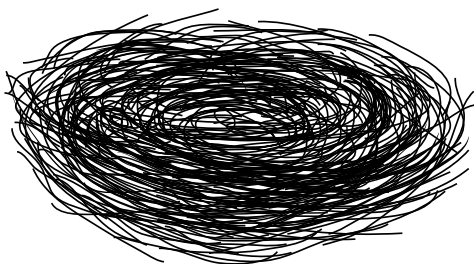




EDCOM
Escuela de Diseño y Comunicación Visual

Materia Integradora

REALIZACIÓN DE PROYECTOS AUDIOVISUALES



ANIMACIONES / OTROS

LIPRO

**Licenciatura en Producción
Audiovisual**

BRIEF

Tema:
Freelance una opción de trabajo

Autores:
Christian Xavier Cruz Hurtado
Genesis Gisela Ponce Cabrera

Paralelo 2

Año 2015

Firma del Profesor

.....

Contenido:

Resumen	5
Introducción	6
Objetivos	7
Sinopsis	8
Investigación	9
Presupuesto	18
Cronograma	19
Realización	20
Resultados	21

RESUMEN

Este proyecto integrador consiste en la producción y post-producción de un producto audiovisual que tendrá duración de diez minutos, dirigido a estudiantes de EDCOM de las carreras: diseño gráfico y producción audiovisual entre 20 - 25 años de edad. El tema principal del video es el autoempleo, freelance o también llamado trabajo independiente, que se podría definir como una persona que realiza trabajos propios de su profesión de forma independiente, hacia terceras personas que requieran sus servicios para determinadas tareas, sin tener la obligación de continuar la relación laboral después del trabajo realizado.

A través de investigación y observación, se recopilará la suficiente información para realizar un producto final con el cuál el público objetivo se sienta identificado y se pueda mostrar al autoempleo como una opción para quienes no tienen trabajo estable.

INTRODUCCIÓN

Son muchos los estudiantes de las carreras de diseño gráfico y de producción audiovisual que no logran obtener un empleo estable. Según estadísticas del CEPROEM (Centro de Promoción y Empleo) indican que aproximadamente 800 jóvenes politécnicos asisten a los encuentros laborales que se realizan anualmente, de los cuales un 8% son estudiantes de las carreras antes mencionadas. En los encuentros laborales del 2013 y 2014 sólo un 10% de las empresas participantes solicitaron específicamente aspirantes de las carreras de producción audiovisual y diseño gráfico.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Realizar un producto audiovisual adecuado al público objetivo, apoyado en entrevistas a freelancers y especialistas, para promover al freelance como opción de trabajo a los estudiantes.

Objetivos Específicos:

- Recopilar información sobre el autoempleo o freelance, mediante entrevistas a freelancers y especialistas del CEPROEM (Centro de Promoción y Empleo), para identificar tendencias en la población estudiantil de ESPOL.
- Distinguir un público objetivo, analizando los datos recopilados y haciendo observaciones a la población estudiantil, para concebir un concepto audiovisual adecuado.
- Realizar un producto audiovisual adecuado al público objetivo, utilizando apropiadamente las herramientas de edición, para promover al freelance como opción de trabajo.

SINOPSIS

Andrés es un estudiante de diseño gráfico, un día se despierta y al ver el despertador se da cuenta que es tarde para ir a clases, se alista y se dirige a la universidad. La Mae. Ana Huayamave habla acerca del CEPROEM y cómo ayuda a los estudiantes a encontrar empleo.

En la universidad una amiga saluda a Andrés y se le acerca al verlo pensativo y le da consejo y le recuerda que siempre tiene la opción de ser freelance, entonces se encuentra con muchas dudas y se realiza muchas preguntas como: ¿qué es un freelance? ¿cómo debo cobrar? ¿cómo entrego el trabajo? una vez que empiezo ¿cómo promociono mi trabajo? ¿cómo armo mi red de contactos?.

Estas dudas son despejadas mediante entrevistas a dos personas que tienen varios años de experiencia trabajando como freelance: David Sánchez y José Carriel, que han tenido éxito con este tipo de trabajo, cada uno dando su punto de vista y hablando acerca de los beneficios que este trabajo les ha dado.

Andrés inicia como freelance, mientras él avanza en este ámbito, se darán tips, consejos y sugerencias para aprender a administrar su tiempo, ser más ordenado, mejorar su apariencia y tener éxito. Se reúne con clientes, entrega los trabajos, los aprueban.

David y José dan sugerencias finales acerca del freelance. Finalmente Andrés comparte a la cámara los beneficios que el freelance le ofrece y motiva a otros a seguir este camino.

INVESTIGACIÓN

Público objetivo:

A través de la información recopilada se identificó al público objetivo. Hombres y Mujeres de 20-25 años, estudiantes de EDCOM, clase baja, media-baja, media, media-alta.

Equipo de producción:

Equipo humano

Producción	Christian Cruz - Genesis Ponce
Dirección	Christian Cruz - Genesis Ponce
Iluminación	Genesis Ponce
Cámara	Christian Cruz
Actores	Juan Carlos Mata (Andrés) Zuli Santos (Karla)
Entrevistados	David Sánchez - Diseñador web Freelance José Carriel - Ilustrador Freelance Mae. Ana Huayamave - Analista de RR.HH. (CEPROEM)
Post-producción	Christian Cruz Genesis Ponce Andreina Sangurima

INVESTIGACIÓN

Equipo humano - Actores



Zuli Santos



Juan Carlos Mata

INVESTIGACIÓN

Equipo humano - Entrevistados



Mae. Ana Huayamave



David Sánchez

INVESTIGACIÓN

Equipo humano - Entrevistados



José Carriel



INVESTIGACIÓN

Equipo técnico

Cámara	Canon T3i
Lentes	Lente Canon EF 50mm f/1.8 Lente Canon EFS 18-55mm f/3.5-5.6
Trípode	Trípode Vanguard MK-2
Luces	Kit de 3 luces

Canon T3i



Lente 18-55mm



INVESTIGACIÓN

Equipo técnico



Lente 50mm



Vanguard MK-2



Kit de 3 luces

INVESTIGACIÓN

Locaciones:

Las locaciones se escogieron pensando en que el público objetivo se sienta identificado. Entre las cuales se detallan las siguientes:

LOCACIÓN	DESCRIPCIÓN
ESPOL	Será utilizada para tomas de ambiente universitario y entrevistas en CEPROEM.
Domicilio en Sauces 6	Para tomas ambientadas dentro de la casa del personaje principal, siendo el dormitorio la parte más utilizada en tomas.
Oficinas	Oficinas, para las entrevistas a freelancers.



ESPOL



INVESTIGACIÓN

Locaciones:



CEPROEM



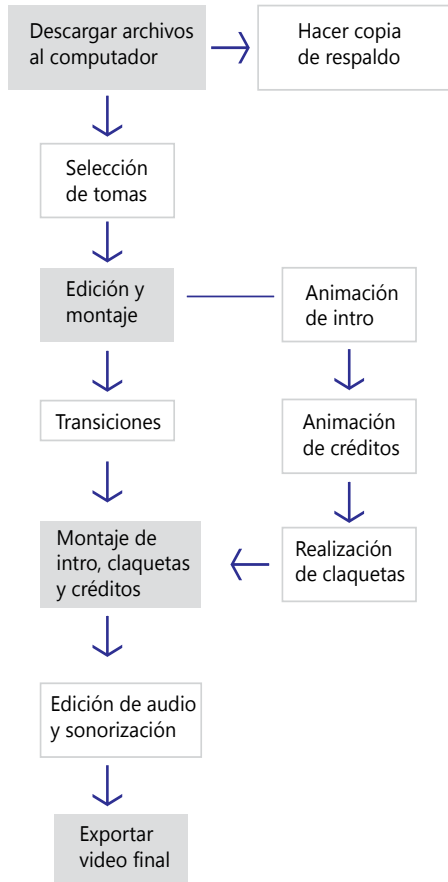
Casa Saucés 6

INVESTIGACIÓN

Canales de difusión:

Para difundir el producto audiovisual se consideró conveniente, teniendo en cuenta el target, que sea distribuido por medio de Facebook y YouTube.

Flujos de trabajo:



PRESUPUESTO

El presupuesto se obtuvo a través de investigación de valores reales del mercado.

SALARIOS			
Productor		\$ 2.500,00	
Director		\$ 4.900,00	
Equipo artístico		\$ 1.500,00	
Equipo técnico		\$ 900,00	
	SUBTOTAL		\$ 9.800,00
PREPRODUCCIÓN			
Guión		\$ 400,00	
Storyboard		\$ 150,00	
Casting		\$ 100,00	
Transporte		\$ 90,00	
	SUBTOTAL		\$ 740,00
PRODUCCIÓN			
Cámaras y equipos		\$ 250,00	
Iluminación		\$ 175,00	
Producción de campo		\$ 500,00	
Asistente de producción		\$ 800,00	
	SUBTOTAL		\$ 1.725,00
POSTPRODUCCIÓN			
Edición y montaje		\$ 500,00	
Postproducción		\$ 600,00	
Sonorización-Audio		\$ 300,00	
	SUBTOTAL		\$ 1.400,00
TOTAL			\$ 13.665,00

CRONOGRAMA

ACTIVIDADES	MAYO			JUNIO			JULIO				AGOSTO				SEPTIEMBRE					
	11-17	18-24	25-31	01-07	08-14	15-21	22-28	29-05	06-12	13-19	20-26	27-02	03-09	10-16	17-23	24-30	31-06	07-13	14-20	21-27
Investigar problemas	■	■																		
Seleccionar problema a solucionar		■																		
Analizar el problema seleccionado		■																		
Definir la idea del video			■																	
Definir target y medios de difusión			■																	
Definir logline			■																	
Definir sinopsis			■																	
Realizar escaleta				■	■															
Realizar guión técnico						■	■													
Definir locaciones					■															
Realizar storyboard								■	■											
Definir estilos-Moodboard						■														
Redactar Objetivos									■	■										
Realizar desglose de guión									■	■										
Rodaje											■	■	■							
Selección de tomas												■	■	■						
Edición y montaje														■	■	■				
Corrección de color																■	■			
Edición de audio-sonorización																	■	■		
Locuciones-voz en off																		■	■	
Definir presupuestos					■	■														
Amar el brief																			■	
Correcciones finales																				■
Entrega final																				■

REALIZACIÓN

El proyecto integrador se empezó a realizar desde mayo de 2015, mes en el cuál se hizo la investigación del problema y posteriormente se determinó el target al cuál va dirigido. A través de investigación y observación se recopilaron los datos necesarios para la realización del producto final, de manera que el público objetivo se sienta identificado y se promueva el freelance como una opción de trabajo.

Se realizó la escaleta, el guión, el storyboard, el casting y la búsqueda de locaciones durante los meses de junio y julio, en la última semana de julio se inició el rodaje y se culminó la tercera semana de agosto. Posteriormente se hizo la selección de tomas, y se procedió al montaje y edición.

Cuando hubo necesidad se repitieron tomas necesarias, luego de culminar la edición, se hizo la postproducción, se definieron detalles finales y se obtuvo el producto final exitosamente.

RESULTADOS

Se recopiló información sobre el autoempleo o freelance, entrevistando a la analista de recursos humanos del CEPROEM y a dos freelancers, así se identificó las tendencias de la población estudiantil de ESPOL.

Analizando la información recopilada se distinguió el siguiente público objetivo: Hombres y Mujeres de 20-25 años, estudiantes de EDCOM, clase baja, media-baja, media, media-alta.

Se realizó un video de 10 minutos de duración, se utilizó mayoritariamente la edición por corte, mezclando dramatizado con entrevistas para hacerlo dinámico, así se promovió el freelance como opción de trabajo.

Se realizó un video dirigido a hombres y mujeres de 20-25 años, estudiantes de EDCOM, el video fue apoyado con entrevistas a dos freelancers y a la analista de recursos humanos del CEPROEM (Centro de Promoción y Empleo), así se promovió el freelance como opción de trabajo.

