historia del doblaje*. [Archivo PDF]. Recuperado de http://umer.es/wp-content/uploads/2016/02/UMER-94_web.pdf
- Almenar y Muscolino (2010, Septiembre). *El doblaje en Venezuela* [Tesis pregrado]. Universidad Católica Andrés Bello. Venezuela. Recuperado de <http://biblioteca2.ucab.edu.ve/anexos/biblioteca/marc/texto/AAS0568.pdf>
- Ávila, A. (1997). *El Doblaje*. Ediciones CÁTEDRA Signo e Imagen. España. Recuperado de: http://www.trans.uma.es/pdf/Trans_2/t2_179-212_Resenas.pdf
- CHÁVEZ, M^a José, LA TRADUCCIÓN CINEMATOGRAFICA: *El Doblaje*. Universidad de Huelva. España. Recuperado de: https://books.google.co.ve/books?hl=en&lr=&id=snJ5DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=doblaje&ots=Y7xc2haKdE&sig=psY3IRKgEnUkGBK-jLiZwaT17F0&redir_esc=y#v=onepage&q=doblaje&f=false
- Cantú, F. (2003, Octubre). *Tema: NEGOCIO DE DOBLAJES DE VOZ*. Universidad Autónoma de Nuevo León. México. Recuperado de: <http://eprints.uanl.mx/1236/1/1020149185.PDF>
- *Doblaje*. (2020). Real Academia Española de <https://dle.rae.es/doblaje>
- *Doblaje*. (2008) de *Doblaje Wiki*. Recuperado de <https://doblaje.fandom.com/es/wiki/Doblaje>
- *Doblajes (ADR= Automatic Dialogue Replacement)*. (2014, Abril). Universidad de Buenos Aires. Argentina. Archivo de PDF recuperado de http://www.figge.com.ar/index.htm/ApuntesSyT/Primer%20cuatrimestre/doblaje_s.pdf
- Gil, Ángel. (2011, Febrero). *Primeras Películas Dobladas al Español Exhibidas en la Ciudad de Caracas (1944-1945)*. [Tesis pregrado]. Universidad Central de Venezuela. Venezuela. Recuperado de:

<http://saber.ucv.ve/handle/123456789/4459>

- *Historia del cine en Venezuela: El doblaje en Venezuela* (2016, Abril). Recuperado de <http://historiadeltineucab.blogspot.com/2016/04/el-doblaje-en-venezuela.html?m=1>
- Merino, Santamaría,, Pajares. (s.f). *Trasvases culturales: Literatura, cine y traducción*. Recuperado de <https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/10540/Chaume.%20F..PDF?sequence=1>
- Najjar, S. (2009) *El doblaje de voz. Orígenes, personajes y empresas en México*. México: INDAUTOR.
- Pérez y Gardey. (2018). *Definición de doblaje*. Recuperado de <https://definicion.de/doblaje/>
- *Proceso del Doblaje* (2013) Calameo. Recuperado de <https://es.calameo.com/books/0006740137c47b85f6e25>
- *Significado de doblaje*. (s. f). Universidad de Oxford. Lexico. Recuperado de <https://www.lexico.com/es/definicion/doblaje>
- Vargas. S (2018). *Historia del cine: inicio del doblaje de* <https://steemit.com/spanish/@sebastianvargas/historia-del-cine-inicio-del-doblaje>

ANEXOS

Gráficos de las respuestas visualizadas en las estadísticas de la encuesta realizada en Google Forms:

ANEXO 1



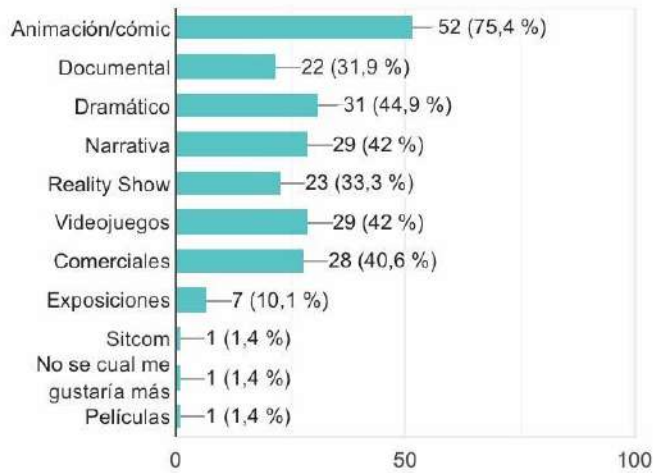
En base a este gráfico se logró medir el interés del estudiante para su posible participación al evento.

ANEXO 2

Si hicieras doblaje, ¿cuál de estos géneros te gustaría desempeñar?
(opción múltiple)



69 respuestas



De estos resultados se pudo sacar los géneros más atractivos para el estudiante y de esta manera hacer el taller práctico con escenas de películas.

ANEXO 3

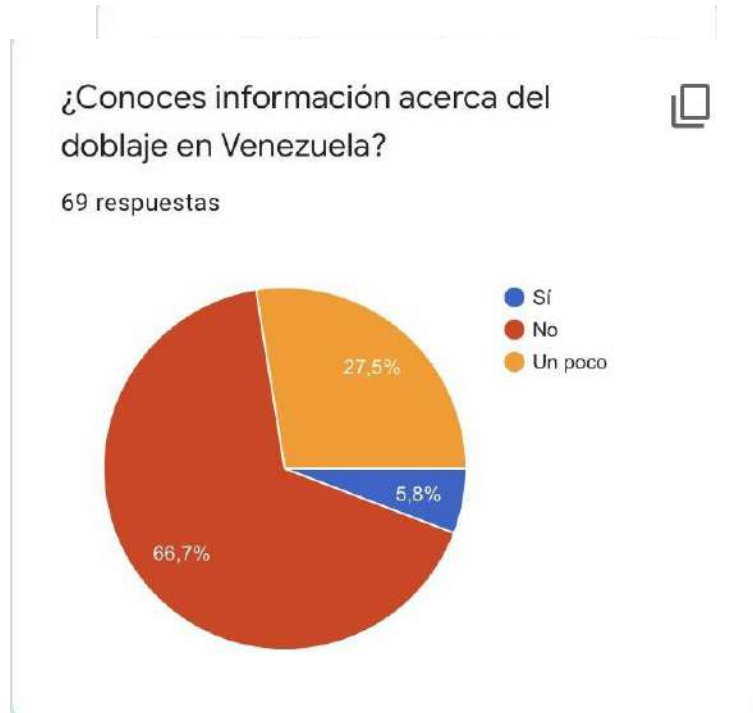


Gráfico de medición: conocimiento general del doblaje de voces.

ANEXO 4

¿Reconoces cuando una película/serie está doblada?



69 respuestas

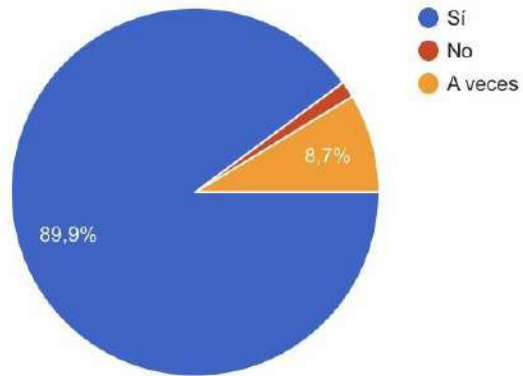
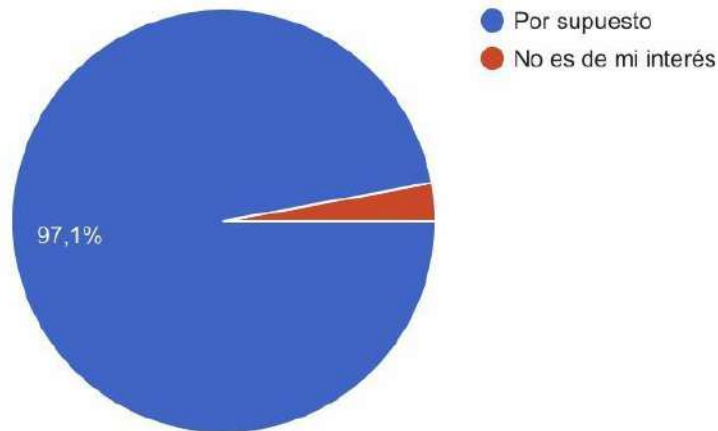


Gráfico de medición: Reconocimiento de doblaje.

ANEXO 5

¿Te gustaría incluir el Doblaje de Voces como una nueva Electiva en el Pensum de la Universidad?

69 respuestas



Mediante este gráfico se pudo observar que el estudiantado está interesado en el doblaje como una posible asignatura electiva dentro del pensum académico.

ANEXO 6

Nombre y Apellido	Año/Semestre y sección	Correo Electrónico	Número de Teléfono	Experiencia en el doblaje: (Si-No-Un poco)
Adrián Rodríguez	Primer Semestre Sección "A"			NO
Dana Fajardo	3er año C			NO
Carolina Vásquez	3er semestre			NO
Ana Sofía Lanz	3er semestre			NO
Tarek Chono	3er semestre			NO

Miguel Giordono	3er semestre			NO
Verónica Fernández	3er año A			NO
Bryant Surt	3er semestre B			NO
Bárbara Aznar	5to año B			NO
Andrés D'alessio (GANADOR MASCULINO)	3er semestre A			NO
Pedro Manuel Paris	5to año A			NO
Miguel Ángel Hidalgo	3er semestre A			NO
Ana Karina Camelo	3er semestre B			SI
Andrea Marchán	3er semestre E			SI
Daniela Marhan	3er año C			NO
Pedro Di Fonno	4to año A			NO
María Gabriela R.	3er semestre E			NO
Bryan Díaz	3er semestre B			SI
Nicolle Gamboa (GANADORA FEMENINA)	3er año A			UN POCO
Adriana Veliz	3er semestre D			NO
Mariana Nuovo	3er semestre E			SI
Salvador Zavala	5to año B			NO
Hernán Prato	4to año B			NO
Daniel Rondón	5to año B			NO
Jengrey Correa	3er semestre B			NO
Ricardo Alvarez	3er semestre			NO

Veronica Pino	3er semestre E			NO
Paola Hernandez	3er semestre D			NO

Planilla de inscripción al Taller de Doblaje.

ANEXO 7

Carta de solicitud a participantes o ponentes.



Por nuestra parte, ofrecemos:

- La oportunidad de formar parte de un evento netamente universitario.
- Una invitación especial a nuestro evento, tomando en consideración los años de experiencia que poseen en el medio, al ser actores de doblaje con amplias trayectorias y vastos conocimientos sobre el tema a tratar.
- Presencia y reconocimiento de sus nombres y trabajos destacados, dentro de las comunicaciones promocionales del evento: flyers físicos y digitales, y publicaciones en la red social Instagram del evento y en las cuentas personales de cada una de las organizadoras (3).
- Su debido refrigerio, una vez finalizada ambas partes del evento.

Dicho todo lo anterior, sería de gran apoyo para nosotras, como organizadoras, el poder contar con la valiosa **participación** de ustedes en el evento, y que tengan la posibilidad de participar de esta maravillosa experiencia que busca la innovación y creación de un espacio fresco y educativo, donde logren expresar abiertamente sus vivencias y experiencias en el medio, a través de la exposición de términos y habilidades apropiadas para el Doblaje.

Agradecemos de antemano su atención y quedamos a la espera de su pronta respuesta.

Se despide atentamente, el equipo de *Camaleonic*.

--

Adhara C, Espina F.

Cl.: 25.829.903

Telf: 04168083743

Michelle A, Moncada D.

Cl.: 27.916.332

Telf: 04241245950

Paola A, Terenzi T.

Cl.: 25.322.830

Telf.: 04242197012

ANEXO 8

Carta de Agradecimiento a Participantes o Ponentes.



Caracas, 14 de febrero de 2020

Estimado, Sr. Jesús Naranjo Scijas y Sr. Elena Diaz Toledo
Actores de doblaje de voces.

Ante todo, reciban un cordial saludo,

La presente carta de tiene como finalidad expresar nuestro más sincero agradecimiento por parte de cada una de las integrantes del equipo de **Camaleonic**, por habernos apoyado y acompañado durante la preparación y realización de ambas fases de nuestro Proyecto Final de Carrera con respecto a la temática del Doblaje de Voces, llevados a cabo el 6 y 11 de febrero, respectivamente, dentro de las instalaciones de la **Universidad Monteávila**.

Les reiteramos nuestro más sincero aprecio por aceptar colaborar con nosotras, y ser los **ponentes principales de Camaleonic**, ofreciendo sus años de experiencia y basto conocimiento, y a la vez, brindando la oportunidad de abrir y fomentar un espacio innovador a los estudiantes de nuestra casa de estudios.

Nos encontramos agradecidas de que personas como ustedes, sigan apostando y confiando en los jóvenes estudiantes, con el objetivo de que persista y continúe el desarrollo de proyectos exitosos de esta indole, y aún más, si es a beneficio de una educación progresiva.

Sin nada más que agregar y agradeciendo de antemano su atención a la presente, junto con la espera de prontamente volver a contar con ustedes.

Se despide atentamente, el equipo de *Camaleonic*.

--

Adhara C, Espina F.

Cl.: 25.829.903

Telf: 04168083743

Michelle A, Moncada D.

Cl.: 27.916.332

Telf.: 04241245950

Paola A, Terenzi T.

Cl.: 25.322.830

- Resumen curricular de los participantes:

ANEXO 9

The image shows a LinkedIn profile for Abelardo Oseches. On the left is a dark sidebar with navigation options: 'Contactar', a LinkedIn URL, and 'Aptitudes principales' (Radio Broadcasting, Broadcast, Voiceovers). The main content area includes the name 'Abelardo Oseches', his current role as CEO of Voice Academy Venezuela, and a list of skills such as Gerente de Programacion y Produccion, Director General, and Conferencista. The 'Experiencia' section lists two roles at Voice Academy Venezuela, both from May 2017 to present.

Contactar

www.linkedin.com/in/abelardo-oseches-8a725a18 (LinkedIn)

Aptitudes principales

- Radio Broadcasting
- Broadcast
- Voiceovers

Abelardo Oseches

CEO Voice Academy Venezuela - Voice Over en Sun Channel HD - Circuito POP FM Venezuela - Voice talent
Miranda Area, Venezuela

Extracto

- Gerente de Programacion y Produccion en Kys FM 101.5
- Director General Radio Rumbos AM
- Coordinador de Produccion Viva 96.9 FM
- Voice Over para importantes marcas comerciales en Venezuela y Latinoamerica
- Voz marca Sun Channel HD Latin America
- Voz marca Circuito Pop Radio FM Venezuela
- Conferencista
- Instructor de la voz
- Especialista en Sound Design para radio
- Productor de programas de radio
- Copy Producer para radio

Experiencia

Voice Academy Venezuela
CEO
mayo de 2017 - Present (2 años 11 meses)
Caracas

Planificación estratégica, desarrollo de productos, desarrollo de estrategias de marca, diseño y planificación de entrenamientos y capacitación, voice coach. Asesoría y consultoría en gerencia y manejo de estaciones de radio, producción general, diseño y ejecución de alianzas estratégicas.
www.voiceacademy.com.ve
[@VoiceAcademyVE](https://www.instagram.com/VoiceAcademyVE)

Voice Academy Venezuela - Sun Channel HD - Circuito POP FM Venezuela - Voice talent
CEO - Voice Over - Voice Coach
mayo de 2017 - Present (2 años 11 meses)
Caracas, Venezuela

CV ABELARDO OSECHES



ANEXO 10

Jesús Naranjo Seijas



Información Personal

CÉDULA DE IDENTIDAD: V.- 9.099.280

FECHA DE NACIMIENTO: 17/01/1964

- CERTIFICADO DE LOCUTOR N°: 44.549
- CERTIFICADO DE PNI N°: 2.021
- NACIONALIDAD: VENEZOLANA
- LUGAR DE NACIMIENTO: CARACAS – VENEZUELA
- TELÉFONOS: (0414) 1878338 / (0412) 6159435 / (0212)4149280

- CORREOS ELECTRÓNICOS:
jesusnaranjoseijas@gmail.com (JESUSNARANJOSEIJAS@GMAIL.COM)

Estudios

- **2009.** CURSO DE GERENCIA CULTURAL. EMBAJADA DEL REINO DE ESPAÑA EN VENEZUELA, CARACAS
- **2007.** CURSO DE GERENCIA TEATRAL. ESCUELA DE ARTES. UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO. CARACAS.
- **2003.** CURSO DE LOCUCIÓN. ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL. UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA. CARACAS.
- **2001-02.** EGRESADO DE LA ACADEMIA DE ACTUACIÓN RCTV. CARACAS.
- **1988.** ESCUELA TESPIS. (ANTIGUO TEATRO LOS CEDROS). TÉCNICAS TEATRALES. PROF. DANIEL CLAVERO. CARACAS.
- **1984-1985.** UNIVERSIDAD SANTA MARÍA SEGUNDO AÑO, ADMINISTRACIÓN. CARACAS.

Experiencia Profesional

- 2001 HASTA LA FECHA. 134 FUNCIONES EN DIVERSAS CIUDADES DE VENEZUELA. “EL ANIMADOR” DE RODOLFO SANTANA. (SPM PRODUCCIONES)
- 2011 – PARTICIPACIÓN EN EL FESTIVAL DE TEATRO DE CARACAS CON LA PIEZA “EL ANIMADOR” DE RODOLFO SANTANA. (SPM PRODUCCIONES)
- 2003. “SE ME SUBIÓ UN STRIPPER A LA CABEZA & TEATRO DE CHACAÍTO. CARACAS
- 2003. “JUEGOS DE CINTURA”. TEATRO RAFAEL GUINAND. (PROTAGONISTA) CARACAS.
- 1990. “CALCUTA 2”. TEATRO RAFAEL GUINAND. DIRECCIÓN DANIEL CLAVERO. COMPAÑÍA TEPIS. CARACAS.
- 1988. “OH! CALCUTA”. TEATRO LOS CEDROS. DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN: ALDO PEREIRA Y DANIEL CLAVERO. COMPAÑÍA TEPIS. CARACAS.
- 1987. “FOLIESS” TEATRO LOS CEDROS. ACTOR Y BAILARÍN. DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN: ALDO PEREIRA Y DANIEL CLAVERO. COMPAÑÍA TEPIS. CARACAS.
- 1987. “EL JADE DEL PLACER”. TEATRO LOS CEDROS. DIRECCIÓN Y PRODUCCIÓN: ALDO PEREIRA Y DANIEL CLAVERO. COMPAÑÍA TEPIS. CARACAS.
- **RCTV:** 2017. “ELLAS AMAN, ELLOS MIENTEN”.

Doblaje y Locución

- 2017. COMPAÑÍAS: MAIN POST. SONOCLIPS. VC MEDIOS. VOCES PARA: UNIVERSAL CHANNEL. HISTORY CHANNEL. HBO. A&E.
- 1998 – 2002. ACTOR DE DOBLAJE.
- COMPAÑÍAS: ETCÉTERA. LIPSYMC. LIPS. LAIM. LOOPS.
- VOCES PARA: TELEMUNDO. (NOVELAS BRASILEÑAS: ES POR AMOR, NUEVA OLA, XICA DA´SILVA, ENTRE OTRAS) CARTOON NETWORK. DISNEY. PEOPLE AND ART. DISCOVERY CHANNEL. COCA-COLA. PRO-COMPRA 2000.

CV JESÚS NARANJO SEIJAS

ANEXO 11

Elena Díaz Toledo Valdapeña

Locutora, VoiceOver, comunicadora social y actriz de doblaje.
Broadcast Media Professional
 Caracas-Venezuela

Fecha de nacimiento: 3 de marzo de 1963

Estudios realizados:
 Universidad Católica Andrés Bello -
 Comunicación Social

Trabajos realizados:

En locución: Venezolana de Televisión (2000-2001)

En doblaje:

1. Narradora de la serie Winx Club (2004-2016)
2. Lujuria en la serie de anime Fullmetal Alchemist
3. Diamante Amarillo en Steven Universe
4. Eva en Isla del Drama y Luz
5. Norma Bates (Vera Farmiga) en Bates Motel
6. Cooper “Coop” en Burtonberger de la serie Kid VS Kat



7. Amelia (María Dizzia) en Océano de Secretos (película) (2017)
8. Cristina en Magnifique (Programa de TV- Hola TV)
9. Mystique en X-Men: Evolution

Para más información con respecto a su trayectoria en el doblaje, visite:
https://doblaje.fandom.com/es/wiki/Elena_D%C3%ADaz_Toledo

CV ELENA DÍAZ TOLEDO

ANEXO 12



Caracas, 23 de enero de 2020

Estimado, Sr. Abelardo Oseches
CEO Voice Academy.

Ante todo, reciba un cordial saludo,

Se dirigen a usted Adhara Espina, Michelle Moncada y Paola Terenzi, estudiantes de último año de Comunicación Social de la Universidad Monteávila. En estos momentos estamos organizando nuestro Proyecto Final de Carrera que consiste en la elaboración de un **evento** teórico-práctico sobre el **Doblaje de Voces**.

Siguiendo las recomendaciones de nuestro tutor académico, **Roberto Ruiz**, queremos invitarlo a usted y al equipo de Voice Academy, a formar parte de nuestro evento, el cual se efectuará el día **jueves 06 y martes 11 de Febrero** del presente año, **desde las 10:00 am hasta las 12:00 pm**, dentro de las instalaciones de la **Universidad Monteávila**.

El evento está conformado en dos partes:

- 1) La primera, consiste en una charla dictada por dos ponente actores de doblaje, **Elena Díaz Toledo y Jesús Naranjo Seijas**. Ambos con alrededor de 20 años de trayectoria en el medio. Estos expondrán al público estudiantil sus conocimientos y experiencias, en torno a todo que engloba **teóricamente**, la ejecución y desarrollo del Doblaje de Voces.
- 2) La segunda parte será llevada a cabo en las cabinas de radio de la universidad, donde los profesionales demostrarán a los estudiantes cómo es que se ejecuta el doblaje en una cabina de grabación. Seguidamente de ello, serán los alumnos quienes procederán a efectuar la **práctica** del doblaje dentro de las cabinas, con el soporte de un material audiovisual preparado.

Dicho todo lo anterior, sería de gran apoyo para nosotras, como organizadoras, el poder contar con la valiosa representación y **participación** de **Voice Academy** en el evento. Esto, con el propósito de crear una alianza con ustedes, y ofrecer gratuitamente sus talleres al alumnado.

A su vez, y de acuerdo a la naturaleza y dinámica de sus talleres, nos gustaría conocer si existe la posibilidad de que dos estudiantes (voz femenina y masculina) puedan obtener, por ejemplo, un día en uno de sus cursos básicos de



iniciación al Doblaje de Voces. Logrando como finalidad que los alumnos queden tan a gusto con la experiencia del día, que estos deseen **inscribirse** inmediatamente en uno de sus talleres.

Por nuestra parte, ofrecemos:

- La oportunidad de formar parte de un evento netamente universitario.
- Una invitación especial a nuestro evento, tomando en consideración sus años de experiencia en el tema y en la exitosa formación de capacitados actores de Doblaje.
- Presencia de su marca dentro de las comunicaciones promocionales del evento: flyers físicos y digitales, y publicación de agradecimiento en la red social Instagram del evento y las cuentas personales de cada una de las organizadoras (3).
- La oportunidad de promocionar sus cursos y/o talleres, a los posibles alumnos interesados.
- Mención especial y agradecimiento a la marca durante el evento por el apoyo y participación obtenida, durante los días 6 y 11 de febrero.

Agradecemos de antemano su atención y quedamos a la espera de su pronta respuesta.

Se despide atentamente, el equipo de *Camaleonic*:

-- --

Adhara C, Espina F.

CI: 25.829.903

Telf.: 04168083743

Michelle A, Moncada D.

CI: 27.916.332

Telf.: 04241245950

Paola A, Terenzi T.

CI: 25.322.830

Telf.: 04242197012

Modelo carta de presentación a patrocinio: Voice Academy.

ANEXO 13



Caracas, 14 de febrero de 2020

Estimado, Sr. Abelardo Oseches
CEO Voice Academy.

Ante todo, reciba un cordial saludo,

La presente carta de tiene como finalidad expresar nuestro más sincero agradecimiento por parte de cada una de las integrantes del equipo de **Camaleonic**, por habernos apoyado y acompañado durante la preparación y realización de ambas fases de nuestro Proyecto Final de Carrera con respecto a la temática del Doblaje de Voces, llevados a cabo el 6 y 11 de febrero, respectivamente, dentro de las instalaciones de la **Universidad Monteávila**.

Le reiteramos nuestro más sincero aprecio por aceptar colaborar con nosotras, y ser el **principal patrocinador de Camaleonic**, ofreciendo no solo sus años de experiencia y vasto conocimiento, sino a su vez, brindado la oportunidad de abrir un espacio innovador a los estudiantes de nuestra casa de estudios, así como el incentivo y obsequio dirigido a los dos finalistas con mayor desempeño durante el Taller Práctico, otorgándoles un curso de "Acento Neutro", cortesía de su prestigiosa academia, **Voice Academy**.

Nos encontramos agradecidas de que personas como usted, sigan apostando y confiando en los jóvenes estudiantes, con el objetivo de que persista y continúe el desarrollo de proyectos exitosos de esta índole, y aún más, si es a beneficio de una educación progresiva.

Sin nada más que agregar y agradeciendo de antemano su atención a la presente, junto con la espera de prontamente volver a contar con ustedes.

Se despide atentamente, el equipo de *Camaleonic*.

--
Adhara C, Espina F.

CI: 25.829.903

Telf: 04168083743

Michelle A, Moncada D.

CI: 27.916.332

Telf: 04241245950

Paola A, Terenzi T.

CI: 25.322.830

Modelo carta de agradecimiento a patrocinio: Voice Academy.

ANEXO 14



Fotografía del catering antes de la decoración.

ANEXO 15



Logo Boute Brownies.

ANEXO 16



Logo Décoller.

ANEXO 17



Cambio bs por dólar del día 11 de febrero, tasa de cambio que fue utilizada para el presupuesto del evento.

ANEXO 18



Presentación general de la cuenta @camaleonic20 en Instagram.

ANEXO 19



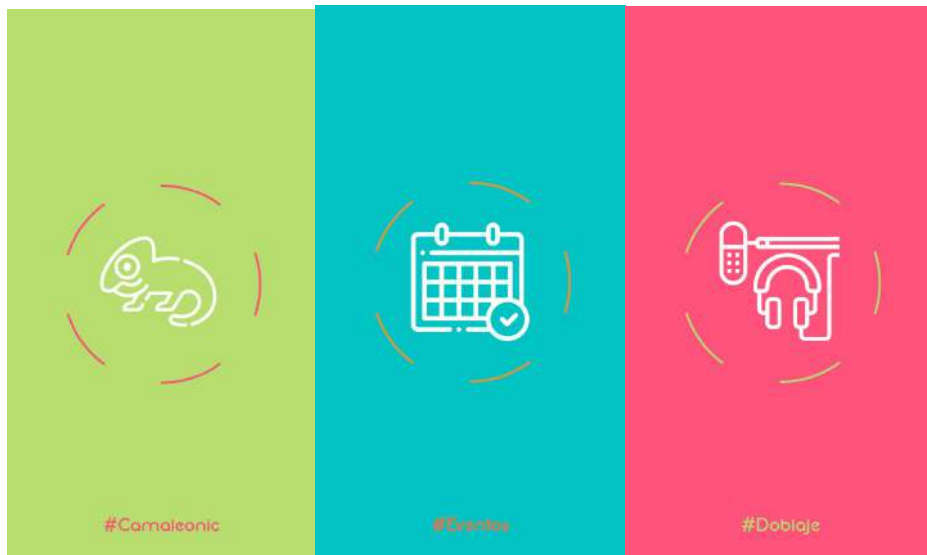
Post de intriga (primera idea de feed, desechada) : 3/12/2019

ANEXO 20



Post de inicio mosaico: conocimiento y promoción del evento 13/01/2020.

ANEXO 21



Highlights principales del evento.

ANEXO 22

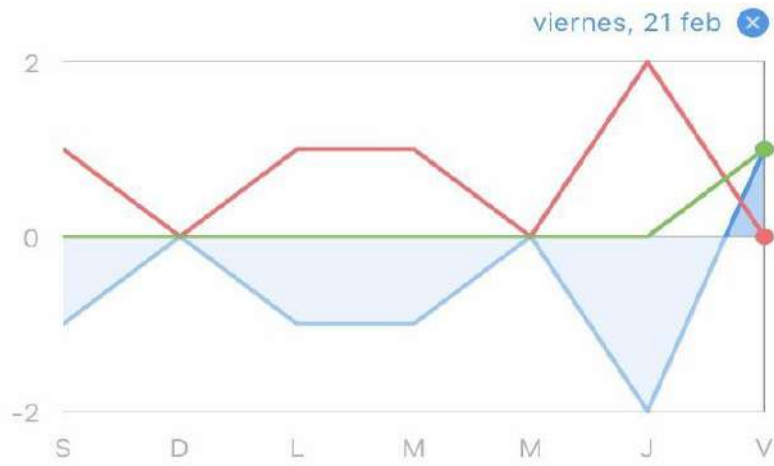
Contenido	Actividad	Público
-----------	-----------	---------

183 seguidores
-4 vs. 8 feb. - 14 feb.

Crecimiento ⓘ

[Ver publicaciones](#)

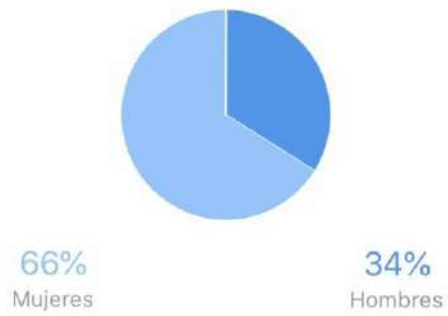
● Total	1
● Dejaron de seguirte	0
● Empezaron a seguirte	1



Crecimiento de seguidores en la red social de @camaleonic20

ANEXO 23

Sexo ⓘ



Métricas y estadísticas del target o audiencia comprendida.

ANEXO 24

Seguidores ⓘ



Número de seguidores activos según los días de publicación.

ANEXO 25



Muestra del feed y post publicados en la cuenta.

ANEXO 26



Maestro de ceremonias: Gustavo González.

ANEXO 27



Fotografías al finalizar la charla introductoria.

ANEXO 28



Ponentes, patrocinador y tutor del proyecto.

ANEXO 29



Ponencia de patrocinador e invitado especial: Abelardo Oseches.

ANEXO 30



Ponentes: Elena Díaz Toledo y Jesús Naranjos Seijas.

ANEXO 31



ANEXO 32



Taller práctico: actuación, alto contenido dramático. Jesús Naranjo Seijas.

ANEXO 33



Taller práctico: animación y caracterización. Elena Díaz Toledo.

ANEXO 34



Jurado del taller práctico: Abelardo Oseches.

ANEXO 35



Reunión post taller práctico de doblaje.

ANEXO 35



Foto final del taller práctico de doblaje.

ANEXO 36

