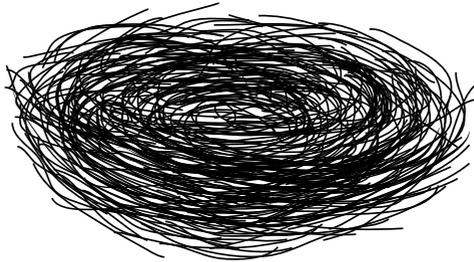




EDCOM
Escuela de Diseño y Comunicación Visual

REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES



DOCUMENTALES

LIPRO

**Licenciatura en Producción
Audiovisual**

BRIEF

Tema:

Creatividad Prosaica

Autores:

Joselyn Karina Alay Morán

Steeven Arturo Bulgarín Maldonado

Xavier Benjamín Vélez Aráuz

Paralelo # 2

Año 2016

Firma del Profesor

.....

CONTENIDO

Introducción y Sinopsis	4
Objetivos	5
Target y Canales de difusión	6
Flujo de trabajo	7
Colaboradores	8
Personal Humano	9
Personal Técnico	12
Preproducción	14
Cronograma	15
Presupuesto	16
Guión	17
Locaciones	18
Producción	19
Posproducción	21
Resultados y Bibliografía	22
Anexos	23

Introducción

En la actualidad vivimos en una sociedad rodeada de imágenes, incluso se puede decir que estamos en 'La Era del Diseño'. Guayaquil se convierte en una clara evidencia de este ambiente lleno de gráficas y colores donde el diseñador gráfico tiene un papel protagónico.

A partir de esto y enfocándonos en nuestro entorno, es importante hacer un recorrido por lo que ha sido el Diseño Gráfico a lo largo de la historia. Tiene sus inicios desde los gráficos y símbolos de las culturas aborígenes, siguiendo con el desarrollo de la imprenta en 1970, época en que el diseño se desarrolla como disciplina profesional, y se convierte en una actividad reconocida.

Es a partir del boom petrolero, que comienza el desarrollo de esta práctica y su presencia cada vez más importante en las actividades comunicacionales. En la década de los ochenta como respuesta a la pujante actividad comercial del país, aparecen las primeras escuelas e institutos dedicados a formar diseñadores además de la creación de la primera Asociación de Diseñadores Gráficos.

Es necesario recalcar que esta actividad no se practicaba con frecuencia, es ahí donde se puede comparar con la situación actual de esta profesión. Desde que salimos de nuestros hogares podemos fijarnos en distintos logos, afiches, vallas publicitarias que nos rodean, todo es diseño.

Pero así como observamos un sinnúmero de piezas gráficas, nos encontramos con una variedad de promociones para realizar trabajos de diseño gráfico a costos muy bajos, perjudicando a quienes se han preparado durante varios años para ejercer esta profesión de la forma más transparente posible.

Sinopsis

Documental sobre una Diseñadora Gráfica recién graduada que explora distintas agencias de publicidad de la ciudad de Guayaquil, con la finalidad de obtener información acerca de las diferencias de precios que existen en la cotización de un trabajo gráfico. Durante el recorrido la diseñadora se encuentra con un mercado lleno de recién graduados, supuestos profesionales, expertos en la materia y grandes personalidades del medio, que le harán comprender todo lo necesario para cotizar de forma correcta su trabajo.

Objetivo General

Realizar un documental que muestre las dificultades que tienen los diseñadores gráficos al momento de ejercer su profesión y las diferentes opciones que el mercado ofrece para disimular la falta de conocimiento al momento de valorar su trabajo

Objetivo Secundario

Recaudar información por medio de encuestas y entrevistas para conocer la visión del mercado laboral del diseñador gráfico.

Objetivo Secundario

Identificar los clientes adecuados para un diseñador gráfico.

Objetivo Secundario

Descubrir la forma correcta de cobrar en el mercado del diseño gráfico.

Objetivo Secundario

Presentar las malas prácticas en el mercado laboral del diseño gráfico.

Target

Este producto audiovisual está dirigido a los diseñadores gráficos de la ciudad de Guayaquil con el objetivo de presentar las dificultades al momento de ejercer la profesión.

El enfoque de este documental es la comunidad de estudiantes que están próximos a graduarse y a quienes ejercen la carrera recientemente para que conozcan los factores que se deben tomar en cuenta para realizar una cotización de un trabajo de diseño gráfico.

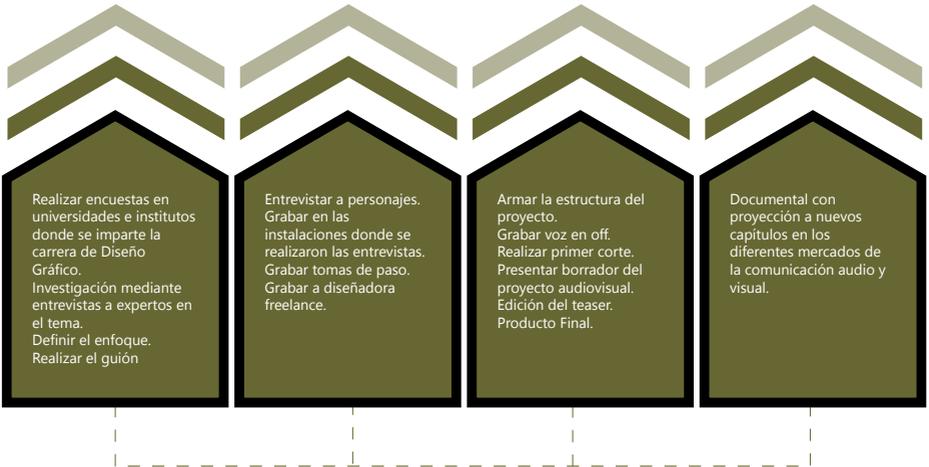
Canales de difusión

El medio más inmediato para difundir el documental es mediante el internet, en plataformas como YouTube, Facebook y otras redes de uso masivo.

Además es importante difundir este video en centros de proyecciones audiovisuales y universidades o institutos dedicados a la cátedra de diseño gráfico.



FLUJO DE TRABAJO



Colaboradores



Yaeli Miele
Diseñadora Gráfica



Marlón Alarcón
Director Académico
IGAD



Eduardo Vélez
Director creativo
NDA Branding



Jaime Núñez del Arco
Founder
NDA Branding



Ericka Coello
Branding & Illustration
Owner Dos Cabezas



Lissette López
Dirección de Arte
Chola Advertising



Edgar Jiménez
Máster Diseño &
Branding
Lúdica Studio



Carlos Jiménez
Director Académico
TECSU



César Chica
Director de Arte
Maruri Grey



Eduardo Roncoroni
Tesorero AEAP
CEO Creacional



Cecilia Dupont de Koenig
Presidenta AEAP
CEO Koenig & Partners



María Antón
Ejecutiva de Cuentas
E Torres Publicidad

Equipo **Humano**

JOSELYN ALAY

PRODUCCIÓN
GENERAL
PRODUCCIÓN
EJECUTIVA
ENTREVISTAS



ASISTENTE DE
PRODUCCIÓN
ASISTENTE DE
EDICIÓN

Equipo **Humano**



STEEVEN BULGARÍN

PRODUCCIÓN GENERAL
PRODUCCIÓN EJECUTIVA
SONIDISTA
CAMARÓGRAFO
ANIMACIÓN DIGITAL

Equipo **Humano**

XAVIER VÉLEZ

GUIÓN
CÁMARA
EDICIÓN GENERAL
ILUSTRACIONES
MUSICALIZACIÓN



Equipo Técnico





PRE - PRODUCCIÓN

Al momento de empezar con la Pre Producción de este proyecto audiovisual, principalmente se necesitó constancia para concretar entrevistas con los expertos en Diseño Gráfico en sus diferentes áreas.

Esta etapa tuvo una duración de un mes en el cual se hizo una investigación en blogs y páginas web de distintas universidades latinas que impartan la carrera de Diseño Gráfico. Asimismo, se comparó el tarifario que existe en cada país y el manejo de los colegios o asociaciones de agencias publicitarias.

También se visitaron varias universidades para realizar encuestas a sus alumnos con el fin de saber cuán relacionados estaban en el área laboral.

En el transcurso de ese mes entrevistamos a Eduardo Roncoroni, Tesorero de la AEAP y a César Chica, Creativo e Maruri&Grey quienes fueron pieza clave para enfocar el tema. A partir de esto se mantuvo contacto con diferentes diseñadores quienes comentaron su experiencia al momento de ejercer su profesión.

Es importante recalcar que se tomó de referencia páginas de Facebook o anuncios en la web donde existían promociones exageradas para realizar un trabajo gráfico. Estas promociones serían otro punto importante para abarcar en la investigación ya que detrás de ellas hay un sinnúmero de "diseñadores" que dañan el mercado.

OCT

L M M J V S D

			1	2		
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

-  **Búsqueda del Problema**
-  **Elección del tema principal**
-  **Investigación General**
-  **Realización de Encuestas**

NOV

L M M J V S D

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

-  **Inicio de la Preproducción**
-  **Guión y Scouting**
-  **Reuniones con entrevistados**
-  **Fin de la Preproducción**

DIC

L M M J V S D

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

-  **Inicio de la Producción**
-  **Grabación de entrevistas**

ENE

L M M J V S D

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

-  **Grabación de entrevistas**
-  **Inicio de la Posproducción**

FEB

L M M J V S D

1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

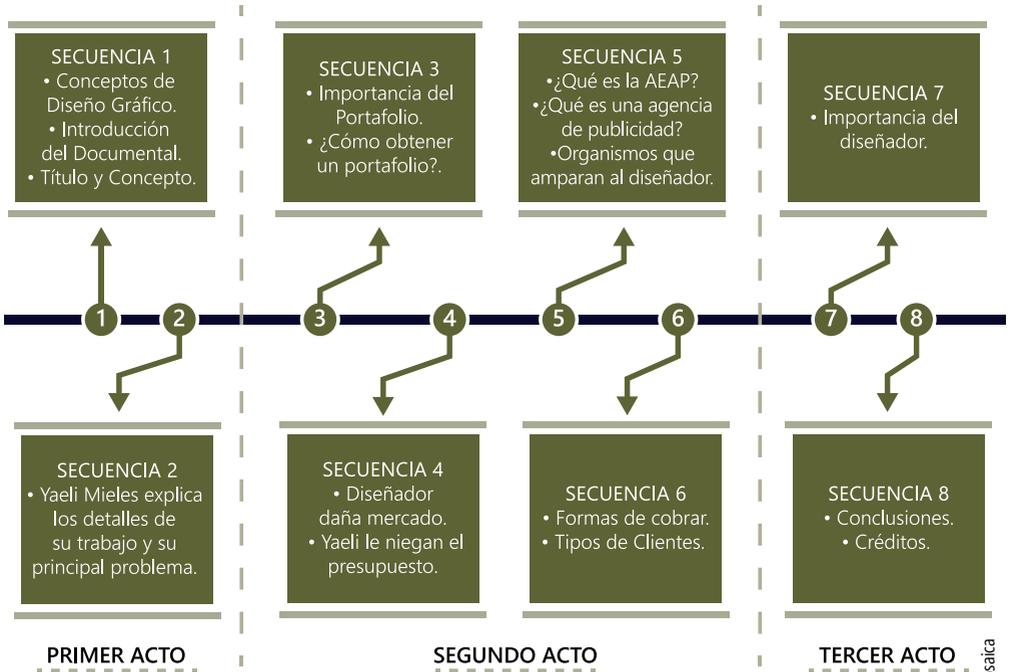
-  **Finalización del Proyecto**

CRO NO GRA MA

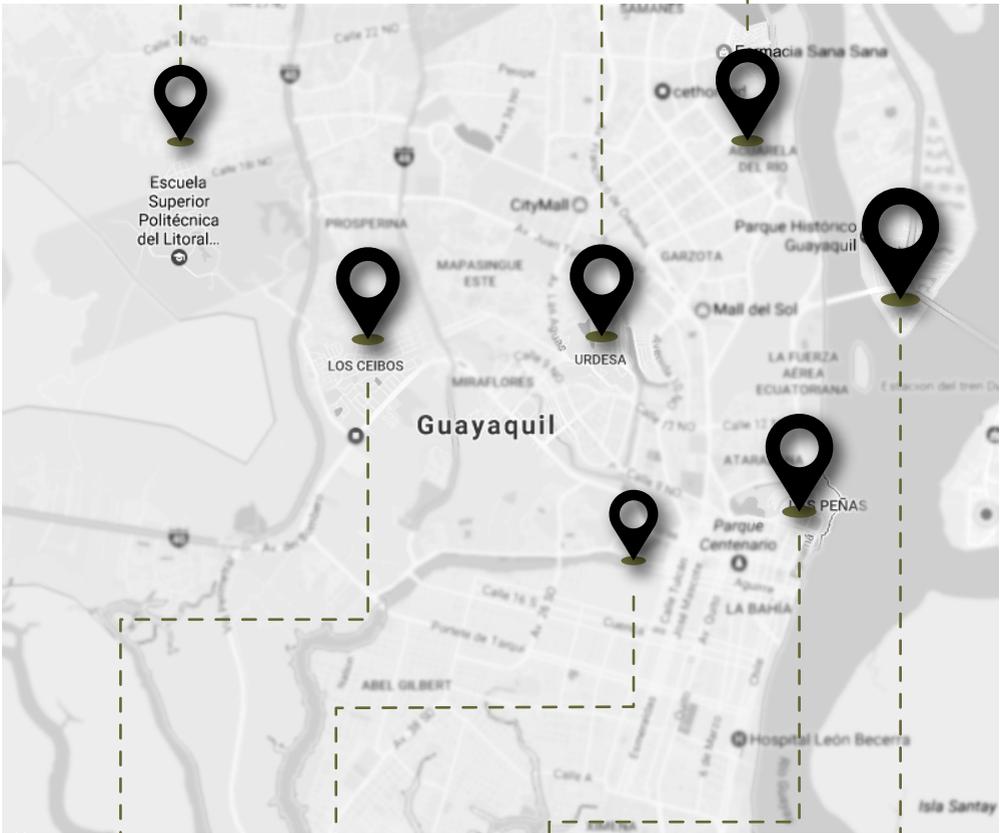


GUION

CREATIVIDAD PROSAICA



LOCACIONES



Tema: Creat





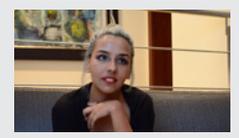
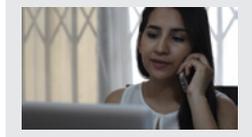
PRODUCCIÓN

En la etapa de Producción se contactaron a varios de los entrevistados en la parte de investigación, ahora con entrevistas audiovisuales. Las instalaciones fueron grabadas con un drone y además se realizaron tomas de paso con cada entrevistado y en el caso de los diseñadores se trató de resaltar sus trabajos.

Para estas entrevistas se realizó un banco de 21 preguntas divididas de acuerdo al personaje ya que cada docentes, diseñadores o creativos tenían información distinta y nueva para aportar.



PRODUCCIÓN





POST- PRODUCCIÓN

En esta etapa se armó una estructura del video con el fin de que el Coordinador pueda dar sus primeras observaciones sobre el material grabado. Seguido de varios días de edición, tratamiento, animación y musicalización logramos obtener nuestro trabajo final.

Resultados

Como estudiantes de la Escuela de Diseño y Comunicación Visual EDCOM, nos sentimos satisfechos por lograr con éxito la idea inicial del proyecto y sobre todo la aceptación del tema ya que fue propuesto por el grupo.

A lo largo de la realización del documental encontramos puntos nuevos e interesantes que se trataron con los diferentes entrevistados y proporcionaron ideas y soluciones diferentes a este problema que presentamos.

Es importante para nosotros, como equipo, que nuestro proyecto se difunda a toda la comunidad de diseñadores especialmente a quienes están prontos a ejercer su carrera y de ese modo tomen en cuenta varios factores que aportarán en la realización de sus trabajos gráficos.

Esperamos que nuestro producto sea de agrado para quienes están relacionados con esta profesión y por consiguiente cumplir con las expectativas de los espectadores.

Bibliografía

Koenig, J. (2008). 40 años de una pasión. 1st ed.

Calisto, Ma. Luz., Calderón, Gisella, 2011, Diseño Gráfico en el Ecuador 1970-2005, Ecuador, Quito.

ANEXOS



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE DISEÑO GRÁFICO Y COMUNICACIÓN VISUAL

- Nombre de la Institución a la que pertenece: _____
- Nombre de la Carrera: _____
- ¿Qué ciclo cursa? _____
- Dentro de su malla curricular ¿Existe una materia donde le expliquen cuánto cobrar al realizar un trabajo de diseño gráfico? ¿Cómo se llama? _____
- ¿Ha recibido charlas o seminarios donde le enseñen a establecer el precio a un trabajo de diseño gráfico? _____
- ¿Tiene experiencia laboral en diseño gráfico? _____
- De las siguientes opciones ¿De qué modo se ha desempeñado en el área?
 - Freelance
 - Agencia de publicidad
 - Empresa con cargo de Diseñador Gráfico
- Al momento de cobrar por un trabajo de diseño gráfico ¿Cuáles son los factores que toma en cuenta? _____
- ¿Cuánto tiempo se toma usted en realizar una cotización? _____
- Al momento de establecer un precio a un trabajo de diseño gráfico, considera más importante ¿Creatividad o Experiencia? _____



Certificate

Jemendo Licensing hereby authorizes the client to use the below music work in an audiovisual project. This license is granted under Jemendo Licensing's Terms of Sales and the following Particular Terms:

Client name: Steven Bulgari
Tel: 0996839800
Email: stevenbulgarin@gmail.com
Address: Durán Calle Abel Gilbert M2 A 32 Villa 02 092408 Durán - Guayas

Acting on behalf of: Ecuador
Steven Bulgari

Title of the project: Creatividad Prosaica
License: Personal
License description: unilimited since 08/02/2017
Duration: unilimited since 08/02/2017
Territory: International & Internet

Title: Promogold - Corporate Motive
Artist: promogold dv music

Alexandre SABOUNDJIAN
CEO

Jemendo S.A / 76 Avenue de la Liberté / L-1393 LUDEXBOURG / T +352 26 53 42 1 / F +352 26 53 42 42

Certificate

Jemendo Licensing hereby authorizes the client to use the below music work in an audiovisual project. This license is granted under Jemendo Licensing's Terms of Sales and the following Particular Terms:

Client name: Steven Bulgari
Tel: 0996839800
Email: stevenbulgarin@gmail.com
Address: Durán Calle Abel Gilbert M2 A 32 Villa 02 092408 Durán - Guayas

Acting on behalf of: Ecuador
Steven Bulgari

Title of the project: Creatividad Prosaica
License: Personal
License description: unilimited since 08/02/2017
Duration: unilimited since 08/02/2017
Territory: International & Internet

Title: Upbeat
Artist: Akashic Records
Album: Upbeat

Alexandre SABOUNDJIAN
CEO

Jemendo S.A / 76 Avenue de la Liberté / L-1393 LUDEXBOURG / T +352 26 53 42 1 / F +352 26 53 42 42

Certificate

Jemendo Licensing hereby authorizes the client to use the below music work in an audiovisual project. This license is granted under Jemendo Licensing's Terms of Sales and the following Particular Terms:

Client name: Steven Bulgari
Tel: 0996839800
Email: stevenbulgarin@gmail.com
Address: Durán Calle Abel Gilbert M2 A 32 Villa 02 092408 Durán - Guayas

Acting on behalf of: Ecuador
Steven Bulgari

Title of the project: Creatividad Prosaica
License: Personal
License description: unilimited since 14/02/2017
Duration: unilimited since 14/02/2017
Territory: International & Internet

Title: Shine
Artist: mindbings
Album: Resonance

Alexandre SABOUNDJIAN
CEO

Jemendo S.A / 76 Avenue de la Liberté / L-1393 LUDEXBOURG / T +352 26 53 42 1 / F +352 26 53 42 42

