

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL

INFORME DE MATERIA DE GRADUACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN DISEÑO Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

TEMA

**PROYECTO DE DISEÑO E IMPLEMENTACIÓN DE UN
DOCUMENTAL SOBRE TRIBUS URBANAS EN LA CIUDAD DE
GUAYAQUIL**

AUTORES

**LORRAINE TONIKA CHEDRAUI AGUIRRE
JUAN CARLOS CALDERÓN VACA
GLADYS DIANA ORTEGA MOLINA**

DIRECTOR

ING. EDGAR SALAS LUZURIAGA

**AÑO
2010**

AGRADECIMIENTO

La gratitud es la memoria del corazón, y hoy mantengo presente a todos aquellos que me han acercado un poco más a hacer mis sueños realidad. Cada palabra, cada acción mostró devoción... me impulsaron a creer. Un agradecimiento enorme al destino, en su mágico devenir, ha cruzado mi camino con almas bondadosas, y de corazón a corazón, este especial "gracias" a ti te doy...

A mi Tata... Los sueños sobreviven a través del tiempo, y tú aún vives en mí. Cuando niña me enseñaste a pintar, a creer e imaginar lo inimaginable. Quien diría, tus enseñanzas sembraron en mí la idea de convertirme en lo que pronto seré. Y desde lo más alto me verás con orgullo como siempre lo tuviste de mí...
Gracias por criarme, por consentirme y mimarme...

A mi Madre... Sin ti sería incapaz de alcanzar lo imposible... Puse mis sueños en tus manos, pues el que no vive una vida bella, debe inventarla, y tú la inventaste para mí. No fue necesario imaginar para tener lo que deseaba.
Gracias por siempre creer, confiar y cuidarme, sobretodo por enseñarme a ser emprendedora y fuerte...

A mis primas... Mis hermanas de corazón... Las risas y el llanto, los gritos y abrazos, espero siempre estén conmigo y me sigan acompañando hasta el final del camino...
A mi tía y mi sobrino... Se llevan mi gratitud también. Gracias por darme cariño y comprensión...

A mis amigos... Cuando el tiempo nos separa, los recuerdos nos consuelan... Mi cariño y gratitud a los que me brindaron apoyo, una palabra de aliento y alegría a cada momento... El que me dice 'cuenta conmigo', es mi mejor amigo.

A mis profesores... Mis favoritos, aquellos que se transformaron en puente y enseñaron a cruzarlo. Quiero dar mi más sentido agradecimiento al Ing. Edgar Salas por su constante participación en el asesoramiento del buen desarrollo de este proyecto...

A todos los que pasaron por mi vida, que directa o indirectamente influenciaron en mi bien y me ayudaron a crecer. Pero ¿para que decir mil palabras? Si tan sólo necesito una: "Gracias"

Quien hizo posible este encuentro, el Ser Supremo Yo Soy, gracias todos los días a ti te doy: Por mi familia, por mis amigos y mi gratificante vida... Eres quien puso todo en el camino, yo solo tengo que vivirlo...

Lorraine Tonika Chedraui Aguirre

AGRADECIMIENTO

A Dios, por todo lo valioso que es Él y que nos ha dado.

A mis padres, que gracias a su comprensión, consejos y cariño, me han sabido guiar por el camino del bien.

A la música, porque una vida sin música sería un error.

A mis mejores amigos, por su ánimo, gracia y compañerismo.

A mi grupo de tesis por ser responsables y muy buenas amigas.

A mis profesores de la Licenciatura y al Ing. Edgar Salas, director de tesis, por ser nuestro guía y por impartir sus conocimientos con todos nuestros compañeros desinteresadamente.

Juan Carlos Calderón Vaca

AGRADECIMIENTO

A Dios por haberme dado la vida y por guiarme en cada una de mis decisiones, y por haberme concedido innumerables bendiciones, una hermosa familia, amigos incondicionales y profesores excepcionales.

A mis padres, por cuidar siempre de mi, por apoyarme y aconsejarme en el mejor camino a seguir, por haberme corregido en mis errores, por estar siempre a mi lado en todo momento, cada vez que los he necesitado.

A mi hermano, por ser mi mejor amigo, mi compañía y haberme ayudado, apoyado y aconsejado en todo lo que ha estado a su alcance, a pesar de ser menor, ha sido la voz de la razón incontables ocasiones.

A mi familia, por sus oraciones y por su apoyo, por ofrecer siempre su ayuda en todo cuanto he necesitado, por brindarme siempre su amor y cuidado, gracias por estar siempre conmigo.

A mis amigos, por haber reído y llorado conmigo, por sus palabras de consuelo y por estar a mi lado en los momentos difíciles, por ser el impulso que me lleva a querer mejorar cada día y ser la razón de mis risas en medio de las lágrimas.

A mis profesores, quienes han sido en mi vida; consejeros, amigos y guías, gracias por haber compartido no solo sus conocimientos, sino también sus consejos. Al Ing. Edgar Salas, director de tesis, por su ayuda, comprensión y por habernos dado las herramientas necesarias para la elaboración de nuestro proyecto.

A mi grupo de tesis con quienes comparto una gran amistad, agradezco su apoyo y aporte en la elaboración de la tesis. Sin ustedes no hubiera sido posible.

A todos quienes nos ayudaron en este trabajo, les estoy eternamente agradecida por su aporte desinteresado e incondicional.

Gladys Diana Ortega Molina

DEDICATORIA

Dedicado a la Ps. Cl. Ana Aguirre Montalvo. Mi madre. Mi mentora. Mi todo. Espero regresarte algún día aunque sea un poquito de lo mucho que me has dado, por ello mi primera dedicación en la vida, a ti te la entrego...

“Mi madre es una persona que al ver que solo quedan un pedazo de tarta de chocolate habiendo cinco personas, es la primera en decir que nunca le ha gustado el chocolate...”

Lorraine Tonika Chedraui Aguirre

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a toda mi familia, a mis padres, mi hermano, mis abuelos, mi hijo, mis primos además a todo ese personal no autorizado, a mis amigos, de música, de jornada, de comida, de deportes, a mis amigos en la martha de roldos, a los del sur oeste suburbio, norte, a todas mis amigas y amigos y toda la gente que me conoce.

Juan Carlos Calderón Vaca

DEDICATORIA

Este trabajo está dedicado en primer lugar a Dios, a mis padres, a mi hermano, a mi familia, a mis amigos y profesores. A todos quienes han sido parte importante de mi vida, a todos quienes me han ayudado, aconsejado, escuchado y acompañado en todo momento, y que constituyen el pilar que me sostiene siempre y a quienes entrego todo mi agradecimiento, respeto y amor.

Gladys Diana Ortega Molina

DECLARACIÓN EXPRESA

La responsabilidad del contenido de este Trabajo Final de Graduación, me corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la Escuela Superior Politécnica del Litoral.

FIRMAS DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO

Wellington Villota
DELEGADO DE LA DIRECTIVA

Ing. Edgar Salas Luzuriaga
PROFESOR DE LA MATERIA DE GRADUACIÓN

**FIRMAS DE LOS AUTORES DEL INFORME DE
MATERIA DE GRADUACIÓN**

Lorraine Tonika Chedraui Aguirre

Juan Carlos Calderón Vaca

Gladys Diana Ortega Molina

RESUMEN

En nuestra ciudad existen distintas comunidades juveniles denominadas también tribus urbanas, formadas por diversas razones entre las cuáles podemos señalar la necesidad de pertenecer a un grupo.

Las tribus urbanas se forman en su mayoría de personas jóvenes dentro de los 13 a 35 años de edad, que comparten un gusto por alguna actividad o sienten afinidad hacia un tipo de música en especial.

Las tribus urbanas tienen más de 20 años de existencia, tienen sus inicios a partir de mediados de la década de los 60 con la era hippie, mayormente influenciado por Estados Unidos donde se originaron estos movimientos.

Con el pasar del tiempo se han incrementado la existencia de más comunidades en nuestra sociedad. Este crecimiento se debe mayormente a que ha existido factores sociales, innovación en especial dentro de la música, tecnología, los estilos de vida van evolucionando, las tribus tienen su influencia basado mucho en un tipo de música o actividades.

Existe gran desconocimiento sobre estas agrupaciones por lo que se crean prejuicios y estereotipos, en vista de ello es necesario que el público en general tome conciencia sobre este fenómeno social y busque saber más al respecto, esta es la razón fundamental por la que se busca realizar el proyecto.

Entre las tribus comunidades existen diferencias, porque cada cual tiene sus ideales o gustos, esto genera roces entre estos, de lo que se tiene conocimiento han existido conflictos llegando a la violencia. La sociedad tiene prejuicios hacia ellos, existe rechazo y discriminación, los únicos perjudicados son estas tribus, que lo único que buscan es una inserción dentro de la sociedad, participación, ser escuchados.

A nivel nacional no se ha realizado gran cantidad de documentales sobre esta temática, siendo presentados los mismos a un pequeño público, por lo que no se llega a la cantidad de personas a quienes debería llegar.

Nuestra finalidad es dar a conocer a través de la opinión y conocimientos de especialistas e integrantes de las tribus urbanas sobre como son en realidad y así despejar conceptos erróneos sobre dichos grupos.

ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO 1. GENERALIDADES

	Pág.
1. GENERALIDADES	1
1.1 Planteamiento del problema.....	1
1.2 Justificación.....	2
1.3 Marco Teórico.....	2
1.4 Objetivos del Proyecto.....	3
1.4.1 Objetivos Generales	3
1.4.2 Objetivos Específicos.....	3
1.5 Metodología.....	3
1.6 Resultados esperados.....	4

CAPÍTULO 2. ESTUDIO DE MERCADO

	Pág.
2. ESTUDIO DE MERCADO	6
2.1 Perspectivas de la Investigación.....	6
2.2 Planteamiento del Problema.....	6
2.3 Objetivos de la Investigación.....	8
2.3.1 Objetivos Generales.....	8
2.3.2 Objetivos Específicos.....	8
2.4 Plan de Muestreo.....	9
2.4.1 Definición de la Población.....	9
2.4.2 Definición de la Muestra.....	11
2.4.3 Diseño de la Encuesta.....	12
2.5 Análisis de Resultados.....	13
2.6 Análisis de la Oferta.....	16
2.7 Conclusiones.....	16

CAPÍTULO 3. ESTUDIO TÉCNICO

	Pág.
3. ESTUDIO TÉCNICO	18
3.1 Antecedentes.....	18
3.2 Ingeniería de la Producción.....	18
3.2.1 Manual de Usuario.....	18
3.2.1.1 ¿Qué es un documental?.....	18
3.2.1.2 Tipos de documentales	18
3.2.1.3 Características de un documental	18
3.2.1.4 Estructura de un documental	19
3.2.1.5 Las modalidades de representación.....	19
3.2.1.6 Estructura lineal de un documental.....	20
3.2.1.7 Pasos para crear un documental	20
3.2.1.8 Equipo de realización de un documental	23

3.2.1.9 Especificaciones técnicas	26
3.2.2 Storyboard.....	31
3.2.3 Guión Técnico.....	33
3.3 Balance de Equipos.....	37
3.4 Balance de Personal.....	37
3.5 Funciones del Personal.....	37
3.5 Localización.....	38

CAPÍTULO 4. ESTUDIO DE PRESUPUESTO

	Pág.
4. ESTUDIO DE PRESUPUESTO	40
4.1 Equipos de Oficina.....	40
4.2 Gastos de Constitución.....	40
4.3 Gastos de Alquiler.....	41
4.4 Gastos de Publicidad.....	41
4.5 Sueldos y Salarios.....	42
4.6 Gastos.....	42

CAPÍTULO 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

	Pág.
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 Conclusiones.....	45
5.2 Recomendaciones.....	45
Bibliografía	46
Anexo	47

ÍNDICE DE CUADROS

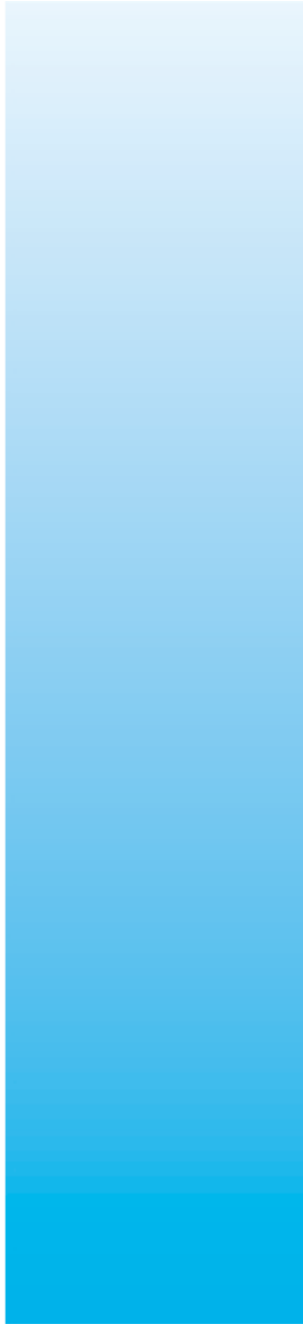
	Pág.
Tabla 3.1: Balance de Equipos.....	37
Tabla 3.2: Balance de Personal.....	37
Tabla 4.1: Equipos de Oficina.....	40
Tabla 4.2: Gastos de Constitución.....	40
Tabla 4.3: Gastos de Alquiler.....	41
Tabla 4.4: Gastos de Publicidad.....	41
Tabla 4.5: Sueldos y Salarios.....	42
Tabla 4.6: Gastos	42

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 3.1 Localización del proyecto.....	Pág. 38
---	------------

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 2.1 Temática de Programación.....	13
Gráfico 2.2 Temática de Preferencia.....	13
Gráfico 2.3 Interés en documental.....	14
Gráfico 2.4 Parámetros de aprobación.....	14
Gráfico 2.5 Compra de Documental.....	15
Gráfico 2.6 Pago por Documental.....	15



CAPÍTULO 1 **GENERALIDADES**

1. GENERALIDADES

1.1 Planteamiento del Problema

En nuestra sociedad existen variados tipos, géneros, tendencias las cuales se hacen llamar Tribus Urbanas, la interrogante es porque existen estas tribus, a que se dedican, lo hacen por moda o por que defienden algún ideal en particular. La tribus se forman por que los jóvenes buscan identificarse y en cierta forma aislarse de los problemas que los aquejen o de los tantos problemas sociales, que hasta cierta forma estas tribus son estereotipadas por su forma de vida o su look.

Se conoce en la actualidad que las tribus urbanas se forman en su mayoría de personas jóvenes dentro de los 18 a 35 años de edad, que comparten un gusto por alguna actividad o sienten afinidad hacia un tipo de música en especial.

La tribus urbanas tienen más de 20 años de existencia, tienen sus inicios a partir de mediados de la década de los 60 con la era hippie, mayormente influenciado por Estados Unidos donde se originaron estos movimientos.

A para finales de los 60 e inicios de los 70 los rockeros y punkeros tuvieron sus orígenes, a partir del año 1976 dentro de nuestro país estos movimientos comenzaron a originarse específicamente en las ciudades de Quito y Cuenca. En nuestra ciudad se hicieron presentes a partir del año 1977. Hoy en día los rockeros y punkeros son las tribus que aun siguen vigentes en nuestra sociedad, se niegan a morir, en cambio los hippies es la tribu de la cual quedan adeptos muy pocos adeptos, más bien esta tribu murió para ser remplazada por los rastafarios, los cuales tienen casi una misma visión que los hippies. Además como antecedentes podemos mencionar que con el pasar del tiempo se han incrementado la existencia de mas comunidades en nuestra sociedad, en los ochentas el movimiento rap comenzó a nacer en Estados Unidos, a su vez ya por 1988 en nuestra ciudad se dio origen a esta tribu.

El crecimiento de las comunidades o tribus urbanas se debe mayormente a que ha existido innovación en especial dentro de la música, tecnología, los estilos de vida van evolucionando, las tribus tienen su influencia basado mucho en un tipo de música o actividades, con ello se han originado grupos como los góticos, los blackeros, los emos, freaks, mencionando estos grupos como los que existen dentro de nuestra sociedad. Los góticos se originaron en Europa, por la década de los 90, en nuestro país aparecieron a mediados de los noventa casi a partir de 1995, así mismo en ciudades de la sierra. En nuestra ciudad son muy pocos los adeptos a esta tribu. Los freaks son un derivado de los punkeros, los cuales tuvieron orígenes a finales de la década de los noventa, hablando en Estados Unidos, ya en nuestro país y específicamente en nuestra ciudad se comenzaron a ver a estos jóvenes freaks ya por el año 2003, son un grupo que tienen su mayor concentración en las universidades.

Como dato histórico y estadístico, los rockeros y punkeros fueron las primeras tribus en nacer dentro del país, en Guayaquil lo fueron los rockeros, pero estos han ido perdiendo espacio, dentro de nuestra ciudad las comunidades rockeras eran la que mayor adeptos tenía, pero ahora los raperos o reguetoneros son las que mayor presencia tienen, en los últimos 7 años los reguetoneros han tenido un gran crecimiento, hablando en porcentajes los raperos poseen un 7,2 % dentro de la población mientras que los rockeros oscilan en un 3,5 %.

Los punkeros siendo unas de las primeras tribus en nacer dentro del medio así mismo han perdido posición dentro de nuestra ciudad estos les siguen en porcentaje con un 1,4%, así mismo los emos tienen un menor porcentaje 0,1 % y por debajo se encuentran los freaks, góticos.

Entre las tribus comunidades existen diferencias, porque cada cual tiene sus ideales o gustos, esto genera roces entre estos, de lo que se tiene conocimiento han existido conflictos llegando a la violencia. La sociedad tiene prejuicios hacia ellos, existe rechazo y discriminación, los únicos perjudicados son estas tribus, que lo único que buscan es una inserción dentro de la sociedad, participación, ser escuchados.

1.2 Justificación

Nuestro trabajo empieza en el estudio y clasificación de tribus urbanas dentro de Guayaquil, mostrar su *modus vivendum*, sus pensamientos, su espacio, y llegaremos ahí, a ese punto donde se desliga el ímpetu de defender una ideología, del fanatismo irracional, donde retuercen los conceptos convirtiéndolos en jóvenes inadaptados. Mostraremos las diferentes problemáticas por la que los jóvenes han tenido que llagar a ser parte de estos grupos, que los impulsa a actuar en diversas circunstancias.

Así enseñaremos a los padres y sociedad en general como definirlos, y saber identificarlos, sobretodo como tratarlos, y con explicación de expertos, como ayudar a desligarlos de grupos dañinos, como son los emos, que participan de una ideología de dolor.

Nuestro trabajo lo materializaremos en un documental interactivo, ávido de sabiduría, y práctico, que a muchos va a enseñar sobre un tema que está cerrado para la sociedad común. Esperamos incentivar a la ruptura de un tema tabú, y así sea más accesible esta problemática, para poder ser llevada de mejor manera.

1.3 Marco Teórico

La información que se va a presentar en el documental estará respaldada por una exhaustiva investigación. En el documental presentaremos los orígenes de las tribus urbanas, su evolución a través de los años y su presencia en el Ecuador, específicamente en la ciudad de Guayaquil.

Además, se involucrará a psicólogos, profesores y profesionales que trabajen con jóvenes y que puedan aportar con un análisis del comportamiento de los mismo a través de entrevistas, que también serán necesarias para constatar el punto de vista de estos jóvenes y así saber con sus propias palabras sobre sus ideologías.

Se mostrará a los miembros de dichas tribus en el entorno en el que se desarrollan, sus lugares de reunión, influencias del medio y gustos en general. En algunos casos, el comportamiento total no podrá ser captado, por lo que recurriremos a la dramatización de su comportamiento basados en previa investigación.

Para obtener un punto de vista externo, realizaremos entrevistas a padres de familia, y público en general que tengan contacto con los jóvenes involucrados y que nos puedan aportar su opinión personal. De esta manera buscaremos cubrir los distintos puntos de vista sobre este tema.

1.4 Objetivo del Proyecto

1.4.1 Objetivo General:

Incentivar a que se rompa un aparente tema tabú; las tribus urbanas, para mostrar su realidad y enseñar a los padres, y la sociedad como proceder ante ellos.

1.4.2 Objetivos específicos:

- Establecer contacto con miembros de diferentes tribus urbanas.
- Esclarecer los diferentes motivos por que los jóvenes se adhieren a estas tribus urbanas.
- Establecer una estrategia implícita para la publicidad del documental, ya sea desde determinar el monto de la inversión, recursos, y la rentabilidad del proyecto.
- Incentivar a que se rompa el tema tabú, dando a conocer su vida a través de sus puntos de vista.
- Informar al público en general sobre las tribus urbanas y todos sus aspectos implícitos.

1.5 Metodología

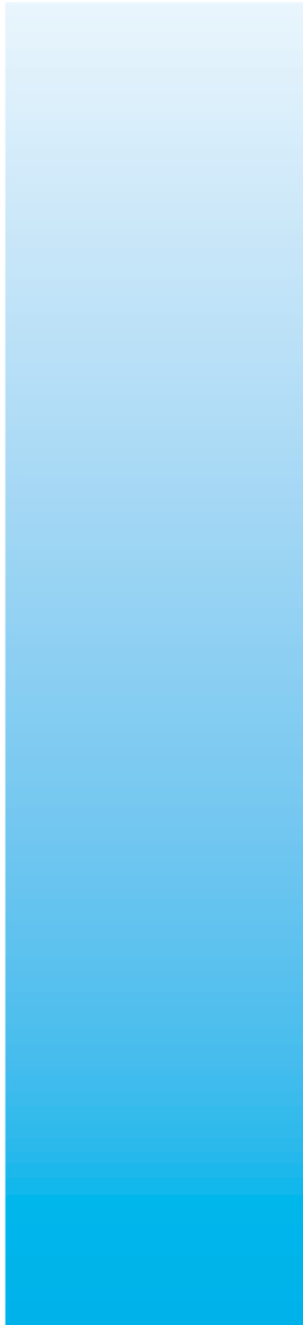
Planteado el proyecto, realizaremos una exhaustiva investigación en el tema de las tribus urbanas. Incluiremos estadísticas a base de muestreos de la población a un grupo determinado de personas, obtenidas por medio de encuestas, así se tratara de estudiar los conocimientos sobre las tribus urbanas, también entrevistas desde dos puntos de vista.

Los chicos que se incluyen en estos grupos urbanos, y los psicólogos especialistas que nos den una enseñanza más objetiva sobre ellos, de esa forma seremos más exactos en el momento de presentar el estudio.

1.6 Resultados esperados

El documental restablecerá conexión con una subcultura, sacándola del anonimato, un tema poco tratado en el medio, el cual lo encasilla como un proyecto de excelente ayuda social, factible y rentable:

- Contendrá una exposición clara acerca de las tribus urbanas, siendo aceptado por los involucrados, siendo catalogado como una fiable fuente de información futura.
- Un proyecto que destaca por sus márgenes de ganancia, y con la poca presencia de inversores.
- Documental listo para presentar en varios medios audiovisuales.



CAPÍTULO 2 **ESTUDIO DE MERCADO**

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Perspectivas de la investigación

A través de la investigación de mercado buscamos identificar las preferencias del consumidor objetivo, en nuestro caso los canales de televisión, y de esta forma conocer el nivel de aceptación que tendrá el documental.

Identificadas las características básicas de los clientes potenciales, dentro de las cuáles se encuentran la temática de su programación; el estudio de mercado proveera las herramientas necesarias y suficientes al momento de estimar la demanda, que nos permitirán evaluar la factibilidad económica del proyecto. Por otro lado los resultados que arroje este estudio permitirán establecer las mejores estrategias para publicitar nuestro producto y despertar el interés del consumidor.

Tomando en cuenta que nuestro documental busca hablar sobre las tribus urbanas en la ciudad y su efecto en la población juvenil, la presente investigación está dirigida hacia los canales de televisión que orientan su programación a la región costa, específicamente los que brindan cobertura a la ciudad de Guayaquil.

2.2 Planteamiento del problema

Es necesario determinar la existencia de un nicho de mercado para el documental que se desea realizar, comprobar que existe canales de television dispuesto a comprar nuestro documental y de esta forma ver la factibilidad de realizarlo dependiendo de las preferencias de dichos canales.

A continuación mostramos 24 canales de televisión a nivel nacional con el respectivo tipo de programación que cada uno transmite.



CD7 CABLEDEPORTES
Programación Deportiva



CANAL UNO
Noticias y Entretenimiento



CARAVANA TV
Programación Deportiva



ecuavisa
ECUAVISA
Entretenimiento



ECUAVISA INTERNACIONAL
Entretenimiento y Turismo



ETV TELERAMA
Cultura y Entretenimiento



GAMA TV
Entretenimiento y Noticias



RTS REDTELESISTEMA
Entretenimiento y Noticias



TC TELEVISION
Entretenimiento



TELEAMAZONAS
Cultura, Noticias y Entretenimiento



TELEVISION SATELITAL
Entretenimiento, Deportes y Noticias



TEVEMAS
Música y Cultura



ASOMAVISIÓN
Actualidad, Noticias y Entretenimiento



TELESUCESOS
Noticias y Actualidad



TESATEL
Entretenimiento y Actualidad



TELECUENCA
Cultura y Educativo



ECOTEL TV
Noticias y Actualidad



MANAVISIÓN
Entretenimiento y Noticias



SONOVISION
Noticias



NORTEVISION
Entretenimiento



RTU NOTICIAS
Noticias



UNIMAX
Noticias

Para obtener la información necesaria recurriríamos a encuestas que nos permitan conocer las necesidades que tiene nuestro focus group y las técnicas y características que debe tener nuestro documental para poder cubrir con las demandas de nuestros clientes.

2.3 Objetivos de la investigación

2.3.1 Objetivos generales

- Determinar la existencia de un nicho de mercado para nuestro producto en nuestro mercado.
- Identificación de las oportunidades de mercado para la oferta del producto.
- Definición del segmento de mercado para el producto.

2.3.2 Objetivos específicos

- Determinación de gustos y preferencias del consumidor potencial.
- Frecuencia de compra, hábitos de consumo del mercado meta.
- Percepción del cliente con respecto al producto, posibilidades de sustitución.

2.4 Plan de muestreo

2.4.1 Definición de la población

Nuestra población esta constituida por los canales de televisión a nivel nacional, que son los siguientes:



CD7 CABLEDEPORTES
Programación Deportiva



CANAL UNO
Noticias y Entretenimiento



CARAVANA TV
Programación Deportiva



ecuavisa
ECUAVISA
Entretenimiento



ECUAVISA INTERNACIONAL
Entretenimiento y Turismo



ETV TELERAMA
Cultura y Entretenimiento



GAMA TV
Entretenimiento y Noticias



RTS REDTELESISTEMA
Entretenimiento y Noticias



TC TELEVISION
Entretenimiento



TELEAMAZONAS
TELEAMAZONAS
Cultura, Noticias y Entretenimiento



TELEVISION SATELITAL
Entretenimiento, Deportes y Noticias



TEVEMAS
Música y Cultura



ASOMAVISIÓN
Actualidad, Noticias y Entretenimiento



TELESUCESOS
Noticias y Actualidad



TESATEL
Entretenimiento y Actualidad



TELECUENCA
Cultura y Educativo



ECOTEL TV
Noticias y Actualidad



MANAVISIÓN
Entretenimiento y Noticias



Televisión Pública
ECUADOR TV
Noticias y Actualidad



UCSG TELEVISIÓN
Cultura, Educativo y Entretenimiento



SONOVISION
Noticias



NORTEVISION
Entretenimiento



RTU NOTICIAS
Noticias



UNIMAX
Noticias

2.4.2 Definición de la muestra

De los canales anteriormente mencionado, hemos estimado como grupo de compradores potenciales a los siguientes, tomando como referencia el tipo de programación que transmiten. Esta muestra equivale al 22,6% de la población total.



ECUAVISA
Entretenimiento



ETV TELERAMA
Cultura, Entretenimiento y Noticias



TELEAMAZONAS
TELEAMAZONAS
Cultura, Entretenimiento y Noticias



TEVEMAS
Música y Cultura



Televisión Pública
ECUADOR TV
Noticias y Actualidad



UCSG TELEVISION
Cultural, Educativo y Entretenimiento

2.4.3 Diseño de la encuesta

1. De las siguientes, señale la(s) temática(s) de su programación:

Entretenimiento

Deportes

Educativo

Noticias

Cultura

Actualidad

2. De las siguientes, ¿cuál sería la temática de su preferencia?

Actualidad

economía

Realidad Social

Política

3. ¿Estaría interesado en adquirir un documental de temática social?

Si _____

No _____

4. Señales los principales parámetros necesarios para la aprobación del documental

Técnicos

Económicos

5. Estaría dispuesto a comprar el documental

Si _____

No _____

6. Cuanto estaría dispuesto a pagar

\$800 - \$1500

\$1600 - \$2400

\$2500 en adelante

2.5 Análisis de Resultados

Las encuestas se llevaron a cabo concertando por vía telefónica una visita a cada uno de los canales de televisión. Las preguntas se elaboraron orientadas hacia los jefes de producción de cada canal.

Pregunta 1.- Temática de la programación

Un 8% de los canales encuestados dirigen su programación hacia programas de entretenimiento, el siguiente 8% a los programas deportes, un 15% a segmentos de actualidad, 19% a segmentos de noticias, 20% a programas culturales y un 30% a programas educativos.

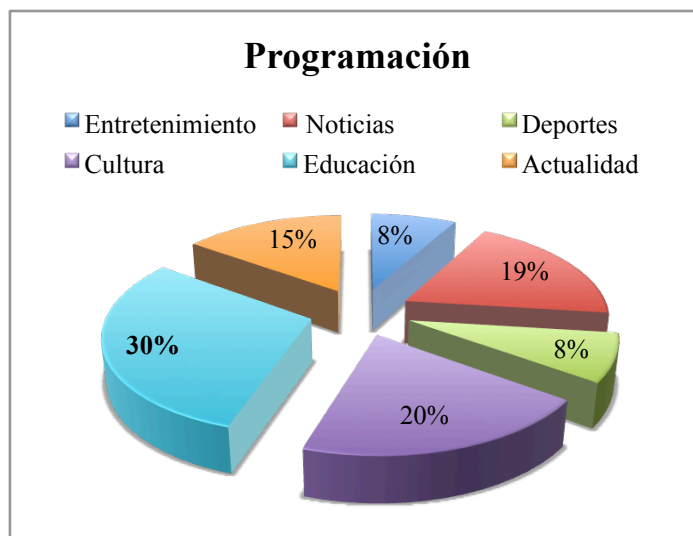


Gráfico 2.1 Temática de Programación

Pregunta 2.- Temática de preferencia

De los canales encuestados el 20% prefiere presentar programas de carácter político, el 30% programas de actualidad y el 50% programas de realidad social.

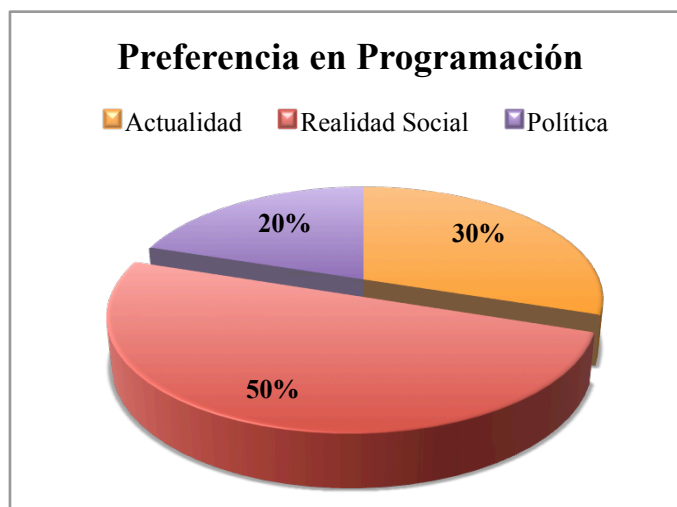


Gráfico 2.2 Temática de Preferencia

Pregunta 3.- Interés en un documental de temática social

El 20% de los canales encuestados muestra su negativa en la adquisición de un documental de temática social, el 80% está interesado en adquirir el mismo.

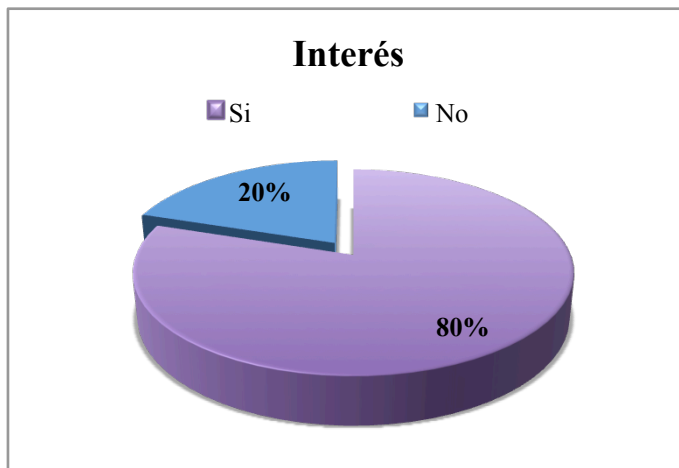


Gráfico 2.3 Interés en documental

Pregunta 4.- Parámetros para aprobar un documental

El 40% de los canales encuestados basan su aprobación en la adquisición de un documental por factores económicos, el 60% por factores técnicos .

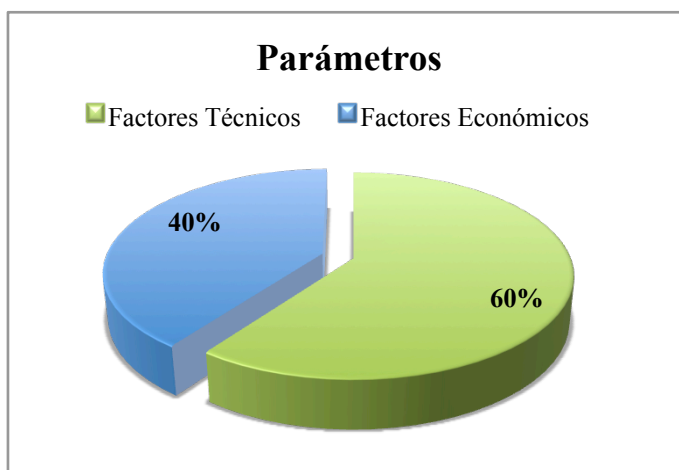


Gráfico 2.4 Parámetros de aprobación

Pregunta 5.- Compra de documental

El 20% de los canales encuestados muestra su negativa en la adquisición de un documental, otro 20% prefiere realizarlo, y el 60% está interesado en adquirir el mismo.

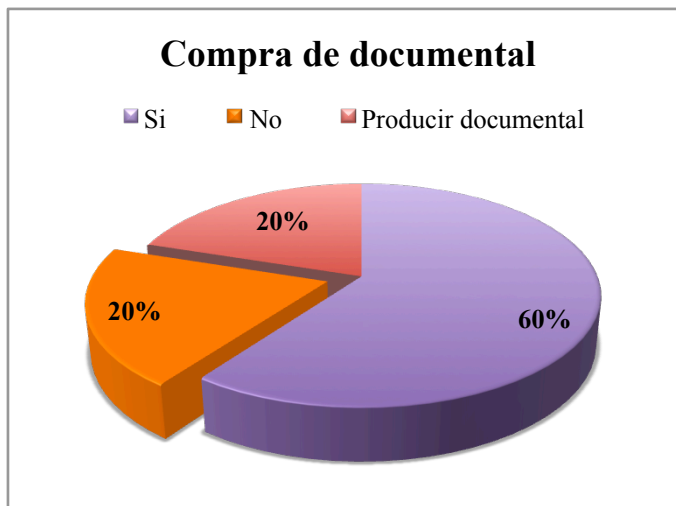


Gráfico 2.5 Compra de documental

Pregunta 6.- Pago por documental

El 20% de los canales encuestados están dispuestos a pagar entre \$1600- \$ 2400 por la adquisición de un documental, otro 20% están dispuestos a pagar \$2500 en adelante por la adquisición del mismo, y el 60% esta dispuesto a pagar entre \$800 - \$1500.

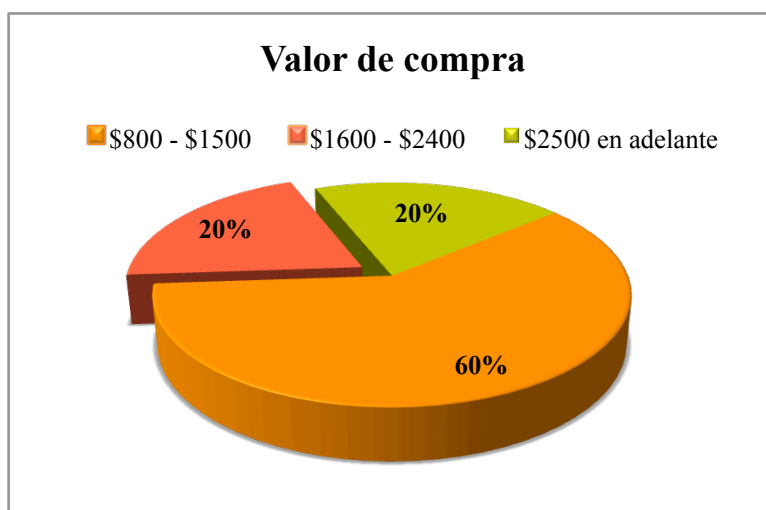


Gráfico 2.6 Pago por documental

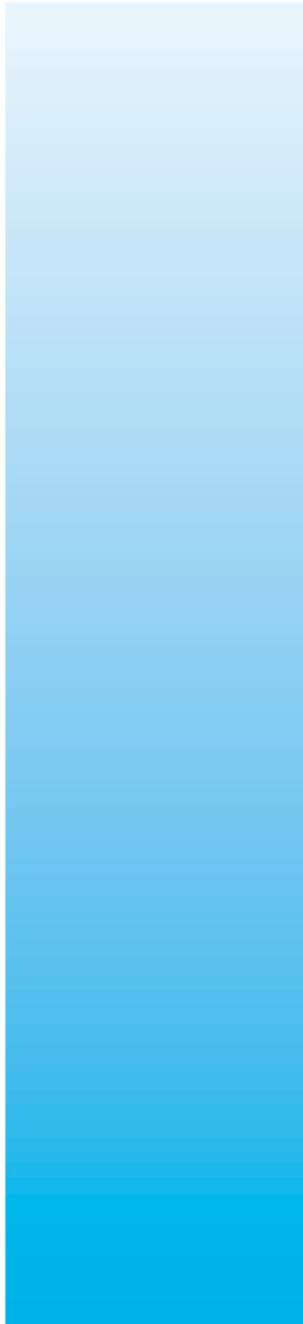
2.6 Análisis de la oferta

Nuestros competidores potenciales son las productoras independientes localizadas en la ciudad de Guayaquil, que dentro de sus servicios ofrecen la elaboración de documentales. Dentro de estas encontramos las siguientes:

- **Videomix Producciones Digitales**
Urdesa Calle primera # 901
Costos por servicio: \$20 por hora de trabajo
- **Producciones Boca Films**
Circunvalación sur #312 y Diagonal – Urdesa Central
Costos por servicio: \$6000 - \$7000 por el producto final
- **SSV Productora**
Alborada 6ta. Etapa Mz. 632 V. 1
Costos por servicio: \$100 por minuto de producto final
- **Quantum Leap**
Kennedy norte Edificio Sai Baba 2do. Piso
Costos por servicio: \$5000 por producto final

2.7 Conclusiones

- De acuerdo a las encuestas que hemos realizado, el 50% de los canales de televisión encuestados prefieren programas de realidad social, 30% programas de actualidad, 20% política.
- El 80% de los encuestados está a favor de adquirir un documental, el 20% muestra negativa a su adquisición.
- El 60 % señalan como principales parámetros a los de carácter técnico al momento de aprobar un documental, eso quiere decir, que toman en cuenta la calidad en el proceso de producción y post-producción. El 40% señalan como principales a los de carácter económico, referente al costo por adquisición del proyecto final, o adquisición del derecho de propiedad intelectual.
- El 60% prefiere adquirir un documental, el 20% restante realizan sus documentales sin contratar una productora independiente, el 20% no esta interesado en adquirir documentales.
- El 20% de los canales encuestados están dispuestos a pagar entre \$1600- \$ 2400 por la adquisición de un documental, otro 20% están dispuestos a pagar \$2500 en adelante por la adquisición del mismo, y el 60% esta dispuesto a pagar entre \$800 - \$1500.



CAPÍTULO 3 **ESTUDIO TÉCNICO**

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 Antecedentes

A través de la investigación de mercado realizada se buscó identificar las preferencias del consumidor objetivo y conocer el nivel de aceptación que tendrá el documental.

Se determinó la existencia de un nicho de mercado para el documental que se desea realizar, y comprobamos la existencia de canales de televisión dispuesto a comprar nuestro proyecto.

Para obtener la información recurrimos a encuestas que nos permitieron conocer las necesidades que tiene nuestro focus group y las técnicas y características que debe cumplir nuestro documental para poder cubrir con las demandas de nuestros clientes.

De acuerdo a las encuestas realizadas podemos constatar que existe un 30% de los canales que prefieren programas de nuestra temática de realidad social.

Existe apertura a la idea de adquirir un documental en el 80% de los encuestados, por lo que consideramos factible nuestro proyecto.

3.2 Ingeniería de la Producción

3.2.1 Manual de Usuario

3.2.1.1 ¿Qué es un documental?

El documental es un género cinematográfico y televisivo realizado sobre imágenes tomadas de la realidad. La organización y estructura de imágenes, sonidos (textos y entrevistas) serán según el punto de vista del autor, y determinará el tipo de documental.

3.2.1.2 Tipos de documentales

Se puede presentar como una forma de ver el mundo poéticamente, como una forma de observar a la sociedad y como un elemento para experimentar para llegar a nuevos puertos en cuanto a la representación. Su valor cognoscitivo puede variar entre lo científico, histórico, educacional o informativo.

3.2.1.3 Características de un Documental

- El uso de la narración, bien sea a través de locución en off o por medio de entrevistas, encuestas, etc. Es fundamental el uso de voces vivas de los protagonistas del hecho.
- La utilización de efectos sonoros y musicales.
- Reproducción de visuales: Fotos, mapas, dramatizaciones, diapositivas, diagramas, maquetas, animaciones, entre otras.

- Debe ser persuasivo, alcanzando ciertos objetivos: “1) Despertar el interés del público hacia aquellos problemas sociales que degradan la condición humana... 2) Se debe plantear o sugerir la(s) solución (es) al problema... 3) La meta debe ser simple para inspirar o levantar el entusiasmo de la audiencia”.
- Es creativo y profundo, sin límites.
- Es real.
- Es controversial.
- Es de contenido temático: Científico, cultural, histórico, educativo, didáctico, institucional, divulgativo, entre otros.

Existen otros tipos de documentales como el fotográfico y el radial, ya que en este último, hay programas que incluyen documentos sonoros en archivos.

El documental es un género propio de los medios audiovisuales: Cine, televisión, radio y fotografía; con el que se evidencia una realidad. Debe ser tratado de manera creativa, utilizando una serie de estrategias audiovisuales (Mapas, imágenes, animaciones, musicalización, fotos, diaporamas, efectos sonoros, dramatizaciones, etc.) aunado a las informaciones e imágenes de archivos o documentos. Tiene como fin ulterior la persuasión y la creación de controversia.

3.2.1.4. Estructura de un documental

Se recurre para su argumentación a los actores sociales para indagar y averiguar. Así es, como actúan y como actuaron en el pasado, a partir de allí saca conclusiones y alimenta su argumentación.

El realizador utiliza su cámara para observar a la sociedad, tanto la del pasado (para esto recurre al material de archivo) como la del presente (entrevistas), y, lo que es importante, el mismo se incluye en esa sociedad, no observa desde afuera sino que interactúa y modifica la realidad social. Al intercalar la información de archivos y entrevistas, se compara el pasado y lo actual, creando así la hipótesis, que tendrán en lo posible tratar de resolver al final del documental.

3.2.1.5. Las modalidades de representación

Las modalidades de representación son formas básicas de organizar textos en relación con ciertos rasgos o convenciones recurrentes.

En el documental podemos encontrar cuatro modalidades predominantes:

- Interactiva
- La expositiva
- De observación
- Reflexiva

Cabe aclarar que existen ciertos films híbridos que contienen elementos de varias modalidades.

La modalidad interactiva, surge cuando los adelantos tecnológicos le permiten al realizador aproximarse más al sistema sensorial humano: mirando, oyendo e interactuando. De este modo, en el documental interactivo tenemos un realizador que se mezcla e actúa.

La modalidad expositiva, cuando aparece el narrador en forma de voz over, hablando directamente al espectador, y las imágenes funcionan como ilustraciones de lo que nos dice. Ponderándolo así como un narrador omnisciente. Demanda una invisibilidad del realizador en su obra

La modalidad de observación, Solo ser espectador de lo que ocurre frente al lente de la cámara. La modalidad de observación hace hincapié en la no intervención del realizador.

La modalidad reflexiva, el uso de la primera persona por parte del realizador. Ponerse como centro de su obra, es una estrategia propia del documentalista reflexivo, que ya no puede hablar de nada más que de sí mismo. Además el texto es consciente de sí mismo, es decir consiente de su calidad de representación cinematográfica.

3.2.1.6. Estructura lineal de un documental (paradigma)

El paradigma es el modelo o patrón que se sigue para elaborar un guión literario.

En un documental se presenta el siguiente orden:

- Presentación del problema
- Desarrollo del conflicto
- Solución del problema

3.2.1.7. Pasos para crear un documental

La pre- producción

Etapa primaria, en la que se plantea todo el trabajo enfocado hacia la realización de un video de cualquier tipo. Aquí es donde se concibe “en el papel” la historia a contar, se hace una planeación minuciosa de la producción y grabación y se establecen roles a desempeñar por parte del equipo técnico y artístico, se contrata el personal y se realiza el casting (en caso de requerirse actores o presentadores).

1. **LA IDEA:** Es la motivación primaria para la realización de un video, cualquiera que sea su tipo. Cada persona podrá tener una idea diferente respecto de un mismo tema, y hará, rápidamente, una visualización mental, de cómo se imagina esta idea hecha realidad. Es importante tenerla muy clara, si se quiere realizar un video basado en esta, ya que las posibilidades de desarrollar cualquier tema son infinitas.
2. **EL OBJETIVO:** Saber claramente qué se quiere conseguir con el video y el público al que se va a dirigir.

3. ARGUMENTO: Se describe textualmente el contenido del video, la historia, el hilo conductor, la narrativa, sin necesidad de entrar en detalles de producción, limitándose únicamente a describir los temas y el desarrollo de los mismos.
4. LA ESCALETA: Es como un esqueleto o esquema del video que nos ayuda a organizar el plan de grabación y facilita la escritura del pre-guion y del guion definitivo. Es importante tener claro el hilo conductor, que puede ser una historia narrada, o sólo una música, testimonios hilados o dramatizaciones, textos en generador de caracteres, etc. Es clave diseñar un formato donde se anoten en orden lógico las ideas, los temas a tratar en el video, con una pequeña descripción de cada uno y una referencia del recurso a los que puede acudir para ilustrar estos temas. El tiempo de duración del video también puede calcularse mediante la escaleta. La escaleta es un recurso importante para el momento de la edición ya que nos permite tener un orden de las escenas.
5. PREGUIÓN: Es el desarrollo del argumento, con la secuencia marcada en la escaleta. Debe tener la mayor cantidad de especificaciones tanto de audio, como de video, ya que sobre este se basa en trabajo de cada una de las personas de preproducción, producción y postproducción. El preguión debe referirse a aspectos como:
 - Locación de la escena
 - Hora
 - Ambiente de la escena (escenografía, iluminación, clima, etc.)
 - Audio (ambiente, voz en off, voz en in, música, efectos de sonido, etc.)
 - Efectos de video
 - Tipos de plano y movimientos de cámara
 - Textos locutados o generador de caracteres
 - Descripción de movimientos realizados por parte de los actores así como las intenciones (acotaciones de sentimientos, actitudes)
 - Para las entrevistas o testimonios se deben tener las preguntas básicas que se harán.

La manera más fácil de escribir el guion es utilizando un formato de dos columnas donde se escriben en una la imagen y en la otra el video. Paralelamente lo que se indica en la imagen se describe en la columna del video.

Generalmente las acotaciones se escriben en letras mayúsculas y los diálogos en minúsculas. Las escenas o cambios se numeran al comienzo de cada una de ellas en la columna de video.

6. LA INVESTIGACIÓN: Busca reunir todos los datos posibles referentes al tema o idea original. Se debe recurrir a la mayor cantidad posible de fuentes que puedan dar información importante referente al tema. Estas fuentes pueden ser por ejemplo:
 - Entrevista (s) con personas allegadas al proyecto
 - Documentos varios escritos: que nos den datos y cifras

- Artículos de prensa: artículos de periódicos, revistas locales o de divulgación masiva, folletos instructivos, brochures, fotografías y cualquier tipo de medio gráfico impreso.
 - Videos existentes: estos pueden brindarnos una visión diferente y adicionalmente algunas tomas nos pueden servir como material visual.
 - La interacción con un proyecto del cual se va a realizar el video. Esto estimula de manera diferente a la hora de narrar y nos convierte en actores del mismo.
7. **PLAN DE GRABACIÓN:** Diseño en fechas y tiempos que permite coordinar los diferentes elementos que intervienen dentro de la grabación. Es indispensable hacerlo basándose en el guión para ahorrar tiempos y recursos. Se debe usar un formato. Este debe ser realizado por el jefe de producción, el director y el asistente de dirección, con el objeto de tener en cuenta aspectos artísticos, económicos y logísticos.
8. **TRABAJO DE CAMPO EN PREPRODUCCIÓN:** En el mismo trabajo de investigación se aprovecha para contactar y definir locaciones y personas que nos pueden ayudar.

La producción

Esta etapa podría dividirse en dos: Producción técnica y artística.

Cada uno de los profesionales que intervienen dentro de la realización, desarrollan su trabajo para que en el momento de grabar todo esté listo.

GRABACIÓN:

Basándose en un plan de grabación, previamente diseñado, se registran las imágenes, con la intervención del equipo técnico y artístico. Algunos de los roles que intervienen en la producción son:

Productor: se encarga de los aspectos económicos

Director: Tiene a su mando todo el equipo de trabajo con base en el plan de grabación y en el guión literario. Es la persona orientadora de los camarógrafos y quien toma decisiones con respecto a planos, movimientos y puestas en escena.

Asistente de dirección: Mano derecha del director.

Coordinador: presente generalmente en producciones que requieren de un mando a distancia, en un estudio o unidad móvil de grabación. Transmite a los actores y al personal técnico las observaciones del directo.

Script: Mantiene la continuidad de la producción y el pietaje de las cintas lo cual permitirá ubicar con mayor facilidad una toma específica.

Director de fotografía: se encarga de la imagen, genera ambiente en las luces, ubica objetos estratégicamente para componer planos agradables visualmente. Sugiere lentes o filtros para utilizar en la cámara y crear sensaciones y efectos.

Otros: luminotécnicos, ingenieros de sonido, operadores de grúa y dolly, asistentes generales, vestuaristas, maquilladores, director artístico y otros.

Post- Producción

La post – producción es el último paso dentro de la realización de un video.

Se deben tener en cuenta recursos como una buena sala de edición, que pueden ayudar a que finalmente la historia se cuente como se quiere.

ETAPAS:

- Pre visualización: antes de la edición es importante destinar tiempo para la visualización del material que se grabó con el fin de seleccionar las tomas que realmente irán en el video. Esto ahorrará tiempo en la edición.
- Edición: Es el ordenamiento de los diferentes planos y escenas basándose en el guión y en el script de las cintas.

La duración del video también es un factor que hay que tener en cuenta. Se debe guiar por el tiempo estimulado en el guión para no extenderse.

ELEMENTOS DE LA POST-PRODUCCIÓN

- Efectos visuales: Las máquinas de video ofrecen efectos como las posterizaciones, gamas de color, filtros, texturizados, efectos de composición de imagen, etc. Los efectos deben ir justificados al contenido visual del video.
- Efectos de sonido: distorsiones, delays, ecos, ecualizaciones, etc.
- Locuciones: las locuciones en off se deben grabar en estudio para que la calidad del sonido sea óptima. Lo mejor es grabarlas antes de comenzar a editar.
- Musicalización: Puede hacerse al final de la edición de la imagen. Es importante coordinar las entradas y salidas de la imagen de acuerdo al sonido.
- Generador de caracteres: se utilizan para dar créditos a entrevistados y al personal que intervino en la producción.

3.2.1.8. Equipo de Realización de un documental

No todos los listados, será obligatorio contratar en el momento del rodaje de un documental.

Equipo de producción no técnico.

- Productor Ejecutivo: Maneja el presupuesto y se coordina con los clientes, el control de la estación, agencias de publicidad, patrocinadores, además, con los agentes del elenco y los escritores.

- **Productor:** Es responsable de todo el personal que trabaja en la producción y de coordinar los elementos técnicos y no técnicos.
- **Productor Asociado (AP):** Con frecuencia realiza el trabajo real del coordinador.
- **Productor de Campo:** Ayuda al productor al hacerse cargo de las operaciones remotas (fuera del estudio).
- **Personal de Producción:** Calendariza el uso del equipo y coordina los horarios del personal.
- **Asistente de Producción (PA):** Apoya al productor y director durante la producción real.
- **Director:** Es el responsable principal de transformar un libreto en mensaje de video y audio eficaces.
- **Director Asociado:** Asiste al director durante la producción real.
- **Elenco:** Se refiere a todos los ejecutantes que aparecen en la televisión (a cuadro) regularmente.
- **Actor:** Alguien que caracteriza personajes frente a la cámara.
- **Conductor:** Aparece ante las cámaras desempeñando actividades que no son de actuación.
- **Locutor:** Narra o lee parte del libreto pero no aparece ante las cámaras.
- **Floor Manager:** Está a cargo de todas las actividades que se llevan a cabo en el piso del estudio.
- **Personal de Piso:** Instalan y decoran la escenografía.
- **Escritor:** Se le contrata casi siempre como trabajador independiente.
- **Director de Arte:** A cargo de los aspectos creativo del diseño de un programa (diseño del escenario, locación y gráficos).
- **Artista Gráfico:** Prepara los gráficos por computadora, títulos, esquemas y efectos electrónicos.
- **Maquillista:** Maquilla todo el elenco.
- **Diseñador de Vestuario:** Diseña y, algunas veces, elabora vestuarios para representaciones dramáticas coreografías y programas infantiles.
- **Personal de Guardarropa:** Se hace cargo de todos los aspectos del vestuario durante la producción.

- Gerente de Utilería: Cuida y maneja el uso de la utilería del escenario y de mano.
- Técnico de Audio: Realiza la pista de sonido (diálogo y efectos) en la producción.

Equipo de ingeniería.

- Jefe de Ingenieros: A cargo de todo el personal técnico, presupuestos y equipo.
- Asistente del Jefe de Ingenieros: Apoya al jefe de ingenieros en todas las cuestiones técnicas y operativas.
- Ingeniero a Cargo del Estudio y Producciones Remotas: Vigila todas las operaciones técnicas.
- Ingeniero de Mantenimiento: Da mantenimiento a todo el equipo técnico.

Personal Técnico de Producción.

- Director Técnico (TD): Opera el switcher y actúa como jefe técnico del equipo.
- Operadores de Cámara: Opera las cámaras, con frecuencia realiza la iluminación para programas sencillos.
- Director de Fotografía (DF): En producciones filmicas está a cargo de la iluminación.
- Director de Iluminación (LD): Se hace cargo de la iluminación.
- Operador de Video: Ajusta los controles de la cámara con el propósito de obtener imágenes de optima calidad.
- Técnico de Audio: Se encarga de todas las operaciones de audio.
- Operador de Videocinta: Opera la videgrabadora.
- Operador del Generador de Caracteres (CG): Escribe y/o recobra los nombres de otros materiales gráficos de la computadora para integrarlos a la imagen de video.
- Editor de Videocinta: Opera el equipo de edición durante la postproducción.
- Artista Gráfico Digital: Recobra las gráficas digitales para integrarlas al material que sale al aire.

3.2.1.9. Especificaciones Técnicas

Planos:

Es importante, definir el término Plano como un fragmento de la realidad, el cual es captado por la cámara y tiene una duración e intencionalidad determinada. En tal sentido, existen diferentes planos, los cuales se clasifican de la siguiente manera:

Planos Abiertos:

Sirven para dar un sentido de ubicación en el espacio. Pero, “Si se mantienen mucho tiempo pueden privar al espectador de los detalles que están deseando ver”.

- Gran Plano General (GPG): Este plano muestra una gran porción de la realidad, ya que abarca un dilatado campo visual. Aquí, el sujeto no es el punto de atracción; sirve para situar y definir todo el ambiente, lugar o decorado donde se desarrolla la acción. En cine es un plano muy aceptable, pero en televisión, a consecuencia del reducido tamaño de la pantalla, su uso no resulta frecuente ni aconsejable.
- Plano General (PG): Es menor al GPG. Se sitúa la acción en su conjunto, por lo tanto, los personajes ya se distinguen; el sujeto debe ocupar la tercera parte de la altura de la pantalla.
- Plano Entero (PE): Permite establecer relaciones del sujeto con el espacio en que se desarrolla su acción. En este tipo de plano, el sujeto es reconocible, pero no se llega a apreciar sus rasgos faciales; sirve para la presentación de todos los personajes que intervienen en una escena o secuencia. Va desde los pies hasta la cabeza del personaje.
- Plano en Conjunto (PC): Es un plano donde se muestra a un conjunto de personas, sin embargo, no se distingue una en específico.

Planos Medios:

Son planos más dinámicos. Son los que mejor sirven para contar historias, porque muestran al personaje más de cerca, eliminando parte del decorado de alrededor, e informan de la acción que desempeñan los personajes.

- Plano Americano (PA): Es conocido también como plano de tres cuartos; es cuando el personaje no cabe de cuerpo entero en el encuadre y este corta sus piernas generalmente sobre las rodillas. Se utiliza para presentar varios personajes al mismo tiempo.
- Plano Medio (PM): Abarca la mitad superior del personaje. Es un encuadre especialmente útil cuando varios personajes sostienen una conversación entre sí o están efectuando una acción en conjunto, y queremos que aparezcan todos en pantalla. También, resulta apropiado para realizar entrevistas o presentaciones. El rostro del sujeto es perfectamente reconocible y, a la vez, se encuentra relacionado con el espacio.

- **Primer Plano (PP):** Reduce al personaje a la altura del pecho o de los hombros hasta la cabeza; ésta domina sobre lo que lo rodea. Empleado en los momentos oportunos, adquiere una enorme fuerza dramática, porque permite al espectador meterse en la psicología del personaje. Es muy empleado cuando aparece un sujeto que tiene que hablar o que va a decir algo importante.

Planos Cerrados:

Son planos expresivos. El rostro del sujeto ocupa la mayor parte de la pantalla. Son muy sugestivos y contribuyen a que el espectador pueda acceder con mayor detenimiento a la psicología del sujeto.

Si se mantiene durante mucho tiempo pueden llegar a ser muy restrictivas porque impiden que el espectador ubique la escena en un espacio, que vea a los demás actores, que observe la acción en general o que se fije en otros aspectos del sujeto.

- **Close Up (CU):** Este plano es exclusivo para el rostro humano. Se obtiene acercando la cámara al sujeto hasta que el rostro del actor, desde la frente a la barbilla, ocupe todo el cuadro. Acentúa la expresión del rostro a expensa de la acción. En el cine se le conoce como Primerísimo Primer Plano (PPP).
- **Big Close Up (BCU):** Este plano es más cerrado que el Close Up. En él se muestra desde los ojos hasta la boca del sujeto, por lo tanto es mucho más expresivo.
- **Extreme Close Up (ECU):** Es un plano de detalle que se centra, exclusivamente, en las partes del rostro humano: Ojos, pecas, un lunar, una lágrima, un piercing, etc.
- **Plano de Detalle (PD):** Es un plano utilizado para resaltar algún rasgo o característica en particular del cuerpo (menos del rostro) de un personaje u objeto.

Otros planos:

Existen otros tipos de planos que no entran en una clasificación aparente, ellos son:

- **Over Shoulder (OS):** Es un plano que se trabaja sobre el hombro del personaje, en forma diagonal, para encuadrar a otro personaje. Se utiliza en escenas que requieran mostrar conversaciones, donde cuyos personajes se están mirando frente a frente. También, se conoce como plano contraplano.
- **Cámara Sujetiva (CS):** Cuando la cámara asume la visión del personaje. Ésta permite dar la sensación al espectador ya no observar el evento, sino que participa dentro de él. Puede emplearse como plano abierto, medio o cerrado

Movimientos de Cámara:

“El movimiento constituye un concepto básico dentro de la dinámica del video, de allí parte su diferencia con la fotografía. Los movimientos pueden basarse tanto en la acción propia de los personajes u objeto del tema filmado como en el desplazamiento de la cámara, así como en la adecuada combinación de estos dos elementos. Ciertos movimientos de la cámara pueden originar en el espectador respuestas o sensaciones respecto a lo que ven en pantalla”; por lo tanto, a través de estos movimientos se intenta imitar la visión humana.

En su propio eje:

- Tilt: Son todos los movimientos que puede hacer la cámara sobre su propio eje, bien sea hacia arriba (Tilt up) o hacia abajo (Tilt down).
- Paneo: También conocido como panorámica. Es un movimiento dentro de su eje, que va de derecha a izquierda o viceversa.
- Pedestal: Se realiza con un pedestal hidráulico. Sus movimientos van hacia arriba (Pedestal up) o hacia abajo (Pedestal down).

Por desplazamiento:

- Travell o Travelling: Su movimiento va de derecha a izquierda o viceversa, es casi siempre horizontal. Se efectúa sobre una plataforma que se desliza sobre rieles o se dispone en un carro de cauchos neumáticos.
- Dolly: Son movimientos cortos de la cámara que van hacia delante (Dolly in) o hacia atrás (Dolly back).
- Tongue: Es el movimiento de izquierda a derecha o viceversa (Paneo) que se lleva a cabo sobre un brazo hidráulico o grúa.
- Boom: Son movimientos hacia arriba y hacia abajo efectuados desde una grúa.
- Arc: Son movimientos circulares que se hacen con la cámara.

Movimientos ópticos:

- Zoom: Es el movimiento que se obtiene mediante objetivos de distancia focal variable. Hay dos tipos de zoom, uno es el zoom in el cual da la sensación de acercamiento, y el otro es el zoom out, el cual da la sensación de alejamiento.
- Barrido: Es un movimiento vertical, horizontal y/u oblicuo, donde lo que importa es el punto de inicio y el punto final; más no el intermedio. Un paneo hecho con mucha velocidad se convierte en barrido.
- Foco/Desenfoco: Es el movimiento que se le da al punto de interés mediante la ubicación del lente.

Angulación:

Dirección en que se filma una película en relación con el sujeto.

“La cámara puede situarse en cualquier posición. Pero lo normal es que la cámara esté situada horizontalmente y elevada sobre el suelo a la altura de los ojos de la persona que se va a filmar. Se tiene así una imagen muy parecida a la visión humana y, al mismo tiempo, la presencia de la cámara casi inadvertida desde el punto de vista del espectador”.

Tipos de angulaciones:

- **Picado:** Es cuando la cámara se sitúa de manera oblicua y se graba desde una posición elevada.

Los picados tienen un valor expresivo por sí mismos: dan al espectador un sentido de fuerza y superioridad respecto a la imagen que están viendo, incluso un sentido de condescendencia. Esta impresión aumenta con la distancia cuanto más lejos esté la cámara, más se acentúa esta sensación.

Por consiguiente, estas tomas se pueden utilizar para quitar importancia al sujeto grabado, e implica inferioridad o impotencia. Aplastan al individuo filmado, que queda como empequeñecido minusvalorado, pierde importancia y presencia.

- **Contrapicado:** Es la opción contraria al picado, y consiste en colocar la cámara de manera oblicua grabar en un punto inferior al personaje es la posición de una persona que levanta la cabeza para examinar algo que le interesa.

Este plano se utiliza expresivamente para señalar las características dominantes de un personaje. Las tomas en contrapicados hacen que los sujetos parezcan más fuertes, más importantes y poderosos, incluso más extraños o siniestros.

- **Sesgo:** Respecto a su eje vertical, la cámara suele permanecer inamovible. Pero, sobre todo dentro de una poética expresionista, muy aceptada en publicidad, puede emplearse el recurso de filmar con la cámara inclinada.

Este recurso aporta una variedad de encuadre que no está de más conocer y probar... Puede servirnos para romper la monotonía de las líneas geométricas excesivamente frías. Sin embargo, hay que avisar que este tipo de tomas son muy arriesgadas y requieren un criterio de aplicación muy riguroso.

- **Normal:** Es cuando la cámara está situada horizontalmente y elevada sobre el suelo a la altura de los ojos de la persona que se va a filmar.
- **Cenital:** Es la toma que va sobre la cabeza del personaje.

- **Acimutal:** Es la toma contraria a la cenital.
- **Extrema:** Las tomas con ángulos extremos tienen el inconveniente de atraer la atención del espectador hacia la irregularidad de la posición de la cámara.

Cuando los ángulos extremos surgen de modo natural, el espectador los acepta enseguida. Pero, si el ángulo extremo no tiene explicación se convierte en una proeza visual y deja de tener sentido.

Iluminación:

“La luz es esencial para la vida. Facilita la percepción visual y nos orienta en el espacio y en el tiempo. La luz es la señal que nuestros ojos reciben y nuestro cerebro traduce en percepciones”.

La iluminación es el proceso de control de la cantidad y calidad de luz que necesita una escena. La iluminación se usa por razones técnicas y estéticas: para dar luz suficiente, de modo que la cámara de televisión pueda captar la escena, y para producir una imagen agradable para el televidente.







Vestuario:

Es el conjunto de trajes necesarios para una representación escénica. El vestuario ofrece información sobre el personaje y ayuda a crear el ambiente adecuado para la producción.

Escenografía:

Es el conjunto de elementos que componen un espacio teatral cuya función es crear un ambiente y una atmósfera adecuada para el desarrollo de la obra. Arte de proyectar o realizar decoraciones escénicas.

3.2.2 Storyboard

Documental "Tribus Urbanas" Integrantes: Lorraine Chedraui Diana Ortega Juan Carlos Calderon	Duración: 10 minutos Hoja 2 de 2	
VIDEO AUDIO		
Escena 7 Calles de Guayaquil Disolvencia		Escena 7 Voz off(narrador): jóvenes que se aíslan de una sociedad.
Escena 8 Entrevista con psicóloga Plano medio Disolvencia		Escena 8 Entrevista (Qué es tribu urbana)
Escena 9 Escaleras del SanMarino Corte		
Escena 10 Hip hop Plano medio Corte		Escena 10 Entrevista
Escena 11 Gótico Plano medio Disolvencia		Escena 11 Entrevista
Escena 12 Entrevista a Psicóloga Disolvencia		Escena 12 Entrevista

Documental "Tribus Urbanas" Integrantes: Lorraine Chedraui Diana Ortega Juan Carlos Calderon	Duración: 10 minutos Hoja 1 de 2
--	-------------------------------------

VIDEO

AUDIO

Escena 1
 Jóvenes conversando
 Plano general zoom in a plano americano
 Fade out

Escena 2
 Emo en dormitorio sosteniendo navaja
 Plano holandez

Escena 3
 Logo de Tribus Urbanas

Escena 4
 Estudiantes con pancartas de revoluciones políticas
 Panorámico de izq. a der
 Corte

Escena 5
 Jóvenes rockeros reunidos
 Plano americano
 corte

Escena 6
 Joven rockero siendo entrevistado
 Plano medio
 Disolvencia



Escena 1
 Voz off(narrador): ¿Sabe que hace su hizo en estos momentos?

Escena 2
 Voz off (psicologa1): La gente se corta desde mucho antes de ser emo
 Fade in background musical

Escena 4
 Voz de narrador

Escena 5
 Voz off (narrador)

Escena 6
 Entrevista

3.2.3 Guión Técnico

1.- Pitch

Develar los hitos de las tribus urbanas.

2.- Sinopsis

En un documental de 30 minutos de duración. Se definirá el concepto de tribus urbanas, abarcando el grupo de individuos que se unen conforme a una ideología. Es así como por medio de archivos, ilustraremos sobre los inicios de esas culturas. El origen de las mismas y los cambios que han surgido durante las últimas décadas.

Se realizarán entrevistas a personas integradas a esas comunidades, lo cual permitirá crear hipótesis acerca de sus ideas y comportamientos frente a la sociedad.

El punto a partir es la ciudad de Guayaquil, donde se listarán los grupos más predominantes, así realizaremos entrevistas a: Emos, punkeros, góticos, rockeros, skaters, rastafaris y reguetoneros. Además contaremos con la opinión experta de psicólogos, quienes nos darán una constancia del por que el comportamiento de ciertos individuos que encarnan los integrantes de las tribus urbanas.

Al final se tratará de comprobar la existencia de tales grupos, además de cuan cierto son los mitos que circulan sobre ellos.

3.- Guión

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

1

Chicos que están interactuando entre sí. En la universidad, salida del colegio, en sus estudios... Se mostrará la mayoría de actividades a las que está sujeto un joven adolescente.

NARRADOR

(Voz en off)

¿Conoce usted las
actividades sus hijos?
¿Qué es lo que desean? ¿Con
quienes se relacionan?

(Continua)

(Videos de jóvenes saliendo
reunidos realizando
diferentes actividades)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT.HABITACIÓN. TARDE **2**

Se mostraran videos de diversas subculturas, eso incluye a jóvenes que salen a discotecas, bailes y se juntan con otros grupos de diversos pensamientos culturales.

NARRADOR
(Voz en off)

Grupos de adolescentes
con temas afines

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT. CALLES. TARDE **3**

Para representar a los integrantes de tribus urbanas de Guayaquil, se presenta un dramatizado de los mitos más relevantes que circula acerca de ellos.

NARRADOR
(Voz en off)

A muchos los relacionan con
el satanismo y muerte

(Imágenes sobre alcohol
Y drogas)

¿Qué hay acerca del alcohol
y las drogas?

(Continua)

NARRADOR
(Voz en off)
Jóvenes que se integran a pandillas...
(Video de jóvenes hip hiperos realizando diferentes actividades: Graffiti, breakdance y música)
NARRADOR
(Voz en off)
Y quienes se expresan a través del baile, arte y música...
(Video de manifestaciones)
NARRADOR
(Voz en off)
Jóvenes que se asocian a ideas políticas...
Personas que se asocian de Acuerdo a sus ideologías

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT. CALLES. TARDE **4**

Se presenta las entrevistas realizadas a los integrantes de las tribus urbanas de la ciudad de Guayaquil.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT.HABITACIÓN. TARDE **5**

Se presentará lo más impactante de las entrevistas realizadas a los integrantes de las tribus urbanas: Punkero, gótico, emo, rockero, hip-hopero.

(Continua)

ENTREVISTA

(Voz en off)

(Una muchacha sentada en el piso
pensando depresivamente)

(Una joven emo frente
al espejo lo golpea)

(Video continuación de
Entrevista con la
Psicóloga)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT. EDIFICIO. TARDE

6

Entrevista a una integrante de la tribu urbana, una joven Emo. Se realizará una voz en off, y seguido de eso, vendrá el título del programa.

(Video entrevista a
Integrante de grupo emo)

NARRADOR

(Voz en off)

Tribus urbanas

3.3 Balance de Equipos

	COSTE UNIT.	CANTIDAD	COSTE TOTAL
CASSETTES MINIDV	\$5,00	3	\$15,00
TOTAL GASTO MAQ. Y EQUIPOS			\$15,00

Tabla 3.1: Balance de Equipos

3.4 Balance de Personal

	SALARIO MENSUAL	OCUPANTES DEL CARGO	TIEMPO DE CONTRATACIÓN	SALARIO
PRODUCTOR	\$75,00	1	1 MES	\$300,00
CAMARÓGRAFO	\$75,00	1	2 SEMANAS	\$150,00
EDITOR	\$75,00	1	1 SEMANA	\$75,00
TOTAL GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS				\$525,00

Tabla 3.2: Balance de Personal

3.5 Funciones del Personal

Las personas que intervienen en el documental, cumplen tareas específicas como:

Productor:

- Conseguir al personal necesario
- Conseguir locaciones
- Dirección del documental
- Redacción del guión
- Iluminación

Camarógrafo:

- Manejo de la cámara
- Manejo del equipo de audio
- Iluminación

Editor:

- Edición del material
- Crear efectos especiales

3.4. Localización

Nuestra oficina se encontraría ubicada en el sector norte de Guayaquil, específicamente en el Edificio Las Cámaras de la ciudadela Kennedy Norte.

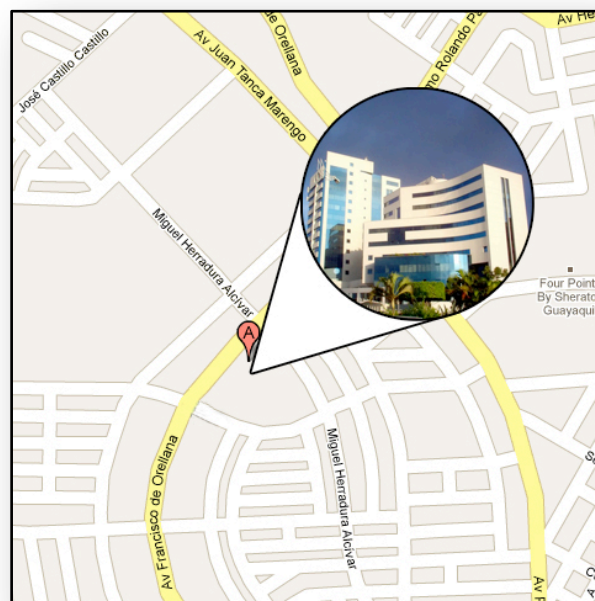
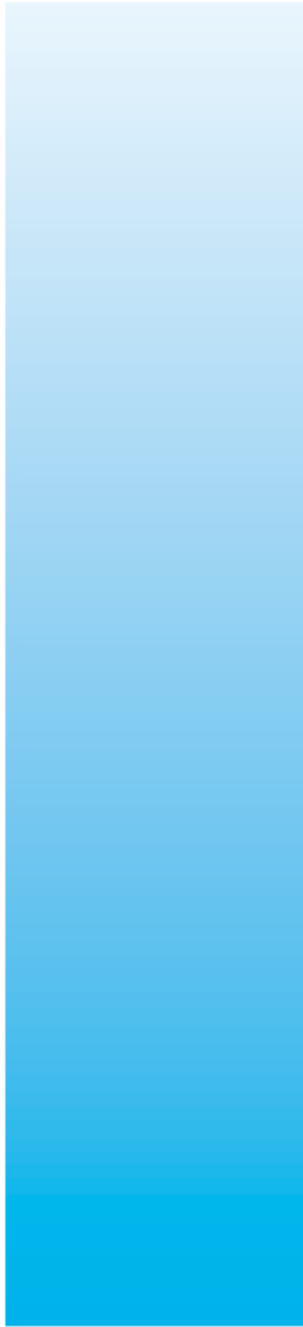


Figura 3.1 Localización del Proyecto



CAPÍTULO 4
ESTUDIO DE PRESUPUESTO

4. ESTUDIO DE PRESUPUESTO

4.1 Equipos de Oficina

Para la elaboración de este proyecto se requiere el siguiente equipo de oficina:

	COSTE UNIT.	CANTIDAD	COSTE TOTAL
CASSETTES MINIDV	\$5,00	3	\$15,00
TOTAL GASTO MAQ. Y EQUIPOS			\$15,00

Tabla 4.1: Equipos de Oficina

4.2 Gastos de Constitución

Entre los Gastos de Constitución que consideramos para la realización de nuestro proyecto están los siguientes:

	COSTE
Patente de piloto	\$6,00
Patente de Guión	\$4,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	\$10,00

Tabla 4.2: Gastos de Constitución

4.3 Gastos de Alquiler

Los gastos considerados por concepto de alquiler son los siguientes:

	ALQUILER MENSUAL	TIEMPO DE CONTRATACIÓN	ALQUILER ANUAL
VEHÍCULO	\$20,00	2 SEMANAS	\$40,00
ESTUDIO DE GRABACIÓN EQUIPADO	\$150,00	2 SEMANAS	\$300,00
OFICINA DE EDICIÓN EQUIPADO	\$150,00	1 SEMANA	\$150,00
TOTAL			\$490,00

Tabla 4.3: Gastos de Alquiler

4.4 Gastos de Publicidad

El gasto de publicidad se limita a las salidas de efectivo por concepto de publicidad dirigida a los canales escogidos en la muestra, que son un total de seis.

	FRECUENCIA/CANTIDAD ANUAL	COSTE UNIT.	COSTE TOTAL ANUAL
MEDIOS	6	\$2,00	\$12,00
TOTAL			\$12,00

Tabla 4.4: Gastos de Publicidad

4.5 Sueldos y Salarios

A continuación se detalla los sueldos y salarios del personal que integrará la empresa:

	SALARIO MENSUAL	OCUPANTES DEL CARGO	TIEMPO DE CONTRATACIÓN	SALARIO
PRODUCTOR	\$75,00	1	1 MES	\$300,00
CAMARÓGRAFO	\$75,00	1	2 SEMANAS	\$150,00
EDITOR	\$75,00	1	1 SEMANA	\$75,00
		TOTAL GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS		\$525,00

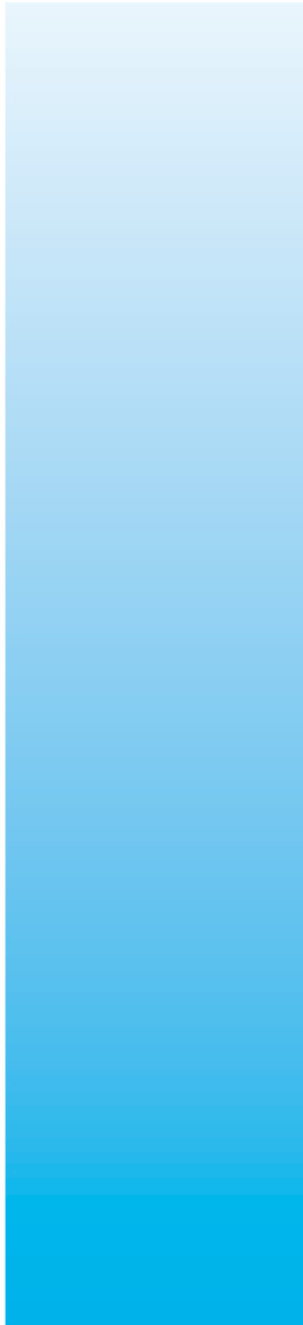
Tabla 4.5: Gastos de Sueldos y Salarios

4.6 Gastos

En base a los valores antes detallados se presenta el siguiente cuadro resumen:

GASTOS DE MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$15,00
GASTOS DE CONSTITUCION	\$10,00
TOTAL GASTOS INV. INICIALES	\$25,00
GASTOS DE SUELDOS Y SALARIOS	\$525,00
GASTOS DE ALQUILER	\$490,00
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$12,00
TOTAL GASTOS OPERATIVOS	\$1.027,00

Tabla 4.6: Resumen de Gastos



CAPÍTULO 5 **CONCLUSIONES Y** **RECOMENDACIONES**

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

En este proyecto se realizó una exhaustiva investigación de todos los aspectos concernientes a la implementación de un documental sobre tribus urbanas de la ciudad de Guayaquil. Abarcamos desde la presentación de los antecedentes históricos de nuestro tema hasta la situación actual del sector al que estamos enfocados.

Realizamos además, un estudio de mercado que nos permitió conocer tanto las preferencias como las necesidades de nuestro grupo objetivo y determinar las temáticas que mayormente buscan.

Dentro del estudio investigamos a nuestros principales competidores, que son las productoras independientes ubicadas en la ciudad de Guayaquil y que dentro de su de servicios ofrecen la elaboración de documentales.

Pudimos constatar que de los canales encuestados el 50% opta por programas de realidad social, siendo este el porcentaje más alto, y además, un aspecto beneficioso para nuestro tema.

El 80% de los canales se muestran interesados en adquirir un documental.

El estudio técnico nos permitió conocer también cuáles son los requisitos y parámetros con los que debe contar el documental para ser aprobado.

En el estudio técnico se ha incorporado conceptos básicos que permitan conocer con claridad nuestro proyecto, detallando cada uno de los elementos que se encuentran dentro de la estructura del mismo.

De acuerdo a los datos recabados en el estudio financiero pudimos determinar la inversión aproximada que debemos realizar y la factibilidad económica del proyecto.

5.2 Recomendaciones

Es recomendable para la elaboración de un proyecto documental de temática social invertir tiempo y recursos al realizar un estudio profundo sobre el tema.

Además es esencial contar con la participación de Psicólogos y especialistas que permitan conocer aspectos más puntuales y una evaluación mas detallada del tema.

Se debe cubrir cada aspecto relacionado con las causas y los efectos del tema que se está estudiando para aportar una visión más amplia al proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

Libros consultados:

[1.] ¿Qué es eso de las tribus urbanas? – Raul Berzosa Martínez

[2.] Tribus urbanas; una guía para entender las subculturas juveniles de la actualidad
- María José Hooft

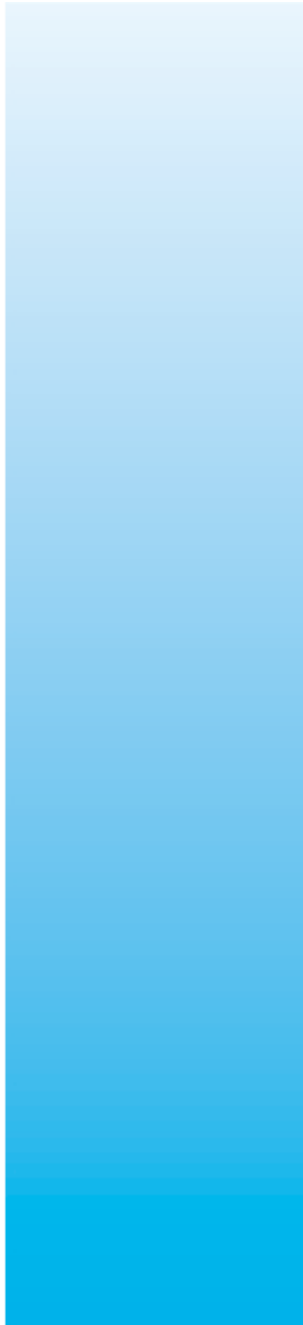
Páginas consultadas en Internet:

[1.] <http://dtribusurbanas.wordpress.com/>

[2.] <http://www.eeducador.com/col/contenido/contenido.aspx?catID=104&conID=1485>

[3.] <http://www.thewildchildren.com/hate-post/desenmascarando-a-mariela-viteri-y-sus-tribus-urbanas/>

[4.] <http://es.wikipedia.org/wiki/Subcultura>



ANEXO
GUIÓN

Tribus Urbanas

Escrito por:

Lorraine Chedraui

Diana Ortega

Juan Carlos Calderón

1.- Pitch

Develar los hitos de las tribus urbanas.

2.- Sinopsis

En un documental de 30 minutos de duración. Se definirá el concepto de tribus urbanas, abarcando el grupo de individuos que se unen conforme a una ideología. Es así como por medio de archivos, ilustraremos sobre los inicios de esas culturas. El origen de las mismas y los cambios que han surgido durante las últimas décadas.

Se realizarán entrevistas a personas integradas a esas comunidades, lo cual permitirá crear hipótesis acerca de sus ideas y comportamientos frente a la sociedad.

El punto a partir es la ciudad de Guayaquil, donde se listarán los grupos más predominantes, así realizaremos entrevistas a: Emos, punkeros, góticos, rockeros, skaters, rastafaris y reguetoneros. Además contaremos con la opinión experta de psicólogos, quienes nos darán una constancia del por que el comportamiento de ciertos individuos que encarnan los integrantes de las tribus urbanas.

Al final se tratará de comprobar la existencia de tales grupos, además de cuan cierto son los mitos que circulan sobre ellos.

3.- Tratamiento

La información planteada se distribuirá en tres partes fundamentales: Presentación del problema, desarrollo y solución, donde se incluirá una conclusión acerca de las tribus.

Se realizarán entrevistas a personajes de tribus urbanas, y psicólogas, capacitadas en esta área.

Habrá dramatizados, donde se tratará de encarnar los problemas más sobresalientes acerca de las tribus urbanas.

El narrador (voz en off) es quien guiará el orden dentro del documental el contenido.

Utilización de granulado en ciertos dramatizados, así como la acentuación de los colores oscuros. En formato estándar.

Las seis primeras escenas servirán como sintaxis entre paréntesis. Además de ser el tráiler de promoción.

4.- Guión

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

1

Chicos que están interactuando entre sí. En la universidad, salida del colegio, en sus estudios... Se mostrará la mayoría de actividades a las que está sujeto un joven adolescente.

NARRADOR

(Voz en off)

¿Conoce usted las actividades
sus hijos?

¿Qué es lo que desean?

¿Con quienes se relacionan?

(Videos de jóvenes saliendo
reunidos realizando
diferentes actividades)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT.HABITACIÓN. TARDE

2

Se mostraran videos de diversas subculturas, eso incluye a jóvenes que salen a discotecas, bailes y se juntan con otros grupos de diversos pensamientos culturales.

NARRADOR

(Voz en off)

Grupos de adolescentes
con temas afines

FADE OUT

CORTE A:

(Continua)

FADE IN

INT. CALLES. TARDE

3

Para representar a los integrantes de tribus urbanas de Guayaquil, se presenta un dramatizado de los mitos más relevantes que circula acerca de ellos.

NARRADOR

(Voz en off)

A muchos los relacionan con
el satanismo y muerte

(Imágenes sobre alcohol
Y drogas)

¿Qué hay acerca del alcohol y
las drogas?

NARRADOR

(Voz en off)

Jóvenes que se integran a
pandillas..

(Video de jóvenes hip hiperos
realizando diferentes
actividades: Graffiti,
breakdance y música)

NARRADOR

(Voz en off)

Y quienes se expresan a
través del baile, arte y
música..

(Video de manifestaciones)

NARRADOR

(Voz en off)

Jóvenes que se asocian a
ideas políticas..
Personas que se asocian de
Acuerdo a sus ideologías

FADE OUT

CORTE A:

(Continua)

FADE IN

INT. CALLES. TARDE

4

Se presenta las entrevistas realizadas a los integrantes de las tribus urbanas de la ciudad de Guayaquil.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT.HABITACIÓN. TARDE

5

Se presentará lo más impactante de la entrevista realizada a la psicóloga acerca de los integrantes de las tribus urbanas.

ENTREVISTA

(Voz en off)

(Una muchacha sentada en el piso pensando depresivamente)

(Una joven emo frente al espejo lo golpea)

(Video continuación de Entrevista con la Psicóloga)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT. EDIFICIO. TARDE

6

Entrevista a una integrante de la tribu urbana, una joven Emo. Se realizará una voz en off, y seguido de eso, vendrá el título del programa.

(Video entrevista a Integrante de grupo emo)

(Continua)

NARRADOR
(Voz en off)
Tribus urbanas

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

7

Jóvenes de diversas culturas sociales, e ideologías
conversando entre sí. Muchachos de colegios y
universidades saliendo de sus instituciones
correspondientes.

NARRADOR
(Voz en off)

Los cambios sociales,
políticos e ideológicos a
través del tiempo, han dado
pie al surgimiento de nuevas
tribus urbanas...

(Video de jóvenes en la calle
con diferentes tendencias de
moda, que los identifique
como tribus urbanas)

Pero... ¿A qué denominamos
tribus urbanas?

(Video de rockeros, emos,
rastafaris, punkeros)

Por lo general son grupos de
personas que eligen un género
musical y de acuerdo a sus
ideologías y objetivos
adoptan una forma de vida
distinto.

(Videos de calles de
Guayaquil, grupos musicales)

Así muchos se visten de una
forma determinada, otro se
comportan de manera radicales
hacia las tendencias
culturales.

(Video entrevista con la
Psicóloga)

(Continua)

NARRADOR

(Voz en off)

Las tribus urbanas no es nada
más que la búsqueda de los
jóvenes por aquella identidad
tan añorada

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES . TARDE

8

Se describe sobre los orígenes de los góticos. Los videos que ilustrarán, serán: Antiguas bandas musicales que hasta hoy perduran, como los géneros del rock, y otros nuevos que se han adaptado a los cambios sociales.

NARRADOR

(Voz en off)

Algunos grupos se juntan por
sentirse identificados por
las mismas tendencias, modas
y pensamientos que él

(Video entrevista a Gótico)

NARRADOR

(Voz en off)

Fueron denominados los
"nuevos románticos", pues su
cultura nació del
Romanticismo del siglo XIX

(Imágenes documentadas del
siglo XIX en que Lord Byron
contaba historias en la
oscuridad)

(Continua)

NARRADOR

(Voz en off)

Comúnmente se los asocia con los ritos satánicos, muerte y depresión.

(Video representativo de góticos "realizando ritos satánicos")

(Video de entrevista a joven Gótico, donde indica como son estereotipados por las sociedad común, y sobretodo son algunas veces rechazados)

NARRADOR

(Voz en off)

Son los góticos

(Video de góticos en la ciudad de Guayaquil)

(Video entrevista a Psicóloga, hablando sobre El comportamiento de los góticos)

(Video sobre conjuntos musicales de góticos)

NARRADOR

(Voz en off)

A medida que la subcultura se iba estableciendo, la conexión entre lo gótico y la ficción de terror se convirtió en casi un cliché

(Continua)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT. LOCACIONES. TARDE

9

Varias representaciones de los grupos góticos y como han influenciado al mundo actual. Entrevista a joven gótico y a la Psicóloga especialista en tratar a estos jóvenes.

NARRADOR
(Voz en off)

Muchos góticos aparecían como protagonistas en películas de terror.

(Cortesía de película
el cuervo)

NARRADOR
(Voz en off)

Por ejemplo, El cuervo tomaba directamente elementos del estilo y la música gótica.

(Portadas de películas
llevadas a la gran pantalla
por Tim Burton)
Las películas de Tim Burton

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT. LOCACIONES. TARDE

10

Entrevista al joven gótico, el cual no hablará sobre los ideales de su subcultura, y una conclusión por parte de la psicóloga

(Continua)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT. LOCACIONES. TARDE

11

Formará parte un rockero, el cual nos dará su punto de vista acerca de su tribu urbana, además de contar con la opinión de la psicóloga quien no develará el por qué de ciertos comportamientos.

NARRADOR

(Voz en off)

Algunas tribus son más
intolerantes que otras, y
muchas suelen ser
categorizadas como violentas

(Video de concierto de
rockeros)

(Video entrevista a la
psicóloga, quien nos dará su
diagnóstico acerca del
comportamiento erróneo de
ciertos personajes)

NARRADOR

(Voz en off)

Rockero
es la palabra con la que se
designa al individuo que
escucha y prefiere música del
género rock

(Video entrevista a joven
rockero)

FADE OUT

CORTE A:

(Continua)

FADE IN

INT. LOCACIONES. TARDE

12

Se describe acerca de los rockeros, desde sus orígenes por medio de videos documentados para poder ilustrar los que la voz en off va relatando. Se incluirá el análisis de la psicóloga invitada, además de la entrevista a un rockero universitario.

NARRADOR

(Voz en off)

Aunque no necesariamente,
existe un margen de edad
dentro del cual suele verse
comprendido este colectivo,
sus miembros son predominantemente
jóvenes de entre 15 y 30 años

(Video de entrevista
a un rockero)

ENTREVISTADO

(Voz over de rockero)

(Video de interacción con
Otras comunidades)

NARRADOR

(Voz en off)

Todos tienen en común
la idea de darle
un sentido a la música
que se escucha,
hecho que no respetan
ni promueven las
anteriores tribus urbanas

NARRADOR

(Voz en off)

En general tienen poco
respeto por la religión organizada,
aunque también son
clasificados como satánicos

(Continua)

(Video descriptivo de
satanismo)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT. LOCACIONES. TARDE

13

Se hablará de las características más predominantes del grupo. La vestimenta y otros hitos en contra de su tribu.

NARRADOR

(Voz en off)

Muchos son identificados
Por su forma de vestir,
en especial los adolescentes,
acostumbran vestir con remeras negras
o de colores oscuros con grandes
estampados de sus grupos preferidos

(Video de jóvenes rockeros
Que pasean constantemente
Por las calles de
Guayaquil)

NARRADOR

(Voz en off)

Aunque también se los señala
Como bebedores y otros
Como drogadictos

(Video de entrevista a un
Rockero, quien nos despejará
De dudas acerca
De los hábitos de los rockeros)

(Videos de entrevista a la
psicóloga)

FADE OUT

CORTE A:

(Continua)

FADE IN

INT. LOCACIONES. TARDE

14

Ahora se tratará el tema de los emo, como introducción se hablará de la problemática social y el tema que constantemente circula y es de los cortes efectuados en su piel a causa de la depresión.

NARRADOR

(Voz en off)

Los Emo también tienen
Un largo historial de mitos

Los cortes

El lesbianismo y

la homosexualidad

Ser delgados

Agredirse

(Imágenes de cada mito

Dicho por el narrador)

(Video entrevista a un
Integrante de un grupo emo,

El cual pondrá en claro

Si estos mitos

Se dan en todas sus comunidades)

NARRADOR

(Voz en off)

Congregados en diferentes

Comunidades...

Surgen a en los años 80,
derivados de la música punk.

(Video de músicos punk
vs grupos musicales emo)

NARRADOR

(Voz en off)

La palabra "emo" viene de
Emotional hardcore music.

Actualmente su música
es más comercial

(Continua)

NARRADOR

(Voz en off)

Aunque muchos se relacionan más
con la música, hay otras que
personas que se consideran "emo",
fuera del ámbito musical,
son personas que se basan en
la exaltación de las emociones

(Video de emo representativo:
Deprimido en su habitación)

(Video de entrevista a
Psicóloga, que nos hablará
De la patología y carencias
De ciertos jóvenes que
Integran esta tribu
urbana)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

INT. LOCACIONES. TARDE

15

Se detallará las características de los emo. Se contará con una entrevista a una integrante, quien no expondrá acerca de las ideologías que tienen en su comunidad correspondiente.

NARRADOR

(Voz en off)

Este grupo parece tomar más
Fuerza entre jóvenes
Entre 12 y 15 años

(Imágenes de vestimenta
De emos)

Se distinguen por el
Estilo de ropa que
Utilizan.
Prendas muy ajustadas
Generalmente de color negro
O colores fríos

(Continua)

NARRADOR

(Voz en off)

Así se mezclan en las calles
De la ciudad con una
Apariencia
Sombria y triste

(Video de jóvenes emo
transitando por las calles
de Guayaquil)

NARRADOR

(Voz en off)

Se autodefinen como
Depresivos
Antisociales
E incomprensidos

(Video entrevista con
Integrante de grupo emo)

(Video entrevista con
La psicóloga)

ENTREVISTADO

(Voz en off de psicóloga)

(Imágenes de jóvenes
Que no se sienten
Fuera de lugar)

NARRADOR

(Voz en off)

Lo que hace que los
Jóvenes inicien este tipo
De movimientos
O tribus urbanas
Es la necesidad que
Sienten de expresarse
Y ser escuchados

(Video de congregación de
Jóvenes afuera del
Centro comercial San Marino)

FADE OUT

CORTE A:

(Continua)

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

16

Toma desde carro en movimiento de calles y personas sentadas en la acera.

NARRADOR

(Voz en off)

Hip Hop /Raperos

Esta tribu urbana presente en
nuestro país

Tuvo sus inicios en los años
70 en las ciudades

hispanoamericanas y africanas
de Estados Unidos.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

17

Jóvenes con ropas características practicando breakdance.

NARRADOR

(Voz en off)

Las calles del Bronx, Queens
y Brooklym fueron la cuna de
este estilo que nació como
forma de protesta buscando
expresar a través del baile
sus pensamientos, ideas y
sentimientos.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. NOCHE

18

Jóvenes con ropas características sentados en grupo en las aceras, paredes con graffittis y jóvenes rapeando.

(Continua)

NARRADOR

(Voz en off)

En nuestro país este género
apareció en los años 90.
Haciéndose presente con su
ramificación artística, el
graffitti
Y su elemento musical que es
el rap.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

19

Jóvenes en las calles haciendo graffittis y conversando,
personas bailando reggaeton, cantantes en tarimas.

NARRADOR

(Voz en off)

La presencia de este género
basado principalmente en la
música como su mayor forma de
expresión se vio influenciada
con otros géneros,
fusionándose en un mismo
grupo.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

20

Entrevista a David Zarango, videos cantantes de hip hop,
raperos y reggaetoneros.

(Video de cantantes de hip
hop)

(Continua)

DAVID ZARANGO

(Voz over)

"Es una sola cultura, todo se viene de una sola rama, el rap y el hip hop es lo mismo, y el reggaeton se sale un poco de eso, es la mezcla de géneros un poco de hip hop, un poco lo que es jamaicano, es una mezcla de géneros"

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

21

Jóvenes en las calles haciendo graffittis y conversando.

NARRADOR

(Voz en off)

En sus inicios este género contó con la participación de cantantes de talla internacional como el rapero Gerardo Mejía.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

22

Jóvenes en las calles haciendo graffittis y conversando.

NARRADOR

(Voz en off)

Actualmente quienes forman parte de esta tribu urbana disfrutan de nuevas mezclas musicales de varían de la letra de protesta e incorporan letras mas sexuales y en algunos casos, románticas.

(Continua)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

23

Jóvenes en las calles haciendo grafitis y conversando.

NARRADOR

(Voz en off)

No solo es la música, el
bailes y el rapeo con
contenido de protesta sino
también una subcultura
visible en la vestimenta, la
ideología y la personalidad
de sus integrantes.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

24

Entrevista David Zarango, chicos mostrando vestimenta.
MIN. 09:18 - 09:46

(Video entrevista a David
Zarago

"En si lo que es el hip hop,
la gente mas se caracteriza
por vestir, tener ropa
holgada, sentirse fresco,...
pantalones anchos, ... sentirse
bien consigo mismo")

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

25

Chicos mostrando vestimenta.

(Continua)

NARRADOR

(Voz en off)

En la sociedad la vestimenta
característica puede causar
prejuicios sobre esta tribu
urbana.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

26

Entrevista David Zarango, chicos con la vestimenta de
raperos siendo acosados.

(Video entrevista
MIN. 00:28 - 00:35

"Uno se viste así porque se
siente bien... no es porque
pertenece a una nación o a
una pandilla ni nada de eso")

(Video entrevista
MIN. 02:43 - 03:04

"Simplemente la vestimenta es
sensación de comodidad... pero
que mas le vamos a hacer")

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

27

Entrevista David Zarango, chicos con la vestimenta de
raperos siendo acosados.

(Continua)

NARRADOR

(Voz en off)

Mucho se ha relacionado a los integrantes de esta tribu urbana con miembros de pandillas, lo que hace que existan muchas veces discriminación por su vestimenta y gustos.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. NOCHE

28

Jóvenes peleando

NARRADOR

(Voz en off)

Esto se da principalmente porque algunas pandillas toman letras de canciones como himnos para atacarse entre si.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. NOCHE

29

Jóvenes peleando

NARRADOR

(Voz en off)

Por este motivo, se desconoce de una amplia producción de canciones con mensajes positivos que alientan a la juventud a alejarse de los vicios como las drogas y el alcohol y a concentrarse en progresar en sus vidas.

(Continua)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. MAÑANA

30

Jóvenes practicando skate

NARRADOR

(Voz en off)

LOS SKATERS

Este grupo está caracterizado por el uso de patinetas y la práctica del deporte extremo que le da su nombre.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

31

Jóvenes practicando skate, y surfistas.

NARRADOR

(Voz en off)

Tuvo su origen en los años 60 en California Estados Unidos, como un derivado del surf.

En nuestro país aparece a finales de los 70 e inicios de los 80.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. MAÑANA

32

Jóvenes practicando skate

(Continua)

NARRADOR

(Voz en off)

Tuvo su origen en los años 60
en California Estados Unidos,
como un derivado del surf.

En nuestro país aparece a
finales de los 70 e inicios
de los 80.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

33

Jóvenes practicando skate

NARRADOR

(Voz en off)

Para quienes forman parte de
esta tribu urbana este
deporte es el fundamento
principal de sus reuniones
que en ciertos casos deben
realizarse en las calles
cuando no cuentan con un
espacio apropiado para
practicarlo

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

34

Jóvenes practicando skate

NARRADOR

(Voz en off)

En otros casos cuentan con un
área específica para realizar
este deporte para el cual
buscan usar pantalones y
camisetas grandes además de
los zapatos diseñados
especialmente para este
deporte.

(Continua)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

35

Jóvenes practicando skate

NARRADOR

(Voz en off)

En ocasiones los integrantes de esta tribu urbana se vuelven herméticos con respecto a otros grupos en la sociedad.

Por este motivo muchas veces se crean prejuicios sobre su comportamiento cerrado y muchas veces se le atribuye su conducta al uso de drogas como la marihuana.

CORTE A:

EXT. LOCACIONES. TARDE

36

Jovenes practicando skate

NARRADOR

(Voz en off)

Desde sus inicios hasta la actualidad esta tribu urbana se ha basado en la práctica de este deporte.

El cambio más significativo ha sido en su vestimenta que no solo se usa por los integrantes de este grupo sino que ha sido adoptada como moda en la juventud.

FADE OUT

CORTE A:

(Continua)

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

37

Jóvenes practicando skate

NARRADOR

(Voz en off)

Los prejuicios que pudieran existir sobre esta subcultura están basados en el desconocimiento sobre la misma ya que son aspectos que se dan en los jóvenes sin que formen parte de una agrupación en particular.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

38

Jóvenes escuchando música, la vestimenta característica e imágenes de las bandas de punk.

NARRADOR

(Voz en off)

PUNKEROS

Esta subcultura se originó a mediados del los años 70 basándose principalmente en el género musical derivado del rock con bandas tales como -se menciona las mas destacadas-.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

39

Jóvenes escuchando música

(Continua)

NARRADOR

(Voz en off)

En el Ecuador esta tribu hace su aparición a finales de los años 80 como una expresión musical, que actualmente trasciende a lo ideológico.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

40

Entrevista a julio Mayorga, imágenes de carácter social.

(Video entrevista a Julio Mayorga parte 6 min 08:18 - 09:02 y parte 7 min 09:10 - 09:52 donde habla sobre el contenido de la letra de las canciones)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

41

Entrevista a julio Mayorga, imágenes sobre detalles de la vestimenta.

NARRADOR

(voz en off)

Desde sus inicios hasta la actualidad han existido varios cambios en especial en la apariencia de esta subcultura.

(Video entrevista a Julio Mayorga)

(Continua)

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

42

Entrevista a julio Mayorga

(Video entrevista a Julio
Mayorga parte 3 min. 00:22 -
00:50 y parte 5 min. 04:28 -
04:53)

NARRADOR

(Voz en off)

Así como en otras tribus
urbanas, existen prejuicios
referentes a la personalidad
de los integrantes de de este
grupo.

Sin embargo muchos de ellos
son producto del
desconocimiento sobre la
verdadera ideología de un
punkero, que basa su interés
e intenta comunicar a través
de su música su opinión sobre
aspectos sociales de la
comunidad.

FADE OUT

CORTE A:

FADE IN

EXT. LOCACIONES. TARDE

43

Imágenes de los entrevistados y sus comportamientos.

NARRADOR

(voz en off)

Las tribus urbanas o también
denominadas comunidades
juveniles, son una realidad
social que se basa en el
deseo básico de toda persona

(Continua)

a sentirse parte de un grupo
con el que comparte una
ideología.

Existen infinidad de tribus
que continuarán evolucionando
con el paso del tiempo y que
deberán afrontar los
prejuicios de la sociedad.

Sin embargo es necesario
puntualizar que las acciones
de una persona deben
analizarse de manera
individual, puesto que el
hecho de pertenecer a un
grupo, no implica que aquella
persona esté forzada a tener
una conducta en específico.

Casos como la dependencia a
las drogas, o una conducta
autodestructiva no se
encuentra enmarcada en la
pertenencia a un grupo.

FIN