

Proyecto de Diseño e Implementación de un Documental sobre Tribus Urbanas en la Ciudad de Guayaquil

Lorraine Tonika Chedraui Aguirre, Juan Carlos Calderón Vaca, Gladys Diana Ortega Molina
Escuela de Diseño y Comunicación Visual
Escuela Superior Politécnica del Litoral - ESPOL
Campus "Las Peñas" Malecón 100 y Loja. Código Postal. Guayaquil, Ecuador
ltonika87@aol.com,jcbaterinho_85@hotmail.com,diana_rodial@hotmail.com
Edgar Salas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Ingeniero, edgars110@ymail.com

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. Dichas comunidades están formadas en su mayoría de personas jóvenes dentro de los trece a treinta y cinco años de edad, que comparten un gusto por alguna actividad o sienten afinidad hacia un tipo de música en especial. Tienen sus inicios a mediados de la década de los sesenta, mayormente influenciados por Estados Unidos donde se originaron muchos de estos movimientos.

Con el pasar del tiempo se ha incrementado la existencia de más comunidades en nuestra sociedad debido a factores sociales e innovaciones dentro de la música y tecnología.

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 realiza el proyecto.

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

Palabras Claves: *tribus urbanas*

Abstract

In our city different youthful communities also denominated urban tribes exist, formed for diverse reasons between which we can indicate the necessity to belong to a group. These communities are formed in their majority of young people within the thirteen to thirty and five years old, that share a taste by some activity or especially feel affinity towards a type of music. They have its beginnings in the middle of the Sixties, mainly influenced by the United States where many of these movements were originated.

Over the years the existence of more communities in our society due to social factors and innovations within music and technology has been increased.

There is a big ignorance about these groupings causing prejudices and stereotypes about them, that is why it is necessary that de public take consciousness about this social phenomenon and look for know more about it, this is the fundamental reason to make this Project.

Our purpose is to present, through the opinion and knowledge of specialists and members of the urban tribes, about how they really are and in that way clarify missed concepts on these groups.

Keywords: *urban tribes*

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.

El crecimiento de las comunidades o tribus urbanas se debe mayormente a que ha existido innovación en especial dentro de la música, tecnología, los estilo 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 llegar a ser parte de estos grupos, qué 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.

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, 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.

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 proveerá 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 televisión dispuesto a comprar nuestro documental y de esta forma ver la factibilidad de realizarlo dependiendo de las preferencias de dichos canales.

Para obtener la información necesaria recurriremos 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, en total 24 canales.

2.4.2 Definición de la muestra. De los 24 canales, 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.



Figura 1. Logotipos canales de televisión

2.5 Análisis de Resultados

Para obtener información recurrimos a encuestas que 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, las mismas que arrojaron los siguientes resultados:

2.5.1. 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.



Figura 2. Temática de Programación

2.5.2. 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.



Figura 3. Temática de Preferencia

2.5.3 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.

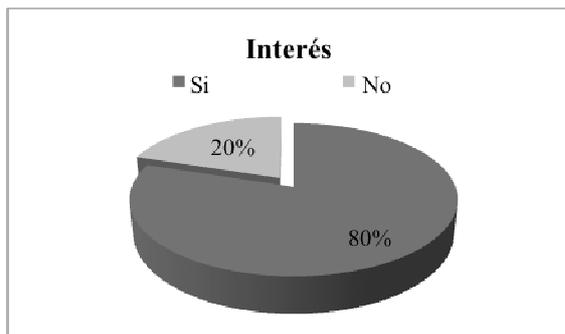


Figura 4. Interés en documental

2.5.4 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.



Figura 5. Parámetros de aprobación

2.5.5 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.

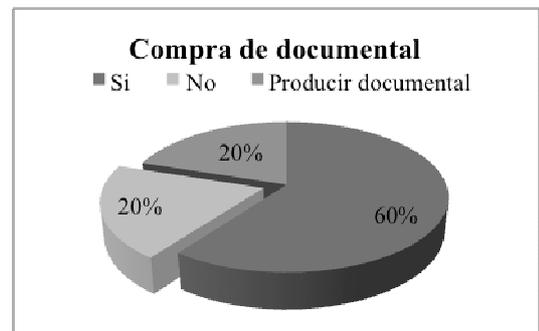


Figura 6. Compra de documental

2.5.6 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.

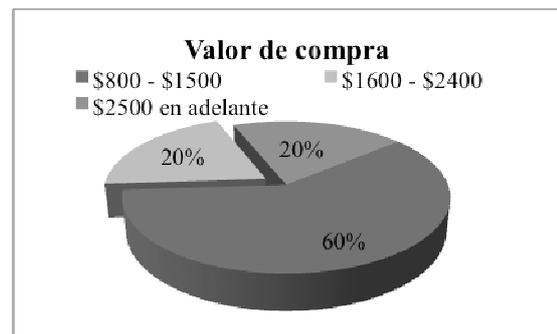


Figura 7. Pago por documental

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.

5. Agradecimientos

A la Psicóloga Tina Zerega – Docente Universidad Casa Grande (UCG), por concedernos su entrevista para el proyecto documental.

Al Ing. Edgar Salas, director de tesis, por su ayuda, comprensión y por habernos dado las herramientas necesarias para la elaboración de nuestro proyecto.

6. Referencias

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] Portal web sobre tribus urbanas <http://dtribusurbanas.wordpress.com/>.

[2] Foro de opinión sobre tribus urbanas: <http://www.eeducador.com/col/contenido/contenido.aspx?catID=104&conID=1485>.

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

[4] Enciclopedia virtual de consulta: <http://es.wikipedia.org/wiki/Subcultura>