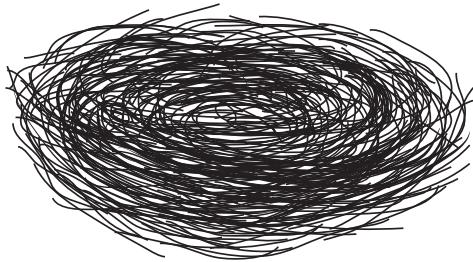




EDCOM
Escuela de Diseño y Comunicación Visual

Materia Integradora

REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES



INSTITUCIONALES

LIPRO

**Licenciatura en Producción
Audiovisual**

BRIEF

Tema:

IV Reencuentro de Ex-Alumnos de FCSH

Autores:

Angel Steeven Ibarra Chacón

Mario Gabriel Villavicencio González

Keylla Stephanie Sig-tu Rodríguez

Paralelo 2

Año 2017

Firma del Profesor

.....

RESUMEN

La Facultad de Ciencias Sociales y Humanística gracias a su capacidad de desenvolverse con énfasis en liderazgo y responsabilidad social toma en acción primordial el lazo con sus ex-alumnos, frente a la poca interacción recibida durante los últimos eventos realizados actúa de manera creativa y analizando su proceso de interacción realiza un cambio de realización y difusión tomando en cuenta la problemática.

Es por ello que surge la necesidad de realizar un producto audiovisual de una manera informal, donde se logra un vínculo más humanístico entre la FCSH y sus ex-alumnos graduados, la cual consta de cápsulas audiovisuales, en donde profesores icónicos de la FCSH son partícipes actores y envían su invitación para la asistencia al evento.

Enmarcada como una investigación participativa dentro de FCSH, empleando técnicas de Producción audiovisual, las mismas que se desarrollaron de manera conjunta por etapas. Para su finalización se tuvo que implementar diferentes software de edición, herramientas fundamentales, como son; Adobe Premiere, After effects, Illustrator, aprendidas durante el transcurso de la carrera.

De esta manera se pudo finalizar como un video institucional, que está acorde a la demanda de atención, para ex-alumnos graduados que no reconocen la invitación tradicional y a aquellos que sienten la necesidad de ir a un evento donde, la informalidad y variedad de contenido que el anfitrión del evento puede ofrecer.

Contenido:

INTRODUCCIÓN -Introducción al tema, audiencia, duración, storyline	7
OBJETIVO GENERAL	9
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	9
MARCO TEÓRICO: Investigación primaria, equipo de producción, target, canales de difusión, presupuestos.	10
METODOLOGÍA Procesos de producción pre-pro-post.	14
ACTIVIDADES/CRONOGRAMA DEL PROYECTO Flujo de trabajo, cronograma.	20
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	22
REFERENCIAS	24
BIBLIOGRAFÍA	25
ANEXOS	26



INTRODUCCIÓN

El encuentro de Graduados en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas [FCSH] es un evento anual que se desarrolla con la finalidad de fomentar la integración de los graduados con las actividades y beneficios que dicha facultad ofrece a sus estudiantes.

En el momento que los estudiantes llegan a la fase final de su carrera, y el período de graduación es concluido, los alumnos en su mayoría optan por desligarse con cualquier vinculación con ESPOL y su facultad.

Una vez culminada la etapa de formación superior, los ex-alumnos tendrán la oportunidad de involucrarse y acceder a las múltiples actividades que la FCSH da a ofrecer.

Debido a que, en las integraciones que se realizan anualmente existe un déficit de estudiantes, los cuales no están de acuerdo en participar o asistir a este tipo de eventos, en vista de esto se ha realizado una campaña audiovisual, en donde se invita de una manera informal a los ex-alumnos politécnicos. Un video institucional a base de capsulas, que se mostrará semanalmente por redes sociales, creando así semana a semana una expectativa que incentive al graduado a acudir al evento propuesto en noviembre del presente año.

En las cápsulas de expectativa, se muestra a profesores icónicos de la facultad desde una perspectiva diferente al que el alumno se acostumbró a verlo durante su largo período estudiantil, tratando así de romper paradigmas de relación profesor-alumno, y acudiendo al evento para descubrir esa parte humanística que muchas veces los alumnos no tuvieron la oportunidad de conocer.

AUDIENCIA

El video institucional está dirigido hacia los egresados de la FCSH, aquellos que están dispuestos a acudir al evento y a los ex-alumnos que por su disponibilidad de tiempo no pueden acudir a estas reuniones que ofrece la FCSH.

Incluyendo aquellos egresados, que no les genera algún tipo de atención esta clase de eventos institucionales.

Por ello se trata de reforzar mayormente el vínculo entre los ex-alumnos y la institución, para asegurar su asistencia.

DURACIÓN

La producción del producto fue llevada a cabo en un periodo de cuatro meses, los cuales fueron organizados en fases de tiempo en: pre-producción, producción, post-producción.

La producción de esta campaña audiovisual es dividida en dos etapas de presentación, como lo son:

Expectativa y Promocional.

Contando con 4 piezas audiovisuales para cada una de estas, el tiempo asignado a las piezas de expectativa es un máximo de 30 segundos y 2 minutos para los videos promocionales respectivamente.

STORYLINE

Seis profesores icónicos de la FSCH, participan en la realización de cuatro cápsulas audiovisuales, donde se muestra una faceta distinta al profesor convencional, mostrando su lado humanístico y rompiendo el típico paradigma entre la relación alumno-profesor relacionado con el arte, el deporte y la música.

OBJETIVO GENERAL

Captar la atención de los ex-alumnos graduados de la FCSH, mediante cápsulas audio-visuales, donde los profesores icónicos de la FCSH invitan a los egresados a participar en el evento anual de la facultad.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Bocetar ideas premilitares aceptadas en reuniones con la coordinadora del evento mediante un storyboard
- Filmar contenido audiovisual para su respectivo montaje.
- Elaborar piezas audiovisuales promocionales de calidad para fomentar las actividades de la FCSH.

MARCO TEÓRICO

INVESTIGACION PRIMARIA

Debido a un déficit de asistencia de ex-alumnos en eventos anuales realizados, muestran que la elaboración de una invitación enviada de manera local, usando medios internos de difusión, no han resultado ser campañas con un grado alto de efectividad.

Puesto que, una campaña de difusión es un plan estratégico para promover un tema un producto o una marca, el trato que venía manejando sostenía una invitación interna sin un llamado de atención importante.

En vista de esto, el uso de redes sociales y canales de difusión masivos, son medios que prometen un alto nivel de eficiencia.

En relación a eventos de integración a sus graduados en otras universidades, se tiene presente que este tipo de campaña es tratada de manera reservada y existe poco conocimiento de aquello ya que en sus páginas y redes sociales no se presenta tal información.

Por consiguiente, la difusión de cápsulas audiovisuales en las cuales se vean como protagonistas a profesores icónicos de la FCSH, desde el punto de vista del hobby que le gusta realizar, es una manera innovadora de centrar la atención del ex-estudiante graduado en el evento anual realizado por la facultad en noviembre.

Teniendo así a un egresado, con cierto grado de interés en el evento y su probabilidad de asistencia se verá incrementado.

EQUIPO DE PRODUCCIÓN (Equipo humano)

Dirección General

- Mario Villavicencio

Productor

- Angel Ibarra

Realizadores

- Angel Ibarra, Mario Villavicencio, Keylla Sig-tu

Pre-Producción

- **Investigación**
Angel Ibarra
- **Scouting**
Keylla Sig-tu
- **Guión**
Mario Villavicencio
- **Plan de rodaje**
Angel Ibarra

Producción

- **Director de fotografía**
Mario Villavicencio
- **Sonidista**
Angel Ibarra
- **Operador de cámara**
Angel Ibarra

Post-Producción

- **Edición y Montaje**
Mario Villavicencio
- **Colorización**
Angel Ibarra
- **Musicalización**
Keylla Sig-tu

EQUIPO DE PRODUCCIÓN (Equipo técnico)

Equipo	Detalle
● 2 Cámaras	● Nikon d5500 ● Canon 60D
● 4 Lentes	● Lente 35mm ● Lente 50mm ● 2 Lentes 18-55mm
● Trípode	● Manfrotto
● Grabador de audio	● Zoom H6
● Power bank	● Aukey 20000mah
● 4 Memorias SD	● Lexar 150mb/s
● Hard disk	● Western Digital 1tb
● Lavalier	● Audio-Technica ATR3350

TARGET

Nuestro proyecto va dirigido a los Ex-alumnos de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas que por algún motivo han dejado atrás el vínculo con la Universidad.

CANALES DE DIFUSIÓN

Este proyecto será proyectado a través de redes sociales presentado en manera de cápsulas divididos en expectativas y promocionales.

PRESUPUESTO

Equipo técnico	Cantidad	Total(día)
● Video		
Nikon d5500	1	\$750
Canon 60D	1	\$800
Lente 35mm	1	\$200
Lente 50mm	1	\$220
Lente 18-55mm	2	\$150
Manfrotto mkcompactadv-bk	1	\$80
● Audio		
Zoom h6	1	\$350
Lavalier Audio-technica	1	\$30
Total		\$2580

Gastos varios	Precio	Cantidad	Total
● Transporte			
Toda la Producción	\$36	3	\$108
● Alimentación			
Director	\$10	36	\$360
Productor	\$10	36	\$360
Sonidista-Camarógrafo	\$10	36	\$360
● Vestuario			
Actores-Utilería			\$114,50
Total			\$1302,5

Equipo técnico	\$2580
Gastos varios	\$1302,5
Total(día)	\$3882,5

METODOLOGÍA

PRE-PRODUCCIÓN

La temática escogida para esta producción deja de lado la seriedad absoluta y se centra en dar a conocer el lado artístico y deportivo de cada personaje presentado en esta producción, pero es aquí donde se elige el límite de no-seriedad, porque si bien tenemos la aceptación de los personajes para usar su imagen esta no debe ser distorsionada de manera agresiva.

La asignación de personajes para cada situación es escogida y aceptada, una vez confirmado llega la toma de decisiones, los lugares a utilizar para la filmación son escogido y comienza el planteo de opciones secundarias, estar prevenido ante cualquier eventualidad es necesario y aun más cuando los personajes carecen de poco espacio en su agenda.

La utilización de escenarios externos a nuestra universidad conlleva una situación de alquiler y esto se debe definir desde este mismo punto de la producción.

El vestuario, objetos o instrumentos adicionales son muy necesarios debido a que marca el cambio de una situación normal todo esto y más fue necesario plantearlo desde el primer momento de la producción.

METODOLOGÍA

PRODUCCIÓN

En este punto del proyecto es donde se hacen los mayores de sus cambios, debido a que si se tenía algo establecido y detallado sobre papel, talvez no resulte como se tenía previsto y en ese caso hay que adaptarse.

Dentro de esta fase, ocurrieron situaciones de limitaciones de tiempo y fallas de logística, no solo por la planificación ni mucho menos el contenido a grabar, sino mas bien porque en la parte de desarrollo, fase donde se tuvo todo ordenado, este punto es cuando se da cuenta que la realización de dicho producto requiere de una alta demanda de tiempo y logística.

Como medida de prevención, se desarrollo la división del contenido de las diferentes cápsulas, adelantándonos y realizando la logística de la cápsula siguiente, mientras que si una no se realizó el día que tenía señalado, se procedía adelantar donde y cuando se iba a grabar la siguiente cápsula.

Como resultado de esta medida, se logró una franja de tiempo utilizada para colaborar de manera puntual a la post-producción de las cápsulas. Fue un proceso arduo pero satisfactorio, el desarrollar entrevistas con docentes que brindaron su apoyo a la facultad, satisfactorio por que los profesores implicados, en su mayoría, resultaron captar la idea de manera inmediata y tuvieron una visión general de la temática que se empleó en video final.

Al final de todo este proceso, se obtuvieron críticas constructivas, mismas que tuvieron integración al desarrollo y perfeccionamiento de la versión final de la campaña, siempre en la colaboración del director del proyecto, que llevaba un seguimiento continuo durante esta fase de producción.

METODOLOGÍA

PRODUCCIÓN

Sin duda alguna, los resultados previstos para esta fase fueron acertados en su mayoría, ya que por problemas de coordinación entre las actividades formativas de los protagonistas del video, se produjeron algunos inconvenientes, pero al final se pudo solucionar.

Dentro de la producción audiovisual, una de las partes mas importantes es la recolección del material que luego se podrá procesar en post-producción, es muy importante el saber que si no se realizan buenas tomas de cámara, su posición, la colocación de los elementos partícipes en el encuadre, y una debida composición de los sus elementos, será material y tiempo perdido.

Es por esto que se tuvo un debido cuidado en la tomas de decisiones para el registro audiovisual, tratando de sobrellevar los cambios que podían surgir en el desarrollo de la idea general del video, centrándose siempre en conservar la informalidad, pero sin caer en una manera que el profesor y la institución se vean afectados, evitando así la creación de un material ofensivo que pudo interferir en su narrativa.

A pesar de todo esto, hubieron fallas mínimas que terminaron en perdida para el proyecto pero que no fueron de mayor importancia, tales como, la adquisición de vestuarios y elementos visuales, que después de un análisis se llegó a la conclusión que no sería viable que tengan participación dentro de la composición del video final.



METODOLOGÍA

POST-PRODUCCIÓN

El montaje es manejado de manera diferente en cada capsula promocional, pero un factor común es la combinación de tomas ralentizadas y velocidad normal generando dinamismo y cuidando el enganche hacia el espectador, que con ayuda del personaje en pantalla causara un impacto mayor.

La colorización juega un papel importante en cada una de la capsulas ya que se muestran temáticas distintas y cuidando el tema y su objetivo podemos notar imágenes con una variación tonal del azul tanto en interiores como exteriores.

La utilización de un recorte del 30 por ciento de las imágenes fue un tema muy importante de decisión ya que al contar con este tipo de formato damos un aspecto fílmico y a nuestro favor ganamos en recuperación de tomas en las cuales se podría tomar la decisión de no aceptarlas.

Un trabajo de post-producción complicado debido a la elección de tomas, un trabajo de colorización en el cual se llega a notar un cambio drástico de imagen, pero todo esto es parte de esta realización y al poder cumplirla nos deja un buen resultado.



ACTIVIDADES/CRONOGRAMA DEL PROYECTO

	MAYO				JUNIO				JULIO				AGOSTO				SEP			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
PROCESO DE PRE - PRODUCCIÓN																				
<i>Elaboración de tesis y objetivos del proyecto.</i>																				
<i>Planteamiento de ideas generales y específicas.</i>																				
<i>Desarrollo del guión.</i>																				
<i>Reunion con altos directivos del Proyecto con las propuestas.</i>																				
PROCESO DE PRODUCCIÓN																				
<i>Recolección de materiales para la producción [vestuarios].</i>																				
<i>Reservación de estudio musical y equipos.</i>																				
<i>Grabación de 1era cápsula en estudio musical.</i>																				
<i>Agendar cita con 2do profesor, logística de un estudio.</i>																				
<i>Grabación de 2da cápsula en estudio.</i>																				
<i>Logística de estudio, para grabación de música capsula 3.</i>																				
PROCESO DE POST - PRODUCCIÓN																				
<i>Logística de canchas FCSH para cápsula 4.</i>																				
<i>Edición de 1era cápsula [expectativa, opening]</i>																				
<i>Edición de 3ra cápsula [expectativa, opening].</i>																				
<i>Edición de 2da cápsula [expectativa, opening]</i>																				
<i>Grabación y edición de 4 cápsula.</i>																				
<i>Renderizado de corte final y elaboración del brief</i>																				

CONCLUSIONES

La finalidad de este proyecto radica en captar la atención de ex-alumnos a través de la presentación de personajes destacados como profesores que poseen alto grado de reconocimiento por parte de los estudiantes egresados, bajo los términos y condiciones que conlleven a la participación dentro del contenido audiovisual.

La experiencia adquirida en esta producción deja como resultado una larga toma de decisiones en último momento, el actuar en base a cambios inesperados es parte de nuestra carrera y debemos afrontarlo, el tener una sola opción para realizar producción nos deja siempre contra el tiempo.



RECOMENDACIONES

La inclusión de un proyecto audiovisual en una campaña institucional debe ser elaborado de manera conjunta con las autoridades que requieren de este producto y a su vez con las personas involucradas en la aparición del mismo.

Como recomendación para estudiantes que tomen la decisión de realizar este tipo de productos es muy importante tener acceso a una reunión con las personas de mayor cargo y que sea un beneficio para agilizar el proceso de producción, si ustedes no tienen una voz de mando o su cliente no cuenta con este beneficio perderán mucho tiempo valioso.



REFERENCIAS

ILUMINACIÓN/COLOR



MANEJO DE CÁMARA



NARRATIVA



BIBLIOGRAFÍA

FCSH: http://www.fcsh.espol.edu.ec/es/personal_documento

Video Institucional: https://www.youtube.com/watch?v=mlRw3_049P4

Formato de entrevistas: <https://www.youtube.com/watch?v=tUBSOYHkrh0>

Musicalización: <https://www.youtube.com/watch?v=1w7OgIMMRc4>

<https://www.youtube.com/watch?v=bRoRnm4xBPY>

<https://www.youtube.com/watch?v=hNv5sPu0C1E>

<https://www.youtube.com/watch?v=Xbl6PL3dgmE>

Presupuestos: <http://www.videocrea.com/wp-content/uploads/2014/04/videocrea-tabla-salarial-2014.png>

<http://www.triangleofficial.com/29-el-equipo-humano-en-una-produccion-cinematografica/>

<https://bloguionistas.wordpress.com/tag/cuanto-se-cobra-por-un-guion/>

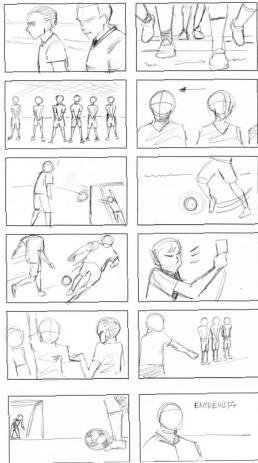
<http://videocrea.com/tabla-salarial-2014-tecnicos-audiovisuales/>

<http://www.hangarfilms.tv/es/alquiler.html>

http://www.falcofilms.com/ES/es/tmp/145/web_falcofilms/NIKON.html?&Shopping_search_type=id_cat&Shopping_search_v=254&id_tree=254&Shopping_condition_type=alquiler

ANEXOS

FÚTBOL



Star Wars



Rocky



SWEET CHILD O'MINE



Presupuesto de una producción real

Gastos Preproducción	Cantidad	Total
Camarógrafos		
Guión Técnico	1	\$1000
Guión Literario	1	\$1000
Composición Musical	1	\$350
Total		\$2350

Equipo técnico	Precio	Cantidad	Total(15día)
Video			
Nikon d5500	\$28	1	\$420
Canon 60D	\$25	1	\$375
Lente 35mm	\$30	1	\$450
Lente 50mm	\$24	1	\$360
Lente 18-55mm	\$15	2	\$450
Manfrotto mkcompactadv-bk	\$35	1	\$525
Audio			
Zoom h6	\$35	1	\$525
Lavalier Audio-technica	\$10	1	\$150
PowerBank Aukey	\$10	1	\$150
Almacenamiento			
HD WD 1tb	\$30	1	\$525
Memory SD Lexar 150mb/s	\$10	3	\$450
Total			\$4380

Recursos Humanos	Precio	Cantidad	Total
● Personal técnico			
Director	\$200	1	\$3000
Productor	\$480	1	\$8100
Asistente de Producción	\$72	1	\$1080
Guionista	\$1400	1	\$1400
Camarágrafo	\$50	1	\$750
Sonidista	\$50	1	\$750
● Actores			
Toda la producción	\$20	25	\$500
Total			\$15.580

Gastos Producción	Cantidad	Total
● Recursos		
Peluca	2	\$20
Balón de Fútbol	1	\$10
Guantes arquero	2	\$20
Sombrero	1	\$20
Silvato arbitro	1	\$5
Chaleco paramedico	2	\$30
Plumilla guitarra	2	\$2
Botella de agua	15	\$7,5
● Alquiler Lugares		
Sala de grabación Fediscos	1	\$20
Sala de grabación Casa Urbana	2	\$40
● Transporte		
Taxis		\$200
Bus		\$50
Total		\$424,5



Gastos Preproducción **\$2350**

Equipo Técnico **\$4380**

Recursos Humanos **\$15.580**

Gastos Producción **\$424,5**

Total(día) \$22.734,5

Presupuesto de una producción real referencias

