

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

**BOOMBOXUIO. Proyecto Transmedia
Propuesta de Comunicación.**

María Lorena Ochoa González

Producción de Televisión y Medios Digitales.

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciada en Producción de Televisión y Medios Digitales

Quito, 17 de diciembre de 2015

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO COMUNICACIÓN Y ARTES
CONTEMPORÁNEAS

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

BOOMBOXUIO. Proyecto Transmedia

María Lorena Ochoa González

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Fabián Varela, M.A

Firma del profesor

Quito, 17 de diciembre de 2015

Derechos de Autor

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

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

Firma del estudiante: _____

Nombres y apellidos: María Lorena Ochoa González.

Código: 0010923

Cédula de Identidad: 1722734462

Lugar y fecha: Quito, diciembre de 2015

DEDICATORIA

Esta tesis esta especialmente dedicada a mi familia, quienes me brindaron todo el apoyo y realizaron muchos esfuerzos durante toda mi carrera.

Mi mayor inspiración, mi hija, Killari Aaliyah por demostrarme que los planes y el tiempo de Dios son perfectos. Te Amo mi guerrera.

Mi esposo y mejor amigo: Marco A. Baldeón A.K.A Ocam, por su incondicional apoyo y dedicación para poder cumplir nuestros sueños.

Néstor Miguel Ochoa, mi padre, por el constante ejemplo de superación, humildad y gentileza. Mis logros son la cosecha de una vida llena de trabajo y esfuerzo para tu familia.

María González, mi madre, sobre cualquier cosa a ti por enseñarme que ningún camino es imposible y que con una sonrisa podemos cambiar al mundo entero.

A mis abuelos por su entrega incondicional de amor y sabiduría. Mi hermano Oscar Miguel, por colaborar en muchos de mis proyectos y ser mi apoyo en los momentos más difíciles.

AGRADECIMIENTOS.

Agradezco infinitamente a todos quienes fueron parte de este proyecto y confiaron en esta propuesta. Trabajamos por generar espacios libres y llenos de información invaluable.

Agradezco a mis colegas y amigos quienes supieron manejar cada situación de la mejor manera.

Ocram, Marco Baldeón.

Disfraz, Paúl Moposita.

David Estrella.

Dj Funky beat, Mauricio Pozo.

Belén Ortiz.

Tone Mythology, Christian Aguilar.

A mis profesores y amigos quienes supieron compartir sus conocimientos de la mejor manera para lograr un producto de calidad a lo largo de toda mi carrera.

Mario Troya, Felipe Terán, Fabián Varela.

Andrea Manotoa, Estefanía Mantilla, Israel Laime, Gonzalo Chávez.

RESUMEN

BOOMBOX CORP. Es un proyecto transmedia que propone educar, informar y entretener a su público con temas relacionados a la Cultura Hip- Hop en Ecuador, manejando las diferentes opciones de mass media como: tv, prensa, radio y comunidades virtuales, soportados mediante un portal web en el que el público podrá encontrar información sobre cada entrega que se actualizara una vez por semana.

Palabras clave: mass media, transmedia, tecnología, cultura, web.

ABSTRACT

BOOMBOXUIO . It is a transmedia project that aims to educate , inform and entertain the audience with issues related to the Hip- Hop Culture in Ecuador , managing the different options as mass media : TV , newspapers , radio and online communities , supported by a web portal, where the public can find information about each delivery to be updated once a week.

Keywords : mass media, transmedia , technology, culture , anywhere.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	9
Desarrollo del Tema.....	12
Marco Teórico.....	12
Propuesta.....	18
Libro de Producción.....	24
Conclusiones.....	40
Recomendaciones	41
Referencias Bibliográficas	42

Introducción

Desde las primeras manifestaciones de vida dentro del mundo, la comunicación ha sido el engranaje para el desarrollo de la sociedad. Los medios de comunicación han evolucionado con el paso de los años, pero además se han visto en la obligación de adaptarse a los cambios tecnológicos que tenemos hoy en día para poder satisfacer las necesidades de los usuarios quienes demandan inmediatez, veracidad e interactividad.

El inicio de internet dio paso a su vez a un sinnúmero de combinaciones para poder comunicarnos en tiempo real. La interactividad como una característica principal de este medio ha logrado que el mensaje no sea unidireccional. Hoy en día el emisor recibe el feedback de sus usuarios de manera inmediata. Sin embargo esto no quiere decir que la prensa, radio o televisión han dejado de ser importantes pero es necesario a su vez recalcar que estos han adaptado sus estándares para poder estar en los diferentes espacios que maneja la red. Cada mínimo detalle debe ser tomado en cuenta pues a diario la demanda de información es más grande y las actuales aplicaciones han eliminado cualquier patrón estándar de difusión en tiempo y espacio. Esto dio paso a una nueva era de comunicación que se define como transmedia que rompe con todos los formatos de difundir la información y que incluso permite el salto de un medio de comunicación a otro. “En las narrativas transmedia el relato se expande de un medio a otro y cuenta con la participación activa de los usuarios” (Carlos A. Narrativas Transmedia.2013)

De la mano de este cambio en la estructura de difusión de los medios de comunicación y la gran cantidad de información existente en la red, llega la oportunidad de

crear espacios para poder mostrar la construcción y evolución de culturas urbanas que se han adaptado al medio en el que se desenvuelven sin la necesidad de desarrollar sus contenidos dentro del país al que pertenece su origen.

Una de estas es: La Cultura Hip- Hop que llegó a Ecuador aproximadamente en los años 90 y que hasta el día de hoy lucha por romper con estándares y estereotipos asignados por la sociedad que cataloga a los miembros de esta con situaciones de violencia y calle. Son varios los exponentes que han crecido en nuestro país y que tratan de hacer conocer su trabajo. Durante más de una década los miembros de esta cultura han intentado crear espacios para mostrar su trabajo, uno de ellos es Paúl Moposita, más conocido como: Disfraz quien insiste en que los patrones imaginarios creados por la sociedad aún existen: “De pronto hay gente que está con gorra o vestida de cierta forma, caminando de noche por la calle y la policía seguro va a parar... segurísimo...” (Moposita,P.(06 noviembre de 2015). La diversidad y el rechazo marcan el paso del hip hop. Diario La Hora. Underground). Mostrar un escenario completamente diferente al estereotipo es el objetivo de presentar a la sociedad un proyecto en el que se manifiesten los altos valores culturales y artísticos del Hip-Hop en el Ecuador y el mundo.

Los nuevos proyectos audiovisuales tienen por objetivo manejar la información en una línea de tiempo que no es predeterminada. Cada enlace pasa a formar una historia que puede ser contada de diversas maneras construyendo un universo que tiene como base el manejo de diversos contenidos para formar una narrativa transmedia. “El transmedia storytelling propone una experiencia común que abarca diferentes medios y dispositivos, todos ellos unidos por un hilo narrativo” (Scolari, 2013). En nuestro país son pocos los proyectos transmedia que han logrado captar la atención del público muchos de ellos han

usado a esta herramienta como parte de procesos publicitarios de marcas muy reconocidas, sin embargo en temas informativos y educativos el desarrollo es muy bajo.

Dentro de este proyecto de titulación, se presenta la contextualización de un nuevo proyecto transmedia que busca crear espacios de difusión para la cultura HIP-HOP dentro de nuestro país, respondiendo además a la necesidad de tener un proyecto capaz de variar los parámetros establecidos con el manejo de contenidos audiovisuales y escritos que se adapten a las nuevas exigencias de un público que demanda mayor cantidad de información y contenidos de calidad.

Para el año 2016 se espera que en el mundo existan 10.000 millones de smartphones y en Ecuador alrededor de 4.5 millones de personas serán usuarios de internet móvil, lo que da inicio a diversos productos mediáticos que usen las diferentes plataformas para dar vida a una historia. Dentro del contexto antes presentado desarrollo la siguiente propuesta como trabajo de titulación : BOOMBOXUIO. Como un proyecto transmedia que entregará a sus usuarios información innovadora, educativa e informativa sobre la cultura hip-hop en Ecuador y el Mundo. El portal web: **www.boomboxuio.org** entregará a sus usuarios la posibilidad de conectarse a la transmisión del programa de Radio, sintonizar el programa de Tv, informarse con los artículos posteados en su blog , visualizar las diferentes producciones de videos musicales , eventos, noticias, ofertas comerciales y ampliación de contenidos sobre comunidades virtuales, dando paso a un espacio pionero en el manejo de transmedia para la cultura HIP- HOP en nuestro país.

Desarrollo del Tema

Marco teórico

Hablar de Hip-Hop es hablar de un mundo artístico con infinitas combinaciones de perfección y creatividad. Desde las primeras manifestaciones de esta cultura se entregó pasión y el manejo de técnicas que evolucionan casi al instante. Son más de 40 años desde que el hip-hop mostró su fuerza desde lo más tradicional hasta la época actual. Aproximadamente desde 1973 se tiene registros de las diversas manifestaciones de la cultura hip-hop y sus cuatro elementos, llegando incluso a lograr un *mainstream* de un hit musical que hoy en día se lo considera un clásico. “El hip-hop tuvo una tradición oral que va desde 1973 cuando la primera canción de Hip-Hop se convirtió en mainstream y que fue “Rapper’s Delight” [Sugarhill Gang] en 1979.” (Khalid El – Hakim, Entrevista para la revista Hip-Hop Dx).

La construcción de un entramado de avenidas en el año 1929 sitúa a cientos de los habitantes de Nueva York en una situación inhumana y llena de violencia. Un nuevo plan de diseño urbano genera que ciudadanos latinos y afroamericanos deban salir de los guetos de Manhattan hacía el Bronx, lugar en el que se tenía la posibilidad de encontrar un hogar gracias a la gran cantidad de viviendas públicas, sin que esto en su momento garantice una mejor calidad de vida. Hacer de Nueva York una ciudad completa y ordenada era el principal objetivo de este nuevo modelo urbano, pero se eliminó la importancia de tener un ambiente equilibrado para todos los sectores, siendo el Bronx uno de los espacios más olvidados, lo que generó una gran ola de violencia y el tráfico de drogas como una fuente primordial para el manejo de la economía.

El no contar con los recursos necesarios para desarrollarse en un ambiente adecuado y respondiendo al instinto de sobrevivencia, muchos pasan a formar parte de las pandillas

que al momento controlaban diferentes puntos. Grupos conformados por afroamericanos, latinos y blancos pelearon entre sí con enfrentamientos llenos de armas, y muerte. La violencia llegó a un punto tan alto que el pedido de paz llegó dentro de los mismos grupos, dentro del libro: “Can’t Stop Won’t Stop, A History of the Hip-Hop Generation,” de Jeff Chang se manifiesta: “...Las ‘deudas de sangre’ entre pandillas crearon una ola de violencia de tal magnitud, que un grito de paz surge desde dentro. En el año de 1971 se crea un Acuerdo de Paz entre pandillas, que no termina con la violencia de un día para el otro, pero que abre una brecha necesaria frente a tanta sangre derramada...”(2005.p95). Poder manejar espacios específicos dentro del Bronx era el objetivo. Afroamericanos y puertorriqueños estaban divididos no solo por sus bandos si no también por el Bronx River que separó en espacio físico a estos dos bandos.

La búsqueda de un cambio, el constante deseo de mejorar lleva a líderes del sector a crear una nueva forma de comunicación entre los habitantes del Bronx. Bambaata, Dj y grafitero empieza a organizar “block parties”, entendidas como un espacio en el que los miembros de las diferentes pandillas participaban de un nuevo proyecto que tenía por objetivo organizar a los jóvenes e invitarlos a crear un proceso que busca la paz y el desarrollo. Las fronteras dentro del Barrio empiezan a romperse y esto da paso a un nuevo proceso de comunicación.

ZuluNation, se encarga de mostrar un nuevo modo de vida, un espacio en el que la lealtad, justicia, libertad, amor y paz formen parte del entorno en el que sus miembros se manejen adquiriendo conocimientos que los ayuden a manejar de mejor manera las circunstancias en las que vivían. Dando paso a un proceso artístico revolucionario que

marcara la historia en el inicio de una cultura que tenía ya creatividad con los Dj al crear música y con el Mc quien contaba con la capacidad para raperar.

De aquí se da pasó al desarrollo de la Cultura Hip – Hop, creada en un ambiente poco favorable lleno de violencia, injusticia social e incluso racismo. Afroamericanos y Puertorriqueños dan pasó a uno de los procesos creativos más completos y perpetuos del planeta. El Hip- Hop como una herramienta que invite a explorar nuevas formas de protesta para un mejor vivir y que hoy en día se a convertido en un referente, que salió del Bronx para habitar hasta en los más recónditos lugares del planeta generando millones de dólares.

Hip- Hop en Ecuador

La difusión de una Cultura tan fuerte se dio a nivel mundial. Diversos factores alentaron a la masificación de este mundo que presenta una perspectiva diferente sobre la creación de arte. La Migración fue uno de los factores que manejo la difusión y llegada de la Cultura Hip- Hop a Ecuador. El proceso migratorio de los años 1960 a 1970 es de gran peso para que jóvenes ecuatorianos que se radicaron en Estados Unidos durante la época traigan a Ecuador mucha información y el arte de manifestarse de una manera completamente diferente a lo que se refería a nuestro contexto.

Los medios de Comunicación por su parte tienen un papel fundamental, la difusión de Video Clips, la imagen de los artistas y diferentes perfiles transmitidos en los programas musicales de tv, entregaron información para que la Cultura Hip- Hop a pesar de ser externa se incruste en nuestro país y logre incluso adaptarse a nuestras propias características y manifestaciones.

Después de varios años, se puede ya decir que Ecuador es un país con excelentes referentes que han logrado representar en a nuestro país, incluso en el exterior. Festivales internacionales demuestran el interés por la escena artística ecuatoriana y motivan a nuevos grupos a buscar mejores opciones innovadoras para presentar su trabajo. El lanzamiento del disco: “de uña y mugre”, de la agrupación quiteña Mugre Sur es nuestra muestra de ello. Tras más de una década de entregar todo a sus presentaciones este grupo de Hip- hop quiteño presenta su trabajo producido con la mejor calidad, con una puesta en escena que es apta para todo público.

El proceso de adaptación a nuestra país, a logrado que los artistas tengan características que los hacen únicos. Muchas agrupaciones buscan entregar a su público temas nuevos y videos con mucha calidad.

Transmedia

Cubrir gran parte del espectro narrativo es el objetivo del transmedia. Romper con los patrones de difusión y entregar diversas formas de manejar el entorno comunicativo es lo que se busca hoy en día. Las diferentes plataformas pueden fusionarse para crear un universo de combinaciones para entregar nuevos datos que van más allá de un formato para radio o tv.

El consumo de material a través de dispositivos móviles es una de las principales bases para ver al transmedia como una opción viable de entregar nuevos programas que se entrelacen a diversos mass media. Básicamente la creación de un proyecto transmedia se ha convertido en un desafío bajo las opciones que se tienen para poder conjugar un proyecto de calidad. En la actualidad son varias las campañas publicitarias, sagas de películas e incluso series de tv que maneja este formato.

Este nuevo boom esta siendo explotado en todo el planeta pero es necesario recalcar que los primeros rasgos para el desarrollo de proyectos de este tipo se dio a inicio de la década de los 90, cuando MarshaKinder hace referencia de estos como “productos mediáticos industriales que jugaban con la intertextualidad de sus contenidos.”(Kinder, 1991).A partir de este momento se dan diversas publicaciones y estudios sobre este revolucionario modo de hacer contenidos comunicativos. Al hablar de transmedia no estamos hablando solamente de tecnología y dispositivos , estos a su vez son capaces de conjugarse con libros, tarjetas coleccionables, juegos de mesa, álbumes. Todo esto manejaría la capacidad de volverse aún más tangible y agradable para el consumidor.

La búsqueda y creación de nuevos espacios de difusión motiva a muchos a crear espacios para poder compartir y ser parte de una nueva narrativa. La interactividad es una de las características que es necesaria para poder sentir que se forma parte de la historia. Descubrir pistas,

escoger el final o los próximos personajes son solo ejemplos básicos de lo que se puede lograr hoy en día. Dentro de una plataforma diversa se puede contar una historia con el público como el peso para poder continuar con el desarrollo de esta.

Dentro del ámbito cultural y artístico ya se manejan contenidos transmedia que puede ser tomados como referentes dentro de su manejo estético y de contenidos que no necesariamente son parte de la ficción.

- “Blu”, artista de graffiti Italiano.- maneja producciones audiovisuales sobre sus pintadas, además de links a notas en su blog y una galería fotográfica de sus trabajos.

Conceptualización y Propuesta

Objetivos

General .crear un producto transmediaticocomo un espacio libre y educativo para la difusión de la Cultura Hip- Hop en Ecuador.

Específicos.

1. Posicionar a BOOMBOXUIO como un referente principal de la Cultura Hip-Hop en Ecuador.
2. Generar una ventana para que artistas ecuatorianos que pertenezcan a la Cultura Hip-Hop sean vistos en el resto del mundo.
3. Gestionar un espacio de difusión con contenidos de calidad que se difundan en un proyecto transmedia pionero en Ecuador.

Justificación

Uno de los aspectos fundamentales para realizar este proyecto, esta en demostrar que la autogestión y trabajo en equipo puede brindar espacios de calidad a contenidos con relevancia social. La Cultura Hip – Hop en nuestro país esta en un proceso de crecimiento y desarrollo avanzado, pero aún no cuenta con el apoyo suficiente. Romper con estereotipos que nada tiene que ver con los destacados procesos artísticos que se manejan dentro de esta Cultura es también un factor que pone mucho más énfasis en mi aporte a la sociedad ecuatoriana.

Poder manejar formatos diferentes y no lineales es a la vez un factor importante para poder manejar este proyecto transmedia que además de entretener tiene por objetivo educar y entregar un perfil destacado de los artistas ecuatorianos al mundo. Ya no es suficiente apropiarse de los espacio es necesario crear nuevos formatos, nuevos contenidos demostrando que con mucho ingenio se pueden lograr grandes cosas.

En un inicio este proyecto buscaba mantenerse bajo los parámetros establecidos para la transmisión en Tv tradicional, sin embargo el concepto pudo transformarse hacia la generación de contenidos en diferentes plataformas con el fin de innovar el consumo de contenidos en diferentes medios. Actualmente se a conseguido generar un proyecto transmedia pionero en la Cultura Hip – Hop en nuestro país, como la ventana al mundo de un universo que para muchos es desconocido pero no inexplorable.

Descripción

Los avances tecnológicos han motivado a tener diversas maneras de llegar a un público que dejó de ser pasivo y que busca contenidos que sean capaces de manejar diferentes estrategias comunicativas ligadas a la transmediación en la red.

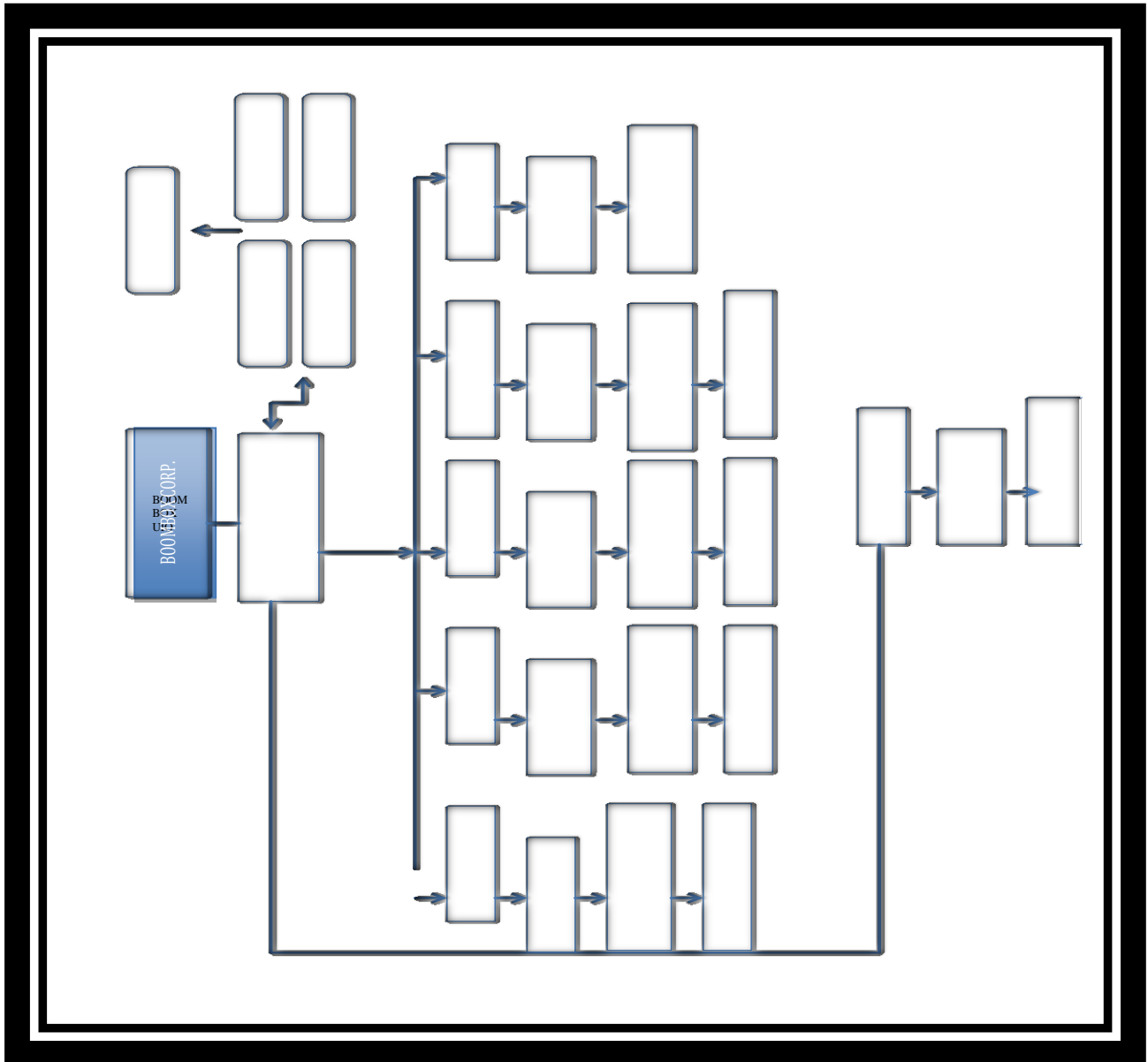
BOOMBOX UIO. es un proyecto transmedia realizado en Quito-Ecuador por un grupo de jóvenes que tiene como propósito generar espacios de calidad para la difusión y diversificación de contenidos artísticos y culturales dentro del Hip-Hop en nuestro país.

BOOMBOX UIO. nace además con el firme objetivo de informar, entretener y educar a la población entregando contenidos de alta calidad sobre la Cultura Hip-Hop en Ecuador. La adaptación de los medios de comunicación tradicionales como radio o televisión a la red genera un enlace más directo con los usuarios y además logrará que el proceso interactivo sea mucho más efectivo al diversificar las posibilidades de direccionar los contenidos con links que aparecerán para escoger entre opciones como: producción radial, televisión, prensa digital, manejo de comunidades virtuales, colecciones musicales, entre otros.

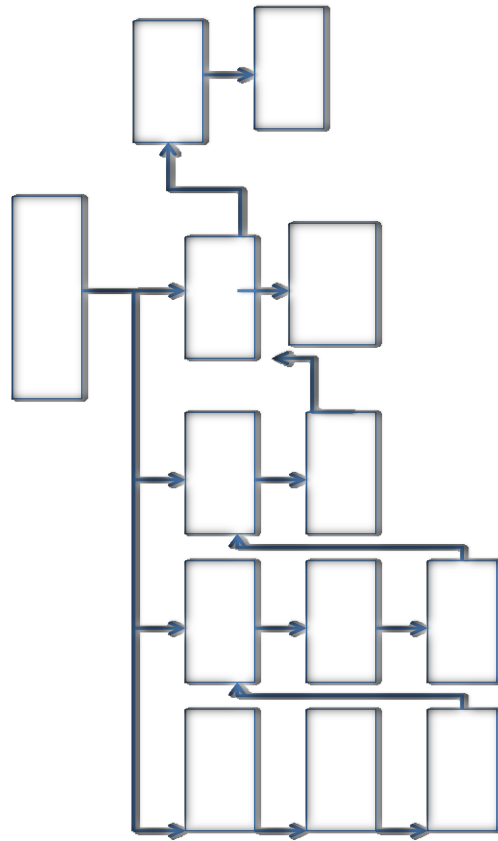
Este proyecto inicia con una campaña de expectativa que se realizará en Quito-Ecuador. El uso de las calles como escenario principal es una de las características fundamentales para dar inicio a BOOMBOX UIO. Muchas de las manifestaciones culturales dentro de la Cultura Hip-Hop se han manejado en espacios públicos, de aquí nace la intención de usar el *Street Marketing* como la primera ventana para generar inquietud en los ciudadanos quienes a su vez podrán utilizar códigos QR que proyectaran un *reel* sobre el programa. La creación de una plataforma interactiva web es la base para poder manejar los

contenidos de este proyecto que busca mantenerse vigente para trascender con los testimonios que se dan a través de las diferentes manifestaciones artísticas de la Cultura Hip- Hop en nuestro país y que serán expuestas al mundo con una propuesta comunicativa y enunciativa que hace partícipes a todos sus usuarios. Todos los contenidos serán actualizados semanalmente y estarán entrelazados para diversificar la información que el usuario decida seguir.

FICHA TÉCNICA GLOBAL. BOOMBOX UIO.



FICHA TÉCNICA EMISIÓN 1. "ORÍGENES"



Libro de Producción

Ficha Técnica

Ficha técnica general.

TÍTULO:	BOOMBOX UIO.
CONCEPTO BASE/ TIPO DE PROYECTO:	<i>Proyecto Transmedia para la difusión de contenidos sobre la Cultura Hip-Hop en Ecuador.</i>
LOCALIZACIÓN:	Ecuador, Pichincha, Quito.
REALIZACIÓN:	2015 -2016
DIRECCIÓN:	María Lorena Ochoa
PRODUCCIÓN:	María Ochoa, Marco Baldeón
PROCESO DE DOCUMENTACIÓN:	María Lorena Ochoa.
MASS MEDIA DISPONIBLE:	Radio A.M , Radio On-line, Programa de Tv Online, Comunidad Virtual, Prensa Digital
DISPOSITIVOS:	Computadores / Tablets/ Smartphone
WEB DEL PROYECTO:	www.boomboxuio.org
TRAILER-ESPECTATIVA:	
CÓDIGO QR GENERADO:	

Características del proyecto.

CAPÍTULOS POR TEMPORADA:	4
TRANSMISIÓN:	1 c/s
TARGET:	Clasificación "A". Apto para todo público
IDIOMA:	Español
SUBTÍTULOS:	Sin subtítulos.
DURACIÓN POR MEDIO:	Radio: 60 minutos TV: 30 minutos.

Rodaje – emisión- posproducción.

LUGAR DE INVESTIGACIÓN.	Ecuador.
LUGAR DE RODAJE Y LOCUCIÓN:	Ecuador.
LUGAR DE POSTPRODUCCIÓN:	Ecuador.

Presupuesto.

TEMPORADA COMPLETA:	50,333.00
VALOR POR CAPÍTULO:	12,583.25

Sinopsis

BOOMBOX UIO. es un proyecto transmedia realizado en Quito-Ecuador por un grupo de jóvenes que tiene como propósito generar espacios de calidad para la difusión y diversificación de contenidos artísticos y culturales dentro del Hip-Hop en nuestro país. La transmisión de los contenidos se dará una vez por semana con una duración de 30 a 40 minutos manejando links que permitirán la ampliación de la información.

Tratamiento.

Boombox TV

Cada entrega de información semanal dentro del portal web manejará contenidos que informen, eduquen y diviertan a su público. El manejo de un proyecto transmedia permite que sus creadores diversifiquen las posibilidades para mostrar a la Cultura Hip- Hop de Ecuador como una ventana al mundo artístico que se desarrolla en la actualidad. Además de brindar un espacio para la libre difusión del trabajo de artistas Ecuatorianos en cada capítulo. El tiempo de duración del programa será de 45 minutos.

Los contenidos en Boombox Tv serán:

1. “Hecho Aquí”.- visualiza la adaptación de la Cultura Hip-Hop a nuestro país, realzando el trabajo realizado por el artista mediante un perfil audiovisual.
2. “Transmite”.- es un espacio brindado para realizar notas y reportajes sobre los eventos de más relevancia que se den en el país.
3. “Top Tips”.- este espacio esta dedicado para brindar información que ayude a mejorar técnicas en cualquiera de los 4 elementos del Hip-Hop: grafiti, mc, break dance, dj. Mediante talleres se entregarán tips y consejos.
4. “Dale Play”.- mediante entrevistas en el set se dará a conocer el trabajo realizado por artistas ecuatorianos permitiendo que promocionen su trabajo.

5. “A.K.A”.- este espacio esta dedicado para mostrar la visión y vivencias desde el exterior de nuestro país en cualquier ámbito de la Cultura Hip-Hop en el mundo.

6. “HAZLO TU MISMO”.- la innovación es la base de este segmento que demostrará y enseñará creaciones novedosas que aporten a la Cultura Hip-Hop.

7. “ACOLITA”.- el manejo de la responsabilidad social es un punto que se maneja dentro de este espacio, en el que se invita al artista ecuatoriano a colaborar con un aporte para mejorar una problemática social.

Guion

Escaleta General: “BoomBox tv”

BLOQUE	NOTAS	TIEMPO
PRIMER BLOQUE		7 CPM 10 CPS
Intro	Animación Digital para Inicio de Programa	20”
Inicio y Bienvenida	Paso a Estudio para presentación de invitados al programa.	1´
Loop	Intro a Segmento:	10”
Audiovisual.	Audiovisual	3´
Direc. Set	Comentario de presentador e invitados sobre contenido.	1´
Loop	Intro a Segmento.	10”
Audiovisual. Reportaje Cobertura	Presentación Audiovisual	2´
Comercial 1	Comercial	15”
Comercial 2	Comercial	15”

BLOQUE	NOTAS	TIEMPO
SEGUNDO BLOQUE		6 CPM 35 CPS
Intro	Animación Digital para Inicio de Bloque	20”
Paso a Dj en Vivo Set 2.	Mezcla para ingreso al Set.	30”
Presentador a Set	Conversación con Dj	1´
Loop	Intro a Segmento	10”
Audiovisual.	Presentación Audiovisual	2´
Direc. Set	Presentador conversa con Invitados sobre contenido.	1´
Loop	Intro a Segmento	10”
Audiovisual	Presentación Audiovisual.	1´
Direc. Set	Envío a Comerciales.	10”
Comercial 3	Comercial	15”

BLOQUE	NOTAS	TIEMPO
TERCER BLOQUE		7CPM 50CPS
Intro	Animación Digital para Inicio de Bloque	20''
Direc. Set	Paso a Estudio para conversación con Invitado	1´
Loop	Intro a Segmento	10''
Audiovisual.	Audiovisual	3´
Direc. Set	Comentario de presentador e invitados sobre contenido.	1´
Loop	Intro a Segmento.	10''
Audiovisual. Cápsula.	Presentación Audiovisual	1´
Audiovisual. Cápsula	Presentación Audiovisual	40''
Comercial 4	Comercial	15''
Comercial 5	Comercial	15''

BLOQUE	NOTAS	TIEMPO
CUARTO BLOQUE		10CPM 40CPS
Intro	Animación Digital para Inicio de Bloque	20''
Direc. Set	Paso a Estudio para dar paso a Espacio Noticias.	40''
Loop	Intro a Segmento	10''
Audiovisual.	Audiovisual	3´
Direc. Set	Comentario de presentador e invitados sobre contenido.	1´
Direc. Set	Despedida presentador ,interactividad en Redes y paso a Dj	1´
Direc. Set 2	Dj presenta Mix de Videos y despedida.	1´
Audiovisual. Cápsula	Presentación Audiovisual	3´
Loop Créditos Salida	Audiovisual	30''

DURACIÓN TOTAL APROXIMADA	33 CPM 10 CPS
----------------------------------	----------------------

Observación.- el tiempo puede variar dependiendo de los contenidos y enlaces que se establezcan por capítulo.

Guión Episodio 1. Programa Piloto. BoomboxTv

VIDEO		AUDIO		TIEMPO
PRIMER BLOQUE 7 CPM 10CPS				
VTR	Animación Intro	TrackIntro.		20''
Cam. 1 Cam. 2 Cam. 3	Presentador da la Bienvenida y Presenta a los Invitados.	Consola Audio.	Música de Fondo. Cortina Musical.	1´
VTR	Loop "Hecho Aquí"	TrackIntro a Segmento:		10''
VTR	Audiovisual. Perfil "NOMBRE"	Ambiente + Entrevista		3´
Cam.1 Cam.2 Cam.3	Direc. Set Comentario de presentador e invitados sobre contenido.	Consola Audio	Audio Set.	1´
VTR	Loop	TrackIntro a Segmento		10''
VTR	Audiovisual. Reportaje Cobertura Evento. WARMI PAINT	Ambiente + Entrevistas		2´
VTR	Comercial 1	Comercial		15''
VTR	Comercial 2	Comercial		15''

VIDEO		AUDIO		TIEMPO
SEGUNDO BLOQUE 6 CPM 35 CPS				
VTR	Intro	Animación Digital para Inicio de Bloque		20''
Cam. 1 Cam. 3	Paso a Dj en Vivo Set 2.	Consola Audio (Niveles Set2)	Mezcla para ingreso al Set2.	30''
Cam. 2	Presentador a Set. Presentador Conversa con Dj. Presenta segmento	Consola Audio. (Niveles Set 1 y 2)	Cortina Musical Fondo.	1'
VTR	Loop	Intro a Segmento		10''
VTR	Audiovisual. "Vision Mundo"	Ambiente + Entrevista		2'
Cam 1. Cam 2. Cam 3.	Presentador conversa con Invitados sobre contenido.	Consola Audio. (Niveles Set 1 y 2)	Cortina Musical Fondo.	1'
VTR	Loop. Intro segmento Innovación.	Intro a Segmento		10''
VTR	Audiovisual. Innovación.	Ambiente + Entrevista		1'
Cam 1. Cam 2.	Presentador envía a Comerciales	Consola Audio	Cortina de Fondo Musical	10''
VTR	Comercial 3	Comercial		15''

VIDEO		AUDIO		TIEMPO
TERCER BLOQUE				7CPM 50CPS
Intro		Animación Digital para Inicio de Bloque		20''
Cam1. Cam.2 Cam.3	Direc. Set. Presentador Conversa sobre Responsabilidad Social con su Invitado.	Consola Audio	Fondo Musical. Control Niveles.	1´
VTR	Loop Segmento Responsabilidad.	Intro a Segmento		10''
VTR	Audiovisual Responsabilidad Social.	Audiovisual		3´
Cam 1. Cam 2. Cam 3.	Comentario de presentador e invitados sobre contenido.	Consola Audio.	Fondo Musical. Control Niveles.	1´
VTR	Loop Taller.	Intro a Segmento.		10''
VTR	Audiovisual. Cápsula. Taller	Presentación Audiovisual		1´
VTR	Audiovisual. Cápsula.NOTA TILLAS	Presentación Audiovisual		40''
VTR	Comercial 4	Comercial		15''
VTR	Comercial 5	Comercial		15''

VIDEO		AUDIO		TIEMPO
CUARTO BLOQUE				10CPM 40CPS
VTR	Intro	Animación Digital para Inicio de Bloque		20''
Cam.1 Cam.2 Cam.3	Direc. Set. Paso a Estudio para dar paso a Espacio Noticias.	Consola Audio	Control de Niveles. Fondo Musical.	40''
VTR	Loop	Intro a Segmento		10''
VTR	Audiovisual. Bloque Noticias.	Audiovisual		3´
Cam. 1 Cam. 2 Cam. 3	Direc. Set. Comentario de presentador e invitados sobre contenido	Consola Audio	Control de Niveles. Fondo Musical.	1´
Cam.1 Cam.3	Despedida presentador interactividad en Redes y paso a Dj	Consola Audio	Control de Niveles. Fondo Musical.	1´
Cam.2	Direc. Set 2. Dj presenta Mix de Videos y despedida.	Consola Audio	Control de Niveles. Fondo Musical.	1´
VTR	Audiovisual. Cápsula MIX VIDEOS	Presentación Audiovisual		3´
VTR	Loop Créditos	Audiovisual		30''

Propuesta Audiovisual

Propuesta Fotográfica.

Composición de Imagen en Exteriores en perfiles y coberturas.	Uso de Regla de Tercios: manejar la importancia de el personaje con su entorno y su trabajo. Uso de Planos: Plano medio, Plano medio corto, Primer plano, Primerísimo primer plano, Plano detalle, Plano horizontal.
Composición de Imagen en Set.	Se maneja en relación con el desarrollo de los contenidos e improvisación del presentador dentro del Set.

Propuesta de Sonido:

Exteriores en perfiles y coberturas.	Uso de Corbatero.- para entrevistas. Boom.- captar el ambiente y el contexto en el que se desarrollan las actividades. Micrófono Inalámbrico.- uso de reporteros y realizadores.
Dentro en Set.	Uso de Corbatero.- para presentador y dj en Set. Micrófono Inalámbrico.- para invitados.

Musicalización.

Artistas Nacionales. (Mucho más protagonismo)	Dentro del género Musical.
Artistas y Grupos	Usados dentro del desarrollo de audiovisuales y como apoyo en fondos musicales en programa.

Cronograma

Septiembre 2015.							
01 al 06	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		Inicio Reunión	Inicio Planificación	Propuesta Tema USFQ		Reunión en Radio	
07 al 13	Inicio Investigación	Búsqueda de Referencias	Búsqueda de Referencias	Reunión USFQ	Planificación Búsqueda de Contenidos		
14 al 20	Reunión para Cambio de Propuesta	Reunión Recursos Humanos.		Reunión USFQ	Replanteamiento del Proyecto.		
21 al 27		Búsqueda de personal para elaborar Web	Investigación Transmedia		Elaboración de Recursos Técnicos.	Reunión en Radio.	
28 al 30	Elaboración listado Posibles Comerciales.	Reunión posible JEFE DE REDACCIÓN	Confirmación Comerciales	Reunión USFQ	Elaboración Intro Proyecto Escrito		

Octubre 2015 ELABORACIÓN ESCRITO – PREPRODUCCIÓN LIBRO.							
01 al 04	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				Presentación Planteamiento USFQ		Reunión en Radio	
05 al 11	Curso en FLACSO CINE	Búsqueda de Referencias	Búsqueda de Referencias	Reunión USFQ presentación Personajes	Planificación Programa TV		
12 al 18		Reunión Equipo Humano elaboración de Expectativa			Elaboración Marco Teórico.	Reunión en Radio.	
19 al 25	Referencias Marco Teórico.	Búsqueda de personal producción Audiovisual.	Investigación Transmedia		Elaboración de Recursos Técnicos.		
	Confirmación Personaje Perfil		Replanteamiento libro de producción.				

Noviembre 2015 ELABORACIÓN ESCRITO – AGENDA - RODAJE.							
01	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
02 al 08		Elaboración Propuesta Proyecto.	Reunión Recursos Humanos.	Elaboración Libro Producción.	Planificación Temporada 1.		
09 al 15	Elaboración Agenda Temporada 1.	Confirmación Comerciales.	Animación Digital. Propuesta	Reunión USFQ- Cobertura WARMÍ PAINT	Rayadas de códigos QR	Cobertura Warmi y Evento Ferroviaria. Reunión en Radio.	Story para intro
16 al 22	Edición Coberturas 1	Reunión Animador Digital.	Grabación campaña de expectativa	Presentación Material 1 Listo. USFQ	Definir dominio página web	Reunión Radio.	
23 al 29	Rodaje Personaje Perfil (Otavalo)		Edición Perfil Personaje	Confirmar reunión invitados Programa 1		Rodaje Programa Tv Radio.	
30	Escrito Listo.						

Diciembre 2015–							
01 al 06	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	Edición Contenidos Cobertura Semana del Hip- Hop	Edición Contenidos Cobertura Semana del Hip- Hop	Edición Contenidos Cobertura Semana del Hip- Hop	Presentación Final Escrito. Cobertura Semana del Hip- Hop	Página Web lista. Cobertura Semana del Hip- Hop	Cobertura Semana del Hip- Hop	
07 al 13	Presentación Proyecto a Medios	Presentación Proyecto a Medios	Presentación Proyecto a Medios	Reunión USFQ resultados campañás marketing	Reunión Post- Producción	Reunión Post- Producción	
14 al 20	Primer Capítulo y Contenidos al aire.						

Presupuesto

BOOMBOX UIO.

DESARROLLO DEL PROYECTO		Unidades	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
1	Derechos				
1.1.	Adquisición de derechos 50%	guión	1	\$800.00	\$800.00
1.2.	Creación Portal Web	proyecto	1	\$1,200.00	\$1,200.00
					\$2,000.00
2	Personal				
2.1.	Productor de desarrollo	semanas	2	\$300.00	\$600.00
2.2.	Asistente de producción desarrollo	semanas	2	\$100.00	\$200.00
2.3.	Desarrollador Web	semanas	2	\$200.00	\$400.00
2.4.	Fotógrafo	semanas	2	\$200.00	\$400.00
					\$1,600.00
3	Transporte, Alojamiento y Dietas				
3.3.	Comidas	paquete	1	\$300.00	\$300.00
3.4.	Varios	proyecto	1	\$200.00	\$200.00
					\$500.00
4	Localización				
4.1.	Alquiler equipo de cámara video	días	4	\$100.00	\$400.00
4.2.	Bienes consumibles (tarjetas)	unidad	10	\$18.00	\$180.00
4.3.	Transporte	proyecto	1	\$300.00	\$300.00
4.4.	Drone	proyecto	1	\$300.00	\$300.00
					\$1,180.00
5	Misceláneo				
5.1.	Seguros (2 seguros para fondos)	póliza	2	\$400.00	\$800.00
5.2.	Asesor jurídico	proyecto	1	\$400.00	\$400.00
5.3.	Gastos de notaría	proyecto	1	\$300.00	\$300.00
5.4.	Gastos bancarios	presup	1	\$200.00	\$200.00
5.5.	Experto contable	PROYECTO	1	\$200.00	\$200.00
5.6.	Marketing y diseño presentación	proyecto	1	\$1,000.00	\$1,000.00
					\$2,900.00
6	Gastos generales e imprevistos				
6.1.	Imprevistos		1	\$500.00	\$500.00
					\$500.00
TOTAL DESARROLLO					\$8,680.00

PRODUCCIÓN Y POST PRODUCCION		Unidades	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
1	PERSONAL				
1.1.	Departamento de Dirección				
1.1.1.	Guionista - Adquisición de derechos 50%	guión	1	\$400.00	\$400.00
1.1.2.	Director Tv	semanas	4	\$600.00	\$2,400.00
1.1.3.	Asistente de dirección	semanas	4	\$200.00	\$800.00
1.1.3	Director Radio	semanas	4	\$500.00	\$2,000.00
1.1.4	Director Prensa	semanas	4	\$400.00	\$1,600.00
					\$7,200.00
1.2.	Departamento de Producción				
1.2.1.	Productor	semanas	4	\$500.00	\$2,000.00
1.2.3.	Coordinador de producción	semanas	4	\$250.00	\$1,000.00
1.2.4.	Jefe de producción	semanas	4	\$300.00	\$1,200.00
1.2.5.	Jefe de locaciones	semanas	4	\$150.00	\$600.00
1.2.6.	Asistente de coordinación producción	semanas	4	\$130.00	\$520.00
1.2.8.	Asistente de locaciones	semanas	4	\$100.00	\$400.00
1.2.9	Director Web	semanas	4	\$300.00	\$1,200.00
1.2.10	Jefe de Editorial	semanas	4	\$310.00	\$1,240.00
1.2.11	Periodista	semanas	4	\$190.00	\$760.00
1.2.12	Locutor 1	semanas	4	\$170.00	\$680.00
1.2.13	Locutor 2	semanas	4	\$170.00	\$680.00
					\$10,280.00
1.3.	Departamento de Fotografía				
1.3.1.	Director de fotografía	semanas	4	\$230.00	\$920.00
1.3.2.	1er asistente de cámara	semanas	4	\$140.00	\$560.00

					\$1,480.00
1.4.	Departamento de Iluminación y Grip				
12	Iluminador 1	semanas	4	\$110.00	\$440.00
					\$440.00
1.5.	Departamento de Sonido				
1.5.1.	Sonidista	semanas	4	\$200.00	\$800.00
1.5.2.	Microfonista	semanas	4	\$110.00	\$440.00
					\$1,240.00
1.6.	Departamento de Arte				
1.6.1.	Director de Arte	semanas	4	\$180.00	\$720.00
1.6.3.	Vestuarista	semanas	4	\$120.00	\$480.00
1.6.4.	Utilero	semanas	4	\$117.00	\$468.00
1.6.9.	Asistenteutilero	semanas	4	\$107.00	\$428.00
1.7.	Departamento de Maquillaje				\$2,096.00
1.7.1.	Maquillistatv	semanas	4	\$70.00	\$280.00
					\$280.00
SUBTOTAL PERSONAL					\$23,016.00
2 EQUIPOS					
2.1.	Equipo de cámara e iluminación				
2.1.1.	Cámara 7D x 4	semanas	4	\$540.00	\$2,160.00
2.1.2.	Paqueteiluminación	semanas	4	\$50.00	\$200.00
2.1.3.	Drone	Semanas	4	\$150.00	\$600.00
					\$2,960.00
2.2.	Equipo de sonido				
2.2.1.	Paquete de equipo de sonido	semanas	4	\$100.00	\$400.00
					\$400.00
SUBTOTAL EQUIPOS					\$3,360.00
4 TRANSPORTE					
4.1.	Auto producción	semanas	4	\$100.00	\$400.00
4.3.	Camióncámara Y EQUIPOS	semanas	4	\$170.00	\$680.00
4.6.	Gasolinatransporte	paquete	1	\$500.00	\$500.00
					\$1,580.00
SUBTOTAL TRANSPORTE					\$1,580.00
5 CATERING					
5.1.	Catering rodaje Quito	1 PAQUETE	4	\$400.00	\$1,600.00
					\$1,600.00
SUBTOTAL CATERING					\$1,600.00
7.3.	Utilería y maquillaje				
7.3.1.	Elementos de utilería	paquete	1	\$400.00	\$400.00
					\$400.00
SUBTOTAL ELEMENTOS ARTE					\$100.00
8 GASTOS DE PRODUCCION					
8.1.	Permisoslocaciones	locación	4	\$100.00	\$400.00
8.3.	Cajachicarodaje	paquete	1	\$300.00	\$300.00
8.5.	Fiesta fin de rodaje	paquete	1	\$800.00	\$800.00
8.6.	Realización de trailer	paquete	1	\$300.00	\$300.00
					\$1,800.00
SUBTOTAL GASTOS DE PRODUCCION					\$1,800.00
9 GASTOS ADMINISTRATIVOS					
9.1.	DiseñoGráfico	paquete	1	\$1,200.00	\$1,200.00
9.2.	Contabilidad	semana	4	\$200.00	\$800.00

9.6.	Seguros y garantías	paquete	1	\$1,000.00	\$1,000.00
9.7.	Gastos legales	paquete	1	\$2,500.00	\$2,500.00
					\$5,500.00
SUBTOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS					\$5,500.00
SUBTOTAL PRODUCCION.					\$36,956.00
10 PERSONAL ARTISTICO					
10.1. Personajes principales					
10.1.1.	CONDUCTOR	semana	4	\$550.00	\$2,200.00
					\$2,200.00
11 POSTPRODUCCION					
11.1. Edición y sonorización					
11.1.1.	Producción	paquete	1	\$1,000.00	\$1,000.00
11.1.4.	Movilidad	paquete	1	\$200.00	\$200.00
11.1.5.	Comidas	paquete	1	\$300.00	\$300.00
11.2. Música					
11.2.1.	Música original	paquete	1	\$800.00	\$800.00
					\$800.00
SUBTOTAL POSTPRODUCCION					\$2,300.00
SUBTOTAL DESARROLLO - PRODUCCION Y POST PRODUCCION					\$47,936
12 5% CONTINGENCIA					\$2,397
TOTAL POR PROYECTO TEMPORADA UNO					\$50,333

CONCLUSIONES

Al elaborar este trabajo puedo estar segura de que es un aporte sustancial para nuestra sociedad. Los objetivos se cumplen con el proceso y con los nuevos métodos de entregar información que además de entretener, educan a sus usuarios.

La presentación de un portal web cumple con los requerimientos de poder tener una comunicación directa con los usuarios, esperando su respuesta y la aceptación de este proyecto.

Romper con el imaginario negativo de la población es un factor importante, pues se demuestra la otra cara de la moneda, jóvenes y adultos dispuestos a demostrar sus capacidades por medio del arte al: rapear, bailar, convertir paredes sucias en hermosos murales y generar ritmos que cambien el estado de ánimo.

Manejar nuestro portal como una ventana abierta desde nuestro país para el resto de la Región es un factor que motivara a muchos más a formar parte de este proyecto.

Recomendaciones

El poder realizar este trabajo confirmo que hay aspectos dentro de la industria ecuatoriana que deben ser analizados para poder mejorar la capacidad de cada proyecto audiovisual que se prepare en nuestro país. Uno de los aspectos fundamentales esta en recomendar a mis colegas y compañeros de la Universidad San Francisco de Quito la autogestión como inicio de una nueva era de trabajo en la que los parámetros sean establecidos de acuerdo a las exigencias del proyecto puesto que esto permite elaborar planes de trabajo mucho más personalizados y viables de acuerdo a la temática escogida.

Por otra parte la recomendación general estaría ligada al hecho de buscar alternativas creativas y alternativas para gestionar el marketing de nuestro producto con los estándares bajo los que se desarrollara el mismo. Trabajar en proyectos locales que permitan abrir nuevas ventanas de colaboración con nuestros compatriotas es un factor necesario pues la teoría de trabajar de manera local con un enfoque global, mejorará y motivará a nuestro grupo de trabajo al sentir la satisfacción de ser reconocidos como un país que tiene la capacidad de manejar contenidos de calidad y que a la vez generen oportunidades para los demás.

Tener como objetivo la difusión de nuestro proyecto es a la vez muy importante manejar contenidos adaptables debe también ser considerada como una prioridad, pues esto permite buscar alianzas dentro de nuestra región.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Scolari, C. A. (2009). «Transmedia Storytelling: Im-plicit Consumers, Narrative Worlds, and Branding in Contemporary Media Production». *International Journal of Communication*, vol. 3 (2013), pp. 586-606.
<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/477>

Scolari, C. A. (2013). *Narrativas transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Deusto.

Chang, Jeff, *Can't Stop Won't Stop, A History of the Hip-Hop Generation*, New York, Picador, 2005.

Convergencia, medios y educación. Informe del seminario internacional, “Convergencia de medios. Nuevos desafíos para la educación en Latinoamérica”, Paraguay, 2010

Khalid el-Hakim (,The Center of the Movement: Collecting Hip Hop Memorabilia, Moore Black Press, 2014.

Rose, T. *The hip hop wars: What we talk about when we talk about hip hop--and why it matters*. New York: Basic Civitas, 2008.

