

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

**Colegio de Comunicación y
Artes Contemporáneas**

CREADORES

Un acercamiento al artesano ecuatoriano contemporáneas

Esthefany Vasco

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, 16 de diciembre de 2015

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES
CONTEMPORÁNEAS

**HOJA DE CALIFICACIÓN
DE TRABAJO DE TITULACIÓN**

CREADORES

Esthefany Vasco Ramón

Calificación:

Nombre del profesor, Título académico

Fabián Varela, M.A

Firma del profesor

Quito, 16 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: Esthefany Marcela Vasco Ramón

Código: 00121676

Cédula de Identidad: 1716894751

Lugar y fecha: Quito, 16 de diciembre de 2015

RESUMEN

Este proyecto audiovisual representará las nuevas tendencias de las artes populares, específicamente del artesano ecuatoriano que ha venido siendo el hilo conductor de la historia, identidad y economía de los pueblos. Estas artes artesanales se fundan desde hace 4.000 años ac., las cuales pueden ser utilitarias, estéticas, artísticas, creativas, culturales, decorativas, funcionales, simbólicas y significativas desde un punto de vista religioso o social. El artesano llega a ser un importante actor social para el desarrollo de los oficios y labores de las comunidades, es por eso que hoy en día se ha integrado a la modernidad y progreso, ha sobrevivido a la industria de masas, y permanece resaltando su identidad y herencia, fusionándose entre los diseños étnicos, alta innovación y comercio sustentable.

ABSTRACT

This audio-visual project will represent new trends in popular arts, specifically the Ecuadorian artisan who has come to be the conductive thread of history, identity and economy of the people. These handmade arts are founded 4000 years ago ac., which can be utilitarian, aesthetic, artistic, creative, cultural, decorative, functional, symbolic and significant from a religious or social. The artisan becomes an important social actor in the development of trades and work of communities, that is why today has joined modernity and progress, has survived the mass industry, it remains highlighting their identity and inheritance, merging between ethnic designs, high innovation and sustainable trade.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	8
Desarrollo del Tema	9
Indice de Figuras	26
Libro de Producción	27
Conclusiones	34
Referencias Bibliográficas.....	37

INTRODUCCIÓN

El Arte en su principio era considerado la “Manera como se hace o debe hacerse una cosa. Cualquier actividad humana encaminada a un resultado útil, que tenga un carácter más práctico que teórico, como instrumento que sirva de bien al hombre en sus quehaceres, la carpintería, la pesca, la cirugía, la sastrería, etc.” (Malo, 35). Sin embargo, este conocimiento poco a poco fue evolucionando en nuevos criterios, en la creación de objetos bellos que pueden o no ser útiles, denominándoles “Bellas Artes o Artes Plásticas”. De esta nueva vinculación de habilidades, destrezas y arte, se construye un nuevo actor social “El Artesano” quien viene a tomar un enorme prestigio social, cultural y económico. Sus obras cuentan como objetos útiles que imprimen un sello personal, están ligadas a las costumbres, a la historia, creencias y mitos, a la religión, y revelan grandes mercados comerciales. Además se destaca entre las clases sociales y es sujeto de trabajo y prosperidad de los pueblos.

Hoy en día se destaca a las artesanías como fuente de riqueza cultural e identidad y su mercado es diferente al tradicional. En la segunda mitad del siglo XX la penetración de productos industriales, el sistema capitalista, y la separación de lo rural a lo urbano, ha desplazado el autoconsumo de gran parte de la producción artesanal tradicional. Su supervivencia ha sido posible en la medida que surge un nuevo consumidor urbano-cosmopolita que aprecia lo “hecho a mano”, lo indígena o lo tradicional. Según Claudio Malo, la subsistencia de las artesanías depende de la existencia de los consumidores; por importante que sean los beneficios que las leyes otorguen a los artesanos, ellos no podrán mantenerse en los oficios si es que sus productos no son apetecidos y demandados en el mercado (14).

Este estudio pretende analizar al Artesano como actor social desde su historia, forma de vida, mundo interior, comercio y contemporaneidad. Entendiendo sus tendencias actuales de progreso y modernidad, como Ecuatoriano y Latino Americano, tomando en cuenta las manifestaciones mediáticas que lo representan, para poder vivenciarlo a través de en un proyecto audiovisual.

DESARROLLO DEL TEMA

La artesanía nace de la naturaleza, de la cosmogonía y de lo sagrado, se inserta en el ritmo y espacio del hombre, su variabilidad depende del material que dispone en cada territorio, por eso es capaz de transmutar sensorialmente, en su forma de abstracción y expresión, y a través de la organización social y los arquetipos de cada cultura. En el Ecuador las primeras manifestaciones artesanales, se dan hace 3.000 y 4.000 A.C, en la costa ecuatoriana, en la Cultural Valdivia que elaboraba utensilios con representaciones simbólicas y deidades de la naturaleza. Ellos daban un orden significativo a sus obras y muchas representaban la fecundidad, la sabiduría del chaman y el cosmos, por ejemplo para que llueva y que el ciclo de la fecundidad llegue, para que fluya la vida, se hace cantar a las ranas, se teje el tiempo en forma de caracol y se siembra; o del espíritu del murciélago se extrae su conocimiento, para que los ancianos tomen las mejores decisiones; de los animales como el jaguar, el oso, el lobo se interpreta la fortaleza, respeto y feminidad. (Sorgato, 2015, El Comercio).

El mundo interior de la artesanía

Este mundo interior se trasladaba a objetos concretos, haciendo que desborden belleza con la finalidad de satisfacer las necesidades de la comunidad, esta creatividad además no tuvo límites, y se la realizo con cualquier material natural como la madera, hilo, lana, plata, oro, pintura, tagua, mullos, semillas, cuero etc. Por ejemplo el bordado esta ligado al anhelo humano femenino de adornar su entorno y expresar mediante simbolismos, vivencias interiores y propias de una colectividad.

(Malo, 39). La pintura son expresiones naturalistas y paisajistas que representa la grandeza y fuerza de la naturaleza como los volcanes, ríos, astros. Los animales como el cóndor, el búho y picaflor son símbolos de prosperidad y buenos augurios. El adorno fue parte de la presentación cotidiana y representaba las distintas clases sociales, por ejemplo al sur en la comunidad de Tigua - Cotopaxi, el uso del sombrero distinguía a la persona, tres cintas tiene gran poder social, el de dos cinta es clase media y el de una cinta clase obrera (Ugsha, entrevista).

En cada diseño se encuentra la relación humano - naturaleza – fuerza superior, como la milenaria alfarería mexicana en los arboles de la vida (Fig. 1); las máscaras talladas de deidades de los indios nootka de Vancouver en Canadá (Fig. 2) ; o el huipil prenda simbólica y ceremonial maya – mexicana (Fig. 3); las gigantes ollas de barro hechas por la mujeres de San Miguel de Porotos en Ecuador (Fig.4), que antiguamente servían de tumbas en los enterramientos andinos; y los retablos de ayacuchanos en Perú (Fig.5), manifestación clara del mundo andino. (Revista Artesanías de América, 13).

Además sus manifestaciones se basan en el “Alli Kawsay” que es un concepto de organización expresado por los antiguos pobladores indígenas, que conciben al ser humano en su vínculo con la naturaleza y lo sagrado y esta ligada como el eje de la existencia, la buena vida en equilibrio, es decir es la razón de la existencia. Este principio se basa en toda su vida , y se expresa en la realización de sus obras siempre visualizando a la pachamama en armonía con el ser humano.

La artesanía como forma de vida

Entonces la artesanía está en la manifestaciones vivas, y humildemente

representadas con raíces profundas, su existencia se debe desde la condición creadora interna de los seres humanos, y vive de generación en generación. Claudio Malo, en su texto “Artesanías, lo útil y lo bello”, vincula el oficio artesanal al entorno familiar, es común encontrar que los artesanos actuales son herederos de la sabiduría de sus antecesores, siendo con frecuencia motivo de orgullo (12). En Tigua - Cotopaxi la familia Ugsha lleva mas de 30 años en el mercado, ellos sin formalismos académicos aprendieron desde muy niños a incorporar este oficio en sus actividades diarias, primero desde la observación, luego en la manipulación de las herramientas, concepción de ideas, y por ultimo la construcción de la pieza completa. No son raros los casos en que las áreas dedicadas a la producción artesanal formen parte del lugar en que viven y, de alguna manera, se entremezcle el trabajo con la vida hogareña, esta cercanía es parte vital de la experiencia inmediata y cognitiva del artesano. De esta forma suelen construir sus micro empresas familiares, posicionar sus marcas y tener locales comerciales.

Entonces el artesano es la campesina que teje un sombrero de paja, mientras cuida de su hogar, animales y plantas; el afamado maestro que transforma la madera virgen en escultura; es el achuar que en el fondo de la selva construye una tunta para salir de caza; es la campesina de Jatumpamba que con sus manos y la mezcla de arena y agua forma una hermosa tinaja.

El peso social del artesano

Sin lugar a duda, la artesanía tiene gran peso social para la historia, el

artesano o artista popular, viene de una evolución y tradición. En la Revista de Artesanías del CIDAP, Marta Turok, antropóloga, clasifica al artesano en grupos, y les denomina: “artesanos por tradición”, cuyas características incluye el uso de materias primas que les aporcionó el entorno, técnica y formas heredadas, y de fuerte carga de identidad colectiva. Dentro de estos “artesanos por tradición”, existen dos subdivisiones: en el uno se encuentra el indígena original, que ha surgido de manera milenaria en respuesta a la satisfacción de sus necesidades básicas de alimentación, abrigo y techo, y de instrumentos más utilitarios; el segundo es el grupo de colonizadores que introdujeron nuevos oficios, materiales, técnicas y herramientas, construyendo talleres de obrajes y manufacturas artesanales, para la creación de la herrería, el vidrio soplado, la cerámica vidriada, los telares de papel, la curtiduría de bovinos, hecha para satisfacer las necesidades de compradores regionales y nacionales. Otro grupo aparece en el siglo XIX, y los identifica como “artesanos por formación”, resultado de la abolición de los obrajes y gremios, donde nace las Escuelas de Artes y Oficios, y se enseña dibujo y artes plásticas, en relación como medio de sustento. Y para el siglo XX, se sustituye a escuelas técnico - industriales, acordes a las necesidades de la obra fabril por encima de la artesanal; concentrándose en las artes plásticas. De esto nace el artesano - artista, enfocado en una obra más personal con base en la adopción de técnicas y expresiones vigentes (23 – 28). Actualmente el mercado identifica tres tipos de artesanos, el popular o tradicional, el urbano con modelos innovadores pero manteniendo las técnicas tradicionales, y el de alta moda que sigue siendo artesanal pero con tecnología de punta y diseños diferentes, no tradicionales. Sin embargo la sociedad industrial ha secularizado y desplazado estas manifestaciones de la vida colectiva.

Lo contemporáneo y las artesanía

Lo moderno nos remite a la existencia de elementos dinámicos, masivos, tendencias, consumismo y tecnología que condicionan los procesos de producción y productividad que configuran una visión marcadamente agresiva para la artesanía “ la mundialización supone un proceso global que procura la desaparición de una multitud de manifestaciones y producciones de carácter local; desde variedades de vegetales y animales, hasta lenguas, tecnologías, la sociedad actual es más industrial y asalariada que agrícola y auto empleada, más laica que religiosa, concentrada en núcleos urbanos, antes que en espacios rurales, desprecia la pauta calendárica de antaño” (Serrano, 15). Lo industrial no se refiere únicamente al sistema productivo sino a las formas nuevas de organización, el proceso de urbanización, los medios de comunicación, métodos de comercialización, y sistema de valores, todo este campo o mecanismos han creado contradicciones para la producción artesanal.

Serrano, en su artículo “La Artesanía y su sentido en la historia”, presenta cuatro contradicciones que están surgiendo por la globalización: Primera, la encasillan en manifestaciones regionales de cada pueblo, lo remontan a lo anacrónico, homogéneo y tradicional, siendo apetecido solo para un cierto consumidor turístico y lugareño; esto hace que la artesanía se desplace de el espacio comercial y competitivo. Segunda contradicción, los volúmenes de producción son muy bajos, no satisfacen al mercado global, no es capaz de competir ante el mercado de consumo de masas que prefiere lo rápido, repetitivo y fácil de acceder, su acabado perfecto y detallista lo separa de lo masivo. Tercero las élites se apoderan y le dan un plusvalor generado, es decir algunos consumidores la

consideran muy cara, al ser una pieza obviamente no es comparable con los precios que circulan en el mercado de masas. Cuarta contradicción, ahora existe poca pre - relación entre productor y consumidor, eso quiere decir que el consumidor ya no crea un vínculo o sentido emocional con el objeto, se relaciona más con la compra de fácil acceso, y que este al alcance de su presupuesto. Estas contradicciones o paradigmas, han condenado a la artesanía o/y artes populares, y han disminuido evidentemente su valorización y su relación con el consumidor que es la fuente de su existencia (17 – 19) .

El papel del artesano para el consumidor

La obra artesanal se la vende en micro-mercados regionales, turísticos, y de elite. “Contabilizar a los artesanos de Latinoamérica es un verdadero reto en la medida que tiende a ser un sector invisible al que se le escatima su reconocimiento como sector productivo. Considerado por los economistas como una actividad económica complementaria es común que no aparezca en los Censos de Población o los Censos Económicos como un sector”. (Vasquéz,30). Esta desvalorización del producto es comparable en la producción masiva de souvenirs dirigida a ofrecer productos baratos y de calidad regular. Según Gabriel Coen, en su artículo “ Nueva tendencias del Mercado Artesanal ”, el concepto de calidad es un factor importante para la competitividad de la artesanía en el mercado global, calidad significa el producto bien hecho a mano, este producto elaborado con estándares de excelencia permitirá recuperar los valores cualitativos de la artesanía que son: funcionales, productivos, estéticos y ambientales, propios de una producción artesanal ancestral (46). Un ejemplo de esta demanda es las blusas y vestidos de huipil - México, que

fueron adaptándose a las necesidades del mercado, fusionando sus diseños étnicos a procesos industriales de calidad, actualmente sus prendas son destacadas en la moda internacional, por ser vestuarios de un valor único y exclusivo. Otro comerciante representativo en América Latina es el otavaleño ecuatoriano que de ser productores pequeños, pasaron a cumplir con estándares de calidad y comercializar sus hermosos textiles en diversas partes del mundo, además las condiciones de su fabricación los mantiene en un marco de responsabilidad social y de respeto por el medio ambiente; importancia que dio la UNESCO, al crear la Asociación para el Desarrollo y la Promoción de las Artesanías, en el 2001.

El artesano ecuatoriano

Según el censo del 2010, en el Ecuador existen 2.412 establecimientos de artesanías a nivel nacional, teniendo un ingreso de 870,7 millones de dólares y se emplearon 15.691 personas. A nivel del América Latina participó con el 1,85% del total exportado y a nivel mundial con el 0,017%, sin embargo de esta baja participación, es el sexto país tanto exportaciones como importaciones en América Latina. (Varela, 4).

Establecimientos artesanías y joyas (2010)

Rama de Actividad	Número de Establecimientos
Artesanías ² en general	905
Artesanías de Madera	758
Artesanías de Cerámica	149
Total artesanías	1.812
Joyas	600
Total artesanías y joyas	2.412³

Fuente: Censo Económico 2010. Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

Exportaciones Mundiales de Artesanías y joyas. Millones de dólares (2007)

	África	Asia y el Pacífico	Caribe	Europa	Latinoamérica	Norte América	Otra	Total
Artesanías en general	11,2	1.486,3	0,1	226,7	5,0	39,5	0,0	1.768,9
Artesanías en madera	0,2	888,2	0,2	293,8	67,2	263,5	1,0	1.514,1
Artesanías en cerámica	0,0	610,8	2,4	573,7	1,3	1,2	0,4	1.189,9
Total artesanías	11,4	2.985,4	2,6	1.094,3	73,5	304,2	1,4	4.472,8
Joyas	4.842,3	51.182,0	248,2	65.387,9	3.530,6	7.407,0	62,8	132.660,7
Total artesanías y joyas	4.853,6	54.167,3	250,9	66.482,1	3.604,1	7.711,2	64,2	137.133,5

Fuente: Base de datos estadísticos sobre comercio de las Naciones Unidas.

Importaciones Mundiales Artesanías, millones de dólares (2007)

	África	Asia y el Pacífico	Caribe	Europa	Latinoamérica	Norte América	Otra	Total
Artesanías en general	7,7	226,7	2,8	1.350,5	26,9	517,1	0,4	2.132,1
Artesanías en madera	1,5	137,6	2,7	427,8	66,3	122,1	1,4	759,4
Artesanías en cerámica	1,6	152,2	3,0	704,9	11,0	33,2	5,9	911,9
Total artesanías	10,8	516,5	8,5	2483,2	104,2	672,5	7,8	3.803,4
Joyas	125,6	30.006,1	342,0	65.314,8	317,7	4.563,7	38,6	100.708,5
Total artesanías y joyas	136,4	30.522,6	350,4	67.798,0	421,9	5.236,2	46,4	104.512,0

Fuente: Base de datos estadísticos sobre comercio de las Naciones Unidas

Participación de las exportaciones e importaciones de Artesanías y joyas de Ecuador en el Mundo

	Exportaciones		Importaciones	
	% total Latinoamérica	% total mundo	% total Latinoamérica	% total mundo
Artesanías en general	1,98	0,006	2,70	0,034
Artesanías en madera	0,00	0,000	0,00	0,000
Artesanías en cerámica	2,05	0,002	5,45	0,065
Total artesanías	0,17	0,003	1,27	0,035
Joyas	1,88	0,050	5,10	0,016
Total artesanías y joyas	1,85	0,049	4,15	0,017

Fuente: Base de datos estadísticos sobre comercio de las Naciones Unidas

Exportaciones e importaciones (miles de dólares): Artesanías y joyas (2007)

	Exportaciones	Importaciones	Déficit comercial
Artesanías en general	98,8	724,1	-625,3
Artesanías en madera	0	0	0
Artesanías en cerámica	27	596,8	-569,8
Total artesanías	125,8	1.320,90	-1.195,10
Joyas	66.407,80	16.196,90	50.210,90
Total artesanías y joyas	66.533,60	17.517,80	49.015,80

Fuente: Base de datos estadísticos sobre comercio de las Naciones Unidas.

Exportaciones de Artesanías y joyas por países, Latinoamérica (miles de dólares)

País	Miles de Dólares	% total
Paraguay	61,1	0,00
Uruguay	7,1	0,00
Perú	215,0	0,01
México	1.939,0	0,05
Ecuador	66.533,6	1,85
Bolivia	207.034,7	5,75
Colombia	502.674,7	13,96
Argentina	579.281,8	16,08
Chile	1.046.371,9	29,05
Brasil	1.197.440,4	33,25
Total general	3.601.558,5	100,00

Fuente: Base de datos estadísticos sobre comercio de las Naciones Unidas.

Importaciones de Artesanías y joyas en Latinoamérica

País	Dólares	% total
Paraguay	213.513	0,05
Perú	500.488	0,12
Uruguay	477.909	0,12
Venezuela	961.025	0,24
México	11.663.106	2,85
Ecuador	17.517.874	4,29
Bolivia	24.152.539	5,91
Colombia	37.231.015	9,11
Argentina	52.191.207	12,77
Chile	61.446.452	15,04
Brasil	202.292.876	49,50
Total general	408.648.004	100,00

Fuente: Base de datos estadísticos sobre comercio de las Naciones Unidas.

Los cuadros estadísticos son sacados de la investigación de Marcelo Varela, “Elaboración de artesanías y joyas de exportación” pág. 4 – 22.

Los productos a destacar en los establecimientos son la madera con 758 locales, la joyería con 600 locales, la cerámica con 149 locales y artesanías en general con 905 locales (tagua, sombreros, pinturas y dibujos, masapan, cestería y artículos de festividades). La investigación de Marcelo Varela, “Elaboración de artesanías y joyas de exportación”, en su análisis FODA destaca las fortalezas de las artesanías en el Ecuador: conocimientos ancestrales aplicados en la transformación de la materia prima, concienciación de la importancia de la asociatividad, artesanos capacitados con alto grado de innovación, producción no estacional, participación de toda la familia, apertura para procesos de desarrollo, y artesanos altamente innovadores y emprendedores. Sin embargo encontró escasas líneas de crédito para equipamiento de maquinaria, poca valoración artesanal,

carencia de centros especializados en capacitación y enseñanza, escaso conocimiento de la Ley de los Artesanos por los comuneros, y la existencia de una distorsión entre los artesanos (productores) y los comerciantes de artesanías (27).

Las manifestaciones mediáticas

Las manifestaciones mediáticas han resaltado su valor histórico y tradicional, considerándolas ricas expresiones de la cultura de cada país, retratándolas como objetos provenientes de un tiempo milenario y humildemente vivas en la manifestación tangibles de la tradición y costumbres de los pueblos artesanos. Un ejemplo de estas publicaciones es el programa “Costumbres”, de Canal Perú, que poco a poco nos cuenta la historia de cada una de las comunidades artesanales y sus técnicas. El televidente comprende el concepto de artesanía, las costumbres, lo popular y tradicional de las comunidades, sin embargo lo vinculan con lo anacrónico. Estos discursos encasilla y mantienen a la artesanía en el pasado, la alejan de su actual realidad, “ La presencia de nuevos materiales, nuevas necesidades, innovaciones en la concepción estética, nuevas formas de estructuración social, posibilitan la aparición de artesanías poco vinculadas con la tradición. Esta clase de artesanías son legítimas, siendo tarea del diseñador hacer frente a la empatía necesaria entre su creatividad y la aceptación del público”. (Malo, 29).



Canal Perú (<https://www.youtube.com/watch?v=OAmQmLIQGIA>)

Ficha técnica

“Costumbres”

Magazine

Cuenta las tradiciones artesanales, la identidad y costumbres de cada pueblo de Perú. En este capítulo del programa Costumbres, Sonaly Tuesta nos cuenta la historia de cinco artesanos en hojalatería, cerámica, retablos, tejido, piedra de huamanga y en troncos de cactus.

En el programa “El Artesano” de Tele Vid, Colombia, se visualiza a la artesanía como un objeto útil o de adorno, como pieza sencilla, homogéneas y de un proceso fácil de realizar para que el televidente también la pueda elaborar. La artesanía utilitaria es verdad que forma parte de un uso concreto para la vida de las personas, sin embargo hoy existe el consumidor que se rodea de las cosas que ama, y busca a la pieza artesanal por su valor artístico y técnica tradicional, es un error poner a un programa como nombre “ El Artesano” y evidenciar la artesanía como una manualidad cacera. Claudio Malo, en su libro “ Artesanos y diseñadores” cuestiona esta homogenización de conceptos, para él es necesario que al hablar de la artesanía se sepa que es la producción de bien y servicio manual donde la intervención del hombre es fundamental y que en verdad tiene además unos valores culturales que imprimen en la pieza su tradición y técnica milenaria. (160).

Actualmente los medios de comunicación masiva, fundamentalmente la televisión constituyen el poder principal para difundir nuevas ideologías, tendencias y

contenidos de los sistemas de tradición y renovación, es por eso que se debe estudiar cada pieza audiovisual antes de lanzarla al aire. Adorno en los postulados de la teoría crítica, dice “todo lo que la industria cultural comunica ha sido organizada por ella misma con el fin de seducir a los espectadores simultáneamente a varios niveles psicológicos”. Entonces los medios son reflejo de la realidad y generadores de realidad, es fundamental entender que el progreso de toda cultura es el resultado de la relación dinámica del discurso, entre emisor y el receptor.



Tele Vid (https://www.youtube.com/watch?v=SbXz8ZXDy54&list=PLabQ9okQ22YnPmTbfOCdc22poC3i6_0Td)

Ficha técnica

“El Artesano”

Telerevista

La mecánica puesta en acción para darle movimiento a las figuras del pesebre con Jairo Franco, programa de manualidades de trabajo en mano.

La producción audiovisual nacional también ha vinculado la artesanía con la historia y tradición, tomaré el ejemplos de los programas que se han relacionado al artesano ecuatoriano de Tigua. El programa la Televisión, en 1990, a través de un reportaje de 4 minutos nos cuenta la historia de la familia Toaquiza, su pintura, cosmovisión, imágenes de paisajes, y utiliza un presentador, narradora y entrevistas llegando así a conocer su entorno, conocimiento y realidad, muy

penosamente se nos representa como un arte que no ha sido valorado y que vive en la pobreza, sin embargo, actualmente el arte en tigua a sido reconocido mundialmente, con exposiciones en el exterior y sus artistas viven dignamente. En su narración tampoco se nos permite conocer la esencia o personalidad del artista, se limita a contar su historia, imaginarios, y situación relacionado a la costumbre y economía del pueblo.



La TV Ecuador <https://www.youtube.com/watch?v=5ghKF64Fdrk>

Ficha técnica

“Pintores de Tigua
1990”

Telerevista

Reportaje a la familia
Toaquiza, pintores de
Tigua. Se conoce su
historia, técnica y
realidad.

Por otro lado, FEDEPP¹, saca en el año 2000 un documental de los pintores de Tigua, donde resalta la mitología y las costumbres ancestrales de esta región, plasmadas a través del arte pictórico naiv, a través de un historiador y entrevistas, se pone en contexto al país con su regiones, gente e identidad, y se representa a Tigua como una manifestación cultural de fiesta, tradiciones, colorido, y relación con la

¹ FUNDACIÓN ECUATORIANA DESARROLLO PRODUCTIVO Y POPULAR

naturaleza, se rescata el encanto de esta pintura que representa al indio en su alegría, armonía y fiesta, se lo visualiza como antes, como actor social. Se puede visualizar que se da un sentido de ver al artista, sin embargo, otra vez se deja de contar la historia desde el artista y su esencia, la narración es mediante un locutor en off y pequeñas entrevistas.



FEDEPP <https://www.youtube.com/watch?v=qrTq2t9qbw4>

Ficha técnica

“Magia y Pintura”

Documental

Documental sobre el arte de la Comunidad Indígena de Tigua. La mitología y las costumbres ancestrales de esta región, plasmadas a través del arte pictórico naiv del pueblo de Tigua. Este arte ha obtenido un gran reconocimiento nacional e internacional, por la sencillez y la ingenuidad, de mostrar las cosmovisiones andinas en íntima relación con la naturaleza.

Ya para 2013, el programa Expresarte, en su reportaje Tigua, nos cuenta a través de un pintor de Tigua su historia, técnica y herencia, se apega más a la narración real en primera persona reconociendo al artesano mediante su fama y naturalidad. Sin embargo, deja a un lado el proceso de elaboración y trabajo comunitario, la pieza debe valorarse por el consumidor dentro de un comercio sustentable característica que la hace única y exclusiva. A diferencia de los anteriores reportajes en este ya no existe narrador en segunda persona, y esto hace que el reportaje de mayor peso al artista, y no a la historia de la comunidad.



Expresarte <https://www.youtube.com/watch?v=7BvRRBU9MCY>

Ficha técnica

“Tigua”

Reportaje

Reportaje a Julio Toaquiza, pintor de Tigua. Se conoce su historia, técnica y realidad, y como actor social, en su fama y naturalidad.

Es momento de comprender la esencia del artista, su fuente de inspiración, el valor de la creación y su transformación, además de visualizar el proceso de obtención de sus recursos para crear la pieza, técnica y su comercialización, y dar una nueva perspectiva visual al emisor, es decir mostrar al artista popular contemporáneo involucrado en procesos de calidad, innovación e integrado al comercio nacional e internacional en su valor como creador.

Las condiciones anteriormente señaladas, manifiestan la importancia de plantear un espacio televisivo donde éstos 2.412 artesanos, puedan ser escuchados y reconocidos, mediante un proyecto audiovisual que sea destinado solo para este grupo específicos de artistitas artesanos, y que no este vinculado a contar la historia y costumbres de una comunidad, o las manifestaciones de fiestas tradicionales, y/o las artes artísticas en general. Se necesita un producto visual que resalte nuevamente al artesano como actor social y lo represente en su esencia artística como “Creador”, es así como llamaremos a este nuevo producto audiovisual. La propuesta es la creación de una miniserie televisiva de 6 capítulos, cada capítulo

desarrollará 3 capsulas que retratará a 3 artistas populares del Ecuador: artesano tradicional, artesano urbano, y artesano de alta moda. La filmación se realizará en calidad fílmica hd, juego de lentes, efectos visuales, planos detalles, medios y generales, utilizando juegos de factores de imágenes como lo explica Michel Rabiger en su texto “Dirección de Documental”, integrando la composición estática, ritmo visual y composición dinámica en cada plano “ la relación de composición es la composición dentro de cada plano, y por lo tanto, de carácter interno con respecto al mismo. Es decir una relación momentánea dentro de un plano saliente y el plano siguiente, es decir, el entrante. Esto se denomina una composición externa y es una parte oculta dentro del lenguaje cinematográfico; oculta porque no nos damos cuenta de que ejerce una influencia en nuestro juicio y expectativas”.

Al final de la temporada se subirá las capsulas a una plataforma web para que el productor pueda tener un mejor alcance y se cumpla el objetivo.

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura #1



Figura # 2



Figura # 3

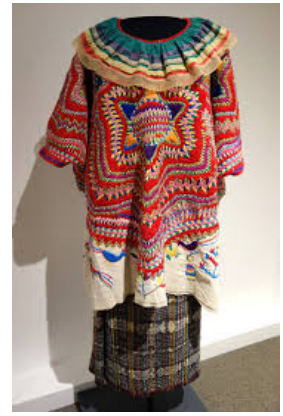


Figura # 4



Figura # 5



Figura # 6



LIBRO DE PRODUCCIÓN

CREADORES

STORY LINE

Somos lo que heredamos y creamos, expresamos sentimientos, ideas, imágenes, tradiciones a través de manos obreras que dan vida y color a nuestro día a día. La madera, la tagua, el cuero, la lana, el hierro, el vidrio son materiales que manifiestan toda una cultura y tradición de un país, Ecuador. Conoceremos a sus nuevos artesanos (muchos de ellos 4ta generación vuelven a revivir identidades) a través de sus oficios, nos abrirán el horizonte hacia la innovación, creación y arte de las nuevas tendencias de la artesanía del Ecuador.

“Somos lo que heredamos y creamos”



FICHA TÉCNICA

- 6 capítulos.
- De 23 minutos cada capítulo.
- Cada capítulo desarrollara 3 capsulas, 3 historias de artesanos: un tradicional, un urbano y uno de alta moda.

- 3 semanas de pre-producción y 2 semana de rodaje y 2 semanas de postproducción por capítulo.
- Formato HD y plataforma web.
- Programa educativo, histórico y cultural.
- Formato Magazine.

SINOPSIS

Todos los pueblos mantenemos nuestras tradiciones vivas en la herramienta manual de un solo hacedor El Artesano, quién confecciona sus productos utilizando materiales típicos de su zona de origen como parte de su identidad, fusionándolo con las nuevas tecnologías. A través de estas artes reconoceremos su rol social actual, su esencia, herencia, técnica y experiencia local, viajaremos al interior de este universo de cultura e identidad, visualizando su transformación.

Mediante el perfil artístico del artesano estaremos descubriendo su historia, producción, confección y distribución en diferentes regiones del Ecuador, se podrá distinguir al artesano popular, urbano y de alta moda. Además, nos empaparemos de los imaginarios, leyendas, hechos y costumbres que construyen estas piezas artesanales y sus comunidades.

OBJETIVO

Trasmitir y educar al televidente la historia, tradiciones y cultura que existen en el Artesano del siglo XXI del Ecuador, resaltando la importancia de su trabajo, esfuerzo y habilidades. Poder conocer la elaboración, técnica y creación que inspiran sus productos, siendo en algunos casos eje de la economía familiar y

comunidades. Además promover en el televidente un reconocimiento a su labor, creatividad y trabajo comunitario, apoyando con esto al consumo del mismo y la identidad de las comunidades.



Paqocha “Una experiencia alpaquera”

PUBLICO

- Público en general
- Niños / Jóvenes / Adultos / Adultos mayores
- Todo tipo de nivel socio económico

PROMESA TELEVISIVA

Que el televidente conozca, la historia, cultura y identidad del Artesano Ecuatoriano del siglo XXI. Además de disfrutar de su gente, tradiciones y paisajes.

EL ESTILO

Se representará al artista tradicional en su arte naiv mediante imágenes de paisajes donde se vincule a la comunidad, se visualizará parte de la obtención de la materia prima, y su proceso, se utilizará un estilo documentalista. Para el artista urbano se lo concebirá desde su taller o espacio de producción, interactuando con la gente con quien trabaja, la cámara contara este proceso a través de planos detalles y cámara en mano. Para el artista de alta moda se lo visualizará en su espacio de

venta, donde se involucra con el consumidor y el reconocimiento de su marca, se utilizará una cámara mas dinámica, planos detalles y juego de rack focus.

Se pretende seguir a los protagonistas durante su labor y retratará sus vivencias a manera de tener una secuencia dramática que cuente, su historia, esencia, proceso, técnica y comercialización.

ESCALETA

Capt 1:

“Taguarte”, joyería contemporánea de Tagua.

Sinopsis:

Patricia Morales Celi, joyería en Tagua, artesana de alta moda, ha desarrollado contrastes magníficos de la tagua junto a materiales enriquecedores y complementarios como la plata, el cuero, el bambú, la crin de caballo y otros. Sus productos han viajado a la mayor parte de países de América, Europa, Asia e inclusive a Australia y África. En el Ecuador, Taguarte ha tenido grandes satisfacciones al contar con la confianza de clientes de embajadas y organismos internacionales. Es gratificante ver que día a día ganan el reconocimiento y aprecio del propio ecuatoriano. Su trabajo es una alternativa distinta y que vale la pena promocionar y dar a conocer. Cada producto lleva la identificación de la marca debidamente registrada y protegida por las leyes de propiedad intelectual.

“ Tigua para el mundo ”, pintor de la familia Ugsha.

Sinopsis:

Luis Ugsha, pintor de tigua, artesano tradicional, que tiene como fin rescatar los valores culturales de las comunas que muestran la realidad viva de nuestra cultura. En su arte permite vivenciar el equilibrio y la armonía entre pueblos americanos

indígenas y precolombinos donde es importante para la conservación de riquezas naturales, tradiciones, fiestas, leyendas, sabiduría ancestral, visiones para transmitir a las futuras generaciones. Su marca Tigua para el Mundo, retrata los colores de la Pacha mama predominan en cada pieza artesanal que indican el origen de sus productos, por sus diseños, únicos, innovación que diferencian de otros productos de calidad inferior o copias.

“Paqocha”, tejido de alta moda urbana.

Sinopsis:

Paqocha, creada en el año 2006, artesanía urbana, por Felipe Segovia y Lorena Pérez, es un trabajo en conjunto entre las comunidades de los páramos de Guamote y comunidades indígenas quichuas de la Sierra del Ecuador, donde se trabaja con las mujeres campesinas hiladoras y grupos de mujeres tejedoras de Puembo. Su misión es rescatar el arte del hilado a mano, del tejido en telar de espalda (pre-colonial), y técnicas de teñido con minerales, plantas, flores y cochinilla. Su principio es conservar el planeta y la cultura motivando el desarrollo sostenible en las comunidades campesinas y no interrumpir la vida natural de las mujeres. Paqocha (alpaca en lengua quichua)

- Capt 2:

“Suspiro Taller” bolsos ecológicos tejidos a mano con tintes naturales de algodón.

“ Ceramista” ,trabajo en cerámica de la pila, replicas precolombinas. Santa Elena

“Taller la Polilla” trabajo en madera, personajes urbanos, cuentos y mitológicos.

- Capt. 3:

“Bernal Hats”, sombre de paja toquilla de alta moda.

“Wena”, arte étnico y artesanías waoroni.

“Mascara”, pintura en madera urbana.

- Capt. 4:

“Andrea Tello”, joyería en plata.

“Diablada”, mascararas folkloricas elaboradas pillaro.

“Cerámica”, arte objeto” artista urbano.

- Capt 5:

“Eduardo Vega”, artista ceramista de cuenca.

“Maki Awashka” , tejidos de Saraguro

“Maytaco”, ropa urba de arte casual de artistas ecuatorianos

- Capt 6:

“Argo”, joyería en circon y perla.

“ Dominga”, bordado y tejidos indígenas de Zuleta.

“Mano Luz” joyería urbana en cuero.

CONCLUSIONES

La artesanía nos lleva a trasladarnos a la historia, tradición y la relación con lo sagrado. Pudimos entender que desde su condición el artesano es el vínculo profundo y permanente entre la naturaleza – el mundo interior – lo humano, este reconocimiento a la esencia del hombre es parte de la luz de la humanidad y por ende debe ser cuidado, valorado, respetado y transmitido de generación en generación tal como lo hicieron los Yachacs, bisabuelas, y artesanos, ellos plasmaron a través de sus obras artísticas, rituales y comunicación las enseñanzas de la sabiduría ancestral del “Alli Kawsay”, que se manifiesta en su forma de vida, relaciones familiares, interacción con la comunidad, y sobre todo con el medio ambiente. Este sentir cósmico se ve retratado en sus obras que no vienen de lo intelectual sino del corazón y de la herencia, representa las vivencias pasadas, lo místico, la historia, la alegría y armonía del cosmos. Además, esta armonía hace que la materia prima, sus técnicas y herramientas se integren a mercados sustentables, es decir que no afecten a la naturaleza.

Actualmente se ha integrado a lo industrial, respetando procesos de calidad y ofreciendo diseños innovadores, modernos, étnicos, se ha unido a la tecnología y el cuidado de la naturaleza, llegando a ser reconocida por la UNESCO como productos únicos y exclusivos por su alto valor de producción. Este reconocimiento productor - consumidor permite que el artesano exporte e importe sus obras, y nuevamente se integre a mercados competitivos con estándares de calidad e innovación, las obras más cotizadas son la madera, cerámica, textiles y joyería. Sin embargo, aún existe

un gran porcentaje de consumidores que prefieren las cosas por tendencias de moda, hechas en serie, o precios de oportunidad.

Por otro lado, en países subdesarrollados la artesanía aún se enfrenta a desventajas como la carencia de políticas públicas, falta de apoyo en créditos financieros y formas de pago, falta de escuelas o talleres de capacitación de calidad y lo más preocupante es las diferencias de comercio justo, es decir aún se explota a la mano de obra, no se reconoce un pago justo a las obreras y se desvalora el trabajo, tiempo y esfuerzo de cada día. Esta falta de recursos limitan al crecimiento de los productores artesanos, además al ser un negocio de generaciones hace que los hijos de los artesanos accedan a otras profesiones mejor remuneradas y abandonen el oficio artesanal, ocasionando una inigualable pérdida al valor de la artesanía.

Hace falta urgente una política de reconocimiento al artesano como actor social, valor tradicional e historia de una herencia milenaria, además de una planificación para el apoyo y desarrollo de estos oficios, y lo más importante incentivar al consumidor a reconocer, valorar y adquirir artesanía, mediante la visualización mediática de estos hacedores en su contemporaneidad, esencia y procesos industriales, para reconocer su labor en pleno siglo XXI.

Dentro de este proyecto visual se debe desvirtuar los 4 paradigmas que Serrano sita y son: sacarlo de lo anacrónico, reconocer su producción dentro de procesos tecnológicos, desmitificar su costo versus ser una pieza única y exclusiva, y por último que el consumidor la compare frente a la globalización. Recordemos que los imaginarios colectivos y representaciones mediáticas crean la historia,

costumbres y tradición del pueblo. Además es nuestra responsabilidad como comunicadores transmitir a las jóvenes generaciones la importancia de mantener presente estos saberes y conocimientos ancestrales que son esencia del ser humano y de la vida misma.

RECOMENDACIONES

Este proyecto es una oportunidad para que los Directores de Canales de Comunicación valoraren dentro de su parrilla programas que integren la cultura, el arte e identidad de los pueblos y contribuyan en promover las artes artesanales en todo su esplendor y contemporaneidad. Además de resaltar el valor del artista ecuatoriano desde su esencia, técnica e identidad. Es importante recordando la capacidad que los medios de comunicación tienen para generar identidad en la ciudadanía y especialmente en los jóvenes, con este tipo de contenido se estará respaldando y reforzando la historia, educación e identidad de nuestro país, además de apoyar al comercio artesanal.

Al gremio audiovisual le recomiendo apoyar a la creación de programas que resalten los valores intrínsecos de los pueblos, ya que es nuestro deber construir programas con bases altruistas que generen contenidos educativos de calidad, en este caso reforzando la cosmos visión milenaria y las artes en rescate a la esencia de la raíces de la humanidad.

Considero que es importante que los futuros estudiantes de la carrera de Producción Audiovisual y Medios Digitales de la Universidad San Francisco encuentren interés en poder crear contenidos y formatos nuevos e interesantes donde se apoye al arte y cultura del país. Siendo esto un reto profesional debido a la masiva programación y aceptación de contenidos irrelevante que no crean consciencia o educan a la audiencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Malo, González Claudio. (2008). Artesanías de lo útil a lo bello. pp. 28 - 54
Universidad del Azuay. Cuenca: CIDAP.
- Malo Claudio. Chávez Álvaro, Giordano. (1991). Artesanos y Diseñadores: Memorias de la Reunión Técnica Iberoamericana sobre Diseño y Artesanías. pp. 13 – 31, 156 – 175. Cuenca: CIDAP.
- Naranjo, Marcelo.(1990). El Artesano como actor social: una visión histórica socio – económica. pp. 85 – 106. Cuenca: CIDAP.
- Vázquez Germán, Correa Ismanda. (1997). Visión Americanista de la Artesanía, pp. 137 – 143. Quito: IADAP.
- Páez, Andrés. Artesanía los conceptos, la cultura y la identidad. Academia, seminario de antropología. Obtenido 15 de noviembre 2015 de https://www.academia.edu/8876461/Artesan%C3%ADa_y_los_conceptos_de_cultura_e_identidad
- Sorgato, Valeria. (2015) . Los símbolos de las culturas ancestrales, en una compilación. Diario El Comercio, Sección Tendencias, (15 octubre). Obtenido el 15 de noviembre 2015 de <http://www.elcomercio.com/tendencias/simbologia-compilacion-pueblosancestrales-identidad-ecuador.html>
- Serrano, Juan Pablo. (2013). Artesanías y su sentido en la historia: incertidumbres y posibilidades del tiempo presente. Revista del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, (Julio), Número 73, pp. (10 – 21). Cuenca: CIDAP.
- Turok, Marta. (2013). Análisis social de los artesanos y artesanas en latinoamerica. Revista del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, (Julio), Número 73, pp. (23 – 28) Cuenca: CIDAP.
- Ugsha, Luis. (2015). Entrevista, artesano de Tigua. 1 de noviembre. Quito - Ecuador.
- Coen, Gabriel. (2013). Nuevas Tendencias del comercio artesanal para América Latina. Revista del Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares, (Julio), Número 73, pp. (45 – 51) Cuenca: CIDAP.
- Canal Perú. Costumbres. Perú. Obtenido el 15 de noviembre. <https://www.youtube.com/watch?v=OAmQmLIQGIA>
- Televid. El Artesano. Colombia. Obtenido el 15 de noviembre. https://www.youtube.com/watch?v=SbXz8ZXDy54&list=PLabQ9okQ22YnPmTbfOCDC22poC3i6_0Td
- Adorno, Theodor W. (1969) Intervenciones. Nueve modelos de crítica. Ed Mote Ávila Editores. Caracas, Venezuela.

La Televisión. (1990). Pintores de Tigua. Obtenido el 15 de noviembre.

<https://www.youtube.com/watch?v=5ghKF64Fdrk>

FEDEPP. (2000). Magia y Pintura: pintores de Tigua. Obtenido el 15 de noviembre.

<https://www.youtube.com/watch?v=qrTq2t9qbw4>

Expresarte. (2013). Tigua. Obtenido el 15 de noviembre.

<https://www.youtube.com/watch?v=7BvRRBU9MCY>

Varela, Marcelo. (2012) . Elaboración de artesanías y joyas para exportación. Boletín Mensual de análisis sectorial de MIPYMES, (13 enero) . Flacso – Mipro. Quito.

Dirección de Inteligencia Comercial e Inversión. (2013). Análisis del Sector de las artesanías. Promoción de Exportación Especialista Sectorial de Artesanías. pp. 9 – 39. Quito: PROECUADOR.

Rabiger, Michael. (2005). Dirección de Documentales. Instituto oficial de Radio y Televisión. RTVE. Madrid.

TIMING GENERAL

CREADORES

	DESARROLLO	PRODUCCION	POST-PRODUCCION	DELIVERY	BROADCAST
	SEMANA 1	SEMANA 2	SEMANA 3	SEMANA 4	
MES #1	Desarrollo Investigacion Capt 1 y 2 Acercamiento de personajes Capt 1 y 2	Desarrollo Entrevista Personajes Capt. 1 y 2 Guion 1 y 2	Desarrollo Investigacion Capt 3 y 4 Acercamiento de personajes Capt 3 y 4 Story guion 1 y 2	Desarrollo Entrevista Personajes Capt. 3 y 4 Guion 3 y 4	
MES #2	Desarrollo Investigacion Capt 5 y 6 Acercamiento de personajes Capt 5 y 6 Story guion 3 y 4	Desarrollo Entrevista Personajes Capt. 5 y 6 Guion 5 y 6	Desarrollo Pre capt 1 y 2 Story guion 5 y 6	Desarrollo Pres 3 y 4 Pre 5 y 6	
MES #3	Producción RODAJE CAPT 1	Producción Post - Producción RODAJE CAPT 2 PRIMER CORTE CAPT 1	Producción Post - Producción RODAJE CAPT 3 PRIMER CORTE CAPT 2 EDICION AUDIO Y POST 1	Producción Post - Producción RODAJE CAPT 4 PRIMER CORTE CAPT 3 EDICION AUDIO Y POST 2	
MES #4	Post - Producción PREVIEW CAPT 1 Y 2 EDICION AUDIO Y POST CAPT 4	Post - Producción PREVIEW CAPT 4 Y 3 ENTREGA CAPT 1 Y 2	Producción Post - Producción RODAJE CAPT 5 ENTREGA CAPT 3 Y 4	Producción Post - Producción RODAJE CAPT 6 PRIMER CORTE CAPT 5	
MES #5	Post - Producción PRIMER CORTE CAPT 6 EDICION AUDIO Y POST 5	Post - Producción PREVIEW CAPT 5 EDICION AUFIO Y POST CAPT6	Post - Producción PREVIEW CAPT 6 ENTREGA CAPT 5	Post - Producción ENTREGA CAPT 6	
MES #6	CIERRE ADMINISTRATIVO AL AIRE CAPT 1	Broadcast AL AIRE CAPT 2	Broadcast AL AIRE CAPT 3	Broadcast AL AIRE CAPT 4	
MES #7	Broadcast AL AIRE CAPT 5	Broadcast AL AIRE CAPT 6			

FORMATO DE PRESUPUESTO PARA PRODUCCIÓN Y POSPRODUCCIÓN

NOMBRE DEL PROYECTO: CREADORES
PRODUCTOR: Esthefany Vasco
DIRECTOR: Esthefany Vasco
FORMATO RODAJE: HD
DURACIÓN: 23 min
PRESUPUESTO TOTAL: TEMPORADA 6 CAPT.

COD.	Item	Unidad	Cantidad	Precio/U	Subtotal	Total
1	GASTOS GENERALES					
1.1	SEGUROS, ASPECTOS JURÍDICOS Y FINANCIEROS					2800,00
1.1.1	Asesoría legal y gastos legales	6 capitulo	7	200	1.400	
1.1.6	Seguros	6 capitulo	1	700	700	
1.1.7	Pólizas de cumplimiento	6 capitulo	1	700	700	
1.2	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE OFICINA					9100,00
1.2.1	Arriendo oficina	6 capitulo	7	350	2.450	
1.2.2	Servicios públicos (luz, agua, gas)	6 capitulo	7	100	700	
1.2.3	Telefonía móvil	6 capitulo	7	80	560	
1.2.4	Gastos de conexión a internet	6 capitulo	7	70	490	
1.2.5	Insumos de oficina	6 capitulo	7	150	1.050	
1.2.6	Alquiler equipo de oficina	6 capitulo	0	-	-	
1.2.7	Caja Chica	6 capitulo	7	500	3.500	
1.2.8	Gastos de correo y mensajería	6 capitulo	7	50	350	
1.3	PERSONAL ADMINISTRATIVO Y SERVICIOS					1400,00
1.3.1	Secretaría(s)	6 capitulo	0	-	-	
1.3.2	Mensajero (s)	6 capitulo	1	-	-	
1.3.3	Contador(es) y asistente contable	6 capitulo	7	120	840	
1.3.4	Limpieza	6 capitulo	7	80	560	
	TOTAL GASTOS GENERALES					\$ 13.300,00
2	DESARROLLO (3 SEMANAS)					
2.1	PREPRODUCCIÓN					10200,00
2.1.1	Honorarios de guionistas o investigador	6 capitulo	6	1.000	6.000	
2.1.2	Traducciones	6 capitulo	0	-	-	
2.1.3	Fotocopias guion / encuademación	6 capitulo	6	50	300	
2.1.4	Productor Ejecutivo	6 capitulo	1	-	-	
2.1.5	Transporte dentro de la ciudad	6 capitulo	6	100	600	
2.1.6	Transporte fuera de la ciudad	6 capitulo	10	150	1.500	
2.1.7	Alimentación	6 capitulo	10	120	1.200	
2.1.8	Gastos de viaje	6 capitulo	10	60	600	
	TOTAL GASTOS DESARROLLO					\$ 10.200,00
3	PRODUCCIÓN (1 SEMANA)					
3.1	Personal Técnico					60000,00
3.1.1	Productor	6 capitulo	6	3.000	18.000	
3.1.2	Director	6 capitulo	6	3.000	18.000	
3.1.3	Director de fotografía	6 capitulo	6	1.400	8.400	
3.1.4	1ero de Cámara	6 capitulo	6	1.100	6.600	
3.1.5	Sanido directo	6 capitulo	6	1.100	6.600	
3.1.6	Runner	6 capitulo	6	400	2.400	
3.2	Equipo Técnico					14550,00
3.2.1	Cámara Sony FS700R	1 semana	6	1.750	10.500	
3.2.2	Slider - minodolly	1 semana	6	200	1.200	
3.2.3	Iluminación básica	1 semana	6	400	2.400	
3.2.4	Gripería básica	1 semana	6	75	450	
3.3	LOGÍSTICA					17820,00
3.3.1	Transporte terrestre dentro de ciudad	3 días	6	420	2.520	
3.3.2	Transporte terrestre fuera de la ciudad	2 días	10	560	5.600	
3.3.3	Telefonía	1 semana	6	50	300	
3.3.4	Alimentación	1 semana	6	875	5.250	
3.3.5	Alojamiento	1 día	10	315	3.150	
3.3.6	Gastos de viaje	1 semana	10	100	1.000	
	SUBTOTAL PRODUCCIÓN					\$ 92.370,00
4	POSTPRODUCCIÓN (2 semanas)					
4.1	EDICIÓN					16700,00
4.1.1	Edición o montaje	2 semanas	6	1.300	7.800	
4.1.2	Asistente de edición I	2 semanas	6	600	3.600	
4.1.3	Efectos especiales	2 semanas	6	250	1.500	
4.1.4	Colorización	1 semana	6	450	2.700	
4.1.5	Logo Animado	1 capitulo	1	500	500	
4.1.6	Delivery formatos varios	1 capitulo	6	100	600	
4.2	SONIDO (Incluye película y tráiler)					8000,00
4.2.1	Montaje/edición de sonido/ diseño de sonido	1 semana	6	700	4.200	
4.2.2	Musicalización stock o derechos	1 capitulo	6	600	3.600	
4.2.3	Musicalización creada intro	1 capitulo	1	200	200	
	SUBTOTAL 1 POSTPRODUCCIÓN					\$ 24.700,00

GASTOS GENERALES	\$ 13.300,00
TOTAL DESARROLLO:	\$10.200,00
TOTAL PRODUCCIÓN:	\$92.370,00
TOTAL POSTPRODUCCIÓN:	\$24.700,00
SUB TOTAL	\$140.570,00
IMPREVISTOS 10%	\$154.627,00
GRAN TOTAL:	\$154.627,00

FORMATO DE PRESUPUESTO PARA PRODUCCION Y POSPRODUCCION						
NOMBRE DEL PROYECTO: CREADORES PRODUCTOR: Estherfany Vasco DIRECTOR: Estherfany Vasco FORMATO RODAJE: HD DURACION: 23 min PRESUPUESTO TOTAL: 1 CAPITULO - 6 SEMANAS						
COD.	Item	Unidad	Cantidad	Precio/U	Subtotal	Total
1	GASTOS GENERALES					
1.1	SEGUROS, ASPECTOS JURIDICOS Y FINANCIEROS					700,00
1.1.1	Asesoría legal y gastos legales	1 capítulo	1	200	200	
1.1.6	Seguros	1 capítulo	1	200	200	
1.1.7	Pólizas de cumplimiento	1 capítulo	1	300	300	
1.2	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE OFICINA					1300,00
1.2.1	Arriendo oficina	1 capítulo	1	350	350	
1.2.2	Servicios públicos (luz, agua, gas)	1 capítulo	1	100	100	
1.2.3	Telefonía móvil	1 capítulo	1	80	80	
1.2.4	Gastos de conexión a internet	1 capítulo	1	70	70	
1.2.5	Insumos de oficina	1 capítulo	1	150	150	
1.2.6	Alquiler equipo de oficina	1 capítulo	0	-	-	
1.2.7	Caja Chica	1 capítulo	1	500	500	
1.2.8	Gastos de correo y mensajería	1 capítulo	1	50	50	
1.3	PERSONAL ADMINISTRATIVO Y SERVICIOS					200,00
1.3.1	Secretaría(s)	1 capítulo	0	-	-	
1.3.2	Mensajero(s)	1 capítulo	1	-	-	
1.3.3	Contador(es) y asistente contable	1 capítulo	1	120	120	
1.3.4	Limpieza	1 capítulo	1	80	80	
2	DESARROLLO (6 SEMANAS)					\$ 2.200,00
2.1	PREPRODUCCION					1680,00
2.1.1	Honorarios de guionistas o investigador	1 capítulo	1	1.200	1.200	
2.1.2	Traducciones	1 capítulo	0	-	-	
2.1.3	Fotocopias guion / encuadernación	1 capítulo	1	50	50	
2.1.4	Productor Ejecutivo	1 capítulo	1	-	-	
2.1.5	Transporte dentro de la ciudad	1 capítulo	1	100	100	
2.1.6	Transporte fuera de la ciudad	1 capítulo	1	150	150	
2.1.7	Alimentación	1 capítulo	1	120	120	
2.1.8	Gastos de viaje	1 capítulo	1	60	60	
3	DESARROLLO (1 SEMANA)					\$ 1.680,00
3.1	Personal Técnico					11300,00
3.1.1	Productor	1 capítulo	1	3.000	3.000	
3.1.2	Director	1 capítulo	1	3.500	3.500	
3.1.3	Director de fotografía	1 semana	1	1.800	1.800	
3.1.4	Tero de Cámara	1 semana	1	1.250	1.250	
3.1.5	Sonido directo	1 semana	1	1.250	1.250	
3.1.6	Runner	1 semana	1	500	500	
3.2	Equipo Técnico					2425,00
3.2.1	Cámara Sony FS700R	1 semana	1	1.750	1.750	
3.2.2	Slider - minodolly	1 semana	1	200	200	
3.2.3	Iluminación básica	1 semana	1	400	400	
3.2.4	Gripería básica	1 semana	1	75	75	
3.3	LOGÍSTICA					2320,00
3.3.1	Transporte terrestre dentro de ciudad	3 días	3	140	420	
3.3.2	Transporte terrestre fuera de la ciudad	2 días	2	280	560	
3.3.3	Telefonía	1 semana	1	50	50	
3.3.4	Alimentación	1 semana	1	875	875	
3.3.5	Alojamiento	1 día	1	315	315	
3.3.6	Gastos de viaje	1 semana	1	100	100	
4	SUBTOTAL PRODUCCION (23 SEMANAS)					\$ 16.045,00
4.1	EDICIÓN					3000,00
4.1.1	Edición o montaje	2 semanas	1	1.700	1.700	
4.1.2	Asistente de edición I	2 semanas	1	-	-	
4.1.3	Efectos especiales	2 semanas	1	250	250	
4.1.4	Colorización	1 semana	1	450	450	
4.1.5	Logo Animado	1 capítulo	1	500	500	
4.1.6	Delivery formatos varios	1 capítulo	1	100	100	
4.2	SONIDO (incluye película y tráiler)					1500,00
4.2.1	Montaje/edición de sonido/ diseño de sonido	1 semana	1	700	700	
4.2.2	Musicalización stock o derechos	1 capítulo	1	600	600	
4.2.3	Musicalización creada intro	1 capítulo	1	200	200	
SUBTOTAL 1 POSTPRODUCCION					\$	4.500,00
GASTOS GENERALES					\$	2.200,00
TOTAL DESARROLLO:						\$1.680,00
TOTAL PRODUCCION:						\$16.045,00
TOTAL POSTPRODUCCION:						\$4.500,00
SUB TOTAL:						\$24.425,00
IMPREVISTOS 10%						\$26.867,50
GRAN TOTAL:						\$26.867,50