

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**QUE BUEN TRIP: Estructura Narrativa y Propuesta Visual de
Programa de Turismo y Entretenimiento Para Televisión**

Rafael Antonio Peralta Salazar

Mario Troya, M.A., Director de Tesis

Tesis de Grado presentada como requisito
para la obtención del título de Licenciado en Producción de Televisión y Medios Digitales

Quito, diciembre de 2014

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

QUE BUEN TRIP: Estructura Narrativa y Propuesta Visual de Programa de Turismo y Entretenimiento Para Televisión

Rafael Antonio Peralta Salazar

Mario Troya, M.A.
Director de Tesis

Diego Ortuño, M.A.
Miebro del Comité de Tesis

Felipe Terán, M.F.A.
Miebro del Comité de Tesis

Hugo Burgos, PhD.
Decano del Colegio de Comunicación
y Artes Contemporáneas

Quito, diciembre de 2014

© DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: _____

Nombre: Rafael Antonio Peralta Salazar
C. I.: 1714214614

Lugar: Quito, diciembre de 2014

DEDICATORIA

Para quienes aceptan día a día su imperfección, que fluyen en el mar del permitirse sentir, aceptar y soñar, que viven el presente dando lo mejor de sí honestamente, a todos aquellos que marchando rumbo a sus sueños me inspiraron.

Para mi querida familia y amigos dedico este trabajo con todo mi cariño y los animo a vivir sus sueños inspirando a quienes los rodean.

RESUMEN

A través de este trabajo se plantea la estructura narrativa y las propuestas audiovisuales de imagen y sonido para el desarrollo de un programa de televisión. Este proyecto aborda al turismo como medio de entretenimiento y cultura.

En la actualidad, nuestra sociedad ha sido influenciada a través de los medios de comunicación abriendo fronteras culturales y sociales lo que nos ha permitido observar que cosas suceden en otros lugares. Debido a esto nuestra sociedad vive un mestizaje continuo. Este proyecto no busca hacer un hincapié en la identidad como la idea moderna, sino más bien en el mestizaje como tal, en la adaptación de las tradiciones y en la forma en la que las personas viven las costumbres que de igual forma viven un proceso continuo de acomodación.

Los presentadores que son la imagen del programa son: un extranjero que cumple el rol de guía de turismo y un ecuatoriano quien acompaña al extranjero para ayudar en los diferentes concursos que se realizan, los mismos que buscan premiar el conocimiento de las tradiciones ecuatorianas.

El presente documento está respaldado conceptualmente por diferentes autores que analizan la identidad como tema moderno y este como tema pos moderno. De esta manera, la investigación permitió la realización del programa de televisión.

ABSTRACT

Through this work, I propose the narrative structure and the audiovisual examples of image and sound to develop a television show. This project uses tourism as a way of entertainment and culture.

Now a days, our society has been influenced through mass media communication and it has opened the cultural and social borders, which allows us to observe the things that are happening in other places. That is why our society is a combination of different cultures. This project is not speaking about identity in modern definitions, but is related to the cultural mixtures of today, the adaptation of traditions and the way people practice their customs in order to keep up with a changing society.

The anchors, who are the hosts of the program, are: an American citizen, who represents a tour guide, and an Ecuadorian, who shares and helps the American citizen in all the activities that they do. They also give prizes to the people who can correctly answer questions about Ecuadorian traditions and customs.

This document is conceptually based through different authors that analyze the concept of identity, in both modern and post-modern terms. In this way, the investigation helped set a foundation for this television program.

TABLA DE CONTENIDO

FICHA TÉCNICA.....	10
Objetivo del programa	10
Razón o proposito del programa.....	11
Temática	11
SINÓPSIS.....	12
TRATAMIENTO.....	13
Antecedentes.....	13
Memoria del director	13
Estilo planteado	14
Personajes	14
Entrevistas.	15
GUIÓN.....	16
HIPOTESIS GENERAL DEL PROYECTO	28
El ser colectivo	28
La identidad, un tema modernista	30
La identidad en cuestión	31
Es posible hablar de una identidad latinoamericana	32
La economía como ser colectivo	33
Los ecuatorianos y el extranjero	34
Calientes o frios como ecuatorianos.....	35
Conclusión	37
REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFIA	39
AUDIENCIA – TARGET	40
MOTIVACION DEL DIRECTOR.....	40
PROPUESTA AUDIOVISUAL DEL DIRECTOR.....	41
Fotografía.....	41
Iluminación.....	41
Direccion de arte	42
Sonido.....	42
PROPUESTA DE POST PRODUCCIÓN	42
Video	42
Edición.....	42
Audio	43
Propuesta gráfica	43

FILMOGRAFÍA	44
EQUIPO TÉCNICO	45
CRONOGRAMA	46
PRESUPUESTO	48
CARTAS DE COMPROMISO	54
Carta de Compromiso Director-Guionista	54
Carta de Compromiso Productora	55
SESION DE DERECHOS DE ACTOR Y/O LOCACIONES	56
DECLARACION DE OBRA INEDITA	56
CERTIFICADO DEL IEPI	56
PROCESO POST PRODUCCION	56
GASTOS	57
DOCUMENTOS CINEMATOGRAFICOS	57
Plan de rodaje	57
Locaciones usadas y confirmadas	58
ESCALETA PRIMERA TEMPORADA	61
ANEXOS	62

1. FICHA TÉCNICA

Título del proyecto: Que Buen Trip

Idea original de: Rafael Peralta

Guión: Rafael Peralta

Producción: Ester Carvajal

Dirección: Rafael Peralta.

Edición: Rafael Peralta

Género: Entretenimiento.

Categoría: Producción temática libre

Duración: 23 minutos.

Primera temporada: Ecuador (6 programas).

Público: Joven adulto.

Audiencia: Jóvenes (Mayores de 15 años)

Objetivo del programa:

Entretener e informar a los televidentes sobre la riqueza cultural del país, sus tradiciones, arquitectura, gente, gastronomía y las actividades que se pueden realizar en cada ciudad. Fomentar la cultura de servicio y hospitalidad con el extranjero y de esta manera generar la idea de “ser embajadores y representantes de nuestra ciudad” tomando en referencia el mestizaje actual.

Razón o Propósito del Programa:

En la actualidad el Ecuador debido a su belleza natural y su cultura se encuentra en la lista top de los sitios turísticos populares para visitar alrededor de todo el mundo. En los World Travel Awards 2014 considerados los Óscar del turismo Ecuador obtuvo muchos premios:

- South America's Leading Airport 2014: Mariscal Sucre International Airport
- South America's Leading Conference Hotel 2014: Swissotel Quito
- South America's Leading Green Hotel 2014: Finch Bay Eco Hotel
- South America's Leading Luxury Train 2014: Tren Crucero
- South America's Leading Resort 2014: Arasha Tropical Forest Resort Spa
- Ecuador's Leading Boutique Hotel: Hotel Plaza Grande
- Ecuador's Leading Business Hotel: Swissotel Quito
- Ecuador's Leading Green Hotel: Mashpi Lodge
- Ecuador's Leading Hotel: JW Marriott Hotel Quito
- Ecuador's Leading Spa Resort: Termas de Papallacta

Al realizar este programa se fomenta la cordialidad, la hospitalidad con el turista, nos hace recordar nuestras tradiciones, leyendas, juegos y comida. De esta forma, no solamente vendemos el turismo sino que fomentamos la amabilidad hacia el extranjero y el valor hacia lo nuestro.

Temática: arte, cultura, historia e identidad.

SINÓPSIS

Este proyecto nos muestra las tradiciones del Ecuador desde una mirada actual y mestiza. Combina la añoranza del pasado, sus lugares, profesiones, platos típicos, juegos e invita a participar a los jóvenes y turistas para que recuerden y conozcan nuestras tradiciones.

Un ecuatoriano y un extranjero son quienes nos guían a través de cada lugar. El extranjero nos muestra la cultura ecuatoriana y la explica al público ecuatoriano desde su punto de vista, rompe la idea de que el local debe ser el guía e invita a los ecuatorianos a que conozcan sobre sus propias costumbres. El ecuatoriano también tiene el rol de guía y complementa las explicaciones del extranjero, cumple el objetivo de mostrar los contrastes culturales existentes entre un local y un visitante. De esta forma, se muestra nuestra cultura desde nuestro punto de vista local y la del visitante.

Los presentadores visitan diferentes ciudades y nos muestran los llamativos turísticos de cada sector. Visitan a personas que comparten las profesiones tradicionales y a través de su participación nos permiten entenderlas. Además, se cuentan con segmentos en los que se busca la colaboración del público y se fomenta y premia el conocimiento por vivir las tradiciones y costumbres ecuatorianas.

Si bien este programa tiene como punto principal al turismo y lo cultural del Ecuador, se narra de forma entretenida y activa el compartir la ecuatoraneidad existente.

2. TRATAMIENTO

Antecedentes.

Hoy en día los medios de comunicación y las redes sociales han permitido la conexión con otras culturas y de cierta forma la desconexión con lo que nos rodea. Por lo tanto, es importante recordar nuestras tradiciones y costumbres desde una mirada vigente presenciada por los jóvenes testigos de la globalización y entender que nuestras raíces deben ser compartidas a las nuevas generaciones y a los extranjeros desde una mirada actual y mestiza.

Memoria del Director

El objetivo de este programa es entretener, informar al público sobre la riqueza cultural del Ecuador y sus tradiciones, arquitectura, gente y gastronomía que nos rodean. Además, fomentar la hospitalidad y servicio.

De esta manera esperamos promover al ecuatoriano como un “embajador y representantes de nuestra ciudad” que toma de referencia el pasado y lo contrasta con el mestizaje actual. Por lo tanto, con este programa intentamos fomentar el turismo nacional y la cordialidad con el turista.

No es mi propósito mostrar al Ecuador ancestral, pensado en el pasado y mostrado con frecuencia. Mi propósito es mostrar la mezcla actual que vivimos. Según Sánchez: “Si

hipotéticamente, una cultura llegara a sustraerse o quedar excluida por completo de toda relación intercultural y que pretende mantenerse sin ser alterada con otras culturas, en un corto, mediano largo plazo desaparecería como cultura.” (2010)

Estilo Planteado

Si bien este programa busca documentar lo que pasa durante el viaje sobre cada ciudad, se busca que a través de la interacción con las personas y a través de su participación contar y entender si las personas conocen o no sobre su cultura. La cámara no tendrá únicamente la función de documentar de forma espectadora sino que a través de diferentes ángulos busca a través de la postproducción y su estilo producir una marca de la serie. La cámara destacara visualmente las mezclas que se ven entre nuestra cultura y la extranjera. Por otro lado, la relación entre los entrevistados y los presentadores busca ser amigable, agradable y busca que las personas compartan sus experiencias de forma natural. Si bien utilizaremos música tradicional, también utilizaremos efectos para generar tensión y aumentar la atención en puntos necesarios. Finalmente, la gráfica que se utilizará ira de acuerdo al concepto de viaje.

Personajes:

Contaremos con 2 presentadores con una edad aproximada de 21 a 25 años. El personaje extranjero, representa a la hibridación cultural que vivimos actualmente y la idea de la mezcla y como se mira la cultura ecuatoriana, vive la experiencia del viaje y cumple el

papel de enseñarnos lo importante de lo nuestro. El personaje ecuatoriano cumple el rol de embajador, fomenta la hospitalidad e invita a las personas a conocer sobre nuestra cultura.

A través de ellos, se busca transmitir lo importante de compartir, lo novedoso de viajar alrededor del país y experimentar las opciones turísticas de entretenimiento que te brinda el Ecuador, por lo tanto, los reporteros deberán ser expresivos y transmitir detalladamente la experiencia, mostrarse amigables, abiertos, y mostrar lo divertido de recordar nuestras tradiciones.

Entrevistas:

Estas serán planeadas con anticipación. Por lo tanto, contaremos con un productor que se encargará de contactar a los personajes extranjeros en cada ciudad y espacios interesantes y coloridos para que a través de ellos conozcamos acerca de la cultura del espacio a través de una mirada ajena a la de las personas del lugar. Además, se busca que siempre se realicen actividades que relacionen tradiciones del lugar que se visita o espacios que muestren la belleza natural o arquitectónica del sitio.

3. GUIÓN

VIDEO	AUDIO
<p>Introducción.</p>	<p>Mientras tanto.</p> <p>Rebeca</p> <p>Voz en off</p> <p>San Francisco de Quito capital del Ecuador, ciudad rodeada por montañas, denominada luz de América. Destino líder de Sudamérica y referente mundial por su arquitectura y cultura.</p> <p>Acompañenos en este primer recorrido de Que buen trip .</p>
<p>1. Ext. Calle de las 7 cruces. Día.</p> <p>Bienvenida y presentación de los conductores y del programa sobre la ciudad de Quito. Caminan por la calle de las 7 cruces.</p>	<p>Adam</p> <p>Bienvenidos a Que buen Trip. Soy Adam y me encuentro en la capital del Ecuador. La ciudad de Quito, patrimonio cultural de la humanidad, hermoso por su gente y costumbres. Me encanta que es una sociedad familiar.</p> <p>Dany</p> <p>Hola, soy Dany y pienso que el centro histórico es un lugar lleno de historia, arte, cultura. Cada vez que lo visito descubro algo nuevo, las tradiciones se mantienen y mezclan a nuevas opciones.</p> <p>Adam & Dany</p>

	<p>Las cafeterías, ir a misa, ver los artistas callejeros, los músicos, personajes de la cultura quiteña es una mezcla entre la actualidad y el pasado, Quito tiene muchas cosas impresionantes.</p> <p>Adam</p> <p>Y bueno, acompáñenme a uno de mis lugares favoritos del centro de Quito. La iglesia de la Basílica donde puedes ver toda la ciudad y las montañas rodeándola y por menos de \$5.</p> <p>Dany</p> <p>Me encanta la Basílica, vamos a gozarla.</p>
<p>2. Ext. Iglesia de la Compañía/Iglesia de la Basílica. Día. Recorrido.</p> <p>Los conductores toman un helado a lado de un heladero tradicional de la plaza de San Francisco.</p> <p>Caminan en son de baile por el centro de Quito hasta la Basílica.</p> <p>En el recorrido Vemos como saludan a personas, toman fotos, sonríen.</p> <p>Vemos llegar a los presentadores y ver la</p>	<p>Allen Farben - She Moves</p> <p>Rebeca</p> <p>Voz en off</p> <p>Caminar por el centro histórico de Quito es una experiencia única, no solamente por su arquitectura y sus calles de piedra si no por el clima variante de la ciudad. En esta visita a la basílica descubriremos si los quiteños y turistas conocen sobre esta magnífica iglesia.</p>

Iglesia de la Basílica.	
<p>3. Ext. Iglesia de la Basílica. Día.</p> <p>Los presentadores se acercan amigablemente hacia los visitantes y los invitan a concursar.</p> <p>Los conductores premian con “colaciones” a los turistas nacionales e internacionales que responden a sus preguntas.</p> <p>Claqueta: las colaciones son un dulce típico de la ciudad de Quito relleno de maní, anís, almendras o nuez.</p>	<p>Simiolo</p> <p>Adam</p> <p>Sabe que se guarda en el subsuelo de la iglesia?</p> <p>Respuesta: criptas de algunos ex presidentes del Ecuador.</p> <p>Sabe que representan los animales y las plantas talladas en la iglesia?</p> <p>Respuesta: la flora y fauna del Ecuador.</p> <p>Es verdad que su construcción está terminada?</p> <p>Respuesta: no, todavía faltan algunas estatuas y vitrales.</p> <p>Dany</p> <p>Por qué recomendarías este lugar a las personas?</p> <p>Posibles respuestas.</p> <p>Me encanta el mirador, ver las montañas, el aire y la brisa.</p> <p>La arquitectura de esta iglesia es realmente impresionante, la luz que entra por los vitrales es grandiosa.</p> <p>Recomiendo que las personas vengan a la Basílica y que se tomen un cafecito viendo toda la ciudad.</p>

<p>Los conductores informan su ingreso a la iglesia.</p>	<p>Adam</p> <p>Dany estas lista para una de las experiencias más sorprendentes de tu vida.</p> <p>Dany</p> <p>De una.</p>
<p>4. Int. Basílica. Día.</p> <p>Vemos a los conductores explorar la iglesia mientras realizamos varias tomas de los interiores, vitrales, esculturas y arquitectura.</p> <p>Vemos a los conductores dirigirse hacia el mirador.</p>	<p>Follow Rivers</p> <p>Rebeca</p> <p>Voz en off</p> <p>La basílica del voto nacional o también conocida como la consagración de Jesús o basílica de san Juan por su ubicación, fue bautizada e inaugurada por el Papa Juan Pablo Segundo.</p> <p>Esta iglesia es uno de los atractivos más grandes de la ciudad de Quito.</p> <p>Su recorrido es asombroso debido a su estilo neo gótico. Además, se puede admirar sus rosetones que representan a la flora única del Ecuador.</p> <p>Con más de 100 metros de altura esta iglesia es considerada uno de los edificios más altos de la ciudad. Su punto más alto y visitado es la torre del cóndor, esta equivale a más de 30 pisos de altura.</p>

<p>5. Int. Basílica Mirador. Día.</p> <p>Vemos el norte, sur y centro de Quito. Los conductores animados llegan al mirador y sorprendidos describen la belleza de la vista.</p>	<p>Dany</p> <p>Es hermoso, me encanta, Adam que hermoso lugar, subir hasta aquí y vivir la experiencia de estar aquí, ver las montañas es un sueño hecho realidad.</p> <p>Adam</p> <p>Es mi lugar favorito por que sientes la brisa, el arte, la cultura y la belleza es increíble.</p> <p>Dany</p> <p>Ahora yo te voy a llevar a mi lugar favorito, el café de la plaza del teatro.</p> <p>Para probar humitas y café.</p> <p>Adam</p> <p>Lets go.</p>
<p>CORTE A COMERCIALES</p>	<p>PRIMER BLOQUE</p>
<p>6. Ext. Plaza del teatro. Día.</p>	<p>Mientras tanto.</p> <p>Rebeca</p> <p>Voz en off</p>

<p>Vemos la arquitectura, gente (blanca, negra, mestiza), vendedores y artistas callejeros.</p> <p>Los Conductores regalan humitas a las personas alegremente.</p> <p>CLAQUETA: la humita es un alimento andino que consiste en hornear pasta de maíz.</p> <p>Vemos distintos platos típicos de la ciudad de Quito: quimbolitos, secos de chivo, empanadas de viento, sandwiches de pernil, helados de paila, jugos frescos, quesadillas.</p>	<p>La plaza del teatro es uno de los lugares más concurridos por los quiteños, debido a su amplia agenda cultural, artistas, conciertos l y un sin fin de eventos realizados en los teatros del sector o al aire libre.</p> <p>La plaza del teatro, nos brinda la opción de compartir momentos con nuestros seres queridos y así disfrutar las tradiciones de Quito como la famosa humita, un alimento andino hecho a base de maíz.</p> <p>Que puedes compartir a todo momento.</p> <p>Dentro de la comida tradicional del casco colonial tenemos las famosas empanadas gigantes, sandwiches de pernil, quesadillas, pastelitos Cotopaxi, jugos frescos, secos de chivo, deliciosos helados de paila con todos los sabores que destacan a las frutas típicas del Ecuador y su diversidad, el famoso ponche, y los quimbolitos forman parte de la explosión de sabores que representan a la ciudad de quito.</p>
<p>7. Ext. Ronda. Día.</p> <p>Vemos varios juegos tradicionales de Quito como coches de madera, el sapo, el borracho, saltar la sogá.</p>	<p>La calle la Ronda de Quito.</p> <p>Rebeca</p> <p>Voz en off</p> <p>El famoso juego del sapo, el borracho, tradición de los quiteños, cantar y saltar la sogá, el ula ula, los coches de</p>

	<p>madera, son algunos de los juegos tradicionales de la ciudad de Quito. A continuación les damos a conocer uno de los más conocidos, el trompo.</p>
<p>8. Int. Taller de trompos. Día.</p> <p>Se realiza la entrevista y se ve como se diseña un trompo.</p> <p>Se ven varios trompos, se ve el proceso de creación y su función entre el entrevistado y los presentadores jugando.</p> <p>Se ve al trompo bailando en varios lugares.</p>	<p>You make me feel the moon/ Simiolo.</p> <p>Dany</p> <p>En el taller de Humberto cruz se fabrica uno de los juguetes tradicionales en Quito, los trompos.</p> <p>Adam</p> <p>Quiénes son las personas que más compran trompos?</p> <p>Qué consejo le da a los jóvenes y niños, cree que se está perdiendo esta tradición?</p> <p>Dany</p> <p>Como se jugaba antes al trompo y que tipo de madera se usa?</p> <p>Como se ha adaptado lo antiguo a lo nuevo a través de sus inventos?</p>
CORTES COMERCIALES	SEGUNDO BLOQUE
9. Ext. Guápulo. Día.	<p>You make me feel the moon.</p> <p>Rebeca</p> <p>Voz en off</p>

	<p>Guápulo cuenta con una hermosa vista hacia las montañas del valle, su barrio tradicional forma parte de la historia de Quito. Rodeado de belleza y cultura, Guápulo es un atractivo que ha enamorado a varios turistas, como es el caso de Dana.</p>
<p>10. Int. Casa de Dana. Día.</p> <p>Los conductores entrevistan a Dana una americana residente en el Ecuador. Mientras Dany pregunta Adam aporta en las preguntas contestándolas también.</p>	<p>Dany</p> <p>Hace cuanto llego al Ecuador?</p> <p>Por qué vino a Ecuador?</p> <p>Por qué decidió quedarse en el país?</p> <p>Como es la cultura ecuatoriana y quiteña?</p> <p>Cual es la diferencia entre su cultura y la quiteña?</p> <p>Como ha sido su vida desde que llego a Quito?</p> <p>Como es la gente de Quito?</p> <p>Cual es la comida típica de los Quiteños?</p> <p>Como es el clima de quito en comparación ha su país?</p>
<p>11. Ext. La Ronda. Noche.</p> <p>Tomas de la ronda y de gente comiendo empanadas de viento canelazo, vino</p>	<p>La calle la Ronda de Quito.</p> <p>Rebeca</p> <p>Voz en off</p> <p>La ronda, considerada una de las calles más antiguas de Quito,</p>

<p>hervido.</p> <p>Los conductores caminan por la ronda y hablan sobre las bebidas tradicionales de Quito, luego premian a los visitantes con vino hervido y canelazo cuando explican los ingredientes.</p> <p>Claqueta: el canelazo es una bebida de naranjilla mezclado con licor.</p> <p>Claqueta: el vino hervido se mezcla con azúcar, puntas y astillas de canela.</p> <p>El conductor extranjero se emociona y se pone muy alegre</p>	<p>concentra las tradiciones de la ciudad como su gastronomía, ambiente artístico y diversión nocturna.</p> <p>La ronda fue cuna de músicos, escritores y artistas renombrados de Quito.</p> <p>Actualmente, es uno de los lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros. En este recorrido aprenderemos sobre el canelazo y vino hervido, bebidas tradicionales de la ronda.</p> <p>Dany</p> <p>Algo que no te puedes perder por la noche en el centro histórico de Quito es caminar por la noche y venir a la ronda.</p> <p>Adam</p> <p>Algo rico y tradicional aquí en la ronda son los canelazos, es un jugo de naranjilla con un licor muy fuerte llamado puntas que al ser mezclado con el jugo dulce de naranjilla pierde su sabor fuerte. Debes tener cuidado porque parece un trago suave pero puede emborracharte.</p> <p>Dany</p> <p>De igual manera te puede pasar lo mismo si tomas vino hervido. Para hacer vino hervido necesitas 1 botella de vino, 3 clavos de olor y taza de azúcar y 2 astillas de canela.</p>
--	---

	<p>Y bueno vamos a ver si las personas de Quito conocen sus ingredientes.</p> <p>Adam</p> <p>Cuáles son los ingredientes del vino hervido, canelazo?</p> <p>Es parte de la cultura quiteña?</p> <p>Cada cuanto visitas el centro histórico?</p> <p>Escuchamos unas campanas</p> <p>Adam</p> <p>Farra</p> <p>Dany</p> <p>Fiestemos.</p>
<p>CORTES COMERCIALES</p>	<p>TERCER BLOQUE</p>
<p>12. Ext. Plaza Foch. Noche.</p> <p>Tomas de la plaza, bares, gente divirtiéndose, tomando café o cerveza y conversando.</p>	<p>Follow Rivers</p> <p>Rebeca</p> <p>Voz en off</p> <p>Como atractivos de la vida nocturna de Quito se encuentra la Plaza Foch. Sus bares, su ambiente acogedor, cafeterías y restaurants nos muestran el lado moderno de la ciudad, junto con toda su diversidad.</p>

	<p>En nuestra visita, la gente nos contó sobre el ambiente nocturno que se vive en la plaza Foch.</p>
<p>13. Ext. Bungalow. Noche.</p> <p>Los conductores entrevistan a los visitantes nacionales y extranjeros.</p> <p>Se hacen las mismas preguntas para contrastar las respuestas entre los nacionales y extranjeros.</p>	<p>Adam, Dany</p> <p>Como bailan los quiteños?</p> <p>Como describes a los quiteños?</p> <p>Que es lo bueno y malo de los quiteños?</p> <p>Como es el quiteño con los extranjeros?</p> <p>Como pensabas que eran los quiteños antes de venir?</p> <p>Invitaría a los quiteños a que vengan?</p> <p>Que recomendaría que las personas hagan en la ronda, que es lo tradicional aquí?</p>
<p>14. Ext. Plaza foch. Noche.</p> <p>Vemos a los conductores bailando, riéndose y divirtiéndose con la gente que saluda hacia cámara.</p>	<p>Drunken in Love.</p> <p>Rebeca</p> <p>Voz en Off</p> <p>La plaza Foch nos ofrece una gama de diversos bares y lugares de entretenimiento para gustos de todo tipo , bares alternativos, lugares para bailar salsa y compartir entre amigos , sitios para conversar, disfrutar una pipa árabe, y bares para los grupos Lgtbi son tan solo unas de las muchas opciones que nos ofrece este sector.</p>

	<p>Además, podrás encontrarte todo tipo de lugares con diferentes ambientes y temáticas para celebrar de ocasiones especiales y disfrutar con tus seres queridos.</p> <p>También encontraras lugares para jugar billar o el famoso futbolín que forma parte de los juegos tradicionales de Quito, podrás y disfrutar de tu cóctel favorito, y pasar una noche inolvidable.</p> <p>Así que si quieres variedad de opciones para farrear y compartir la plaza Foch es el lugar indicado.</p>
<p>15. Ext. Bungalow. Noche.</p> <p>Los conductores despiden el programa y esperan por un taxi.</p>	<p>Drunken in Love.</p> <p>Adam</p> <p>La diversidad de la gente de Quito es impresionante. Hay mucha diferencia entre ellos, muchos parecen americanos, africanos, asiáticos y en general son muy amables con los extranjeros. Hemos llegado al fin del programa.</p> <p>Dany</p> <p>No se olviden de seguimos en las redes sociales y de recuerden que pueden enviarnos un video contándonos sus lugares favoritos en Quito.</p> <p>Adam</p>

	<p>Nos vemos la próxima semana con más diversión y en un nuevo lugar del Ecuador para conocer sobre su cultura y gente.</p> <p>Hasta la próxima y recuerden que la vida es el mejor de los viajes.</p> <p>Adam, Dany</p> <p>Que Buen Trip.</p>
<p>16. Int. Bungalow. Noche.</p> <p>Vemos a los conductores bailando, riéndose y divirtiéndose con la gente que saluda hacia cámara.</p>	<p>Drunken in Love.</p> <p>Rebeca</p> <p>Voz en Off</p> <p>Esto ha sido todo en el programa de hoy. En nuestro próximo capítulo viajaremos a un Nuevo destino turístico del Ecuador.</p> <p>Que buen trip tu programa favorito.</p>
<p>DESPEDIDA</p> <p>Vemos a varias personas diciendo su lugar favorito de Quito y enviar saludos al programa.</p>	<p>Mientras tanto.</p>

4. HIPOTESIS GENERAL DEL PROYECTO

El Ser Colectivo.

Hoy en día, nuestra familia, la educación, todo lo que nos rodea y hemos experimentado forman parte de lo que somos. Al ser seres sociales con necesidades de relacionamiento y el pertenecer a un grupo forman parte de nuestra visión colectiva del mundo y de nosotros mismos.

Esta visión colectiva es generada a través de un proceso de práctica mediante la experiencia social, cognitiva y lingüística. De esta manera se crea la relación del "yo en la realidad social". Este forma un contenido y proyección de la conformación "del ser, nosotros" en un espacio determinado y pensado a término global. Traverso (1998).

La condición del hombre requiere que el individuo, aunque exista y actué como ser autónomo, lo haga solo porque él puede identificarse a sí mismo primero como algo más grande, como miembro de una sociedad, grupo, clase, estado o nación, de alguna estructura a la cual no puede atribuir un nombre, pero que reconoce instintivamente como hogar Scruton, (1986).

“Una persona puede definirse en base a su espacio, economía, política y cultura que lo rodean”. Ramírez (1992). Según Smith:” se definen debido a la población humana con

la que comparten territorio e historia, mitos comunes y memorias históricas, una cultura pública de masas, una economía común y derechos y deberes comunes legales para todos sus miembros” (1991).

La identidad, un tema modernista.

Según Martha Traverso, desde la perspectiva psicosocial, la identidad nacional es generalmente una forma de expresión e identidad colectiva de un ser pensado en un entorno (1998).

Esta propuesta moderna se basa en la idea del “yo” o sujeto dentro de un espacio. La personalidad forma parte de la enseñanza aprendidas por nuestro entorno. A través del proceso de sociabilización por ejemplo, un niño desarrolla su personalidad y se convierte en un reflejo de su entorno social y cultural.

“La teoría moderna acerca de la identidad, es una preocupación de la época moderna en donde la capacidad humana de reflexionar sobre sí mismo y sobre la realidad que nos rodea, aumenta sustancialmente”. Traverso (1998)

La identidad en cuestión.

Se cree que debido a la globalización y los medios masivos de comunicación que han acercado otras culturas a la nuestra se ha creado una crisis de identidad, generó y raza debido al cambio. Según Kabena Mercer “la identidad está en crisis cuando se asume como fija, coherente y estable es desplazado por la experiencia de la duda y la incertidumbre” (1990). Es importante entender que la modernidad está cambiando hoy en día.

“El sujeto postmoderno, es conceptualizado como un sujeto carente de identidad fija o permanente ya que esta es transformada continuamente”. Hall (1987). La identidad totalmente estable y unificada es una fantasía.

En la post modernidad el hablar de una estructura o identidad es cuestionado. Somos una sociedad híbrida y líquida. Según Bauman no se puede ser pretencioso y definir a una sociedad como a un inventario en donde se denomina a un grupo como nación. (1992)

1. Es importante entender la diferencia entre: nación y nacionalismo. Nación es la construcción de identidad y necesidad moderna. La identidad es dependiente del contexto histórico social. El nacionalismo en cambio es la una doctrina que pretenden dar

el derecho de una nacionalidad confirmando su propia personalidad mediante la autodeterminación política.

2. De esta forma podemos entender que una comunidad no se distingue por su verdad o falsedad si no por su imaginación del ser y su sentido de pertenencia y distinción. De esta forma, podemos entender que una persona puede definirse de forma subjetiva en su entorno.

Es posible hablar de un identidad latinoamericana?

Según Sigmund Bauman:” la identidad latinoamericana al igual que todas las identidades colectivas, es una metáfora o forma de expresarnos que pertenece a los discursos de nosotros o discusión grupal, conformado en la concepción subjetiva frente a los otros” (1992).

En Latinoamérica la identidad nacional fue pensaba antes que de país en país. A través del criollismo que es el desvinculamiento de la cultura americana y europea con la idea de fortalecer las tradiciones indígenas, se fomentó la idea de identidad en toda Latinoamérica. Traverso (1998).

La economía influye en el ser colectivo

A través de la exportación de recursos y cultura el grupo lo define e identifica como propio, promueve su cultura. Según las estadísticas del estudio de identidad ecuatoriana de Traverso. Lo que exportamos al mundo genera una idea de quienes somos. De esta forma la economía de un país influye en la imagen del grupo social. Según Traverso: se habla, entonces, de una sociedad fragmentada en donde los grupos dominantes han impuesto la cultura del simulacro patrioter. Traverso (1998).

Negrón Muntander en su artículo "El trasero de Jennifer López" explica que cuando la artista participo en la película Selena que fue taquillera en los Estados Unidos generó la imagen del cuerpo latino, este al ser visibilizado en todos los medios de comunicación fue considerado por la comunidad latina como un símbolo de identidad. No es el habla o la religión, es el trasero y el cuerpo que tenemos los latinos lo que nos identifica y nos enorgullece. De esta forma entendemos que en cada sociedad existen símbolos e ideas de cada grupo y estas identifican a cada sector. Negrón (1997)

Existen potencias mundiales con recursos mayores para comercializar y explotar su economía, de la misma forma exportadores de cultura a gran escala.

Si bien el robo del estado al pueblo, el racismo racial y social y de esta forma se cumple su idea de cada oveja con su pareja, el pueblo en general tiene la idea de ser gente

bondadosa y buena, un pueblo orgulloso de tener esperanzas y de sus recursos naturales. Traverso (1998)

Los ecuatorianos y el extranjero.

Los discursos hablan de gente abierta, amistosa con el extranjero, gente inocente, de un pueblo optimista, de pueblo generoso, de que hay un ambiente de tolerancia y de paz. Traverso (1998)

La gente ecuatoriana es muy amable con todos los extranjeros debido a que la tez blanca en nuestra sociedad favorece que se desempeñe en todo tipo de trabajo y ascienda brevemente. Traverso (1998).

Según el proyecto fotográfico denominado Uruguayos en el Ecuador 2014 realizado por la Embajada del Uruguay en Ecuador, varios Uruguayos respondieron que dentro del mundo laboral tienen fama de ser buenos y que esto de cierta manera los ha ayudado al momento de conseguir trabajo en el Ecuador ya que la gente sobrevalora su trabajo. Por lo tanto, que un extranjero sea el presentador de nuestro proyecto audiovisual tendrá acogida y el explicar lo nuestro lo volverá interesante.

Calientes o fríos como ecuatorianos.

La cultura siempre ha estado inmersa en la temporalidad de los cambios, y ha sido a lo largo de los tiempos culturales que se llegó a hablar de sociedades frías y sociedades calientes.

Las frías son rígidas con cambio a largo plazo y añorantes del pasado, estables debido a que sus vecinos son parecidos mientras que las calientes tienen más esperanzas al futuro y buscan el cambio, tienen más diversidad vecina, debido a las telecomunicaciones, las distancias se han acortado considerablemente.

Todas las sociedades y culturas del mundo han entrado en un proceso de muy amplios e intensos intercambios. Esto provocado un recalentamiento de todo el mundo, haciendo que todas las sociedades encuentren sujetas a una creciente aceleración sus cambios. Sánchez (1997)

Debido a esto, este programa no pretende mostrar el pasado sino más bien revivirlo a través de una mirada actual en donde se describe la experiencia de los presentadores en un contexto post moderno y líquido. Por lo tanto, fomentamos la interculturalidad y desarrollo de nuestra propia cultura.

Es interesante que se muestre el proceso de mezcla ya que las relaciones entre culturas no son la consecuencia de la pluralidad de culturas; muy por el contrario, son las relaciones interculturales las que generan la pluralidad cultural. Sánchez (1997). Por lo tanto la cultura ha sido siempre plural.

Es por esto que no se puede hablar de identidad sino más bien se debe entender que en la actualidad día a día nos actualizamos a diario y vivimos un cambio constante. Es mucho mejor decir y mostrar nuestro contexto social en base a la experiencia y espacio e el Ecuador y en general que definirlo. Según Arenas, se debe entender por identidad lo que somos ahora. Arenas (1997)

Por lo tanto, es importante basarnos en lo actual y en base a esto encontrarnos y darnos un espacio dentro del mundo mestizo y globalizado, entendiendo que la única y posible denominación de identidad y cultura es una combinación y que más que recordar lo pasado es vivir el presente y entender las variaciones que se han dado y se darán.

Sin embargo, es importante y urgente según Luciano Martínez, la implementación de políticas de estado en base a la revalorización de la base intercultural en base a lo que tenemos actualmente. Martínez (1997)

Mostrar al Ecuador, sus culturas y tradiciones, trabajos ancestrales y comida típica es importante para refrescar al ecuatoriano en esta era postmoderna y continuar el mestizaje entre lo ancestral y lo actual.

Según José Almeida Vinuesa” la identidad, se construye y reconstruye en la praxis social a partir de la contraposición social, oposición que, por lo general, se da en torno a recursos tanto materiales y simbólicos que son necesarios para la existencia y continuidad sociocultural de los involucrados”. Almeida (1997)

Conclusión.

Este proyecto se basa en la actualidad, presenta la influencia de culturas ajenas a la nuestras. Muestra el efecto de la globalización y su producción de conexiones y desconexiones en la esfera cultural tan generalizada y que las telecomunicaciones, por tales aspectos crean de la cultura formas mercantiles y comunicacionales (modas, consumos, comportamientos, gustos y valores...)

La razón de que en este proyecto un extranjero sea quien junto a un ecuatoriano cuenten la historia, se basa en este complejo sistema de interconexiones y desconexiones, sobre el que se desarrolla fenómeno de la globalización y obliga a establecer una correspondencia entre las consideraciones globales o locales y sus efectos respectivos en ambas dimensiones. Ya que la fórmula "pensar global y actuar localmente" (thinking

global and acting local) sólo tiene sentido y performance si se complementa con su formulación a la inversa.

Hacer esto con los personajes representa a la sociedad actual influenciada por lo extranjero y al mismo tiempo habla sobre una realidad cada vez más cierta en la vida del ecuatoriano debido a la apertura de las redes sociales y medios masivos de comunicación que han generado un acercamiento enorme entre culturas, poner al extranjero de local y al ecuatoriano de visitante. El efecto más visible de la globalización cultural es la homogenización y en trópica de la cultura. Consecuencia de la comunicación a escala mundial, de la ampliación de las relaciones e intercambios entre culturas.

Es preciso que el hombre reencuentre este mundo, no son un domicilio sino también su lugar propio; que su mundo tenga un orden, una cultura, un estilo, en él se respete y cultivé con sensibilidad, aunque deba ser en detrimento de la productividad, El perfil del paisaje; que se vende de la fantasía misteriosa de la naturaleza, sus colores, y la multitud de los lazos impenetrables que la hacen como gente, que las ciudades y las calles tenga su carácter particular, su atmósfera única; que la vida humana no se reduzca a la producción repetitiva de los bienes y su consumo sino que se le abran posibilidades múltiples; que la gente deje de ser un rebaño, una mercancía manipulable, informada, consumidora de cultura televisada. Jean Gillebaud 1995.

REFERENCIAS Y BIBLIOGRAFIA.

- Acosta, A. (1997). Identidad nacional y globalization. Quito: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales.
- Almeida Vinuesa, J. (1996). El racismo en el Ecuador: Un problema de identidad. Quito: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales.
- Arenas, N. (1997). Globalizacion e identidad latinoamericana. *Nueva Sociedad*, (147), 120-131.
- Bauman, Z. (1992). Soil blood and identity. *The Sociological Review*, 49(4), 645-811.
- Guillebaud, J. (1995). La tradición a la ilustración. Buenos Aires: Manatíal.
- Hall, Stuart 1987 Minimal Selves. En Identity: the real me. Londres: instituto de artes contemporáneas.
- Martínez, L. (1996). El desarrollo sostenible en el medio rural.
- Mercer, K. (1994). Welcome to the jungle: New positions in black cultural studies. New York: Routledge.
- Ministerio de Turismo. (2014, 09 de agosto). Ecuador gana 14 premios en los World Travel Awards, considerados los 'Oscar' del Turismo. Tomado de <http://www.turismo.gob.ec/13937/>.
- Moya, I. R. (ed.) (2008). Arte, poder e identidad en Iberoamerica: De los virreinos a la construcción nacional. Castello de la Plana: Universitat Jaume I.
- Negrón-Muntaner, F. (2006). El trasero de Jennifer López. *Nueva Sociedad*, (201), 129-144.
- Sanchez-Parga, J. (1995). Lo public y la ciudadanía en la construcción de la democracia. Quito: Instituto Latinoamericano de Investigaciones Sociales.
- Scruton, R. (1986). Authority and allegiance. Cambridge: The Open University.
- Yépez, M. T. (1998). La identidad nacional en Ecuador: Un acercamiento psicosocial a la construcción nacional. Quito: Ediciones Abya-Yala.

5. AUDIENCIA – TARGET

Familiar, multitarget, mayores de 12 años.

6. MOTIVACION DEL DIRECTOR

Me interesa mostrar las tradiciones de mi país, su gente y cultura. Mostrar cómo nos ven los extranjeros y de esta forma entender más sobre nosotros. Pienso que es importante hacerlo desde una mirada que aborde al mestizaje actual que vivimos, basar lo ancestral y lo post moderno a través de un programa de entretenimiento y turismo donde se fomenta conocer y recordar de dónde venimos y como nuestro ser social se ha conformado en base a la mezcla de los medios masivos de comunicación.

Quiero recordar y brindar todo lo que forma parte de nosotros como ecuatorianos desde la actualidad y el hecho de cómo vivimos actualmente y como es valorado por los visitantes. Es viajar al pasado y mezclarlo con lo presente, es aceptar y entender que nuestra cultura es preciosa tal como es y que a pesar de la influencia extranjera que en Ecuador es muy bien vista no debemos sentirnos avergonzados de nuestro mestizaje si no entender que la sociedad global es mestiza y que cada sector tiene muchas cosas positivas y únicas.

7. PROPUESTA AUDIOVISUAL DEL DIRECTOR

a. Fotografía

Durante la mayoría del tiempo la cámara se utilizará sobre un trípode y steadycam cumpliendo siempre la idea de acercarnos, explorar y viajar, por lo tanto siempre busca estar en movimiento. Ocuparemos 2 cámaras que cumplirán con esta premisa para con una cubrir todo de forma descriptiva y con varios planos mientras que la otra nos mantendremos en planos abiertos y generales. Por otro lado, utilizaremos una cámara Go Pro para transmitir la mirada de los presentadores durante sus procesos de traslado de un lugar a otro. La premisa del trabajo de fotografía tiene al viaje y movimiento como búsqueda.

b. Iluminación

Se utilizará mayormente luz natural a través del recorrido por la ciudad. Por otro lado, se grabará con luz de medio día, las tomas arquitectónicas y panorámicas de la ciudad debido a que a esta hora las sombras son contrastadas y aportan a la visualización de la arquitectura de cada espacio.

Para las entrevistas se utilizaran luces led con geles cálidos y se buscara que los personajes cuenten con un contraste normal, es decir que no busquemos las sombras muy marcadas.

c. Dirección de arte

Los presentadores utilizaran colores cálidos y pasteles entre amarillo, rojo y celeste ya que buscamos transmitir un estilo veraniego y juvenil. Su vestimenta no será sofisticada sino más bien casual y cómoda.

d. Sonido

El sonido se grabará con micrófonos lavalier para cada uno de los personajes. Además, se utilizará un micrófono boom para respaldar el ambiente y tener varias opciones para el momento de la mezcla y su respaldo.

8. PROPUESTA DE POST PRODUCCIÓN

a. Video

Este programa manejará colores vivos y cálidos, busca destacar lo colorido de los paisajes arquitectónicos de la ciudad. Además, contrastar sus cielos y artesanías y dejar en una exposición standard a los presentadores que visitan lugares coloridos.

b. Edición: se juega con la forma de las tomas de forma yuxtapuesta para de esta manera abarcar de forma narrativa más espacios a la hora de describir las cosas que suceden en cada escena. Además, se juega con el ritmo de edición y se utiliza al zoom como herramienta para adentrar al espectador en cada espacio y situación.

Se realizarán timelapses de los sitios turísticos en donde mostrara la concurrencia de cada lugar. Además, se busca mostrar a los personajes en pantallas divididas para que de esta forma se pueda generar conexión con el público que sentirá que puede ver a ambos al mismo tiempo.

b. Audio

El audio busca generar entretenimiento a través de la música para cada segmento. Los concursos por ejemplo buscan generar tensión a través de los efectos que se utilizan que se vuelven indicativos de afirmación ante las respuestas positivas y el silencio junto a efectos de señales de incorrecto buscan provocar tensión en el público y romper la linealidad sonora.

c. Propuesta Gráfica

La propuesta grafica busca parecerse a la señalética que se utiliza en las autopistas y de esta manera relacionarla al viaje por cada ciudad, esta no solamente se ocupará para describir a los personajes y a los lugares sino que también será parte de datos llamativos como nombres tradicionales y descripciones de las mismas. Por otro lado, se busca que la gráfica fomente marca al programa ante cada boomer de entrada y salida a cortes comerciales que tienen la idea de ser un espacio en el que se pegan fotografías que tienen la idea del recuerdo donde en forma de postal se muestran varios lugares del país.

9. FILMOGRAFIA

Rafael Peralta (Quito, 1990). Estudia la carrera de Producción de Televisión y Medios Digitales en la Universidad San Francisco de Quito con una sub-especialización en Fotografía y Psicología. Además realizó varios talleres de fotografía en el Centro de la Imagen Quito de la Alianza Francesa y participó en la Feria Audiovisual Latinoamericana realizada por la Universidad de Palermo, Buenos Aires- Argentina 2011.

Sus principales trabajos incluyen la serie fotográfica “Uruguayos en el Ecuador” presentada en las redes sociales de la Embajada de Uruguay en Ecuador en el 2014. Además, participó como director de fotografía en el documental financiado por el consejo nacional de cine “La voz de mi generación” dirigido por Shuirpip Raquel Unkuch Saant.

Hoy en día coordina la productora fotográfica “Roll Them photography and films” en donde se realizan trabajos comerciales y proyectos artísticos.

Finalmente, busca direccionar su carrera a las relaciones internacionales para aportar en el área cultural del Ecuador a nivel del cuerpo diplomático.

10. EQUIPO TÉCNICO

NOMBRE	FUNCIÓN
Rafael Peralta	Guión y Dirección
Juan Diego Uquillas	Asistente de Dirección
Ester Carvajal	Producción
Andrea Manotoa	Asistente de Produccion
Eddy Tobar	Fotografía
David Giraldo	Cámara 1
Carlos Luzuriaga	Cámara 2
Sebastian González	Sonido
Lorena Palacio	Asistente de Sonido
Rafael Peralta	Montaje
David Giraldo	Produccion Gráficas
Camilo Giraldo	Post Produccion de sonido
Daniela Rosero	Presentadora
Adam Becerra	Presentador

11. CRONOGRAMA GENERAL

CRONOGRAMA DE PRE-PRODUCCIÓN

SEPTIEMBRE

	1	2	3	4	5	6
		Reunión con Mario Troya tutor de Tesis, presentación de propuesta. Corrección de propuesta.	Investigación y búsqueda de fuentes para sustentar el proyecto.			
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
	Entrevistas al público para medir la aceptación del proyecto. Entrevistas a profesores para revisar el concepto.	Investigación y concepto terminado.				
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

OCTUBRE

			1	2	3	4
			Documentos cinematográficos.	Guión.		
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
				Reunión con Mario Troya de correcciones de guión.	CASTING	Scouting de locaciones.
19	20	21	22	23	24	25
	Búsqueda de Crew. Búsqueda de Equipos.		Reunión revisión de guion. Presentación de Casting.		CASTING FINAL	
					Reunión de Crew.	

26 Producción de avanzada.	27	28	29	30	31 Repaso con el casting. Pruebas de cámara y sonido Repasos crew.
----------------------------------	----	----	----	----	---

**CRONOGRAMA PRODUCCION
NOVIEMBRE**

						1
2 PRODUCCION	3	4	5	6	7 Rodaje	8
9	10 Organizar y revisar material	11	12	13	14	15
16	17	18 Primer corte y reunión tutores	19	20	21	22
23 30	24	25 Segundo Corte. Colorización y sonido. Reunión tutores.	26	27	28	29

DICIEMBRE

	1	2 Corte final.	3 Animación y Diseño gráfico.	4	5	6
7	8	9 Revisión Final de corte.	10 Tesis últimos arreglos	11	12	13
14	15	16	17	18 DEFENZA	19	20 Ultimo día de presentación y papeleo.
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

12. PRESUPUESTO

PRESUPUESTO GENERAL DE PRODUCCION

Título: Que Buen Trip

Dirección: Rafael Peralta

Productor: Ester Carvajal

Productora Ecuador: RollThem 316

RESUMEN DEL PRESUPUESTO	
PREPRODUCCION	\$6,740.00
Investigación	400
Crew	4000
Casting	1650
Ensayos y equipos	690
PRODUCCION	\$13,510.00
Crew	9110
Equipos	4200
Logística	1100
POST PRODUCCION	\$2,500.00
Edición	2000
Sonido	400
TOTAL	\$22,750.00

	DESARROLLO DEL PROYECTO	Unidades	Cantid ad	Valor Unitario	Valor Total	
1	PREPRODUCCION					
1.1	INVESTIGACION					400
1.1.1	Gastos fotocopias, transporte y alimentación, recargas telefónicas	mes	1	400	400	
1.2	CREW					4000
1.2.1	PRODUCTORES					
1.2.1.1	Productor de Avanzada	proyecto	1	1000	1000	
1.3	DIRECCION Y CABEZAS DE EQUIPO					
1.3.1	Director	proyecto	1	1000	1000	
1.3.2	Director de fotografía	propuesta	1	1000	1000	
1.3.3	Director de arte	propuesta	1	1000	1000	
1.4	CASTING					1650
1.4.1	Director de casting	días	3	200	600	
1.4.2	Alquiler locaciones para casting	días	3	100	300	
1.4.3	Alquiler equipos para casting y camarógrafo	días	3	250	750	
1.5	ENSAYOS					340
1.5.1	Transporte ensayos	días	2	70	140	
1.5.2	Alimentación ensayos	personas	2	100	200	

1.6	EQUIPOS PRUEBAS DE CAMARA Y SONIDO					350
1.6.1	Pruebas de cámara y sonido	días	1	200	200	
1.6.2	Camarógrafo	días	1	150	150	
TOTAL PREPROD UCCION						\$6,740.00

2	PRODUCCION					
2.1	CREW					9110
2.1.1	PERSONAL DIRECCION					
2.1.1. 1	Director	proyecto	1	1000	1000	
2.1.1. 2	Asistente de dirección	días	3	200	600	
2.1.2	PERSONAL PRODUCCION					
2.1.2. 1	Coordinador de producción, anteriormente productor de avanzada	proyecto	1	500	500	
2.1.2. 2	Productor de Campo	días	1	500	500	
2.1.2. 3	Asistente de producción	proyecto	3	200	600	
2.1.3	ELENCO					
2.1.3. 1	Protagonicos	personas	2	600	1200	
2.1.4	PERSONAL DEPARTAMENTO DE					

	FOTOGRAFIA					
2.1.4.						
1	Director de fotografía	días	3	500	1500	
2.1.4.						
2	Asistente cámara II	días	3	250	750	
2.1.4.						
3	Luminotécnico (Gafer)	días	3	200	600	
2.1.5	PERSONAL DEPARTAMENTO DE ARTE					
2.1.5.						
1	Director de arte	días	3	300	900	
2.1.5.						
2	Maquillaje	días	3	120	360	
2.1.6	DEPARTAMENTO DE SONIDO					
2.1.6.						
1	Sonidista	días	3	200	600	
2.2	EQUIPO DE RODAJE Y MATERIALES					4200
2.2.1	EQUIPOS FOTOGRAFIA					3200
2.2.1.						
2	Alquiler cámara y accesorios (2 cámaras)	días	3	600	1800	
2.2.1.						
2	Alquiler óptica y accesorios	días	3	200	600	
2.2.1.						
2	Alquiler paquetes de luces y grip	días	3	200	600	

3						
2.2.1.	Compras misceláneas de rodaje,					
4	accesorios y materiales	proyecto	1	200	200	
2.2.2	MATERIALES DE ARTE					400
2.2.2.						
1	Compra vestuario	proyecto	1	200	200	
2.2.2.						
2	Compra maquillaje	proyecto	1	100	200	
2.2.3	MATERIALES DE SONIDO					600
2.2.3.						
1	Alquiler paquete de sonido	días	3	200	600	
2.3	LOGISTICA					1100
2.3.1	Transporte	días	3	100	300	
2.3.2	Alimentación	días	3	200	600	
2.3.3	Caja chica	proyecto	1	200	200	
TOTAL PRODUCC ION						\$13,510.00

3	POSTPRODUCCION					
3.1	EDICION					2000
	Edición o montaje incluye					
3.1.1	promocionales	proyecto	1	1000	1000	
3.2	FINALIZACION					
3.2.1	Colorización	proyecto	1	500	500	
3.2.2	Efectos Visuales	proyecto	1	500	500	

3.3	SONIDO					400
3.3.1	Montaje/ edición sonido	proyecto	1	400	400	
3.4	MUSICA					
3.4.1	Derechos música	canciones	10	10	100	
TOTAL POSTPRO DUCCION						\$2,500.00

TOTAL PREPRODU CCION	\$6,740.00
TOTAL PRODUCCI ON	\$13,510.00
TOTAL POSTPROD UCCION	\$2,500.00
GRAN TOTAL	\$22,750.00

13. CARTAS DE COMPROMISO

CARTA DE COMPROMISO

Yo RAFAEL PERALTA Portador de cédula de identidad No. 1714214614. Con la presentación de este Proyecto manifiesto de manera expresa que conozco y acepto todos los requerimientos y obligaciones que se derivan de la convocatoria **GUIONISTA Y DIRECTOR**

Con mi firma acepto y me obligo plenamente respecto de las condiciones de esta convocatoria.

Ciudad: QUITO ECUADOR.

Fecha: 1 DE OCTUBRE DEL 2014

Nombre: RAFAEL PERALTA

.....

Firma del Postulante

CARTA DE COMPROMISO

Yo ESTER CARVAJAL Portadora de cédula de identidad No. 171246717198. Con la presentación de este Proyecto manifiesto de manera expresa que conozco y acepto todos los requerimientos y obligaciones que se derivan de la convocatoria PRODUCTOR

Con mi firma acepto y me obligo plenamente respecto de las condiciones de esta convocatoria.

Ciudad: QUITO ECUADOR.

Fecha: 1 DE OCTUBRE DEL 2014

Nombre: ESTER CARVAJAL

.....

Firma del Postulante

14. SESION DE DERECHOS DE ACTOR Y/O LOCACIONES

(VER ANEXOS)

15. DECLARACION DE OBRA INEDITA

(VER ANEXOS)

16. CERTIFICADO DEL IEPI

(VER ANEXOS)

17. PROCESO POST PRODUCCIÓN

Se realizaron 4 cortes dentro del proceso de edición en donde la primera parte consistió en la estructura según el guion, la ubicación de gráficos y arreglos en donde se decidió que se debía grabar más detalles para darle más opciones visuales al televidente, se terminó ese corte y se realizó la sonorización en donde se usaron canciones con permisos y derechos y finalmente se masterizo y se realice la mezcla en donde se decidió que era necesaria una voz en off.

18. GASTOS.

Se realizó una inversión de \$800 dólares para la logística de los días de preproducción, producción y post producción.

(ADJUNTO ANEXOS)

19. DOCUMENTOS CINEMATOGRAFICOS

A) Plan de Rodaje

FECHA	HORA	LUGAR	ESCENA
7 de noviembre	9:00 AM	Plaza del Teatro.	6
	12: AM	Basílica.	3,4,5
	4:00 PM- 12:00 PM	La Ronda	8,11
8 de noviembre	1:00 PM	Calle de las 7 cruces.	1, 2
	4:00 PM	Casa Dana	10
	8:00 PM-2:00 AM	Plaza Foch	12,13,14,15,16
22 de noviembre	9:00 AM	Basílica	5
	12:00	Plaza del Teatro	6
	2:00	Plaza Grande	6
	4:00	Plaza Foch	14
23 de noviembre	9:00 AM- 12:00PM	Ronda	8

B) Locaciones Usadas y confirmadas



CALLE DE LAS 7 CRUCES



BASILICA ENTREVISTAS



BASILICA



MIRADOR BASILICA



PLAZA DEL TEATRO



REY DEL TROMPO



GUAPULO



CASA DANA



RONDA



ENTREVISTAS FOCH

20. ESCALETA PRIMERA TEMPORADA

QUITO	Se visita el centro histórico de Quito y lugares emblemáticos como la iglesia de la Basílica. Se muestra la comida típica del casco colonial y la vida nocturna de la ciudad.
CUENCA	Se visitan las iglesias tradicionales de la ciudad, su arquitectura y la comida típica del lugar. Se muestra el arte cuencano y los pasatiempos de los jóvenes en el río.
IBARRA	Se visitan los lagos y sus montañas reconocidas como el Cuicocha, San Pablo, el mercado de Los Ponchos. Los presentadores visitan el mercado de comida tradicional y participan en su realización.
GUAYAQUIL	Se visitan los malecones de la ciudad, se visita a los extranjeros residentes para mostrar la vida marítima de la ciudad. Se muestran las huecas de comida típica y la vida nocturna y los mejores lugares de entretenimiento.
MONTAÑITA	Se visita a varios extranjeros residentes para explorar las playas de montaña y sus

	<p>mejores lugares de entretenimiento. Se muestra la variedad internacional y la mezcla nacional de comida y finalmente las fiestas y los deportes como el surf.</p>
<p>BAÑOS</p>	<p>Los presentadores visitan las cascadas representativas del lugar y sus famosas tarabitas. Visitan comunidades indígenas para participar en la elaboración de pan de yuca y cocinar tilapia. Participan de ciertos rituales y conocen la vida de varios extranjeros que viven en el sector. Finalmente invitan a los turistas nacionales y extranjeros a participar de la chicha y los gusanos.</p>

21. ANEXOS