PROYECTO DE APLICACIÓN PROFESIONAL
FESTIVAL AUDIOVISUAL
OJO LOCO V EDICIÓN

INTEGRANTES:

Edwin Cadena

Silvia Cedeño

Joseph Córdova

Natasha Enriquez

Verónica Huayamave

Mercedes Huerta

María de Lourdes Klaere

Laura Medina

Cristina Quiroz

Solange Romo

Andrea Santos

TUTOR DEL PROYECTO

Anyelina Veloz

ASESOR DEL PROYECTO

Viviana Elizalde

ÍNDICE

1. Introducción 2
1. 1. Antecedentes 2
1.2. Foda 5
1.3. Análisis de eventos similares 6
1.3.1. EDOC 7
1.3.2 Festival de Cine Internacional de Cuenca (CEACINE) 8
1.3.3 Festival de Cine La Orquídea Cuenca 8
1.3.4 Festival Adrenalina Audiovisual 8
1.3.5 Festival CinRecreo 9
1.3.6 FAAL (Festival de Artes al Aire Libre) 9
2. Declaración de propósito 10
3. Glosario de conceptos: 11
3.1 Referente 12
3.2 Audiovisual 12
3.3 Cultura 12
3.4 Especialista 12
4. Diseño Metodológico 13
4.1 Objetivos de Investigación 13
4.1.1 Objetivo general 13
4.1.2 Objetivos específicos 13
4.2 Metodología 15
4.2.1 Tipo de investigación 15
4.2.2 Enfoque 15
4.2.3 Unidad de Análisis 15
Tabla 1 17
5. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN 18
5.1 Resultados de investigación a estudiantes de carreras audiovisuales o relacionadas a lo audiovisual. 18
5.1.1 Entrevistas a estudiantes del campo audiovisual: 19
5.1.2 Grupo focal a estudiantes del campo audiovisual 20
5.2 Resultados de investigación a profesionales del campo audiovisual 22

5.2.1 Entrevista a profesionales del campo audiovisual 22
5.3 Grupo focal a alumnos de colegio de 2do y 3er año de bachillerato 24
6. Conclusiones estratégicas 26
7. Propuesta del proyecto 31
7.1 Objetivos de proyecto 31
7.1.1 Objetivo general de proyecto 31
7.1.2 Objetivos específicos de proyecto 32
7.2 Grupos Objetivos 34
7.2.1 Grupo Objetivo 1 34
7.2.2. Grupo Objetivo 2 35
7.3 Concepto, temática 36
7.3.1 Nombre del evento 36
7.3.2 Concepto del evento 36
7.3.3 Temática 37
7.3.4 Conceptos 37
7.4 Aspectos gráficos 38
7.4.1 Cromática 38
7.4.2 Tipografías 39
7.4.3 Logotipo 39
7.4.4 Isotipo 40
7.4.5 Aplicación en piezas gráficas 40
7.5 Aspectos físicos del evento 41
7.5.1 Lugar 41
7.5.2 Actividades 41
7.6 Aspectos administrativos 49
7.6.1 Tecnología 49
7.6.2 Material de apoyo 50
7.6.3 Personal necesario 50
7.6.4 Detalles adicionales de logística 50
7.7 Estrategia de comunicación 50
7.7.1 Promoción del evento en redes sociales 50
7.7.2 Promoción en medios tradicionales: 52
7.7.3 Personaje del festival 54

7.8 Presupuesto 54
7.9 Estrategia de evaluación del festival 54
7.9.1 Contabilización de asistentes: 54
7.9.2 Redes sociales 55
7.9.3 Charlas y talleres 55
7.9.4 Percepciones generales del festival 55
8. Cronograma de trabajo y roles 56
9. Bibliografía 57
10. ANEXOS 59
Anexo 1. Investigación 59
Anexo 2. Resultados de investigación 62
Anexo 3. Detalles adicionales de logística 65
Anexo 4. Mapeo de medio 67
Anexo 5. Cronograma del festival 69
Anexo 6. Presupuesto. 70

1. Introducción

1. 1. Antecedentes

En los últimos siete años, el crecimiento de la industria audiovisual en el Ecuador se ha fortalecido. Entre los distintos factores que comprueban y que han aportado a esta situación constan: la creación de instituciones gubernamentales como el CNC (Consejo Nacional de Cine) en el año 2007 y la reforma de la Ley de Comunicación, en el año 2013. El diario El Mundo (2013) informa que la nueva Ley dispone que el "60% de los contenidos televisivos corresponda a producciones hechas en Ecuador, (…). También prohíbe los anuncios publicitarios realizados en otros países". Ambos hechos contribuyeron en el incremento de la producción nacional, de acuerdo al director del CNC, Jorge Luis Serrano (2011) "el cine ecuatoriano vive su mejor momento al haber triplicado la producción desde el 2007 de la mano de jóvenes directores que se benefician de un plan oficial de impulso al sector".

A pesar de este incremento en la producción nacional, el nivel de la cultura e interés por el ámbito audiovisual se mantiene muy segmentado a un grupo de personas específicas: profesionales y estudiantes del campo audiovisual o personas que, sin necesariamente laborar o haber estudiado carreras de éste ámbito, buscan mantenerse informados de lo que sucede en éstas áreas. De acuerdo al diario El Comercio (2013) "de los 14 millones de personas que asistieron a las salas en el 2012, tan solo 200,000 acudieron a la exhibición de películas ecuatorianas". Estas cifras pueden ser el reflejo de la difusión del producto nacional que existe en el país, que

si bien está en proceso de cambio debido a la nueva Ley de Comunicación, todavía es escasa en medios masivos o cines; como también la clara preferencia por el producto extranjero por encima del ecuatoriano.

La reciente apertura de carreras vinculadas al cine y a las artes audiovisuales de la Universidad de las Artes es un suceso importante para la producción audiovisual del país. Ésto permitirá que más ciudadanos se involucren e incorporen sus conocimientos en el desarrollo de este campo en el Ecuador. Así se aporta al crecimiento de la apreciación de las producciones nacionales, que actualmente se alimenta gracias a otras universidades e institutos con carreras de ése ámbito y festivales, muestras y eventos.

Como consecuencia de la aparición de nuevos espacios y entidades que colaboran a este incremento de lo audiovisual en el medio, visto como aprendizaje académico formal, se espera también el crecimiento y nueva aparición de encuentros especializados alrededor del tema, como festivales, muestras de cine, concursos, exposiciones audiovisuales y más. Este crecimiento se ha empezado a dar en el país, que ahora cuenta con una gama de festivales y concursos audiovisuales que se celebran año a año en distintas ciudades. Cada uno de estos eventos es organizado por diferentes instituciones educativas, asociaciones o consejos y poseen su propio objetivo específico, público al cual está dirigido, actividades y también estilo e identidad gráfica que los diferencia.

Desde sus orígenes, el Festival audiovisual Ojo Loco buscaba ser un espacio para "difundir y promover la cultura cinematográfica y las demás expresiones artísticas que se generan alrededor del campo audiovisual, así como también crear un ambiente de colaboración y aprendizaje donde los jóvenes cinéfilos y cineastas puedan intercambiar ideas y experiencias" (Extracto tomado del documento de titulación "Ojo Loco" 2010).

Las 4 ediciones anteriores del festival han contado con gran aceptación y éxito, consiguiendo audiencias de aproximadamente 1,500 asistentes y exposiciones de conferencistas de renombre en el país. Además de alta participación de empresas a través de auspicios y cobertura de medios de comunicación.

Desde su primera edición el festival Ojo Loco juega un papel importante en la tarea de promover la cultura audiovisual en el medio ecuatoriano, pues busca motivar a los jóvenes a consumir y producir piezas audiovisuales, que aporten al capital cultural de Ecuador y su consumo. Para conseguirlo, se busca contar con la colaboración de entidades públicas como CNC (Consejo Nacional de Cine), Ministerio Cultura, Ministerio de Turismo y la M.I. Municipalidad de Guayaquil que brinden credibilidad por medio de su aval. Así mismo se busca el auspicio de la empresa privada, en especial aquellas que han contribuido con su

aporte económico al proyecto desde la planificación del mismo, con el objetivo de financiar el evento.

Considerando que el auge actual de la producción audiovisual se encuentra muy ligada a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, en la quinta edición del Festival Audiovisual Ojo Loco se mostrarán más contenidos sobre redes sociales y el teléfono inteligente como herramienta audiovisual. Además se invitará a las personas a interactuar, participar en concursos y a contar su experiencia sobre el festival. En esta edición del festival demostraremos que lo importante del medio no es sólo conocer las técnicas audiovisuales sino buscar nuevas alternativas, propuestas y contenidos innovadores.

1.2. Foda

Fortalezas

- De acuerdo a la investigación el festival Audiovisual Ojo Loco sí está posicionado en el grupo objetivo
- Primer año que habrá referentes internacionales en el ámbito audiovisual
- Presencia durante el festival por primera vez de reconocido director ecuatoriano Sebastián Cordero.
- Auspicio de marcas reconocidas.
- Nuevos medios para la difusión del festival.

Oportunidades

- Como el Festival Audiovisual Ojo Loco ya cuenta con el reconocimiento de la ciudad, entre ellos las autoridades de los colegios, se le permite la entrada al staff organizador a las entidades educativas para promocionar su edición anual
- El evento se realizará por primera vez en las instalaciones de la Universidad. Es una oportunidad de innovar y diferenciarnos de los demás festivales audiovisuales que utilizan las instalaciones del

Centro Cultural Simón Bolívar para realizar sus eventos, como Adrenalina Audiovisual y el EDOC.

Debilidades

- Festivales con grupos objetivos y actividades similares se realizan año a año y también poseen auspicio de marcas relevantes y fuertes.

Amenazas

- Probabilidad de cambio climático durante las fechas de realización del festival audiovisual Ojo Loco (fenómeno del niño), que cause fuertes lluvias que desmotiven al público a asistir al evento.
- Falta de apoyo por parte de auspiciantes de años anteriores: esto afecta directamente el financiamiento del festival; se necesitan buscar y realizar nuevos contactos. Esta acción toma más tiempo.

1.3. Análisis de eventos similares

Actualmente en el país existen varios festivales que, igual que el Festival Audiovisual Ojo Loco V Edición, buscan incentivar a los ecuatorianos a producir piezas audiovisuales y aumentar la cultura e interés por este ámbito en el país.

Así mismo, el Consejo Nacional de Cine se creó en el año 2007 con la finalidad de fomentar la producción cinematográfica y audiovisual en el Ecuador; además de difundir y promocionar, a nivel nacional e internacional, el cine ecuatoriano. El proceso de creación de leyes e instituciones, que incluyó a los profesionales del área, ha logrado que vean en esta institución un apoyo y una gama de oportunidades. Cineastas y productoras participan en convocatorias para obtener financiamiento

público para el rodaje, la postproducción y el guión de sus películas. “Este consejo tiene una gran apertura para escuchar a todos los cineastas, y eso es muy bueno” (Cordero, 2011).

Es decir, actualmente sí hay iniciativas que promuevan la cultura audiovisual. No obstante y debido a la rapidez con la que cambian las tendencias y se desarrollan nuevas tecnologías, el Festival Audiovisual Ojo Loco puede convertirse en ese espacio de aprendizaje que se actualiza año a año, exponiendo a las nuevas personas destacadas del medio ecuatoriano e internacional.

Dentro de los festivales audiovisuales más destacados a nivel nacional, existen proyectos que han apoyado y motivado la producción audiovisual ecuatoriana:

1.3.1. EDOC

El EDOC (Encuentros Del Otro Cine) es realizado por la Corporación Cine Memoria. El objetivo del festival es promover la libertad de expresión y el desarrollo del cine documental ecuatoriano. La duración del festival es de junio a octubre y durante ese período de tiempo se realizan proyecciones en las ciudades de Quito, Guayaquil, Manta y Cuenca.

Las proyecciones son documentales recibidos de distintas partes del mundo y de un promedio de 15 documentales ecuatorianos o

relacionados al Ecuador. Además se dictan charlas y foros relacionados a los filmes proyectados, con la presencia de los directores o realizadores. Entre las piezas de comunicación, se encuentran un catálogo, periódico, afiche y programas que ellos realizan para promover el evento.

1.3.2 Festival de Cine Internacional de Cuenca (CEACINE)

Tuvo su inicio en el año 2002 y desde entonces realiza de manera anual. Su objetivo es la formación de nuevos públicos y por eso plantea un espacio de aprendizaje, encuentro e intercambio entre personajes del mundo audiovisual nacionales e internacionales con bachilleres y además la proyección de cine latinoamericano.

1.3.3 Festival de Cine La Orquídea Cuenca

El Festival de Cine La Orquídea Cuenca es un evento anual con una duración de una semana, que busca consolidarse como uno de los más interesantes y de mayor repercusión en la región. El Festival se ha convertido en la plataforma de mejor proyección y catapulta para las nuevas producciones del cine nacional.

1.3.4 Festival Adrenalina Audiovisual

Festival organizado por alumnos de la Carrera de Gestión de Diseño y Comunicación Visual de la Universidad Santa María, en Guayaquil. El objetivo del festival es la promoción y apoyo a la producción de cortometrajes en todo el país, incluye la participación de estudiantes de las diferentes universidades como también de profesionales

del campo audiovisual. Lleva realizándose por 11 años.

1.3.5 Festival CinRecreo

Se inició en Manabí (2010) como el primer espacio para exhibir y premiar cortos cinematográficos producidos por estudiantes de colegios en la ciudad. Sus organizadores buscan impulsar a los jóvenes para que trabajen en un espacio creativo, y contribuir en la formación de públicos.

1.3.6 FAAL (Festival de Artes al Aire Libre)

Evento organizado por el Municipio de Guayaquil, la Dirección de Cultura y Promoción Cívica del Cabildo y el Museo Municipal. El evento está conformado por diez modalidades: pintura, escultura, danza, artes alternativas, teatro, música, fotografía, cortometraje, declamación y títeres.

Entre los festivales investigados, se infiere que los tres con más reconocimiento en la ciudad de Guayaquil son el EDOC, FAAL y Adrenalina Audiovisual. Se dirigen a profesionales de la rama audiovisual que con el tiempo han logrado posicionarse en el medio, consiguiendo el auspicio de marcas fuertemente posicionadas que los financian, contando también con el respaldo de entidades públicas, privadas y gubernamentales en cada edición. Entre los auspiciantes que más se pueden apreciar en los carteles promocionales de estos festivales están casi siempre empresas como:

El posicionamiento que poseen se puede resumir de la siguiente manera: El EDOC es un festival profesional que muestra los mejores documentales realizados en el Ecuador organizado por el Distrito Metropolitano de Quito. Adrenalina Audiovisual es un festival juvenil realizado por estudiantes que premia a producciones audiovisuales tanto amateurs como de profesionales. El FAAL como un espacio de concursos para artistas nacionales y extranjeros en diversos campos artísticos.

De los festivales audiovisuales que se ejecutan en Guayaquil son identificados como competencia directa del Festival Audiovisual Ojo Loco; ya que tienen conceptos, objetivos, actividades y premiaciones similares a las que se plantean en el Festival Ojo Loco. Además, de acuerdo a la investigación realizada, son los más reconocidos por el grupo objetivo.

2. Declaración de propósito

Este año el Festival Audiovisual Ojo Loco V Edición tiene como objetivo posicionarse como un referente de la cultura audiovisual de Guayaquil a nivel provincial (Guayas, Azuay y Pichincha) en el país. Para conseguir ésto, se planea que el evento posea no solamente concursos en los que los asistentes quieran participar, sino también charlas y talleres que expongan las nuevas tendencias de una manera didáctica, creíble y cercana a la realidad del medio ecuatoriano. Además, se espera conseguir la presencia de profesionales destacados, reconocidos y admirados por el

grupo objetivo, que se compone de alumnos de últimos años de colegio, estudiantes universitarios y profesionales del mundo audiovisual.

De este modo se busca motivar, tanto a alumnos de 2do y 3ro de bachillerato y estudiantes universitarios, como a los profesionales, a seguir aprendiendo, a buscar nuevas herramientas y aplicarlas en el desarrollo de sus proyectos personales y laborales ligados al campo audiovisual. Así, por medio de este intercambio entre personas destacadas del medio y de sus experiencias, se demuestra que sí hay oportunidades de tener éxito y llevar a cabo proyectos con excelentes resultados, tanto nacional como internacionalmente.

De esta manera, el Festival Audiovisual Ojo Loco ayuda a la producción nacional y al aumento del interés en el campo audiovisual, como también deja establecida nuevamente la responsabilidad de que este proyecto continúe año a año, consiga llegar a más personas y pueda recopilar más material en el futuro, para convertirse en un referente de este campo.

3. Glosario de conceptos:

Se ha realizado un glosario de conceptos, que permita unificar los significados de las diferentes definiciones que se utilizarán a lo largo de la carpeta, presentación y el trabajo de tésis en general. En este glosario se presentan tanto los significados obtenidos de fuentes bibliográficas como el significado dado por el grupo objetivo durante la investigación. Se especifica también cuál es la definición a usarse en la carpeta.

3.1 Referente: según el diccionario de la Real Academia de la Lengua, un referente es algo que hace referencia o refleja relación a algo. El término suele aprovecharse para nombrar a quien sobresale y es, por lo tanto, un exponente o un símbolo dentro de un determinado ámbito.

Para este proyecto, el significado de referente que se usará es aquel obtenido durante la realización de los grupos focales, que es el siguiente: "Alguien a quién se admira, un modelo a seguir, alguien a quién la gente busca parecerse".

3.2 Audiovisual: La definición dada por la Real Academia de la Lengua dice que "se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez. Se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas".

El significado dado por los grupos objetivos y que se manejará es: todo aquello que tenga que ver con películas, vídeo o imágenes en conjunto con el sonido o música.

3.3 Cultura: "Conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico." (DRAE). La definición que se usará, de acuerdo a la investigación realizada, es: todo lo que influye en el entorno de una persona y le proporciona información de carácter artístico o intelectual.

3.4 Especialista: "Que cultiva o practica una rama determinada de un arte o una ciencia."

Esta definición encaja perfectamente con la que se utilizará en el festival y concuerda con la visión del grupo objetivo, que determina que un especialista es una persona que sabe mucho sobre un tema en específico.

4. Diseño Metodológico

4.1 Objetivos de Investigación

4.1.1 Objetivo general

Conocer qué factores predominan para que jóvenes de 5to y 6to año de colegios, estudiantes y profesionales del campo audiovisual, reconozcan a un festival como referente de la cultura audiovisual a nivel provincial (Guayas, Azuay y Pichincha).

4.1.2 Objetivos específicos

- Identificar qué significado le dan los jóvenes de 2do y 3er año de bachillerato de colegios, estudiantes y profesionales del campo audiovisual a las palabras “audiovisual y referente”.
- Establecer qué referentes de festivales similares al Ojo Loco poseen los jóvenes de 2do y 3er año de bachillerato de colegios, estudiantes y profesionales del campo audiovisual.
- Identificar y analizar a la competencia del Festival Audiovisual Ojo Loco a nivel local y nivel regional de acuerdo a contenido, G.O. y promoción.

- Descubrir qué tipos de contenidos interesan a los jóvenes de 2do y 3er año de bachillerato de colegios, estudiantes y profesionales del campo audiovisual al momento de asistir a un festival.
- Determinar hábitos de consumo de medios de comunicación de los jóvenes de 2do y 3er año de bachillerato de colegios, estudiantes y profesionales.
- Reconocer FODA de las ediciones anteriores del Festival Audiovisual Ojo Loco respecto a organización, estrategia de posicionamiento y producción.
- Conocer y comparar las percepciones de los jóvenes de 2do y 3er año de bachillerato de colegios, estudiantes y profesionales frente a las ediciones anteriores del Festival Audiovisual Ojo Loco y su principal competencia.
- Determinar motivaciones de estudiantes y profesionales que los llevaron a seguir una carrera audiovisual.
- Definir los temas y personajes de la industria audiovisual con mayor relevancia para los jóvenes de 2do y 3er año de bachillerato de colegios, estudiantes, profesionales y especialistas del campo audiovisual.
- Conocer las tendencias actuales de producciones y consumo en el campo audiovisual del medio.

4.2 Metodología

4.2.1 Tipo de investigación

Se realizó investigación de campo e investigación bibliográfica para determinar los factores que requieren el campo audiovisual y el grupo objetivo, para que el festival Ojo Loco sea reconocido como un referente de la cultura audiovisual a nivel nacional.

4.2.2 Enfoque

La investigación tuvo un enfoque tanto cualitativo como cuantitativo.

Mediante las técnicas cualitativas se buscaba obtener información sobre las percepciones y apreciaciones de los jóvenes de 5to a 6to año de colegios, estudiantes y profesionales del campo audiovisual que determinen las estrategias para la realización de un Festival Audiovisual. También conocer sobre las ediciones anteriores del Festival Audiovisual Ojo Loco y Festivales Audiovisuales a nivel nacional. De esta manera se realizó una comparación para reforzar el festival.

En cuanto a las técnicas cuantitativas se realizaron encuestas aplicadas en los jóvenes de colegios y estudiantes del campo audiovisual para identificar datos estadísticos sobre la asistencia, participación, calificación y preferencias de festivales audiovisuales.

4.2.3 Unidad de Análisis

- Web de eventos Audiovisuales organizados en el año 2013: para conocer qué movimientos y actividades realiza la competencia,

conocer sus fortalezas, debilidades y encaminar la planificación del proyecto de la 5ta edición del festival Audiovisual Ojo Loco.

- Organizadores de Festivales Audiovisuales: para determinar cuáles fueron las fortalezas y debilidades de los festivales audiovisuales.
- Asistentes del festival Ojo Loco y festivales audiovisuales: Conocer cuál fue su apreciación sobre el evento que se desarrolló en el año 2013. Esta retroalimentación permite determinar qué actividades, acciones y participaciones se pueden mejorar para la 5ta edición.
- Estudiantes del campo audiovisual: estudiantes de Guayaquil que estén en nivel superior de carreras relacionadas al campo audiovisual, con el fin de conocer sus tendencias de producciones audiovisuales y de consumo en el medio.
- Profesionales del campo audiovisual: especialistas que se destacan en este medio tanto a nivel nacional e internacional, para conocer tendencias audiovisuales actuales a tratar en el festival.

Tabla 1

FUENTE	ENFOQUE	TÉCNICA
Organizadores de festivales audiovisuales	Cualitativo	Entrevista
Autoridades de colegios que manejan estudiantes de 2do y 3er año de bachillerato de colegios.	Cualitativo	Entrevista
Estudiantes del campo audiovisual	Cualitativo Cuantitativo	Encuestas Grupos focales
Profesionales del campo audiovisual	Cualitativo	Entrevistas
Asistentes del Festival Audiovisual Ojo Loco.	Cuantitativo Cualitativa	Encuestas Entrevistas
Asistentes de festivales audiovisuales	Cualitativo Cuantitativo	Entrevistas Encuestas
Web de eventos audiovisuales	Cualitativo	Bibliografía

5. RESULTADOS DE INVESTIGACIÓN

5.1 Resultados de investigación a estudiantes de carreras audiovisuales o relacionadas a lo audiovisual.

Las encuestas fueron aplicadas a 110 jóvenes entre los 16 y 28 años de edad, de diferentes entidades de educativas (secundaria y superior) de Guayaquil, cursando carreras afines a la comunicación audiovisual; con la finalidad de determinar sus hábitos de consumo y preferencias de medios de comunicación.

La mayoría de encuestados están cursando la educación superior (88%), entre las más destacadas están la Universidad Casa Grande, ESPOL y la Universidad Católica Santiago de Guayaquil. El 61% de ellos trabaja mientras que el 39% solamente estudia. El uso que le dan a diferentes medios de comunicación como Facebook, Instagram y Twitter son en su mayoría para saber que hay de nuevo con su círculo de amigos, mientras que los blogs en internet, la televisión, la radio y el periódico son para obtener información sobre noticias nacionales e internacionales. El nivel de consumo de distintas redes sociales como Instragam, Facebook y Youtube son vistas más de 5 veces al día, pero otras como Pinterest, Vimeo, Tumblr, y Linkdin en su mayoría casi no son utilizadas.

El concepto que tienen sobre un evento cultural es de un lugar con alguna muestra de algo relacionado a temas como arte, música, teatro, películas. Un 40% se ha enterado por distintas redes sociales y un 21% por amigos o cercanos a ellos. Los conciertos un 20% son más visitados por

ellos y otro 16% se inclina más por asistir a exposiciones de fotografía, en su mayoría más por entretenimiento y ampliar su cultura general.

5.1.1 Entrevistas a estudiantes del campo audiovisual:

La mayoría de los entrevistados coincidieron en que eligieron estudiar carreras relacionadas al campo audiovisual, porque les gustaba hacer videos y tener herramientas para expresarse. Muchos de ellos producían sus propios videos desde antes de decidirse a estudiar su carrera universitaria. Cuentan que, para perfeccionar sus videos, buscaban páginas con tutoriales o consejos para mejorar sus producciones o seguían a profesionales del ámbito audiovisual que suben sus trabajos a redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, Vine o Youtube, para tratar de imitarlos.

Establecieron que ingresaron a la universidad motivados y seguros de que iban a alcanzar metas como: grabar cortos, producir vídeos, crear contenidos novedosos o incluso hacer videojuegos. Sin embargo, a lo largo de su carrera se iban desencantando del mundo audiovisual por diferentes razones, sobre todo por su percepción de la poca oferta laboral que existe en el país, bajos sueldos, o la idea de que sólo se limitan a realizar campañas publicitarias que no les permiten explotar su creatividad. Además creen que necesitarán contactos influyentes para que los ayuden a ingresar a medios de comunicación. Esta percepción proviene de su propia experiencia realizando pasantías en agencias publicitarias o productoras, o de lo que les cuentan amigos que

ya ejercen su profesión en el medio. Como consecuenica de esta concepción, sienten que tendrán que innovar muchísimo para lograr ganar suficiente dinero para vivir si deciden dedicarse únicamente a la producción de cortometrajes o alcanzar un reconocimiento fuerte en el país y el extranjero.

En cuanto a la cultura audiovisual del país, piensan que la gente no tiene cultura audiovisual y que la industria tampoco educa al público, pues se prefiere “lo barato a lo bien hecho”. Es decir, perciben que en el ámbito de la producción, todo se hace rápidamente, sin tomar en cuenta detalles cruciales de historia o de calidad como acabados, trama. Pero el desencanto más grande para ellos es sentir que no aprenden lo suficiente en sus instituciones educativas, ya que ven materias muy superficialemente. Por ésto, muchos buscan capacitarse con cursos externos a los que ofrecen las universidades o deciden estudiar en el extranjero. Creen que se deberían existir más lugares para presentar sus propios trabajos y estos sean apreciados no solo por expertos en el ámbito audiovisual también por el público en general.

5.1.2 Grupo focal a estudiantes del campo audiovisual

Según nuestras encuestas, de los estudiantes del campo audiovisual, el 62% ha asistido o al menos escuchado sobre festivales audiovisuales. En los grupoes focales, sobre el festival Ojo Loco, dijeron que lo que más recuerdan del festival son personajes y charlas: “recuerdo que una de las ediciones fue hecha por Daniel Vinueza, vocalista Cadáver

Exquisito" Felipe (Universidad Católica). Les gustaría que las charlas se adapten más a las herramientas que existen hoy en día y que están más a su disposición, como celulares: "ahora desde mi celular puedo hacer videos espectaculares, pero quiero saber cómo más lo podría aprovechar" Roberto Rodríguez (Universidad Católica).

Disfrutan y aprecian actividades en las que reciben feedback de los profesionales que imparten las charlas o talleres. Les gustan mucho los concursos de temática libres; ya que consideran que así no se corta la creatividad del realizador. Hicieron hincapié sobre las temáticas con las que no quisieran trabajar como: realidad social, ecología (Naturaleza), salvar al mundo, porque les parece aburrido y explotado. Afirman sentir que hay demasiados concursos con estas temáticas. "Podemos dar más, me gustaría mostrar algo de ciencia ficción o terror, pero ya no lo mismo de siempre" Cristian Martínez (ESPOL)

De los temas audiovisuales que más les gustan están: cortometrajes, videoclips, el proceso de creación de un guión, la edición y postproducción enfocado al cine, ya que consideran que dentro de la carrera audiovisual en el Ecuador existe un enfoque muy televisivo. Les gustaría aprender guión y de efectos especiales, para poder aplicarlos en sus propios trabajos. Quisieran que los expositores sean extranjeros ya que perciben que tienen más conocimientos y han realizado trabajos importantes, además conocen de nuevas tendencias y por esto sienten que

además de aprender van a innovar en todo los proyectos audiovisuales que van a realizar.

5.2 Resultados de investigación a profesionales del campo audiovisual

5.2.1 Entrevista a profesionales del campo audiovisual

5.2.1.1 Oliver Rosenthal

Oliver Rosenthal, organizador del Festival Adrenalina Audiovisual y a su experiencia de 10 años, comentó que los jóvenes que cursan carreras audiovisuales asisten a eventos parecidos al Festival Audiovisual Ojo Loco, porque buscan principalmente entretenimiento y nuevos medios de aprendizaje; ya que les gusta sentirse capacitados y más que nada sienten que esa es su oportunidad de conocer nuevas tendencias y personas del medio. Sin embargo, cuando los asistentes son estudiantes de colegios, buscan conocer un poco más de las actividades que realizan las universidades y ver si es la carrera idónea para ellos, “muchos estudiantes de colegios piensan que lo audiovisual sólo va ligado con la televisión y sabemos que la realidad es otra, es mucho más y se sorprenden cuando ven todo lo que pueden aprender”.

Los contenidos como talleres de maquillaje son de los más memorables e interesantes para él, pero comenta que para los jóvenes lo más interesante es la tecnología “creo que ya nacen con el chip de la tecnología y saben que todo gira en torno a eso, hacerles una muestra en que el centro sean los avances, seguramente les encantará”.

5.2.1.2 Estefanía Isaías

Estefanía comentó que el uso de herramientas digitales le daría un gran realce a la V edición del festival. Sugirió que el uso de smartphones para la creación de productos audiovisuales conectará inmediatamente con los jóvenes de colegio de 2do y 3er año de bachillerato de colegio, además de que representa un reto para los estudiantes y profesionales del campo audiovisual. Esto se debe a que con las facilidades que da un smartphone, los estudiantes tienen mas oportunidades de crear cortometrajes y piezas fotograficas, asi como tambien es un recurso que muchos pueden consumir debido a su fácil acceso. Otra finalidad es que los equipos tecnológicos sean utilizados de forma académica.

Otro aspecto tratado en la entrevista fue la capacitación y los talleres. Se concluyó que deberían reforzarse, sobretodo en el área de vestuario y dirección de arte, ya que es un área que aún no se explota en el país.

Ella concluyó que lo importante es resaltar el uso masivo de tecnología y equipos electrónicos durante el festival acompañado de conferencistas con trayectoria vinculados a lo audiovisual y auspiciantes relacionados a los teléfonos móviles para hacer que este proyecto funcione y sirva de experiencia a los estudiantes.

5.3 Grupo focal a alumnos de colegio de 2do y 3er año de bachillerato

Los alumnos han hecho cortos y trailers dentro del colegio por deberes con sus amigos y profesores. Les gustó la experiencia y ver el resultado final, sin embargo lo consideran un poco difícil al momento de editar y postproducir. Asocian la palabra "audiovisual" con proyector y proyección, mientras que por el término "referente" entienden que es alguien o algo que está fuertemente relacionado a un tema o ámbito en particular, un guía o modelo a seguir.

Siguiendo con la investigacion, los referentes para los alumnos son los directores y productores de cine. Los más conocidos a nivel nacional, para ellos, son: Fernando Mieles y Sebastian Cordero, por las peliculas "Ratas, Ratones y Rateros" y "Sin Otoño, sin Primavera". A nivel internacional están: James Cameron, Martin Scorsece, Steven Spielberg, por peliculas como E.T, Avatar, El lobo de Wall Street, Gangs of New York, Titanic, Terminator, Salvando al soldado Ryan, Indiana Jones y Lincoln.

Las charlas que les gustaría recibir pueden ser de efectos especiales, guión y maquillaje. El 10% de los participantes ve televisón nacional y reconocen pocos programas y personajes del medio, entre esos están: Jonathan Estrada, David Reinoso, Martín Calle, Diego Spotorno y Efraín Ruales. Sin embargo, su percepción es que a la television nacional todavía le falta desarrollar mejores historias o guiones para las series o programas, pero consideran que la comedia en la televisión está

mejorando, porque buscan nuevos recursos, nuevas tematicas y nuevos guiones para las series. Cuando se les preguntó un ejemplo de esto mencionaron la serie “Así Pasa”, o “nuevas parodias que atraen a los televidentes.”

El 30% de los estudiantes de colegio han asistido a festivales de distintas índoles. El colegio Logos Academy asisitió a un festival empresarial en la Universidad Católica en el que pudieron interactuar en talleres. Los alumnos declararon que ese detalle fue lo que más les llamó la atención y les gustó.

Los medios de comunicación que usan diariamente son radio Disney, Facebook, Whatsapp, Twitter, Instagram, Snapshot, YouTube y Vine. Sí les interesaría participar en concursos de redes sociales con una motivación que puede ser dinero o reconocimiento. También mostraron interés por actividades o competencias intercolegiales con cortometrajes (remakes).

Cuando se les preguntó qué entendían por “No Parpadees”, se obtuvo los siguientes resultados: “captar todo lo que viene, no despegarte ni un segundo porque pierdes un detalle que me va a permitir entender mejor una película”

Una motivación para que ellos asistan al Festival es que los inviten. Es decir, que los organizadores asistan a los colegios y los

motiven con contenidos audiovisuales que muestren lo que se realizará dentro del Festival, porque es una forma más dinámica de interactuar directamente con los estudiantes siendo una invitación más formal y seria por parte de los estudiantes.

6. Conclusiones estratégicas:

Con base en la investigación realizada en grupos focales a la unidad de análisis se puede decir que los alumnos de 2do y 3er año de bachillerato consideran que un referente es una persona reconocida, con trayectoria, un ejemplo a seguir. Un referente es alguien a quien se quieren parecer. En cuanto a lo audiovisual, consideran que son todos los tipos de producciones que tienen que ver con audio y video, sea cine, videos en redes sociales, televisión, etc. Por esta razón se ha decidido invitar al Festival Audiovisual Ojo Loco V Edición a personas del ámbito audiovisual que nuestro grupo objetivo considere un referente. Personas reconocidas por producciones nacionales de reconocimiento y trayectoria.

En varios de los grupos focales realizados a la muestra se nombraron festivales audiovisuales como el “EDOC” y “Adrenalina Audiovisual” además de mencionar a ediciones anteriores del Festival Audiovisual Ojo Loco. Esto también se repitió en las encuestas realizadas, en las que del 53% que afirmaba conocer la existencia de festivales audiovisuales (ver Anexo 2.1), y en los grupos focalesla mayoría señalaba recordar al Ojo Loco. Recordaban al festival Audivisual Ojo Loco pues en ocasiones el colegio los había llevado como

parte de alguna actividad educativa. En cuanto a los otros festivales, mencionaban que habían visto anuncios y publicaciones en redes sociales.

Para motivar la participación en los concursos que se realizarán, se tomó en cuenta los resultados de la encuesta realizada, que establece que los tres factores que más atraen a un participante son: premios (19%), reconocimientos o currículum (19%) y oportunidades laborales (19%) (ver anexo 2.4). Estos concursos, que pueden realizarse tanto en grupo como individualmente, son para que ellos puedan experimentar la producción audiovisual de manera más cercana.

Debido a que el 40% de los encuestados se entera de los eventos por medio de las redes sociales, se planificó más movimiento en las redes del festival (ver anexo 2.3). Además de concursos exclusivos para este ámbito, pues permiten una rápida difusión entre sus amigos y permite conseguir el reconocimiento el evento.

Del 53% de encuestados que afirmaron conocer festivales audiovisuales, sólo el 29% ha asistido al festival audiovisual Ojo Loco (ver anexo 2.2). Los demás festivales más mencionados en los grupos focales y entrevistas son el EDOC y el festival Adrenalina Audiovisual. Dado que el festival Adrenalina Audiovisual posee un grupo objetivo similar al del evento que organizamos, se puede considerar que es la competencia directa del festival. El EDOC coincide con el festival Ojo

Loco en el lugar de realización del evento. Por lo tanto se buscará diferenciarse lo más posible de ambos festivales, sea por medio de un cambio de locación o de los personajes y actividades a realizarse en los festivales.

Gracias a la investigación realizada se descubrió que lo que más atrae la atención de los jóvenes es conocer sobre la dirección de arte, el maquillaje, el vestuario y las redes sociales. Por esto se decidió programar charlas y talleres dictadas por personas jóvenes que han logrado gran reconocimiento en estos ámbitos como Javier Pérez, Jorge Luis Torres y Mariuxi Sáenz, quienes se especializan en redes sociales y vestuario para producciones teatrales. Además se planificó una exposición de vestuarios realizados por Mariuxi Sáenz y una escenografía realizada por Rodolfo Cuadros. Dichas actividades estarán disponibles en horarios en los que se estima irán los jóvenes de bachillerato.

En los grupos focales y en las encuestas se pudo identificar que los hábitos de consumo de medios de comunicación de los jóvenes dependen mucho del internet y las redes sociales, por lo que se ha decidido llevar a cabo una estrategia de comunicación más digital. Se programaron publicaciones informativas del festival en las redes sociales con más frecuencia de uso: Instagram (36% lo usa más de 5 veces al día), Facebook (50% lo usa más de 5 veces al día) y Twitter (29% lo usa al menos una vez al día) (ver anexos 2.7, 2.8, 2.9, 2.10), además de enviar

invitaciones vía correo electrónico a los estudiantes y publicaciones en radios Online y en revistas digitales.

En el análisis FODA realizado, el Festival Audiovisual Ojo Loco es un lugar en el que el grupo objetivo busca encontrar expositores destacados a nivel nacional e internacional. Los asistentes de los años anteriores siguen siendo fieles seguidores del Festival, es así que el contenido del evento ha logrado generar interés y participación por parte de ellos. Se analizó la ubicación de las ediciones anteriores del Festival Audiovisual Ojo Loco como una debilidad; ya que durante cuatro años el MAAC se encontraba mejor adecuado para la proyección de cortos y espacios de exposición, pero no con la libertad de logística y decoración del evento. Es por esto que la quinta edición se realizará en la Universidad Casa Grande, porque ofrece mayor disponibilidad de espacios para los auspiciantes, talleres y exposiciones. Con esto se busca reforzar el posicionamiento; ya que siendo el quinto año, al realizarlo en la Universidad Casa Grande, tiene mayor reconocimiento académico como un espacio de aprendizaje e intercambio de conocimientos entre el grupo objetivo.

Según el grupo objetivo, la mayoría de los participantes ha asistido o al menos escuchado sobre el Festival Audiovisual Ojo Loco y lo que más recuerdan del festival son los personajes que fueron premiados por su trayectoria y los que estuvieron involucrados en charlas y talleres. Con respecto a su principal competencia, Adrenalina

Audiovisual, tuvo menos acogida en cuanto a organización y asistencia; ya que las personas no estuvieron durante el transcurso del día. Mientras el Festival Audivosual Ojo Loco tuvo más acogida y en la quinta edición se seguirá aumentando el nivel de personas y que estas podrán comentar sobre el festival para lograr su posicionamiento.

Se identificó que las motivaciones que los estudiantes y profesionales vinculados al área audivisual tenían en común eran crear sus proyectos y producciones a partir a sus ideas, poder desarrollarlas y mostrarlas para que las personas la aprecien. Afirmaron que les atrae lograr producir según sus intereses, que no sean temas forzados ni comerciales que ya han sido explotados en la producción nacional. Por eso en esta edición del Festival Audiovisual Ojo Loco se decidió que todas las categorías de los concursos sean con temas libres. Así los concursantes podrán realizar producciones innovadoras, propuestas frescas.

En las diferentes encuestas y grupos focales se definieron temas de interés entre los estudiantes del ámbito audiovisual. Ellos nombraron temas como la dirección, talleres de iluminación y tópicos que vayan de acuerdo a las tendencias de la actualidad. También les interesaba conocer como utilizar herramientas más accesibles para realizar sus producciones, como sus telefonos inteligentes.

En cuanto a los alumnos de colegio, les interesa conocer qué han logrado las personas del ámbito audiovisual. Les atrae este campo, pero tienen la percepción de que no es un campo bien remunerado ni con muchas posibilidades laborales. Por esto, se invitó a especialistas que manejan sus temas de interés para incentivarlos a asistir al festival. Uno de los invitados es Conrad Mess, especialista en cortomotrajes grabados y editados en iphone, es un director premiado por sus obras con esta nueva herramienta. Además se le otorgará el premio a la trayectoria a Sebastián Cordero, por ser el cineasta ecuatoriano más reconocido a nivel nacional e internacional. Se buscaron especialistas que también llamen la atención por manejar temas nuevos como redes sociales, animación 3D, series web y revistas digitales.

7. Propuesta del proyecto

7.1 Objetivos de proyecto

7.1.1 Objetivo general de proyecto

En esta quinta edición se busca posicionar al festival audiovisual Ojo Loco V edición como un referente de Guayaquil, contribuyendo a la difusión de temas de importancia en el campo por medio de charlas, talleres, exposiciones de obras audiovisuales de profesionales y futuros profesionales del área, conversatorios con especialistas, etc. Creando así un ambiente adecuado para que los jóvenes amantes de esta rama puedan intercambiar ideas y experiencias, todo dentro de un espacio que permita la relación e interacción de alumnos de últimos años de colegio, estudiantes universitarios y profesionales del mundo audiovisual.

El objetivo de proyecto es posicionar al Festival Audiovisual Ojo Loco V Edición como un referente de la cultura audiovisual de Guayaquil a nivel provincial (Guayas, Azuay y Pichincha).

7.1.2 Objetivos específicos de proyecto

- Continuar la institucionalización empezada en la IV Edición del Festival Audiovisual Ojo Loco, como una plataforma dónde se dan a conocer los nuevos talentos nacionales del campo audiovisual.

- Incentivar a los jóvenes ecuatorianos a producir piezas audiovisuales haciendo uso de nuevas tecnologías en la V Edición del Festival Audiovisual Ojo Loco.

- Incentivar mediante promociones en redes sociales y visitas personales en ferias estudiantiles a los alumnos de 5to y 6to año de colegios de Guayaquil a que participen en los diferentes concursos del festival.

- Involucrar en la V Edición del Festival Audiovisual Ojo Loco a referentes en el campo audiovisual del país en los talleres y/o conferencias.

- Fortalecer la participación de profesionales, expertos reconocidos y considerados como referentes de la cultura audiovisual del país como facilitadores de contenidos del campo audiovisual.

- Ubicar al Festival Audiovisual Ojo Loco V Edición en la agenda de los medios de comunicación como televisión, radio, prensa escrita y digital, para incentivar a los grupos objetivos a asistir y participar en el evento, reforzando la imagen proyectada.

- Establecer acuerdos de colaboración y participación con distintas empresas públicas y privadas, buscando obtener el financiamiento necesario para la ejecución del Festival Audiovisual Ojo Loco V edición.

- Realizar talleres y concursos en los cuales se incentive el uso de dispositivos móviles como celulares para crear productos audiovisuales, generando un interés en su utilización para futuros proyectos.

- Incrementar en un 10% la cantidad de asistentes y en un 5% la cantidad de piezas audiovisuales provenientes de provincias o emigrantes, en relación al festival anterior.

- Lograr que el festival audiovisual Ojo Loco sea reconocido como un referente de festival en el cual se presentan muchos expertos reconocidos del área.

7.2 Grupos Objetivos

Desde sus inicios el festival audiovisual Ojo Loco ha estado dirigido a dos grupos objetivos principales, que se dividen de la siguiente manera:

7.2.1 Grupo Objetivo 1

Estudiantes de 2do y 3er año de bachillerato de colegios de Guayaquil: se determina como parte del grupo objetivo, porque están próximos a graduarse y se busca atraerlos y motivarlos a conocer carreras vinculadas a la producción audiovisual. Ellos quieren descubrir qué les ofrecen estas carrera no convencionales, para estar seguros de lo que harán a lo largo de su vida profesional, les interesa saber qué pueden lograr. La quinta edición del Festival Audiovisual Ojo Loco se dirige principalmente a los estudiantes interesados en las nuevas tendencias audiovisuales, que consuman y se sientan atraidos por el buen material audiovisual que se encuentra en la actualidad en las redes sociales. El proyexto también busca llamar la atención de los alumnos de colegio que gustan de medios tradicionales del ámbito como, ir al cine, ver televisión y el teatro.

7.2.2. Grupo Objetivo 2

Estudiantes y profesionales del área audiovisual del país como: cine, multimedia, comunicación, producción, música, diseño, artes visuales, animación, fotografía, entre otras; que estén interesados en adquirir e impartir conocimientos en sus diferentes ramas. Además quieren que sus diferentes trabajos sean expuestos en Ojo Loco para catapultar sus carreras, por los reconocimientos que se pueden llevar en los diferentes concursos del festival por el acercamiento a grandes profesionales que sean parte del jurado.

En el transcurso de su carrera se desencantan de la misma por diferentes situaciones, que según la investigación, son las siguientes: pocas oportunidades laborales, su trabajo no es bien remunerado y realizan trabajos que no les gusta porque limitan a su capacidad creativa. Deben producir comerciales o campañas, que según sus comentarios en gran parte carecen de creatividad. Los medios que más consumen son las redes sociales como, Instagram, Facebook, Vine y YouTube, en donde siguen a sus amigos, personas, lugares y actividades de su interés, y en ellos postean situaciones de su vida, artículos, fotos, videos, realizados por ellos o por otras personas que los denominan como referentes.

7.3 Concepto, temática.

7.3.1 Nombre del evento

"Festival Audiovisual Ojo Loco" Quinta Edición

Debido a que el objetivo principal del proyecto es institucionalizar el festival, es fundamental mantener el nombre ya establecido desde el año 2010 que lo caracteriza e identifica.

7.3.2 Concepto del evento

En Guayaquil no hay una cultura audiovisual desarrollada, por lo que no mucha gente conoce del tema o se interesa en él a profundidad. De acuerdo a lo obtenido en los grupos focales, las personas que sí están interesadas, como los estudiantes universitarios y profesionales, muchas veces sienten que no hay un campo en el cual desarrollarse además del comercial y publicitario, por lo que sienten que otras opciones soy muy lejanas y no las ven tan posibles en Ecuador.

Para lograr que el campo audiovisual siga creciendo y evolucionando, es necesario darle a las personas un espacio en el cual puedan empaparse de nuevas tendencias, herramientas y conocimientos aplicados en varias áreas del campo audiovisual, de una manera mucho más personal y memorable.

Por ésto, para la V edición del Festival Audiovisual Ojo Loco, se busca traer a personajes destacados, que ya posean un reconocimiento por parte del público, así como proyectos personales exitosos, que sirvan

como fuente de inspiración, información y experiencia, que los ayuden a ver mejor las posibilidades que ofrece el campo audiovisual.

7.3.3 Temática

Tomando en consideración los resultados obtenidos en la investigación, que determinan que el grupo objetivo está desencantado con varios aspectos de la profesión y ésto les hace sentirse desmotivados, se decidió demostrar que hay un mercado ecuatoriano que ha logrado éxitos y aceptación del público. Con esto se busca "curarlos" de esta vision y demostrarles que si hay oportunidades de realizar proyectos.

Por lo tanto, este año el Festival Audiovisual Ojo Loco V Edición contará con especialistas audiovisuales que expandirán la visión del grupo objetivo, abriendo sus ojos hacia las nuevas herramientas utilizadas en el área audiovisual que pueden poner en práctica en su carrera y/o trabajo.

Por esta razón se toma como recurso gráfico los exámenes ópticos utilizados por los oftalmólogos, que son empleados para determinar la agudeza visual de pacientes que han perdido la capacidad de identificar imágenes o letras.

7.3.4 Conceptos

Concepto de comunicación

Ven a ver todo lo nuevo del campo audiovisual de la mano de los especialistas.

Concepto creativo

No parpadees

7.4 Aspectos gráficos

7.4.1 Cromática

En la selección cromática se eligieron tres colores característicos de un examen visual los cuales son: blanco, rojo y cyan. El blanco transmite la limpieza y la pulcritud de una clínica.

Se reemplaza el color azul, color tradicional en la oftalmología y medicina, por el cyan. El color cyan es un color más fresco y llamativo para el grupo objetivo al que se dirige el festival. Esto aporta a que comunique al festival como un centro clínico, atractivo para un público joven al que le llama la atención tonos más vivos y vistosos. Además estos colores se han mantenido en el isotipo de ediciones anteriores, por lo que se decidió reforzarlos para contribuir en la institucionalización de la marca Ojo Loco.

El color negro es uno de los colores principales de la línea gráfica. Se eligió porque es el color que predomina en todas las pruebas visuales, ya que es un color neutro y legible. Se decidió mantenerlo por la legibilidad que proporciona, además de que es un color imponente que se complementa con el recurso de el uso de tipografías con alto puntaje.

Logra que el público se interese en leer los textos de los afiches, volantes y publicaciones en redes sociales.

7.4.2 Tipografías

La tipografía utilizada es Rockwell, predominante en las pruebas visuales de lectura. Es una tipografía que además de ser legible en todos los puntajes, ayuda a la línea gráfica a crear el impacto deseado gracias a su fuerza.

7.4.3 Logotipo

El logotipo utilizado en la V Edición del Festival Audiovisual Ojo Loco es el mismo que fue utilizado en la IV Edición, para seguir trabajando en el posicionamiento de la marca Ojo Loco. Se definió un uso de logotipo, pues con menos variaciones la marca es más fácil de identificar. En el logotipo elegido se utiliza el isotipo, que es el ojo que se ha utilizado desde la III Edición del festival, en el centro del logotipo, y bajo este el logo OJO LOCO, en mayúsculas. Bajo el nombre OJO LOCO, se ubican la descripción de qué es OJO LOCO, Festival Audiovisual V Edición.

Se decidió conservar la descripción pues en la investigación realizada a la muestra demostró que varios de los entrevistados y encuestados conocían el nombre del festival pero no sabían con exactitud de qué se trata el festival.

7.4.4 Isotipo

El isotipo (elemento gráfico) del festival audiovisual Ojo Loco es, desde la primera edición del festival, un ojo con el iris de color cyan. Para esta edición se decidió utilizar en determinadas piezas de redes sociales y en stickers promocionales del festival solamente el isotipo. Esto con la finalidad de empezar a generar recordación y reconocimiento del ojo como símbolo del festival para futuras ediciones. Como apoyo a ésto también está la creación del personaje “El Ojo”, que aparece en los spots promocionales y en las visitas a colegios.

7.4.5 Aplicación en piezas gráficas

Se realizaron diferentes piezas gráficas para promoción del evento en varios lugares en los que asiste el grupo objetivo del festival: afiches, volantes y stickers.

La línea gráfica fue también aplicada en página web, carpeta de auspicios y papelería. Se actualizaron las redes sociales y se realizaron posteos con la línea gráfica. Se crearon formatos que sólo debían ser adaptados para que todas las piezas creadas sigan una misma línea y se logre entender que todo pertenece al mismo festival, ayudando así a reforzar la identidad del Festival Audiovisual Ojo Loco V Edición.

7.5 Aspectos físicos del evento

7.5.1 Lugar

Este año, el Festival Audiovisual Ojo Loco tendrá lugar por primera vez en la Universidad Casa Grande, rompiendo con la tradición de realizarlo en el Centro Cultural Simón Bolívar (antiguo MAAC). El cambio de ubicación permite que haya una diferenciación de festivales como el EDOC y Adrenalina audiovisual, que en el año 2014 realizaron sus eventos en el MAAC.

La Universidad Casa Grande posee diferentes espacios con gran afluencia de estudiantes, por lo tanto se convierten en puntos de interés para auspiciantes. Así mismo, construcciones como “el edificio blanco” posee salas adecuadas con proyectores y auditorios espaciosos que sirven para mostrar películas, vídeos y realizar la ceremonia de apertura y cierre del festival.

7.5.2 Actividades

Durante los 3 días de duración del Festival se expondrán:

- Trabajos finalistas de participantes de concursos (Carteles, Fotografía, Cortometrajes).
- Charlas, talleres y conversatorios con expositores invitados.

- Activación “Croma” para aumentar el dinamismo de nuestros asistentes, se tomarían fotos y se las subirían a nuestras redes sociales.
- Proyección de películas y documentales nacionales.
- Exposición de fotografías por parte de una comunidad urbana invitada.
- Activaciones por parte de diferentes auspiciantes.
- Presentación musical.
- “Mapping” en la noche de premiación y para cierre del festival.

7.5.2.1 Charlas y talleres

El edificio blanco de la universidad estará adecuado para poder llevar a cabo los distintos talleres y exposiciones. A los lados del auditorio estará ubicado el pódium de la Universidad Casa Grande, mientras que en algunos puntos de la universidad estarán colocados los roll-ups de marcas auspiciantes. El auditorio será el lugar principal para los conversatorios y charlas, que estará ambientado según el concepto del festival.

Las actividades para el jueves 13 de noviembre (desde las 19h00 hasta las 21h30) serán únicamente para dar la inicio al festival, con una presentación musical y la proyección de cortometrajes de directores invitados quiénes estarán presentes también. El viernes 14 de noviembre (desde las 10h00 hasta las 19h00) se contará con talleres dirigidos tanto para jóvenes cursando el 2do y 3er año de bachillerato, considerando los permisos de salida educativos que los colegios otorgan a sus estudiantes

por las mañanas. También habrá actividades tanto para universitarios y profesionales. Durante el sábado 15 de noviembre (desde las 10h00 hasta las 21:30) se realizarán igual que el día anterior varias charlas, talleres, conversatorios. En este último día se realizará la entrega del Premio de Reconocimiento a Trayectoria al igual que a los ganadores de los distintos concursos.

Las charlas y los talleres que se desempeñen en los horarios siguientes, estarán dirigidas hacia el grupo objetivo primario: jóvenes de 18 a 25 años de edad, que se encuentren estudiando carreras a fines al campo audiovisual.
dirigidas hacia el grupo objetivo primario: jóvenes de 18 a 25 años de edad, que se encuentren estudiando carreras a fines al campo audiovisual.

Se presentan aquí las charlas y talleres que se efectuarán en el festival en orden cronológico, día a día. Para ver el cronograma del festival, revisar anexo 5.

7.5.2.1 VIERNES 14 DE NOVIEMBRE

Charlas:

Jorge Luis Torres, Diseñador Gráfico (GYE)

Viernes 14 de noviembre (10:00 a 11:00)

- Presentación (breve biografía personal).
- Explicación de la red social Vine.
- Descripción de sus creaciones en redes sociales.

- Explicación de cómo conceptualizar.

Esta será una charla motivacional, al final habrá un espacio abierto para preguntas. La actividad estará a cargo de Jorge Luis Torres, Diseñador Gráfico graduado en la Universidad Casa Grande, gracias a su creatividad se volvió reconocido en la red social VINE con la que cuenta con más de 22.000 seguidores y le ha abierto puertas para trabajar con agencias de publicidad internacionales.

Rodolfo Cuadros, Rc Effects (GYE)

Viernes 14 de noviembre (11:00 a 12:00)

- Presentación (breve biografía personal)
- Cómo ser recursivo con materiales que puedes encontrar en Ecuador.
- Nuevas Tendencias dentro del maquillaje FX

Charla de maquillaje FX (efectos especiales), exposición de trajes a base de poliuretano y látex, fórmulas de prostéticos para caracterización y construcción de props. (Se ambientará toda una sala con obras del expositor)

Revista Awake/Nicole Nebot (GYE)

Viernes 14 de noviembre (12:00 a 13:00)

- Presentación de la revista.
- Proceso de emprendimiento digital.

Nicole Nebot es la fundadora de la esta primera revista digital interactiva y gratuita del Ecuador. Su charla será motivadora,

mostrando a los asistentes a descubrir las tendencias más actuales en tecnología y manejar estas con un estilo de redacción atractivo para los lectores de hoy en día.

Taller/Charla

Maru Sáenz, Diseñadora de vestuario (GYE)

Viernes 14 de noviembre (13:00 a 14:00)

- Presentación (breve biografía personal)
- Presentación de trabajos
- Tendencias modernas, métodos y consejos sobre vestuario.

Taller de vestuario (camisetas, tijeras, pintura, entre otros). Este taller los asistentes aprenderán a ser recursivos y creativos con los diferentes materiales que encuentren para diseñar.

El taller estará encargado por la misma Maru Sáenz, diseñadora de vestuario que ha trabajado en diferentes producciones teatrales con el director Jaime Tamariz.

7.5.2.2 SÁBADO 1 DE NOVIEMBRE

Taller/Charla

CINTASCOTCH – Javier Pérez, Diseñador Gráfico (GYE)

Sábado 1 de noviembre (10:00 a 11:00)

- Presentación Personal
- Explicación de lo que se va a realizar
- Explicación de Vine

- Presentación de la herramienta a usarse.

Taller (Vine) Parámetros:

- Máximo 15 personas (2 grupos: colegios y universidad)
- 15-20 elementos que se sortearán entre los participantes.
- Tener un Smartphone con la aplicación Vine instalada.
- No se permite el intercambio de objetos entre los participantes.
- Elementos secundarios: Tijeras, marking tape, cinta scotch, cartulina de colores grandes y pequeñas, papel bond, lápices, marcadores gruesos.

En este taller los asistentes tendrán que bocetear ideas para luego crear una historia que se deberá grabar y animar. El ganador se lo premiará publicando su trabajo en la cuenta del diseñador Cintascotch (Javier Pérez) quien ha realizado trabajos con reconocidas marcas internacionales gracias a su recursividad y creatividad en redes sociales.

Víctor Aráuz, Actor (GYE)

Sábado 15 de noviembre (11:00 a 12:00)

- Presentación Personal
- Dirección de teatro, cine y televisión.

Víctor Arauz aprovechará en explicar cómo es su trabajo actualmente y su experiencia de cómo se desenvolvió y progreso en el actuación.

Taller/Charla

Andrés Franco, Fotógrafo (BSAS-GYE)

Sábado 15 de noviembre (12:00 a 13:00)

- Fotografía e iluminación para estudio con modelo.
- Recomendaciones para uso de cámara e iluminación

En este taller los asistentes podrán descubrir los secretos de una buena iluminación al momento de tomar fotos dentro de un estudio. Andrés Franco es un especialista en la iluminación y se caracteriza por la excelente calidad de sus trabajos con revistas de moda.

Roger Giménez, Animador 3D (MÁL-ESP)

Sábado 15 de noviembre (15:00 a 16:00)

- Presentación Personal
- Recopilación de proyectos que ha realizado.
- Los secretos de la animación 3D

En esta charla Roger contará un poco de lo que hace en la Escuela de animación 3D ANIMUN en España. La charla ayudará a que los asistentes abran los ojos hacia esta disciplina de la animación 3D de presente y de futuro.

FILOH Motion Studio / Mauricio Navas (Managing Director), Fidel Eljuri (Motion Director) y Gustavo Castellanos (Art Director) (UIO)

Sábado 15 de noviembre (16:00 a 17:00)

- Seminario de “Procesos Creativos para Motion Graphics y Video Mapping 3D”

Este seminario buscará que los asistentes logren buscar soluciones innovadoras para una comunicación audiovisual. FILOH es un estudio de diseño que siempre está en una búsqueda constante de resultados visuales creativos y diferentes, manejando diversas técnicas y recursos gráficos.

Conversatorio

Elenco Solteros Sin Compromiso (GYE)

Sábado 15 de noviembre (17:00 a 18:00)

- Presentación de cada uno de los integrantes
- Video de introducción de la primera temporada de su serie televisiva.
- Cómo evoluciono la serie: Su crecimiento en la tv y actualmente en la red social Youtube.

El conversatorio es un modalidad de exposición que tiene como objetivo manejar una temática neutral acerca de un tema, en ella se hablará sobre:

La evolución de los personajes en cada una de las temporadas, cómo es la producción televisiva ecuatoriana actualmente, cuáles son las ventajas de proyectar la nueva temporada en la red social Youtube, ¿Cuáles son las mejores experiencias personales de cada uno de los integrantes? ¿Cómo ven a futuro las series ecuatorianas adaptadas para ser vistas en redes sociales?

Al finalizar al conversatorio se dará paso a un espacio de preguntas y respuestas.

Sebastián Cordero, Cineasta (UIO)

Sábado 15 de noviembre (18:00 a 19:00)

- Presentación Personal (breve biografía)
- Recopilación de todas las películas que han recibido varios premios y reconocimientos en festivales extranjeros.
- Cómo ve la evolución del cine ecuatoriano el cineasta.
- Cuáles son los proyectos a futuro del cineasta

En esta última charla del festival se aprovechará para que el cineasta Sebastián Cordero realice la selección del cortometraje ganador de la categoría profesionales y recibirá el Premio de Reconocimiento a Trayectoria por ser un referente del cine ecuatoriano desde 1999.

7.6 Aspectos administrativos

7.6.1 Tecnología

Se utilizarán proyectores de audio y video para proyección de cortos del festival en el auditorio de la Universidad Casa Grande. Computadoras y reproductores DVD para material de videos necesarios.

Equipos de audios y micrófonos para charlas, talleres y mapping. Cámaras fotográficas y cámaras filmadoras para tener un registro de los

tres días del festival Ojo Loco. Iluminación acorde a las necesidades de las diferentes actividades. Reflectores en la parte exterior de la universidad.

7.6.2 Material de apoyo

Se utilizarán carteles, banners, gigantografías, volantes, afiches, stickers, merchandising, señalética. Todo esto será utilizado para delimitar el área del festival e informar en qué sala se realiza cada actividad.

7.6.3 Personal necesario

Meseros, ingeniero de sonido, staff de tesistas, conserjes, seguridad, movilización, servicio policial, servicio de ambulancia, atachés.

7.6.4 Detalles adicionales de logística

(Ver anexo 3.)

7.7 Estrategia de comunicación

7.7.1 Promoción del evento en redes sociales

Se ha desarrollado un plan de contenidos que ha sido implementado en las redes sociales del Festival Audiovisual Ojo Loco V edición, cuyo objetivo principal es generar interacción e interés por el festival, en el grupo objetivo, a través de contenidos relevantes y entretenidos.

Dado que las redes sociales son un espacio de constante intercambio de información en tiempo real, se dará especial énfasis y atención no sólo a la generación de expectativa, sino también a contestar cualquier duda o inquietud del grupo objetivo con respecto al festival, informar acerca de

las actividades que se realizarán y motivar la participación del grupo objetivo en los concursos.

7.7.1.1 Publicaciones

Se realizan a diario: durante los meses de expectativa, es 1 posteo por día, aumentando conforme se vaya acercando el día del festival. En cuanto a la línea gráfica, se manejan plantillas de contenido, que permiten que las publicaciones posean uniformidad, sobre todo aquellas que son gráficas o links a páginas externas. Estas plantillas tienen los colores elegidos para el festival, así como su tipografía y estilo gráfico.

Se comparten los videos realizados especialmente para la promoción del evento y de sus expositores. Estos videos están compuestos por:

- Saludos de cada uno de los especialistas invitados
- Spots de expectativa del evento, sus charlas y talleres.

Las publicaciones tienen como objetivo informar y entretener. Por lo tanto, hay publicaciones que promocionen las actividades del festival, pero también otras que hablen del campo audiovisual. Para una mejor comprensión de esto, se han determinado temas alrededor de los cuales se desarrollarán los contenidos de las redes sociales.

7.7.1.2 Temas

Se manejarán temáticas directamente relacionadas al mundo audiovisual, tanto nacional como extranjero, que estarán intercaladas con las publicaciones de promoción de los concursos, especialistas, charlas, talleres, horarios y ubicación del festival:

- **Películas y cortos:** Datos relevantes o curiosos, ficha técnica, recomendaciones, próximos estrenos. Cortos animados, vídeos musicales.
- **Noticias:** Del ámbito nacional-internacional relevantes al área audiovisual.
- **Videos:** De proyectos audiovisuales interesantes, tutoriales, DIY, proyecciones y festivales.
- **Referentes:** Entrevistas, muestra del trabajo de referentes audiovisuales, frases.
- **Promoción:** Actividades del festival, expositores, concursos.

7.7.2 Promoción en medios tradicionales:

Debido a que la promoción en medios tradicionales posee un costo elevado, las publicaciones que maneje el festival son obtenidas por medio de auspicios y canjes.

7.7.2.1 Gira de medios

Se realizará una gira de medios con los organizadores del Festival desde el 9 de octubre y las últimas semanas del evento se hará recordatorios de la rueda de prensa por medio de boletines. Esta incluye,

radio, televisión y prensa escrita. Para ver el mapeo de medios, consultar el anexo 4.

7.7.2.2 Revistas y diarios

Por medio de canje se consiguió un espacio en Revista Mariela para pautar un aviso de página entera con toda la información básica del festival. Así mismo, se enviará invitaciones a los medios para que asistan al festival.

7.7.2.3 Radio

Para radio, se ha escrito una cuña que será pautada en las emisoras auspiciantes. La cuña también cumple con comunicar la información vital del festival (lugar, fecha, hora, especialistas), así como promocionar los concursos.

7.7.2.4 Rueda de prensa

Mediante una presentación de mapping se convocará a los medios de comunicación para una rueda de prensa. En ésta se presentará a los especialistas que estarán en el festival, las actividades que se realizarán y el material que se proyectará a los medios de comunicación para que faciliten la difusión del festival y se darán a conocer las actividades que se ofrecerán.

7.7.3 Personaje del festival

Para esta edición y con el propósito de dinamizar la promoción del festival en las visitas a las ferias de los colegios, se ha creado un personaje con el isotipo que maneja el festival: el ojo.

El Ojo estará presente no solamente en la ferias de los colegios, sino que también será uno de los personajes principales de los spots promocionales y del festival, haciendo apariciones constantes. De este modo, creamos un elemento llamativo con el cual la gente también puede interactuar y compartir el festival de forma más divertida en sus redes sociales por medio de fotos con el personaje.

7.8 Presupuesto

(Ver anexo 6)

7.9 Estrategia de evaluación del festival

Para poder evaluar el desarrollo del festival, se han elaborado varias estrategias:

7.9.1 Contabilización de asistentes:

Se evaluará por medio de la entrega de pulseras a la entrada del festival, así como de los cupos separados para cada taller.

7.9.2 Redes sociales

Por medio de un reporte de actividades en redes se puede determinar el crecimiento de la actividad en estos medios, así como la cantidad de seguidores ganados y horarios pico de participación. La aceptación de las publicaciones realizadas se mide a partir de la cantidad de likes que cada publicación genera, así como en las veces en las que fue compartida.

7.9.3 Charlas y talleres

Al inicio de las charlas, se pedirá a los asistentes que se registren con su nobmre, número de teléfono e email, de esta forma ayudamos a contabilizar a los asistentes.

Al final de cada charla y taller realizado, se entregará un cuestionario corto a los participantes, para que lo llenen. Este cuestionario constará de breves preguntas que permitirán calificar al expositor, el material brindado, la actividad realizada y en general la calidad de la exposición a la cual hayan asistido.

7.9.4 Percepciones generales del festival

Durante la semana siguiente a la realización del festival, se efectuarán nuevamente grupos focales y entrevistas a varios participantes del evento, cuyos datos se hayan obtenido a través de las redes sociales o de las hojas de inscripción de los concursos. Las preguntas que constarán en estas entrevistas cubrirán aspectos como: decoración, adecuación de los

espacios, charlas, talleres, calidad de audio e imagen, calidad del material presentado y demás aspectos varios del evento.

8. Cronograma de trabajo y roles

(Ver anexo digital 1)

9. Bibliografía

Festival de Cine EDOC (2014) *Festival EDOC, encuentros de otro cine* [Culturaecuador.ec] Recuperado de: http://www.culturaecuador.ec/arte/cine-y-tv/festival-edoc-encuentros-de-otro-cine

Festival Internacional de Cine en Cuenca (2014) *Concluye XI Festival Internacional de Cine en Cuenca*. Recuperado de: http://www.ficc.ec

Festival de Cine CinRecreo (2014) *CinRecro*. Recuperado de: http://www.ochoymedio.net/festivales-2/

Real Academia Española. (2001). *Referente*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado de: http://lema.rae.es/drae/?val=referente

Real Academia Española. (2001). *Referencia*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado de: http://lema.rae.es/drae/?val=referencia

Real Academia Española. (2001). *Audiovisual*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado de: http://lema.rae.es/drae/?val=audiovisual

Real Academia Española. (2001). *Audiovisual.* En Diccionario de la lengua española. Recuperado de: http://lema.rae.es/drae/?val=audiovisual

Real Academia Española. (2001). *Audiovisual*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado de: http://lema.rae.es/drae/?val=audiovisual

Real Academia Española. (2001). *Cultura*. En Diccionario de la lengua española. Recuperado de: http://lema.rae.es/drae/?val=cultura

Real Academia Española. (2001). Especialista. En Diccionario de la lengua española. Recuperado de: http://lema.rae.es/drae/?val=especialista

Andes (2013). *Ecuador triplicó inversión en 2013 para el fomento a la cultura.* Recuperado de: http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-triplico-inversion-2013-fomento-cultura.html

El Ciudadano (2014). *Ecuador ya cuenta con su Universidad de las Artes en Guayaquil.* Recuperado de: http://www.elciudadano.gob.ec/ecuador-ya-cuenta-con-su-universidad-de-las-artes-en-guayaquil/

Dotcorp (2013). *El "Mapping" en Interiores y Exteriores aplicado a la Publicidad.* Recuperado de: http://videomappingmx.blogspot.com/p/normal.html

Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) 201. Recuperado de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/tecnologias-de-la-informacion-y-comunicacion-tic/

10. ANEXOS

Anexo 1. Investigación

1.1 Guía para grupo focal

1.1.1 Alumnos de colegio de quinto y sexto año.

1. ¿Qué es lo primero que les viene a la cabeza con la palabra audiovisual y referente?
2. ¿Qué creen que es un festival audiovisual? De qué creen que se trata?
3. ¿Has filmado/hecho alguna vez algún tipo de video?
    - ¿Con quién?
    - ¿En qué formato?
    - ¿Usando qué? (Cámara, celular, computadora, cámara de fotos) Cuéntanos.
    - ¿Con qué propósitos? Concursos, deberes, exámenes, proyecto, pasatiempo, etc..?
    - ¿Te gustó la experiencia?
    - ¿Qué parte te gustó más de esta experiencia?
    - ¿Con quién lo hiciste?
    - ¿Qué rol cumpliste? Director, camarógrafo, sonido, editor. Etc.
    - ¿Qué tal te resultó el producto?
4. ¿Conoces a un director o productor de una película nacional o internacional?
5. ¿Has escuchado estos temas: maquillaje, 3D, escenografía, guion, musicalización? ¿Qué opinas de ellos, cuál te gusta, porqué?
6. ¿Qué es lo que más te gusta cuando ves una película?
    - Actores

- Maquillaje
- Sonido
- Escenografía
- Efectos
- Guión

7. ¿Sabes qué papel desempeña el director y el productor en un producto audiovisual?
8. ¿Qué opinas sobre la producción nacional en el tema audiovisual?
9. ¿Qué tipo de programas ves en TV, Youtube, redes?
10. ¿Qué personajes reconoces en el medio audiovisual ecuatoriano? ¿Por qué piensas en ellos: trayectoria, reconocimiento, fama, etc..?
11. ¿Qué festivales audiovisuales conocen, han ido a uno, cuál, con quién, qué han hecho ahí?
12. ¿Qué es lo que más te gusta de un festival audiovisual?
    - Exposición
    - Personajes
    - Lugar
    - Talleres
13. ¿Creen que un festival los podría capacitar o ayudar en sus estudios? ¿Por qué?
14. ¿Qué medios de comunicación utilizas, para qué, con quién, en que momento del día, qué tipo de información compartes, a través de qué dispositivos?
15. ¿Usan redes sociales? ¿Cuales? ¿Con qué objetivo? ¿Qué tipo de información?

16. ¿Cómo te has enterado de los festivales que has asistido?
17. ¿Participas en concursos de redes sociales? ¿Qué te motiva a participar?
18. ¿Estarían dispuestos a participar dentro de concursos de fotografía, cortometrajes, video Instagram, otros…?

1.1.2 Estudiantes del campo audiovisual

1. ¿Han escuchado del festival Ojo Loco? ¿Qué sabes de él? ¿Has ido?
2. ¿Qué recuerdas: talleres, exposiciones, concursos, personajes, redes, cobertura mediática, etc..?
3. ¿Qué te gustó? ¿Qué no te gustó? ¿Por qué?
4. ¿Qué temas audiovisuales les gusta?
5. ¿De qué les gustaría aprender más?
6. ¿Qué actividades quisieran que se realicen dentro del festival?

    Talleres de efectos especiales

    Workshops

    Conversatorios

    Muestras

    Instalaciones (para interactuar)

7. ¿Con qué profesional del campo audiovisual les gustaría tener un conversatorio o escucharlo en una charla?
8. ¿Estarían dispuestos a participar dentro de concursos de fotografía, cortometrajes, video Instagram, otros…?

Hablemos un poco del concepto de este nuevo festival audiovisual Ojo Loco v edición:

1. ¿Por qué te llama la atención lo audiovisual?

2. ¿Sueñas con dedicarte a alguna actividad en este campo, por qué?

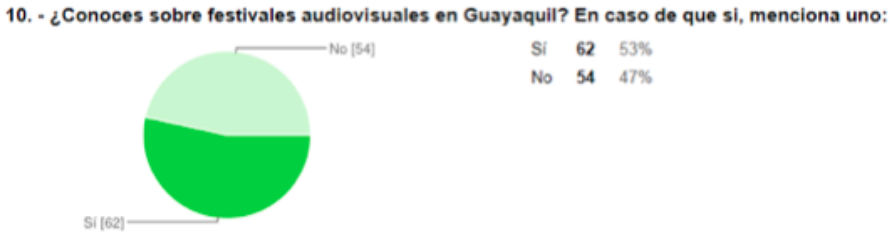
3. ¿Cómo planeas alcanzar este sueño?

4. ¿Te haz sentido frustrado mientras estudias audiovisual? ¿Por qué? Cuéntanos.

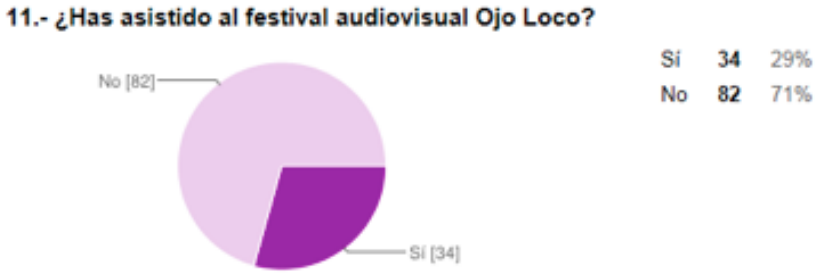
5. ¿Retomaste tu motivación, sí - no? ¿Por qué? ¿Cómo?

Anexo 2. Resultados de investigación

Anexo 2.1

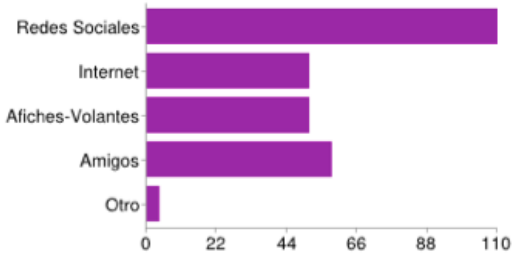


Anexo 2.2



Anexo 2.3

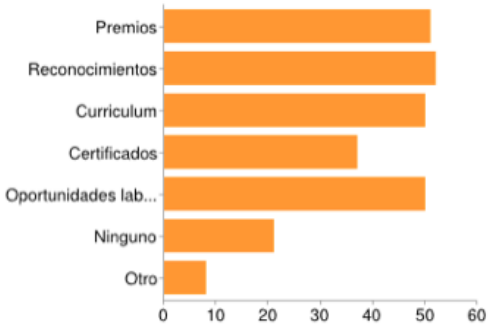
5. - ¿Por qué medio te has enterado de eventos culturales?



Redes Sociales	110	40%
Internet	51	19%
Afiches-Volantes	51	19%
Amigos	58	21%
Otro	4	1%

Anexo 2.4

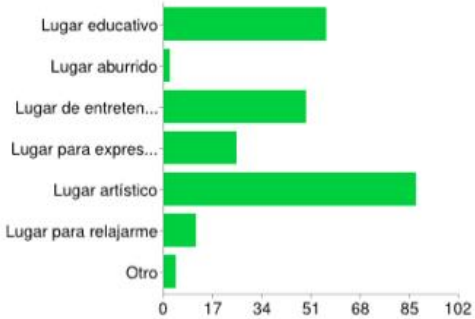
13.- ¿Qué te motivaría a participar en un concurso del festival?



Premios	51	19%
Reconocimientos	52	19%
Curriculum	50	19%
Certificados	37	14%
Oportunidades laborales	50	19%
Ninguno	21	8%
Otro	8	3%

Anexo 2.5

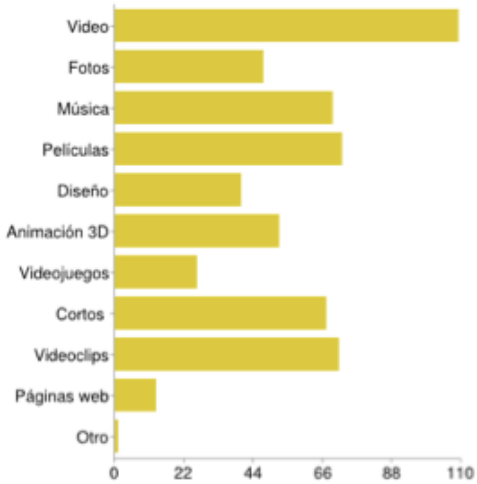
4.-¿Qué consideras como un evento cultural?



Lugar educativo	56	24%
Lugar aburrido	2	1%
Lugar de entretenimiento	49	21%
Lugar para expresarme	25	11%
Lugar artístico	87	37%
Lugar para relajarme	11	5%
Otro	4	2%

Anexo 2.6

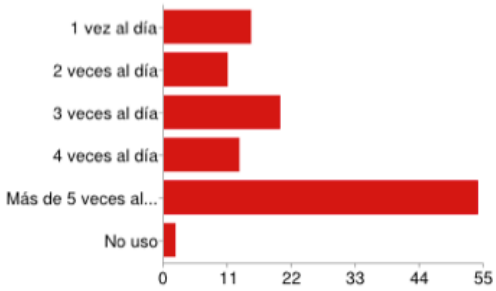
9. - ¿Qué se te viene a la mente cuando escuchas la palabra audiovisual?



Video	109	19%
Fotos	47	8%
Música	69	12%
Películas	72	13%
Diseño	40	7%
Animación 3D	52	9%
Videojuegos	26	5%
Cortos	67	12%
Videoclips	71	13%
Páginas web	13	2%
Otro	1	0%

Anexo 2.7

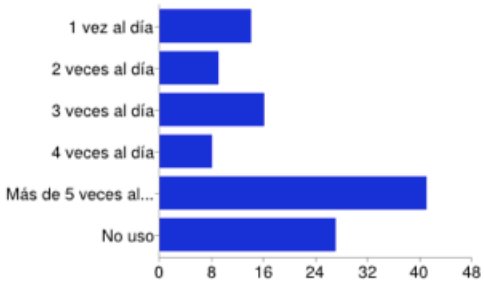
Youtube [2. - ¿Qué nivel de consumo le das a las siguientes redes sociales?]



1 vez al día	15	13%
2 veces al día	11	10%
3 veces al día	20	17%
4 veces al día	13	11%
Más de 5 veces al día	54	47%
No uso	2	2%

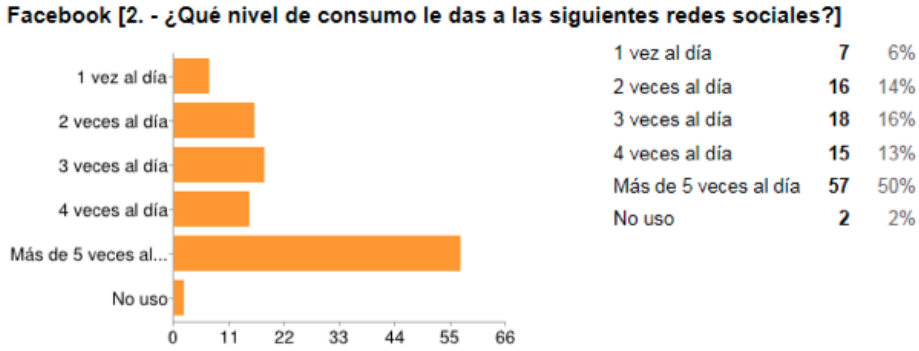
Anexo 2.8

Instagram [2. - ¿Qué nivel de consumo le das a las siguientes redes sociales?]

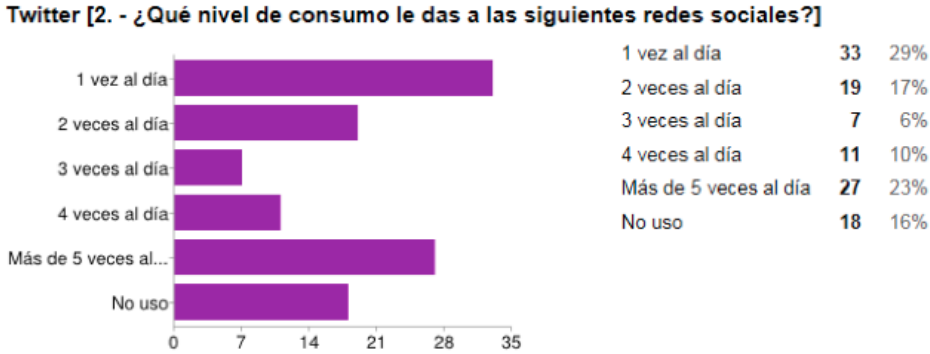


1 vez al día	14	12%
2 veces al día	9	8%
3 veces al día	16	14%
4 veces al día	8	7%
Más de 5 veces al día	41	36%
No uso	27	23%

Anexo 2.9



Anexo 2.10



Anexo 3. Detalles adicionales de logística

- Establecer vínculos de comunicación constante entre los clientes ya habituales y los clientes potenciales, mediante la exposición de información sobre las acciones que se realicen en el pub.
- Mantener una interacción ardua y continua con empresas de viaje, hoteles, restaurantes y cualquier otro tipo de organización que tenga relación directa con potenciales clientes.
- Proyectar, consolidar y fomentar entre los colaboradores de la compañía los objetivos y la misión de la empresa. De esta manera,

se ofrece a los colaboradores una unidad de sentido que trascienda las necesidades particulares

- Lugar (que tenga todas las facilidades para todas las personas, discapacitados, sobre todo en audio y video con todo los equipos)
- Cobertura de medios (Invitaciones, Boletines, Gira de medios, Reportes).
- Redes sociales (Difusión de contenidos y marcas auspiciantes).
- Avales (municipales, Instituciones Públicas, etc.)
- Imagen (imagen que proyecta el evento en tiempo real)
- Imagen Institucional
- Lobby
- Calidad de asistentes (Invitados importantes)
- Tipo de comunicación que se va a manejar

Anexo 4. Mapeo de medios

PRENSA ESCRITA				
Medio	**Persona**	**Sección**	**Número**	**Correo electronico**
El Expreso	Alejandra Cereceda			alecereceda@hotmail.com
Expresiones	Andersson Boscan			boscana@granasa.com.ec
Expresiones	Roberto Lopez			lopezro@granasa.com.ec
Expresiones	Santiago San Miguel			sanmiguels@granasa.com.ec
Metro Hoy			2490888 - 2490478	hernan@metrohoy.com.ec
El Comercio	Arturo Cervantes			acervantes@elcomercio.com, arturocervantes90@gmail.com
El Telegrafo	Adriana Nieto		993663870	
Viva Guayaquil	Andrea Cabrera			abc_p5@hotmail.com
La Republica				Mariarosaj@hotmail.com
Hoy	Carlota Cardenas	Coordinación		ccardenas@hoy.com.ec
Lideres	Holger Ramos	actualidad		ramosh@elcomercio.com
Super	Monica Camacho	Coordinación		mcamacho@super.com.ec
Metroquil	Vicente Tagle	Coordinación	2326500	taglev@metroquil.ec
PP El Verdadero	Edward Lara	Coordinación		edwar.lara@telegrafo.com.ec
Sambo	jose ortega			jortega@uminasa.com
El Universo	Carlos Ycaza		999422088	cicazapaul@gmail.com
El Universo	Diana Leon		998880666	
Vida y Estilo	Clara Medina		987681201	
El Emprendedor	Emilia Ortega			www.elemprendedor.ec

TELEVISION				
Medio	**Persona**	**Programa**	**Número**	**Correo electronico**
Canal 1	Andrea Lage		2680200	alage@canal1tv.com
	Miguel Cedeño	Las Divinas	991201223	
	Patricia Merril	Las Divinas		pmerril@canal1tv.com
Ecuavisa	Karina Alvarado	En contacto, gente	2562444	kalvarado@ecuavisa.com
	Gustavo Segale		981770072	
	Diana Arobo	En contacto	994143028	darrobo@ecuavisa.com
RTS	Pilar Vera		991256774	
	Janeth Flores	El club de la manana, Vamos con todo	3731240	coordinacion.gye@rts.com.ec
TC Televisión	Katy Melgar	De boca en boca	981738866	
	Karla Santana	De boca en boca	991038470	
	Carlos Armanza	De casa en casa, de boca en boca	6003030	carmanza@tctelevision.com /iortega@tctelevision.com
Teleamazonas	Yanka Jurado	Dia a dia, en corto, 30 plus, la plena,	2598700	yjurado@teleamazonas.com
	Gabriela Diaz		997194337	gabrieladiaz@teleamazonas.com
Telerama	Javier Segarra		2684020	jsegarra@telerama.ec
	Grace Correa	Prog. N' Boga		gcorrea@telerama.ec
	Steven Macias		996668855	
	Javier Segarra	Noticias	2684020	jsegarra@telerama.ec
	Grace Correa	Prog. N' Boga	2684020	gcorrea@telerama.ec
	Pili Navarrete	Divas	994063311	
Gamatv	Hermes Campoverde	Noticias	3711000	hcampoverde@gamatv.com.ec
	Karla Santana	Reportera	991038470	
Cablevisión	Wendy Carló	Noticias	2286400	wcarlo@cablevision.com.ec
	Nathalie Zeballos		982757609	nzevallos@cablevision.com.ec

RADIOS			
RADIO	DIRECCION	TELEFONO	MAIL
RADIO PUNTO ROJO	9 DE OCT 1904 Y ESMERALDAS, EDIF FLORIDA	2289922	alrojovivo@radiopuntorojo.com juancarloscede@hotmail.com
RADIO ROMANCE	9 DE OCT 1904 Y ESMERALDAS, EDIF FLORIDA	2290577	radioromance90.1@hotmail.com daniely@extraradio.com.ec
RADIO CANELA	AV FCO DE ORELLANA, EDIF PORTA	2693121	djjorgegomez@hotmail.com
RADIO WQ	9 DE OCT Y MACHALA, EDIF QUEZADA	2522143	pancho_surfer@hotmail.com fcaamano@estasenlamira.com.ec bryanvoiceover@gmail.com
RADIO CUPIDO	INSTALACIONES RADIO SUCRE	2680300	patriciagiler@hotmail.com
RADIO PASION	JUAN TANCA MARENGO KM 2.5	2682268	heromero@gmail.com
RADIO ONDA CERO	JUAN TANCA MARENGO KM 2.5	2681166	heromero@gmail.com
RADIO KISS	JUAN TANCA MARENGO KM 2.5		heromero@gmail.com
RADIO COLON	JUAN TANCA MARENGO KM 2.5	2682264	heromero@gmail.com
RADIO MAS CANDELA	JUAN TANCA MARENGO KM 2.5		heromero@gmail.com
RADIO SOL 95	JUAN TANCA MARENGO KM 2.5	2681685	heromero@gmail.com
RADIO SABOR MIX	JUAN TANCA MARENGO KM 2.5	2682275	heromero@gmail.com
RADIO ALFA	INSTALACIONES RTS	2240985	
RADIO FABU	INSTALACIONES RTS	2240713	
RADIO CORAZON	INSTALACIONES RTS	2273852	
RADIO TROPICALIDA	INSTALACIONES RTS	2240457	
RADIO GALAXIA	INSTALACIONES RTS		
RADIO DISNEY	9 DE OCT Y BOYACA, 5TO PISO	2256400	gabomac79@hotmail.com
RADIO FRECUENCIA MIL	JORGE PEREZ CONCHA (URDESA) 201 Y UNICA	2382610	victorio_radio@hotmail.com
RADIO FUEGO	KENNEDY NORTE MAZ 1008 VILLA 21	2683212 - 093840281	apesantes@radiofuego.com
RADIO RTU	URBANOR MZ 146 VILLA 5	2383503 EXT 105	oswaldodutan@hotmail.com
RADIO RUMBA	CHIMBORAZO 115 Y VELEZ, 1ER PISO	2530696	rumba107@radirumba.fm
RADIO ANTENA 3	CORDOVA Y 9 DE OCT, EDIF SAN FCO 300	2560610	mauraguaman@hotmail.com
RADIO ONDA POSITIVA	ATARAZANA, EDIF LA ESPANOLA	2396004	nelsondelgadorobalino@hotmail.com
RADIO ESTRELLA	MIRADOR DEL NORTE MZ 21 VILLA 12 (FRENTE COMPLEJO LA SALLE)	2240132	radioestrella92.1@hotmail.com
RADIO MORENA	QUITO Y AGUIRRE (ESQUINA)	2519000	jr_radiomorenafm@hotmail.com morenafm981@hotmail.com calmeida@morenafm.com.ec
RADIO FOREVER	KENNEDY NORTE (DETRAS DE BORKIS)	2690328	forever@radioforever92.5.com
RADIO CENTRO	CARCHI 702 E/ 9 DE OCT Y 1ERO DE MAYO	2280500	hoviedog@gye.satnet.net
RADIO I99	LUIS ORRANTIA MZ 703 VILLA 25 EDIF FANNY	2680887 EXT 18	direccion@i99.com.ec omar1876@hotmail.com
RADIO DIBLU	AV JUAN TANCA MARENGO KM 3	2889680	diblu88.9sm@hotmail.com

Anexo 5. Cronograma del festival

	Jueves 13 de noviembre	Viernes 14 de noviembre	Sábado 15 de noviembre
10:00 AM		Introducción (Presentadores) - JORGE LUIS TORRES (Vine Star)	Introducción (Presentadores) - CINTA SCOTCH (Taller)
11:00 AM		Introducción (Presentadores) - RODOLFO CUADROS (maquillaje)	Introducción (Presentadores) - VICTOR ARAUZ (Dir. Teatro)
12:00 PM		Introducción (Presentadores) Revista Awake NICOLE NEBOT (charla)	Introducción (Presentadores) - RODOLFO CUADROS (maquillaje)
1:00 PM		**Introducción (Presentadores)**	Introducción (Presentadores) ANDRES FRANCO (Taller Fotografía)
2:00 PM		Cortometrajes	Cortometrajes
3:00 PM			**Introducción (Presentadores) - ROGER (animación 3D)**
4:00 PM		Introducción (Presentadores) MARU SAENZ (Taller Vestuario)	**Introducción (Presentadores) - FILOH (Mapping)**
5:00 PM		Introducción (Presentadores) - DIEGO ARAUJO y ROBERTO FRISONE	**Introducción (Presentadores) - SOLTEROS SIN COMPROMISO**
6:00 PM		**Introducción (Presentadores) - CONRAD MESS (corto móvil)**	**Introducción (Presentadores) - SEBASTIAN CORDERO**
7:00 PM	Apertura - Discurso - Video Ojo Loco (Promo)	Introducción (Presentadores) Proyección Documental	Premiación Sebastián Cordero - Premiación de Concursos
8:00 PM	Brindis		Brindis - Clausura

Anexo 6. Presupuesto.

	Material	Cantidad	Detalle	Costo Unitario	TOTAL	PROVEEDOR
Impresos	Afiches	3000	full color A3	$ 0,00	$ 0,00	Municipio
	Volantes	50000	full color	$ 0,00	$ 0,00	Municipio
	banners tipo araña	15		$ 0,00	$ 0,00	Municipio
	shopping bags	50		$ 0,00	$ 0,00	municipio
	diplomas	2500		$ 0,00	$ 0,00	Municipio
	libretas	3000		$ 0,00	$ 0,00	Municipio
	bolsos	3000		$ 0,00	$ 0,00	Municipio
	roll ups	10		$ 0,00	$ 0,00	Municipio
	backing	2		$ 0,00	$ 0,00	Municipio
	carpetas	200			$ 0,00	
	Invitaciones para prensa/invitados especiales	36	tiro y retiro full color 20x30 cm	$ 0,00	$ 0,00	
	Kit de prensa	30			$ 0,00	
	Stickers	5000	dos colores 10 x 15 cm	$ 0,00	$ 0,00	Municipio
Evento	Meseros	6	meseros para inauguración y clausura	$ 40,00	$ 240,00	tenis club
	bebidas alcoholicas	6	Cajas	$ 60,00	$ 360,00	Comercial la bahia
	piqueos	150		$ 0,50	$ 75,00	
	sonido			$ 0,00	$ 0,00	Comercial Gallardo

	luces			$ 0,00	$ 0,00	
	premios	1		$ 1.000,00	$ 1.000,00	
	musicos				$ 0,00	
	decoracion	1		$ 650,00	$ 650,00	
	vasos y copas	1		$ 80,00	$ 80,00	
	trofeos	12		$ 20,00	$ 240,00	
	Alquiler de vajilla para piqueos	10		$ 3,00	$ 30,00	
	mesas y sillas	10		$ 6,00	$ 60,00	
Logística	transporte de colegios	5		$ 25,00	$ 125,00	
	transporte de invitados	3		$ 25,00	$ 75,00	
	transporte material para evento			$ 0,00	$ 0,00	
	habitaciones para invitados			$ 0,00	$ 0,00	Canje Hotel Oro Verde
	pasajes UIO-GQUIL	5	cotización realizada junio/ precios pueden variar	$ 96,00	$ 480,00	lan- precios con promoción

	pasaje avión madrid	2	cotización realizada junio/ precios pueden variar	$ 1.712,61	$ 3.425,22	lan
	pasaje a cuenca	1	cotización realizada junio/ precios pueden variar	136	$ 136,00	vip car, movilizacion Cordero-PAGADO
	total			$ 3.854,11	$ 6.976,22	