



Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN



Corporación Unificada Nacional  
de Educación Superior

**CORPORACION UNIFICADA NACIONAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR CUN**

**OPCIÓN DE GRADO 2**

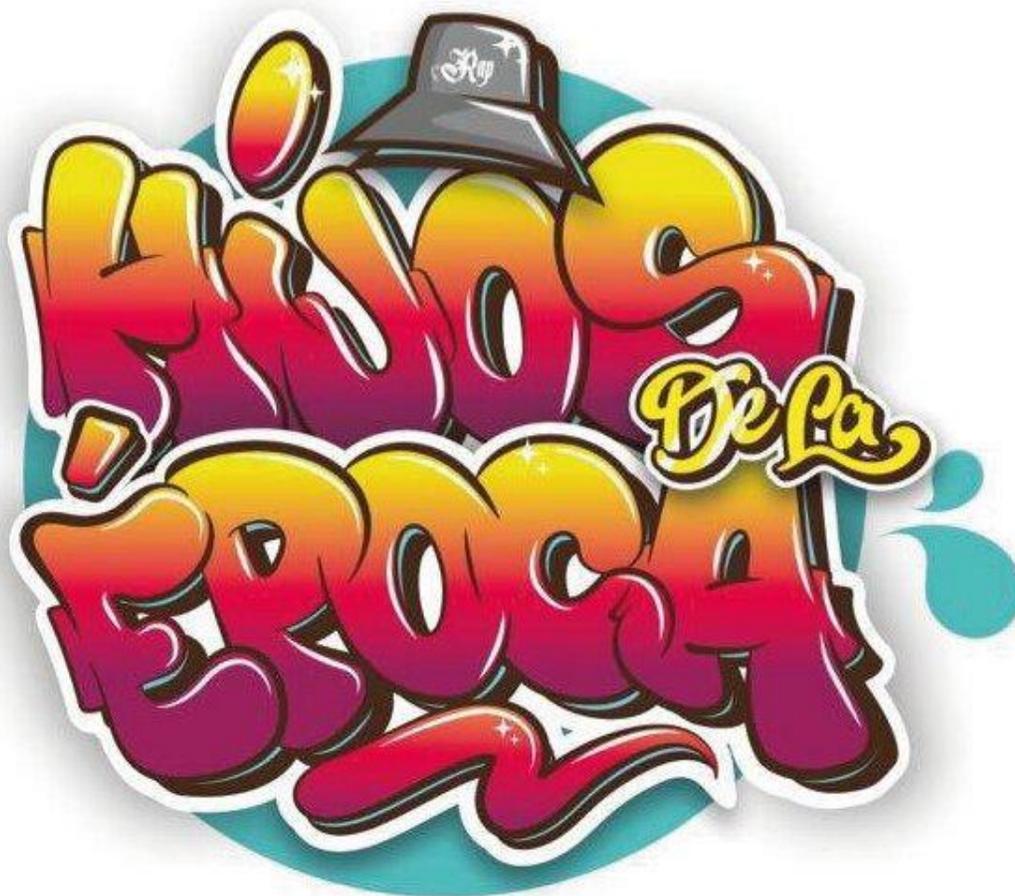
**CAREN VIVIANA GUERRERO MORALES  
CAMILO ANDRES JIMENEZ PERALTA  
IVONNE DAYANA RINCON LEON  
CHRISTIAN REY SOKOLOVSKY  
CRISTIAN URBINA VARGAS  
EDINSON RAMIREZ**

**DOCENTE  
RAFAEL ANDRES BRIÑEZ LOZADA**

**BOGOTA D, C  
2019 B**



Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN





## ÍNDICE

- 1. Formulación del proyecto**
  - 1.1. Idea central y Story line
  - 1.2. Sinopsis del proyecto
  - 1.3. Estructura narrativa general del proyecto
  - 1.4. Punto de vista narrativo
  - 1.5. Tratamiento de personajes
  - 1.6. Investigación
    - 1.6.1 Marco conceptual
    - 1.6.2 Metodología y fuente
    - 1.6.3 Cubrimiento temático
    - 1.6.4 Cubrimiento geográfico
  - 1.7 Tratamiento audio visual
    - 1.7.1 Formato
    - 1.7.2 Recursos audiovisuales
  - 1.8. Sinopsis de capítulos
  - 1.9. Descripción de elementos diferenciadores y recursos que hacen la serie atractiva para el público objetivo
- 2. Guía de estilo**
  - 2.1. Descripción del formato
  - 2.2. Fotografía
    - 2.2.1 Locaciones y escenarios
    - 2.2.2 Levantamiento de planta
  - 2.3. Estilo de presentadores o personajes centrales del proyecto
  - 2.4. Descripción de propuestas visuales
  - 2.5. Estilo de narración
  - 2.6. Arte
    - 2.6.1 Ambientación
  - 2.7. Edición
  - 2.8. Música
- 3. Escaleta**
- 4. Guion**
- 5. Diseño de producción**
  - 5.1. Equipo humano
  - 5.2. Organigrama



- 5.3. Cronograma por etapas**
- 5.4. Cronograma por días**
- 5.5. Presupuesto real**
- 5.6. Presupuesto ejecutado**
- 5.7. Sabana de locaciones**
- 5.8. Plan de rodaje**
- 6. Directorio del equipo**
- 7. Ficha de serie**
- 8. Distribución**

## 1. FORMULACIÓN DEL PROYECTO

**Proyecto No:** 002 **Referencia:** 002

**Título de la propuesta:** Hijos de la Época

**Integrantes:** Juliana Giraldo, Caren Guerrero, Camilo Jiménez, Ivonne Rincón, Christian Sokolovsky, Cristian Urbina, Edinson Ramírez.

El proponente debe desarrollar todos y cada uno de los puntos aquí solicitados a partir de los lineamientos suministrados en los términos de referencia de cada proyecto con el propósito de ofrecer una clara visión conceptual y audiovisual de cada programa que compone la serie.

### 1.1. IDEA CENTRAL O STORYLINE

Expone la historia, arte y recorrido de los artistas pioneros, actuales y emergentes del movimiento cultural urbano Hip Hop de la ciudad de Bogotá, dejando un legado para las futuras generaciones de que es realmente el Hip Hop.

### 1.2. SINOPSIS DEL PROYECTO

Hijos de la época es el programa que inmortalizara a los artistas Hip Hop Bogotano de este tiempo, ya que la época dorada del movimiento actualmente está creando industria, fomenta cultura y marca historia. Si bien sabemos el Hip Hop es un movimiento social nacido y criado en las calles de los diferentes suburbios del mundo acompañado por la rebeldía, el arte, la poesía, el estilo, el color, la fiesta y como olvidar el crudo sentido de la realidad en sus mensajes callejeros.



FOTOGRAFÍA 1 y 2. La fucking Banda Derechos Cristian Urbina

La puesta en escena en el set se presentará de una manera abrupta generando un ámbito desconcertante para el “común” esto lo que logrará es diferenciarnos del resto dejando claro que no estamos con el sistema sino contra el sistema, pero ojo esto

no significa que todo esté desorganizado por el contrario la idea es poder formular una atmósfera fuera de lo común, pero con mucho estilo.

Formular una estética propia a la hora de mostrar nuestro material dará identidad a todo el público que nos quiera conocer. Por esta misma razón decidí generar un punto de anclaje en nuestro programa, una sección que no puede ser suplantada ni cambiada por cualquier otra ya que esta será la encargada de atraer a nuestro público a través de la música y buena puesta en escena de un artista principal por capítulo, algo que verdaderamente en la red se mueve y muestra con muy buen campo de recepción a nivel global, de igual manera se incluye la entrevista lo cual potencia el contenido del programa generando ese acercamiento al artista que tanto buscamos.

Para este segundo capítulo hemos pensando en explorar nuevos espacios interactuando y aprendiendo un poco más del movimiento, generando dinamismo al programa, promocionando los lugares escondidos de la ciudad que tienen mucho que contar.



FOTOGRAFÍA 3. Derechos Cristian Urbina

### 1.3. ESTRUCTURA NARRATIVA GENERAL DEL PROYECTO

Tabla 1. Estructura Narrativa

ELEMENTOS PROGRAMA	CONTENIDO	CARACTERÍSTICAS	TIME	REFERENTES
CABEZOTE	Ejecutaremos una segundo Intro con nuevas imágenes	Tomará protagonismo los cuatro elementos aún sin embargo se asegura la llegada de nuevas adquisiciones como la ropa, la calle, los eventos, e historia del hip hop.	<b>30SEG</b>	
PRESENTACIÓN	El host de la casa hace su presentación envuelto con el público	En esta ocasión nuestro presentador casi nadie estará sentado en la tarima jugando con unos aerosoles, Radha llega por detrás y le menciona que está en el set L' O positivo	<b>30 SEG.</b>	<a href="https://youtu.be/rssw8i036D8">https://youtu.be/rssw8i036D8</a> 
SHOW	Artista invitado L'Ó POSITIVO	Tendremos un artista invitado el cual abrirá el programa con una puesta en escena que consta de varios cambios	<b>5 MIN</b>	<a href="https://youtu.be/ZfHPB82bE5k">https://youtu.be/ZfHPB82bE5k</a> 
ENTREVISTA	Conoceremos el concepto del artista por el hip hop.	La entrevista se llevará a cabo por una presentadora guiada por una planilla de notas en las cuales tendremos preguntas asignadas sobre el recorrido de los artistas.	<b>5 MIN</b>	<a href="https://youtu.be/xrKMsJc1GCc">https://youtu.be/xrKMsJc1GCc</a> 
INTERACCIÓN	Nuestro presentador tendrá una amiga la cual lo invite a la próxima sección	Tendremos la interacción de nuestros personajes seleccionados los cuales nos llevaran a la próxima sección llamada coleccionista	<b>40 SEG</b>	 <a href="https://youtu.be/FaDQA3kCUgA">https://youtu.be/FaDQA3kCUgA</a>

<b>PREGUNTA INTERACTIVA</b>	Un artista invitado es mostrado incógnitamente	¿Cuál de los miembros de piso 8 es este artista? al finalizar este capítulo sabremos la respuesta	<b>30 SEG</b>	
<b>TEORÍA CALLEJERA</b>	Conoceremos la historia de artistas inspirados en el arte urbano	Realizaremos un micro documental, mostrando el inicio, nudo y desenlace, de la marca de ropa HTM quienes se han inspirado en el elemento del graffiti para realizar sus prendas	<b>6 MIN</b>	<a href="https://youtu.be/O46SXBkls5M">https://youtu.be/O46SXBkls5M</a> 
<b>COLECCIONISTA</b>	Este contenido estará dedicado a todo aquel amante de guardar y tener una adicción por la música.	Desarrollaremos la entrada de un reportero a una tienda de vinilos en la cual el encargado nos enseñara el secreto detrás de los vinilos!	<b>5 MIN</b>	 <a href="https://youtu.be/e21kNI9QaZc">https://youtu.be/e21kNI9QaZc</a>
<b>RESPUESTA (CIERRE)</b>	Mostraremos la respuesta a nuestra pregunta interactiva	Mostraremos la respuesta de quien es el artista incognito. Respuesta: <b>El Topo</b> Invitaremos al público a ver el video en YouTube	<b>2MIN</b>	 <a href="https://youtu.be/7m8dKw5QlzM">https://youtu.be/7m8dKw5QlzM</a>

#### 1.4. PUNTO DE VISTA NARRATIVO

Hijos de la época es un programa dinámico el cual debe ser impulsado no por uno si no por varios hilos conductores lo cual lo destinen a pertenecer como fiel programa de hip hop, en primer lugar el presentador principal CASI NADIE será el fundamento pionero de la estructura ya que gracias a él tendremos el preámbulo inicial del maestro de ceremonia, acompañado de RADHA un personaje elemento que interactúa con Casi nadie para darle entrada al artista invitado al programa, Lucia Vargas realizará la entrevista a nuestros invitados realizándole preguntas específicas que nos ayudan a fortalecer los conocimientos acerca de las herramientas artísticas del Hip Hop. Radha invita a Casi Nadie a un lugar espectacular de vinilos. Radha busca un vinilo el cual le pueda gustar a Casi Nadie, lo escuchan, se tropiezan con un viejo amigo quien le habla más a fondo acerca de la historia del sampleo. Radha mira el celular y ven la pregunta interactiva. Inicia el



contenido de Teoría callejera, vemos imágenes del inicio nudo y desenlace de la marca HTM narrado por Tito el creador de la marca. Finalmente cerramos el capítulo con la respuesta de nuestra pregunta interactiva presentando así al artista de Piso 8 El Topo, en nuestra locación principal con una puesta en escena completamente diferente

### **1.5. TRATAMIENTO DE PERSONAJES**

Presenta y describe quiénes son los personajes (protagonistas, antagonistas, entrevistados, secundarios, etc.). Plantea cuál es la motivación y la función de cada uno de ellos. ¿Cuál es el arco de transformación de los personajes (si aplica)? ¿Qué papel juegan en la entrega de contenidos? ¿Por qué se seleccionan los personajes propuestos? ¿Cuáles son los criterios de selección de personajes?

#### **PROTAGONISTAS:**

##### **CASI NADIE**

Es el “host” principal de la casa, tiene más de quince años de experiencia en tarima, da por entendido su conexión con el público hip Hopper de nuestra ciudad, en su hoja de vida también podemos notar una carrera de filosofía y dramaturgia las cuales nos entregaran un personaje con facetas introspectivas, críticas, carismáticas llevadas por el principal concepto de la “unión” el cual se guiará a través de la comunicación con la pantalla. Su lección es por su particular personalidad quien le da un toque cómico y relajado. Rompiendo con los estigmas del típico presentador.

##### **LUCIA VARGAS**

Una de las primeras raperas de la ciudad desde hace 17 años está aportando con sus líricas y activismo al movimiento. Ha recorrido varios países de Europa y Latinoamérica. Ha participado en Hip Hop al parque. Su música tiene un mensaje claro de revolución y lucha, en contra del sistema opresor. Su lección se da por su conocimiento y participación en el movimiento, así como también ser puntual en el momento de la entrevista.

##### **RADHA SOUL:**

Desde los 19 años canta y compone rap, ha recorrido Ecuador, Perú, Bolivia, Chile, Argentina y Uruguay, aprendiendo de estos países sobre el movimiento Hip Hop. Presentadora del noticiero Vrinda. Productora e investigadora del programa HDÉ. Su selección es por su versatilidad y naturalidad ante las cámaras, ella al ser más joven que los otros, es curiosa e investiga sobre el movimiento. Le trae datos curiosos a Casi Nadie para el contenido del programa.

#### **ENTREVISTADOS**

**L’O POSITIVO & GUECHA BACATÁ:** Artistas realmente comprometidos con el movimiento, las calidades de sus composiciones son excelentes, los contenidos de



sus letras representan la verdadera esencia de artistas *Rappers*, su música lo ha llevado a Francia y vivir allá un tiempo. Humilde y guerrero. Sabe desenvolverse ante las cámaras. Su voz tiene un color particular, fiel hijo de las calles bogotanas.

**TITO HTM:**

Pionero en la creación de marca independiente de ropa para la escena urbana de Bogotá, hardcore, punk, hip-hop, el grafiti es el elemento que lo vio crecer y así generarle grandes ideas para plasmarlas en sus prendas.

**DJ BESS:**

Gran conocedor de vinilos.

## 1.6. INVESTIGACIÓN

### 1.6.1 Marco conceptual

**Tema:** El Hip Hop, herramienta artística de transformación social.

Significado de los términos:

**HIP-** conciencia **HOP-** Movimiento **RAP** - Rhythm And Poetry

El movimiento nace en Norteamérica en los años 70's y 80's. Gracias a películas como *Beat Street* y *Breakin'g*. El movimiento aún sin ningún título o reconocimiento se fue expandiendo por diferentes países del continente Latinoamericano. Es así como la llegada del primer elemento es el Break dance, aunque los jóvenes de la época no sabían nada del tema, imitaban los pasos de los personajes de las películas. En Bogotá y el país en general se estaba viviendo una oleada de violencia por el narcotráfico. Los jóvenes si no estudiaban se dedicaban a matar o robar. Esta situación inspiró a muchos jóvenes a vincularse a los elementos del hip hop no solo por ofrecer una alternativa artística y cultural sino también porque se veían identificados con la lucha contra las injusticias y la marginalidad sometida. Pronto el rap se esparció por los barrios marginales de las ciudades de Barranquilla, Medellín, Cali y Bogotá. Algunas de las primeras agrupaciones en el movimiento Hip Hopero colombiano fueron Gotas de Rap, La Etnia, Raza Gángster y Estilo bajo, en poco tiempo el hip hop se consolidó como el género predilecto de los barrios bajos en Colombia, gracias a la posibilidad de explorar y expresar libremente todo lo que se vive.

En 1996 Antanas Mockus era el actual alcalde de Bogotá, vio que existía una amplia marginalidad con los jóvenes Hip Hoperos en algunos barrios de la ciudad, estos necesitaban ya sea un espacio o una representación para su movimiento, lo cual les permitiera sentirse parte de la sociedad sin ser excluidos. Es así como se crear el



festival más grande del hip hop en Colombia llamado “Hip Hop al Parque”.

El parche iba creciendo, Dj Fresh y JC, Javier Arbeláez, más conocidos como Javi Tormento, Kontent, Montuno, Kany, René de la Y, Omar Bam Bam, Me Funky, William Red, pollo, Fonxz, Los Naranjitos y Body Dance no solo se reconocían entre ellos si no que se apoyaban entre sí, todos querían bailar cantar y hacer rap, ya que esto era una forma de expresar con el cuerpo y con la palabra ese ímpetu juvenil de transformación que escapa a las normas morales y reglas establecidas, las cuales funcionaban como una forma de resistencia ante las dinámicas de violencia, pandillerismo y sicariato que por esos años abundaban en Bogotá, por los regímenes de guerra impuesto por la segregación, el desplazamiento y la persecución política.

El interés de rapear pronto fue tomándose toda la ciudad, no solo de aquellas discotecas que abrían el espacio para hacerlo como rumba latina y estudio 51. También se empezó a mover la economía, gracias a la música y ropa que todos los jóvenes Rappers de la época querían tener. Esta estrategia económica para el naciente movimiento representó la posibilidad de establecer emprendimientos económicos dentro del sector. Así nacieron los locales de música.

Actualmente se han visto escuelas de formación hacia los diferentes elementos del Hip Hop. Se ven niños, jóvenes y adultos, practicando break dance, graffiti, escribiendo para componer sus rimas o escuchando mucha música para realizar la mejor pista. A pesar de que existan estos espacios, aún no es suficiente. La represión no se ha ido y muchos jóvenes, especialmente los grafiteros han sido asesinados por realizar su arte. Aún falta para que se creen aulas educativas.

### **1.6.2. Metodología y fuente**

Un claro referente de cómo se podría tratar el programa que queremos manejar, fue; ¡Yo! RAPS de MTV, un magazine de los 90s realizado en E.E.U.U con la ayuda de grandes exponentes del hip hop. El programa consistía en la presentación de videoclips, entrevistas, coberturas de eventos en vivo , comerciales de ropa y diseño, presentación de artistas con puesta en escena, hasta incluso llegar a mismas notas informativas que realzan el concepto de la cultura en general , la popularidad que logró acoger yo! raps fue gigantesca tanto así que se reporta que marcaron muchísimas tendencias a lo largo de su emisión, lo impresionante no solo fue que generaron este auge en su país de origen, lo que ellos lograron fue catapultar la escena hip Hopper alrededor de todo el mundo

Recordemos que no hablamos de un estilo musical, hablamos de un estilo de vida, pasión, amor y tradición a través de los años. Este programa no debe olvidar las raíces de las que hace parte el hip hop, la historia que corre por su nombre ordena un proceso significativo demasiado amplio, hijos de la época tiene que preocuparse



por contarle a sus espectadores de lo que hace parte, para que se sienta identificado al respecto, con lo que mostramos y documentamos.

Después de esto lo que viene son los elementos encargados de nutrir la escena con arte segmentado por habilidades destrezas e ímpetu de cada integrante de la comunidad, bien sea; Break dance, Dj, Graffiti o Mc su proceso tiene una forma de ser en la cual el hip hop cobra vida, ante el recorrido, la experiencia y circunstancia de cada quien.

Es ahí donde se confabula una estética, la capacidad de reconocerse e identificarse con la cultura, la ropa con la que vestimos, la jerga con la que nos comunicamos, el sonido con el que nos expresamos, da por entendido al mundo lo que somos llevando a puestas en los hombros el honor de una tradición de un linaje especial con vocación en lo que profesa y cree.

### **1.6.3. Cubrimiento temático**

#### **Lista de títulos:**

**Cap. 1** El origen

**Cap. 2** Estilo de Vida

**Cap. 3** La fraternidad

**Cap. 4** Tradición y distinción

**Cap. 5** Por amor al arte

### **1.6.4. Cubrimiento geográfico**

El origen de nuestro programa tiene como referente el movimiento Hip Hop de la ciudad de New York en los años 80's y 90's, así mismo nuestra ciudad Bogotá también es la muestra de geográfica de un movimiento cultural transformador, creemos y confiamos en este espacio urbano por su gran diversidad cultural en ámbitos necesarios como lo es el Hip Hop, de esta manera demostraremos ser fuertes y bien representados. La locación principal está ubicada en el barrio Teusaquillo ya que es un punto central para la producción de este proyecto. Otros espacios en los que desarrollaremos este segundo capítulo están ubicados en el centro de la ciudad.

## **1.7. TRATAMIENTO AUDIOVISUAL**



### 1.7.1 Formato

**Formato narrativo:** Tv serie/ serie web

**Formato de grabación:** Full HD/ 30fps

**Contratista:** Juliana Giraldo Delgado

### 1.7.2 Recursos audiovisuales

El diseño visual mantiene la esencia de los años 80's, las piezas sonoras realizadas para las cortinillas son composiciones originales. Los encuadres que manejaremos en el set de grabación veremos no solo a los artistas invitados sino elementos escenográficos característicos de la cultura, Los movimientos de cámara están pensados en la cámara del medio que será un plano general de todo el espacio de la tarima haciendo zoom in, zoom out muy sutiles y leves Paneos, holandeses para armonizar el plano. Las cortinillas están diseñadas con elementos representativos de la calle, edificios y calles. El sonido ambiente en el estudio será como un live sesión, para la entrevista escucharemos al artista respondiendo e interactuando con nuestro personaje, así como también habrá aplausos. La musicalización será realizada por la productora Living Room. Al tener la música como uno de los elementos narrativos principales en nuestro proyecto el montaje será guiado según la canción que estemos escuchando.

## 1.8. SINOPSIS DE CAPÍTULOS

Hijos de la época será ese programa dinámico, entretenido, informativo y además incluyente que traerá información de todo este gran contexto cultural urbano que hoy por hoy perdura en la capital. Fortalece los conocimientos del movimiento cultural Hip Hop de Bogotá junto a los elementos que lo componen (Break Dance, Graffiti, Dj, Mc).

**Cap. 1 El origen:** El host les da la bienvenida a la Fucking Banda, quienes nos muestran su performance. Serán entrevistados por Casi nadie para conocer un poco más de ellos. Suena el teléfono es el Profesor H.H quien nos instruye acerca del elemento del Break dance como elemento origen del movimiento en la ciudad. Casi Nadie tiene en el estudio unos jóvenes bailarines del grupo Special Moves quienes nos muestran diferentes pasos. Finalmente, un artista emergente de la Localidad de Bosa se presenta, teniendo la oportunidad de grabar profesionalmente un tema.

**Cap. 2 Estilo de Vida:** Radha llama la atención de Casi nadie, diciéndole que esta vez en el programa se encuentra el señor O positivo, un master de la rima, Lucia Vargas realiza la entrevista. Radha le habla a Casi nadie de un lugar espectacular que encontró sobre vinilos, en donde se encuentran con un conocedor de pastas. Conoceremos el estilo de vida que HTM tiene para ser.

**Cap. 3 La fraternidad:** Lucia Vargas le da la bienvenida al programa al Kalvo y



Mismo Perro beat, siendo estos grandes amigos de hace varios años, así que de forma más fraternal se entabla la entrevista. Buscaremos a los primeros mcs de la ciudad para aprender de ellos la fórmula de hacer poesía al son del bombo y la caja.

**Cap. 4 Tradición y distinción:** Tendremos de invitado al señor Claf Seis, Conoceremos la historia del elemento del grafiti en la ciudad su tradición y como los tags se convierten en marcas de distinción en las calles.

**Cap. 5 Por amor al arte:** Casi Nadie cierra la temporada con un tema inolvidable, homenajeamos con esta presentación a nuestro Director de arte y Diseñador de iluminación, Camilo Jiménez, quien en el transcurso del proyecto sufrió un accidente y falleció, por medio de su arte dejó el claro ejemplo del legado de este tiempo, por siempre Hijo de esta época.

### **1.9. DESCRIPCIÓN DE ELEMENTOS DIFERENCIADORES Y RECURSOS QUE HACEN LA SERIE ATRACTIVA PARA EL PÚBLICO OBJETIVO**

Nos hemos visto en la necesidad de realizar este programa de televisión por el simple hecho de que nadie se ha atrevido a realizarlo. Con el tiempo de inicio hemos tenido una buena acogida especialmente por jóvenes y adultos entre los 17 y 34 años, quienes están en la búsqueda de cosas, artistas, música innovadora. Muchos jóvenes no tienen la costumbre de investigar ya que la tecnología nos ha hecho un poco obsoletos, pero está en nosotros crear un contenido que beneficie el tiempo de vida de los espectadores, por lo menos aprenden algo que antes no sabían y así mismo se genera cultura. Creemos en el Hip Hop como nuestra forma de vida, vivimos esta filosofía 24 horas de los 7 días de la semana, por lo tanto, al tenerle tanto amor, nos unimos para crear un contenido de calidad, hecho por Rappers para Rappers.

## **2.GUIA DE ESTILO**

**Nombre del proyecto:** Hijos de la Época

**Capítulo:** Estilo de vida

**Director:** Cristian Chamorro

**Casa productora:** Juliana Giraldo

**Fecha:** Octubre 2019

## 2.1. DESCRIPCIÓN DEL FORMATO / ESTRUCTURA EN ESQUEMA

TABLA 2. Descripción del formato



INTRO DEL BLOQUE 1
SHOW ARTISTA
ENTREVISTA
CIERRE BLOQUE 1
PREGUNTA INTERACTIVA / COMERCIALES
INTRO BLOQUE 2
PRESENTACIÓN
ENTREVISTA
RESPUESTA / COMERCIALES
ELEMENTO / TEORIA CALLEJERA

## 2.2. FOTOGRAFÍA

### Encuadres, atmósfera, movimientos:

De acuerdo el espacio del set y la puesta en escena se hará un esquema cruzado (Criss Cross) a 3 cámaras, para este esquema se usarán 2 cámaras Sony Alpha 6300 montadas en estabilizador, estas registrarán principalmente al artista y el presentador, siempre de plano medio largo a primeros planos, dependiendo la acción, situación y momento de los personajes, también tendremos una Sony Handycam montada en trípode, haciendo un plano general de todo el espacio de la tarima haciendo zoom in,

zoom out muy sutiles y leves paneos para armonizar el plano. Habrá una cuarta cámara que será una GoPro la cual estar ubicada junto al dj.



FOTOGRAFÍA 4. Entrevista O positivo Derechos Cristian Chamorro



FOTOGRAFÍA 5. Tienda HTM Derechos David Jiménez

## 2.2.1 LOCACIONES Y ESCENARIOS

**INT. SET HDÉ.**



FOTOGRAFÍA 6. Set de grabación HDÉ Derechos Cristian Chamorro

**INT. TIENDA COLECCIONISTAS**



FOTOGRAFÍA 7. Locación Coleccionistas Derechos Juliana Giraldo

### INT. TIENDA 1 HTM



FOTOGRAFÍA 8. Tienda HTM Derechos Juliana Giraldo

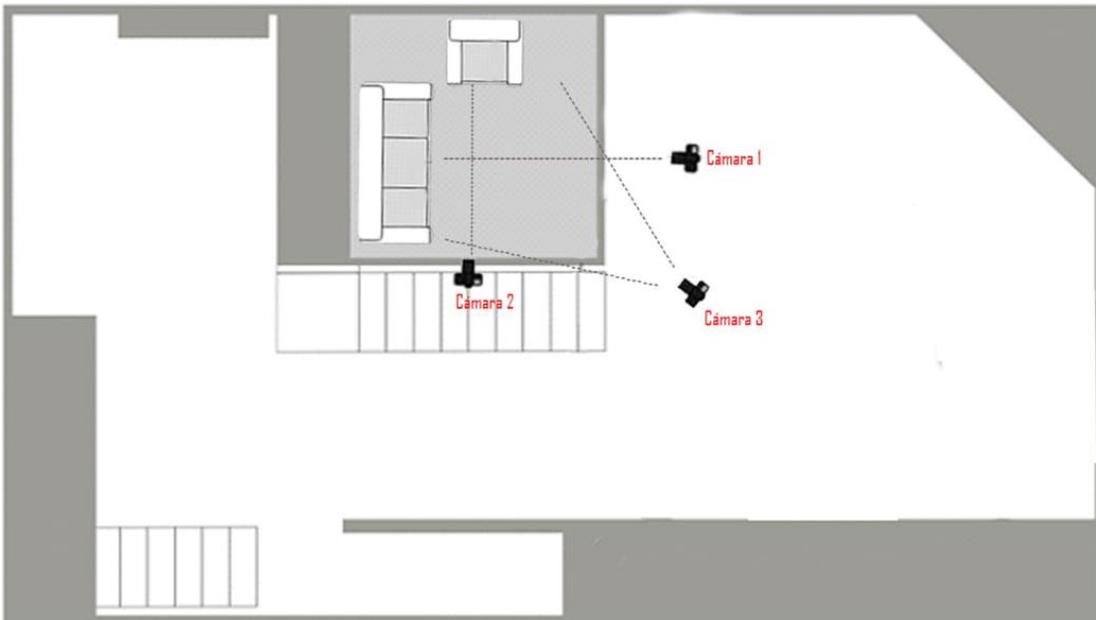
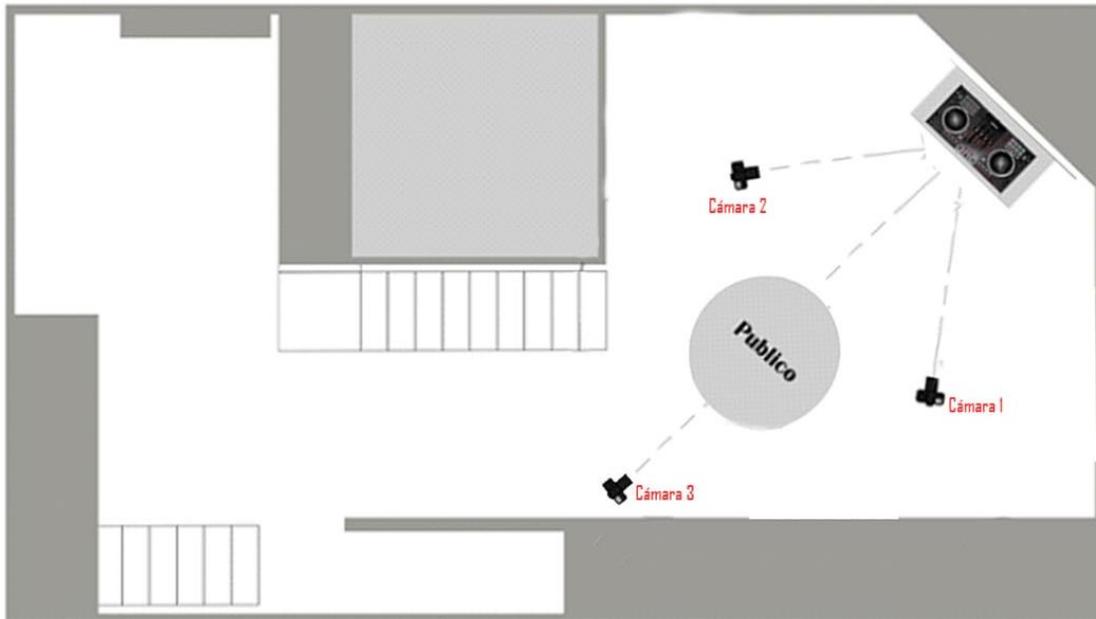
### INT. TIENDA 2 HTM



FOTOGRAFÍA 9. Tienda HTM Derechos Cristian Urbina

## 2.2.2 LEVANTAMIENTO DE PLANTA

Entrevista y presentación O Positivo





#### **2.4. ESTILO DE PRESENTADORES O PERSONAJES CENTRALES DEL PROYECTO**

**CASI NADIE:** 28 años, gestor y cantante del hip hop, cantante, sencillo, humilde, divertido, simpático, espontáneo, es el host principal del programa.

**LUCIA VARGAS:** 30 años, cantante Hip Hop, sonriente, metódica, es quien hace entrevistas.

**RADHA:** 24 años, cantante Hip Hop, presentadora, realiza cubrimientos a eventos, entrevista, versátil, alegre.

#### **2.5. DESCRIPCIÓN DE PROPUESTAS VISUALES**

- **Story Boards, gráficos, bosquejos, dibujos, etc.)**
- **Cabezote**
- **Logo del programa, con tres opciones de nombre** (este requisito debe estar sujeto a las necesidades del proyecto y debe concertarse con el productor delegado)
  
- **Graficación para:**
  - Despedida
  
  - Secciones del programa
  
  - Salida y entrada a comerciales
  
  - Banners
  
  - Intercortes
  
  - Cortinillas
  
  - Texturas, marcos, fondos, otros
  
- **Fuentes tipográficas**
- **Animaciones:** (Usos, frecuencia, tipo)



- **Créditos** (Orden, fuente, altas y bajas, color, fondo, información reseñada por tipo de personaje, lugar, fecha, entre otros)
- **Subtítulos** (Fondo, color, tamaño fuente)

**Nota:** En estas categorías, hacer una descripción de uso de técnica (3D – 2D tonos, color, etc.) y especificar su uso: cuándo, para qué, cómo, dónde, duración.

## 2.6. ESTILO DE NARRACIÓN

- **Redacción de textos**

El tipo de narración que llevaremos a cabo en nuestro programa será dado en primera y tercera persona.

El lenguaje manejado por los presentadores será espontáneo según su personalidad, relajado, metódica, natural.

- **Locuciones** Estará dada a mantener la esencia de un Rappers, pero sin groserías.
- **Entrevistas** Las preguntas están enfocadas para conocer un poco más a fondo al artista y realizarle preguntas puntuales para conocer su punto de vista y cómo ve el hip hop actualmente

## 2.7. ARTE

- **Puesta en escena**

**Show artista:** para esta parte del programa en tarima se utilizarán 2 barriles para que el Dj ponga sus equipos, en la esquina lateral derecha tendremos un cassette grande con algunos cuadros y aerosoles. Las paredes están grafiteadas y tendrán un juego de luces para generar contrastes

**Entrevista:** Estaremos ubicados en el salón del profesor H.H, estará el sofá grande para los artistas invitados, junto a uno pequeño en donde se sentara uno de nuestros presentadores. Entre los sofás estarán 2 barriles para el DJ.

**Coleccionista:** Estaremos en un interior donde hay gran variedad de vinilos aquí organizaremos el espacio de tal manera que se vea muy natural, pero lo acompañaremos con algunos elementos de nuestro set, junto a 3 luces para colorear el lugar.

**Artista interactivo:** Para esta sección el artista estará en nuestro set con unos paneles de madera que permiten pasar la luz blanca, y un triángulo de luz cenital de color rojo y azul que permite jugar aleatoriamente creando un espectáculo único entre blanco y negro y color.

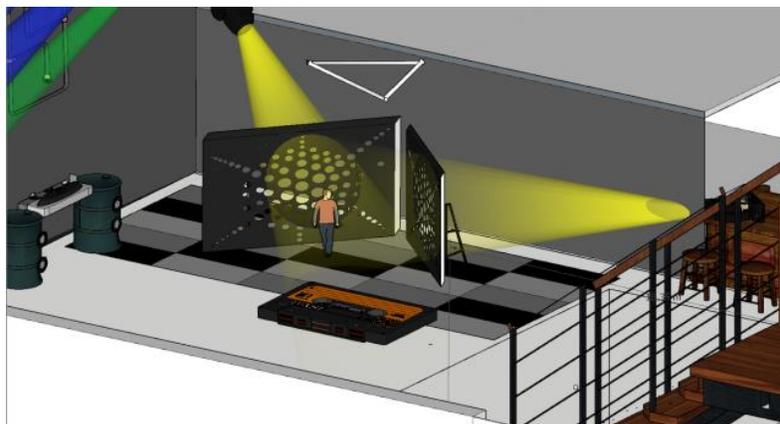
**Teoría callejera:** Este espacio al ser tipo micro documental no realizaremos interferencia con los objetos que se encuentran, sino que solo los iluminaremos para darle un aspecto más cinematográfico. Algunos espacios se llevarán a cabo en la calle con luz natural.

- **Diseño de escenografía**

Imagen 1. Escenografía Show artista



Imagen 2. Escenografía Artista interactivo



### 2.7.1. AMBIENTACIÓN

La tarima cuenta con 6 metros de largo y 3 metros de ancho 2 niveles, la pared es de color gris, decorada con diferentes graffiti, se utilizarán 2 barriles para que el Dj ponga sus equipos, en la esquina lateral derecha tendremos un cassette grande con algunos cuadros y aerosoles. Las paredes están grafiteadas y tendrán un juego de luces para generar contrastes



Fotografía 10. Show O positivo. Derechos Edinson Ramírez

TABLA 3. Show artista

ELEMENTO	COLOR		CARACTERÍSTICAS
Pared general	■		En algunos espacios llevará los vinilos
Ventana			Degradé de tonos cálidos
Vinilos	■		Pintados con laca dorada
Sofá grande	■		Tapizado con terciopelo
Tarima piso	■		Base de madera + tapete
Cabinas de sonido	/	/	Barriles de madera
Spot DJ	■		Tornamesas
Mesa	■	■	Rectangular con luz interna
Chimenea	/	/	Natural y prendida
Logo			bombing pared general
Lámparas de PVC			Tubería Negra con bombillas de luz azul y cálida
Presentador		■	Patrocinio



Fotografía 11. El topo

TABLA 4. ARTISTA INTERACTIVO

ELEMENTO	COLOR	CARACTERÍSTICAS
Pared general	Blue	Poster / retazos de espejo
Presentador	Red and Black	Patrocinio
Iluminación	Red and Blue	Triángulo de luz

## 2.8. EDICIÓN

- **Ritmo** El ritmo que se mostrará será continuo y progresivo, tendrá momentos rápidos para darle dinamismo y unos lentos para dar calma visualmente.
- **Uso de elementos gráficos** Tendremos graficaciones y banners para saber quién es el artista del programa así como el presentador, también las cortinillas nos darán el cambio de sección.

## 2.9. MÚSICA

**Género:** HIP HOP y RAP

Living Room Inc. se encargará de la parte sonora, buscando dar un aire fresco y natural desde la parte auditiva mediante capturas de sonido en vivo (musical), sonido ambiente, sonido directo (desde consola), sonido dirigido (shotgun), Foley y producción musical (creación de pista y/o jingle del programa) así como

musicalización ambiental durante el programa, para que todo esto fusionado genere una atmósfera rica en cuanto a lo que sonido se refiere cubriendo todos los aspectos a los que el sonido pudiese apoyar lo visual.



Mac Book interfaz Behringer Pro Tools / Live Ableton / Logic Pro X Grabadora Zoom H4n Pro (4 canales) Micrófono -Condensador (Híper cardiode).

Imagen 3. Equipos sonido

### 3. ESCALETA



señalcolombia

- 1 Nombre del proyecto: Hijos de la Época
- 2 Capítulo: 2 estilo de vida
- 3 Director: Cristian Chamorro
- 4 Productora: Juliana Giraldo

No	NOMBRE DE LA SECUENCIA	DESCRIPCIÓN DE LA SECUENCIA
1	<b>INTRO</b>	CASI NADIE & RADHA dándole la bienvenida al artista invitado
2	<b>PRESENTACIÓN</b>	ARTISTA INVITADO: L´O positivo y Dj Guecha
3	<b>ENTREVISTA</b>	LUCIA VARGAS L´Opositivo y Dj Guecha
3	<b>ENLACE</b>	Cierre del primer bloque y conexión al siguiente
4	<b>INTRO</b>	Radha busca un vinilo para Casi Nadie
5	<b>DJ COLECCIONISTA</b>	Escuchar los vinilos y conocer acerca del sampleo
6	<b>PREGUNTA INTERACTIVA</b>	¿Qué artista de Piso 8 crees que es nuestro invitado? A. Robert Tiamo, B. El Topo



7	<b>ENLACE</b>	Televisión teoría callejera
8	<b>TEORÍA CALLEJERA</b>	Historia inicio nudo y desenlace de la influencia de Graffiti en la marca HTM
9	<b>RESPUESTA</b>	El Topo
10	<b>CRÉDITOS</b>	Producción, Dirección, Fotografía, arte, iluminación, sonido, edición, Arritas invitados, presentadores, patrocinios.

#### 4. GUIÓN

**Nombre del proyecto:** Hijos de la Época

**Capítulo:** Estilo de vida

**Director:** Cristian Chamorro

**Casa productora:** Juliana Giraldo      **Año:** 2019

##### GUIÓN CAPITULO "ESTILO DE VIDA"

###### ESC 1. INT/TARIMA/INTRODUCCION/TARDE.NOCHE

Casi nadie (32) se encuentra sentado observando fijamente una lata de aerosol, la atrapa interesadamente, presiona su boquilla hacia una dirección.

Radha (24) aparece

**RADHA**

Ey...casi!

Ey. casi!!

Radha (24) Corre directo para contarle algo a casi nadie.

**RADHA**

Recuerdas de este parcerero que me presentaste en el festival de Kennedy mmm... ¿el opo?



Casi nadie (32) la mira con curiosidad y le responde rápidamente.

**CASI NADIE**

SAS... SAS...

Radha (24) se pone feliz...

**RADHA**

si!! ¿pues adivina qué?  
lo trajimos hoy para el programa.

Casi nadie (32) se sorprende levantándose rápidamente

**CASI NADIE**

¡No te creo, enserio!!! ¿wowww donde esta?

Radha (24) señala la dirección en donde se encuentra o positivo.

Casi nadie (32) sonríe lo saluda, sale al frente de la tarima levanta sus manos preparando su bienvenida.

#### **ESC 2. INT/TARIMA/PRESENTACION/TARDE.NOCHE**

O positivo (30) sale detrás del público listo para preparar su show case.

(en esta escena tenemos que tener presente que el artista es el encargado de dirigir la escena por su performance, nuestro deber es registrarlo lo mejor posible.)

#### **ESC 3. INT/SALON H.H/ENTREVISTA/TARDE.NOCHE**

En esta parte del programa lucía Vargas (33) tendrá la oportunidad de generar la entrevista en nuestro programa, las preguntas están redactadas en su propia manera crítica de observar el perfil de los personajes.

#### **ESC 4. INT/SALON H.H/EY! CASI.../TARDE.NOCHE**

Dj Bes (27) utiliza las tornamesas mientras mezcla algunos vinilos. Casi nadie (32) se acerca con curiosidad ve las tornamesas y comienza a jugar con ellas, mueve las manos junto los discos.

Radha aparece por la parte de atrás del sed observa sorprendida a casi nadie al verlo en las tornamesas



**RADHA**

huy! casi, quien te ve.  
quien te ve.  
¿desde cuándo DJ?

casi nadie (32) se voltea sonríe, choca su mano con Radha.

**CASI NADIE**

JAJAJA normal...  
un fresquito para la mente.

Radha lo mira fijamente.

**RADHA**

! ¡HA! si... ¿pues adivina qué?

**CASI NADIE**

! ¡QUE!

**RADHA**

Te tengo una sorpresa  
iremos a una tienda.

casi nadie, mira dudosamente.

**CASI NADIE**

¿y eso?  
¿me vas a llevar a comprar zapatos?

Radha sonríe.

**RADHA**

No. algo mejor. te llevare a una de las  
tiendas de vinilos más grandes de Bogotá.

**CASI NADIE**

¡HO!  
¿enserio? y que esperamos.

**RADHA**

Nada, vamos...

Radha sale del set con casi nadie.



**ESC 5.INT/TIENDA COSMOS/COLECCIONISTAS/TARDE.NOCHE**

Radha agachada (24) busca vinilos fijamente, hasta que observa la cámara acercarse fijamente, mira para ambos costados y le dice con voz de susurro.

**RADHA**

Hijos...

me le perdí a casi nadie quiero  
llevarle una sorpresa...

¿me acompañan?

Radha se levanta preparada para buscar vinilos, camina por toda la tienda buscando el regalo perfecto para casi nadie.

**(esta sección tendrá como objetivo informar a través de recuadros escritos historias sobre los vinilos mostrados)**

**BREAK MACHINE**

-Break Machine era el nombre de un acto de rap estadounidense de los años 80, liderado por Keith Rodgers y producido por Jacques Morali y Henri Belolo

-El título sencillo del álbum, Street Dance, alcanzó el tercer lugar en la lista de singles del Reino Unido en el 1984 de marzo y se convirtió en el 39 ° sencillo mejor vendido del año. Llegó a la cima de la clasificación en Suecia y Noruega. En Alemania

## 5. DISEÑO DE PRODUCCIÓN

**Nombre del proyecto:** Hijos de la Época

**Capítulo:** Estilo de vida

**Productora General:** Juliana Giraldo

**Jefe de producción:** Caren Guerrero

**Productora de Campo:** Ivonne Rincón

**Año:** 2019B



## 5.1 EQUIPO HUMANO

Tabla 5. Equipo Humano

<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>DIRECCIÓN Y CONTENIDO</b>	
Director general y Guionista	1
Asistente de dirección y Realizador	1
Script	1
Investigador	1
Otros	-
<b>SUBTOTAL EQUIPO</b>	<b>4</b>
<b>PRODUCCIÓN</b>	
Productor general (ejecutivo)	1
Jefe de producción	1
Productor de campo	1
Asistentes de producción	-
Otros	-
<b>SUBTOTAL EQUIPO</b>	<b>3</b>
<b>TALENTO</b>	
Protagonistas	-
Presentador principales	1
Presentador secundario	1
Figurantes	10



Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

Público	10
Otros	-
<b>SUBTOTAL EQUIPO</b>	<b>22</b>
<b>FOTOGRAFÍA - SONIDO - TÉCNICA</b>	
Director de fotografía	1
Camarógrafos	2
Asistente de cámara	-
Asistente de fotografía	-
Gaffer - jefe de luces	1
Luminotécnico	1
Electricista	1
Sonidista	2
Foto fija	2
Coordinador de piso	1
Operador de switcher	-
Operador de VTR	-
Operador de generador de caracteres	-
Jefe técnico	-
Técnico de mantenimiento	-
Otros	-
<b>SUBTOTAL EQUIPO</b>	<b>11</b>

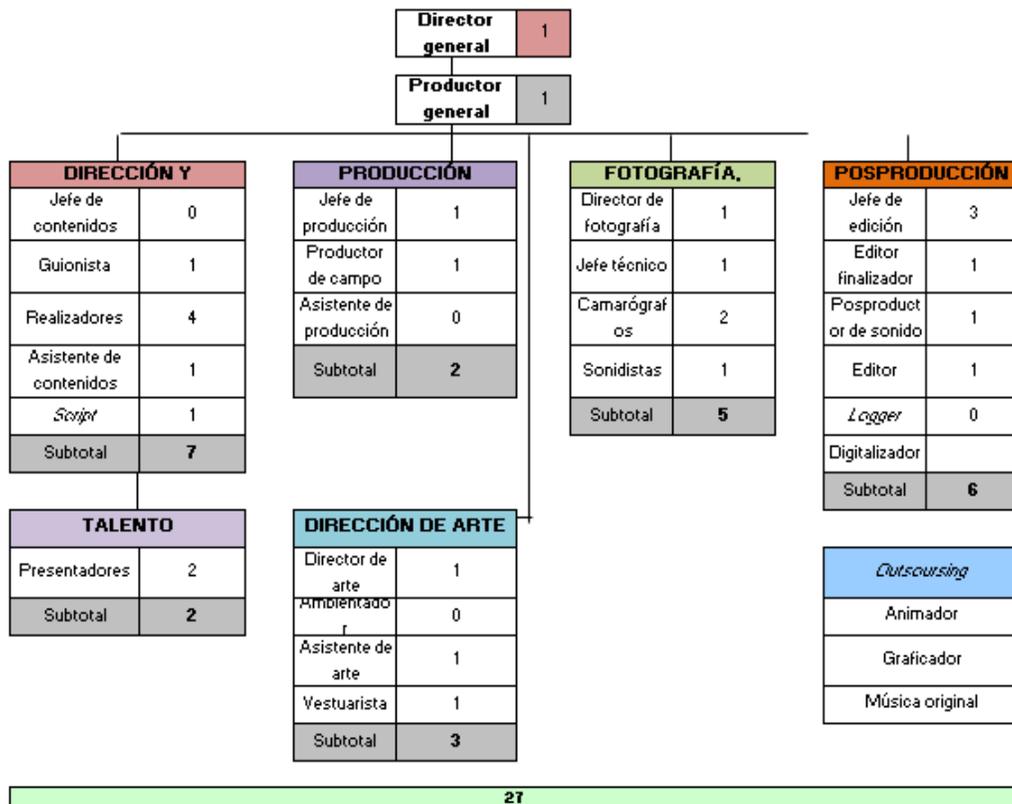
<b>CARGO</b>	<b>CANTIDAD</b>
<b>DIRECCIÓN DE ARTE</b>	
Director de arte, escenografo , ambientador	1
Vestuarista y maquillador	1
Asistentes de arte	1



<b>SUBTOTAL EQUIPO</b>	<b>3</b>
<b>POSPRODUCCIÓN</b>	
Jefe de edición	1
Editor	2
Editor finalizador	-
Digitalizador de material	1
Posproductor de sonido	1
Diseñador gráfico (créditos, logos, animaciones)	1
Música original - compositor	1
Otros	-
<b>SUBTOTAL EQUIPO</b>	<b>7</b>
<b>GRAN TOTAL EQUIPO</b>	<b>50</b>

## 5.2 ORGANIGRAMA

Tabla 6. organigrama





Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
 Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

### 5.3 CRONOGRAMA POR ETAPAS

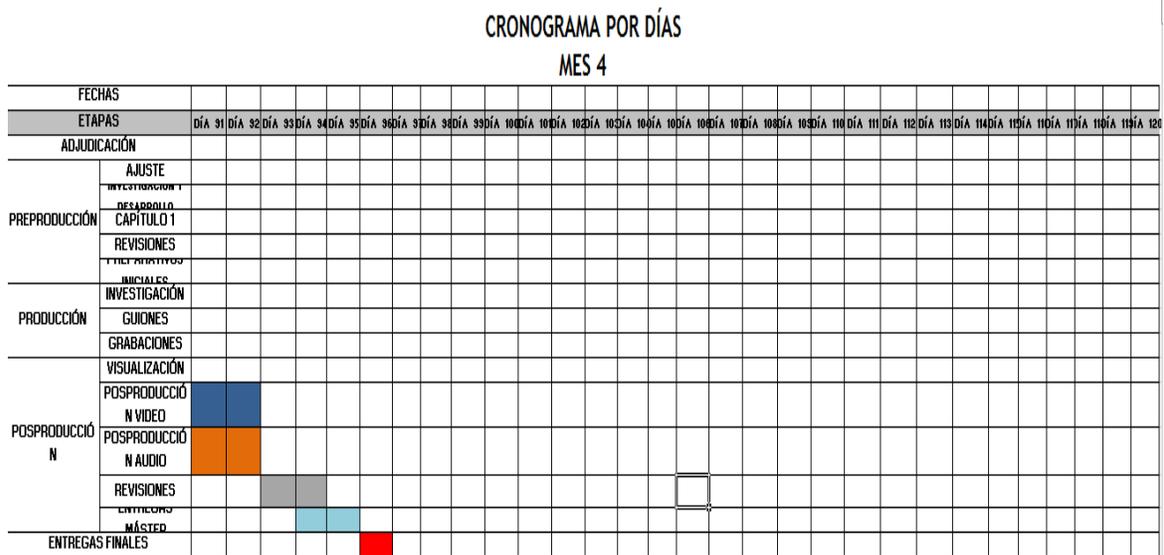
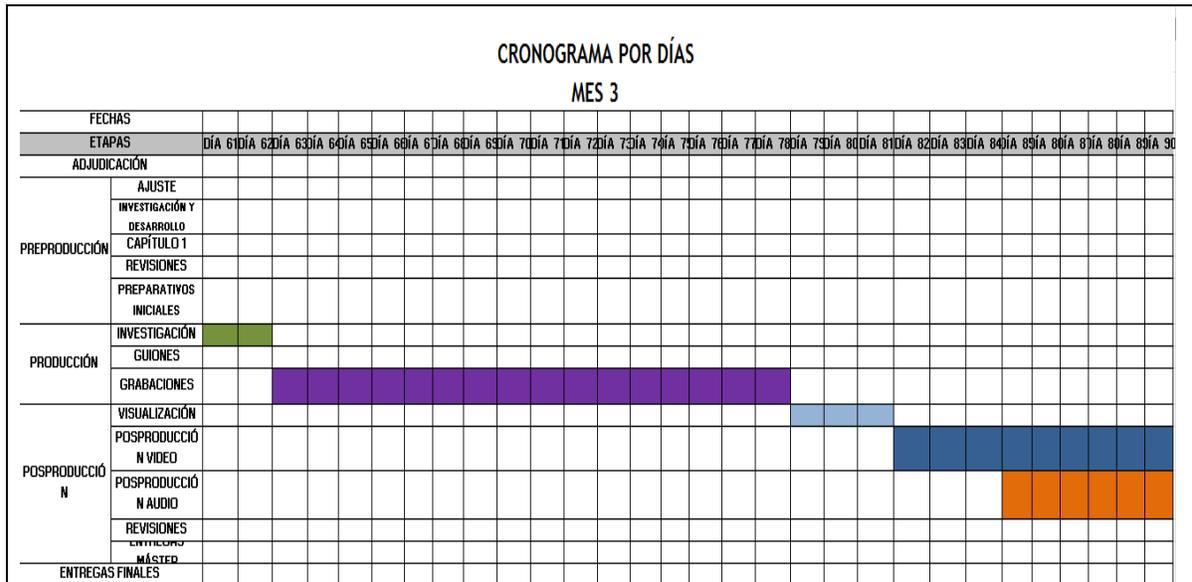
Tabla 7. Cronograma por etapas

ETAPAS		ACTIVIDADES ESPECÍFICAS A REALIZAR	RESPONSABLES	PRODUCTOS A ENTREGAR	TIEMPO EN SEMANAS
<b>ADJUDICACIÓN</b>					
PREPRODUCCIÓN	<b>AJUSTE</b>	Reestructuración del contenido del programa	Directivos de los departamentos de Producción, Dirección, Arte, Fotografía y Edición	Camisas del equipo técnico	2 SEMANAS ( 9 AGOSTO AL 23 AGOSTO)
	<b>INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definir Tema, conflicto, Hipótesis y desarrollo de la investigación</li> <li>Propuestas por departamento</li> <li>Realización de contenido, eventos y cubrimientos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dto. Dirección</li> <li>Dto. Producción</li> <li>Dto. Arte</li> <li>• Dto. Fotografía</li> <li>• Dto. Edición</li> <li>• Dto. Sonido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Computadores para estudiar</li> <li>Material de investigación CD's y Libros</li> </ul>	2 SEMANAS ( 25 AGOSTO AL 8 SEPTIEMBRE)
	<b>CAPÍTULO 2</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estructura Narrativa</li> <li>Nota de dirección</li> <li>Patrocinios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dto. Dirección</li> <li>• Dto. Producción</li> </ul>		2 SEMANAS ( 9 SEPTIEMBRE AL 23 SEPTIEMBRE )
	<b>PREPARATIVOS INICIALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Terminar de organizar libro de producción</li> <li>Tutorías por departamentos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dto. Dirección</li> <li>• Dto. Producción</li> <li>• Dto. Arte</li> <li>• Dto. Fotografía</li> <li>• Dto. Edición</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presupuesto</li> <li>Scouting de locaciones</li> <li>Contratos</li> </ul>	2 SEMANAS ( 22 SEPTIEMBRE AL 4 DE OCTUBRE )
PRODUCCIÓN	<b>INVESTIGACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conclusión de investigación</li> <li>Presentación Embrion</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dto. Dirección</li> <li>• Dto. Producción</li> <li>• Dto. Arte</li> <li>• Dto. Fotografía</li> <li>• Dto. Edición</li> <li>• Dto. Sonido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Presentación Embrion</li> </ul>	2 SEMANAS ( 21 DE SEPTIEMBRE AL 5 DE OCTUBRE)
	<b>GUIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Guion Literario</li> <li>Guion técnico</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dto. Dirección</li> <li>• Dto. Fotografía</li> </ul>		2 SEMANAS ( 25 SEPTIEMBRE AL 9 OCTUBRE)
	<b>GRABACIONES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Coleccionistas</li> <li>Teoría callejera</li> <li>Artista invitado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dto. Dirección</li> <li>• Dto. Producción</li> <li>• Dto. Arte</li> <li>• Dto. Fotografía</li> <li>• Dto. Edición</li> <li>• Dto. Sonido</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Escenografía para exteriores</li> <li>Luces</li> <li>Alimentación</li> <li>Transporte</li> </ul>	3 SEMANAS ( 12 OCTUBRE / 19 OCTUBRE / 26 OCTUBRE )
POSPRODUCCIÓN	<b>VISUALIZACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Montaje del esqueleto del capítulo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dto. Dirección</li> <li>• Dto. Edición</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Disco Duro con todos los archivos de video, fotos y video</li> </ul>	1 SEMANA ( 28 OCTUBRE AL 2 NOVIEMBRE )
	<b>POSPRODUCCIÓN DE VIDEO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colorización</li> <li>Graficos cortinillas y Banners</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dto. Dirección</li> <li>• Dto. Edición</li> <li>• Graficador</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Material de archivo de Teoría Callejera</li> </ul>	1 SEMANA ( 28 OCTUBRE AL 2 NOVIEMBRE )
	<b>POSPRODUCCIÓN DE AUDIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Edición de sonido</li> <li>Musicalización</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dto. Dirección</li> <li>• Dto. Edición</li> <li>• Dto. Sonido</li> </ul>		1 SEMANA ( 2 NOVIEMBRE AL 9 DE NOVIEMBRE )
	<b>ENTREGAS MÁSTER</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Capítulo 2 editado, colorizado y masterizado</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dto. Dirección</li> <li>• Dto. Edición</li> <li>• Dto. Sonido</li> </ul>		( 11 NOVIEMBRE)
<b>ENTREGAS FINALES</b>		Quemar el material realizado en un CD en los formatos de la CUN	Integrantes de Opción de grado	Libro de producción y video en formatos de entrega CD	12 DE NOVIEMBRE





Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
 Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN



**5.5 PRESUPUESTO REAL**

**Tabla 9. Presupuesto real**



Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
 Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior		PRESUPUESTO		 Dirección y Producción de Medios Audiovisuales	
Formato de rodaje		Full HD/ 30fps			
Semanas de preproducción		2 semanas y media			
Semanas de rodaje		1 semana y media			
Semanas de posproducción		2 semanas			
TOTAL PESOS:		1.103.830.000			
NOMBRE DEL PROYECTO:	HIJOS DE LA ÉPOCA				
PRODUCTOR:	Juliana Giraldo Delgado				
DIRECTOR:	Cristian Chamorro Becerra				
<b>RESUMEN</b>					
					<b>Subtotal</b>
1. DESARROLLO:					\$ 14.695.000,00
2. PREPRODUCCION:					\$ 392.770.000,00
3. PRODUCCION Y RODAJE:					\$ 638.080.000,00
4. POSPRODUCCION:					\$ 53.450.000,00
5. PROMOCION Y LANZAMIENTO:					\$ 4.835.000,00
<b>GRAN TOTAL</b>					<b>\$ 1.103.830.000,00</b>
<b>1. DESARROLLO :</b>		<b>Precio unitario</b>	<b>Unidad</b>	<b>Subtotal</b>	
Derechos		\$ 50.000,00	1	\$ 50.000,00	\$ 14.695.000,00
Guión		\$ 1.500.000,00	1	\$ 1.500.000,00	
	Guión Técnico y	\$ 1.000.000,00	1	\$ 1.000.000,00	
	Dibujos de Story Board	\$ 1.000.000,00	1	\$ 1.000.000,00	
Traducción		\$ 2.000.000,00	1	\$ 2.000.000,00	
Investigación		\$ 1.500.000,00	3	\$ 4.500.000,00	
	Investigadores	\$ 1.500.000,00	3	\$ 4.500.000,00	
	Transporte	\$ 5.000,00	17	\$ 85.000,00	
	Alimentación	\$ 20.000,00	3	\$ 60.000,00	
<b>2. PREPRODUCCION :</b>		<b>Precio unitario</b>	<b>Unidad</b>	<b>Subtotal</b>	
<b>ADMINISTRACION GENERAL</b>					
Arriendo y administración		\$ 1.600.000,00	3	\$ 4.800.000,00	
Asesor jurídico		\$ 120.000,00	2	\$ 240.000,00	
Servicios públicos (tel, agua, etc.)		\$ 90.000,00	1	\$ 90.000,00	
Papelera y fotocopias		\$ 100.000,00	1	\$ 100.000,00	
Cafetería y refrigerios		\$ 90.000,00	1	\$ 90.000,00	\$ 7.660.000,00
Transportes urbanos		\$ 50.000,00	24	\$ 1.200.000,00	
Alquiler computadores		\$ 20.000,00	3	\$ 60.000,00	
Timbres contratos		\$ 45.000,00	24	\$ 1.080.000,00	
<b>ADMINISTRACION</b>					
Productora de campo		\$ 1.800.000,00	50	\$ 90.000.000,00	
Productora general		\$ 1.800.000,00	50	\$ 90.000.000,00	
Jefe de Produccion		\$ 1.800.000,00	50	\$ 90.000.000,00	\$ 385.110.000,00
Director		\$ 1.300.000,00	40	\$ 52.000.000,00	
Director de Arte		\$ 1.200.000,00	40	\$ 48.000.000,00	
Carro de preproducción		\$ 50.000,00	1	\$ 50.000,00	
transporte		\$ 30.000,00	30	\$ 900.000,00	
Videos de casting y locaciones		\$ 700.000,00	9	\$ 6.300.000,00	
	Alquiler cámara y luces	\$ 600.000,00	6	\$ 3.600.000,00	
	Operario	\$ 700.000,00	6	\$ 4.200.000,00	
Búsqueda de locaciones		\$ 60.000,00	1	\$ 60.000,00	
<b>3. PRODUCCION Y RODAJE :</b>		<b>Precio unitario</b>	<b>Unidad</b>	<b>Subtotal</b>	
<b>ADMINISTRACION</b>					
Producción ejecutiva		\$ 1.800.000,00	50	\$ 90.000.000,00	
Productor de campo		\$ 1.800.000,00	50	\$ 90.000.000,00	\$ 272.060.000,00
Producción General		\$ 1.800.000,00	50	\$ 90.000.000,00	
Mensajería		\$ 20.000,00	3	\$ 60.000,00	
Transportes urbanos		\$ 50.000,00	30	\$ 1.500.000,00	
Seguros	ARL	\$ 500.000,00	1	\$ 500.000,00	



Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
 Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

DIRECCION					
Director		\$ 1.300.000,00	40	\$ 52.000.000,00	\$ 57.600.000,00
Script		\$ 700.000,00	8	\$ 5.600.000,00	
ELENCO					
Actores principales		\$ 200.000,00	5	\$ 1.000.000,00	
Actores secundarios		\$ 70.000,00	4	\$ 280.000,00	\$ 1.780.000,00
Extras		\$ 50.000,00	10	\$ 500.000,00	
FOTOGRAFIA Y CAMARA					
Director de fotografía		\$ 1.200.000,00	30	\$ 36.000.000,00	
Operador de cámara		\$ 1.200.000,00	6	\$ 7.200.000,00	
Asistente de cámara 1		\$ 700.000,00	6	\$ 4.200.000,00	
Asistente de cámara 2		\$ 700.000,00	6	\$ 4.200.000,00	
Foto Fija		\$ 700.000,00	6	\$ 4.200.000,00	\$ 94.800.000,00
Alquiler equipo de cámara		\$ 600.000,00	6	\$ 3.600.000,00	
Detrás de cámaras		\$ 1.200.000,00	30	\$ 36.000.000,00	
	Alquiler de cámara	\$ 600.000,00	6	\$ 3.600.000,00	
LUMINOTECNIA Y GRIP					
Jefe de luces		\$ 700.000,00	40	\$ 28.000.000,00	
Electricista		\$ 700.000,00	40	\$ 28.000.000,00	
Maquinista		\$ 700.000,00	40	\$ 28.000.000,00	\$ 85.310.000,00
Alquiler luces		\$ 200.000,00	5	\$ 1.000.000,00	
	Bombillos de repuesto	\$ 20.000,00	5	\$ 100.000,00	
Pago energía		\$ 90.000,00	2	\$ 180.000,00	
Compra filtros		\$ 30.000,00	1	\$ 30.000,00	
SONIDO					
Sonidista		\$ 1.200.000,00	7	\$ 8.400.000,00	
Microfonista		\$ 1.200.000,00	7	\$ 8.400.000,00	\$ 16.900.000,00
Grabadora		\$ 20.000,00	5	\$ 100.000,00	
DIRECCION ARTISTICA					
Dirección de arte		\$ 1.200.000,00	40	\$ 48.000.000,00	
Diseño escenografía		\$ 700.000,00	40	\$ 28.000.000,00	\$ 105.450.000,00
Ambientador		\$ 600.000,00	40	\$ 28.000.000,00	
Maquillador		\$ 150.000,00	5	\$ 750.000,00	
Compra elementos		\$ 700.000,00	1	\$ 700.000,00	
TRANSPORTE					
Carro de cámara		\$ 5.000,00	5	\$ 25.000,00	
Camión de luces		\$ 30.000,00	2	\$ 60.000,00	\$ 280.000,00
Carro de producción		\$ 5.000,00	5	\$ 25.000,00	
Carro actores		\$ 30.000,00	5	\$ 150.000,00	
Camión utilería y vestuario		\$ 20.000,00	1	\$ 20.000,00	
ALIMENTACION					
Almuerzos y comidas de		480.000	5	2.400.000	\$ 3.900.000,00
Refrigerios		300.000	5	1.500.000	
4. POSPRODUCCION :					
		Precio unitario	Unidad	Subtotal	
EDICIÓN					
Editor		\$ 1.200.000,00	15	\$ 18.000.000,00	\$ 53.100.000,00
Asistente de edición		\$ 700.000,00	7	\$ 4.900.000,00	
Edición no-lineal digital		\$ 700.000,00	7	\$ 4.900.000,00	
Edición de sonido		\$ 1.200.000,00	17	\$ 20.400.000,00	
Montaje de pistas y mezcla		\$ 700.000,00	7	\$ 4.900.000,00	
MUSICA					
Compositor		\$ 70.000,00	5	\$ 350.000,00	\$ 350.000,00
5. PROMOCIÓN Y LANZAMIENTO :					
		Precio unitario	Unidad	Subtotal	
Copias		\$ 20.000,00	6	\$ 120.000,00	\$ 4.835.000,00
Publicidad (Impresos, radio, TV)		\$ 150.000,00	8	\$ 1.200.000,00	
convocatorias		\$ 300.000,00	8	\$ 2.400.000,00	
Envios y fletes		\$ 40.000,00	1	\$ 40.000,00	
Diseño de campaña		\$ 600.000,00	1	\$ 600.000,00	
Afiche de pliego		\$ 45.000,00	3	\$ 135.000,00	
	Diseño	\$ 100.000,00	1	\$ 100.000,00	
Postales		\$ 40.000,00	1	\$ 40.000,00	
	Diseño	\$ 100.000,00	1	\$ 100.000,00	
Artes, clisés, escritos, fotos,		\$ 100.000,00	1	\$ 100.000,00	

### 5.6 PRESUPUESTO EJECUTADO

Tabla 10. Presupuesto ejecutado

FECHA	OBJETO DE COMPRA	VALOR
-------	------------------	-------



Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
 Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

<b>11/ Agosto /2019</b>	1 Nylon 15 Bebidas	\$ 4.500 \$ 28.000
<b>16/ Agosto / 2019</b>	Sello 530	\$ 30.000
<b>17/ Agosto / 2019</b>	100 Tornillos ¼ Vinilo negro 2 convertidores 3a2 7 pasteles de yuca Pilas Voltek	\$ 8.000 \$ 12.300 \$ 3.000 \$ 14.000 \$ 3.400
<b>31/ Agosto / 2019</b>	4 Tornillos arandela 1 broca (\$ Duende) Alimentación	\$ 1.200 \$ ----- \$ 100.000
<b>8/ Septiembre / 2019</b>	Trans. Sonido (Ida/Vuelta) Tornamesa 1 Tornamesa 2 Big House Alimentación Planillero acrílico Fotocopias 6 convertidores RCA a Plug	\$ 15.000 \$ 70.000 \$ 50.000 \$ 50.000 \$ 61.900 \$ 5.500 \$ 2.100 \$ 15.000
<b>21/ Septiembre / 2019</b>	Alimentación	\$ 9.000
<b>25/ Septiembre / 2019</b>	1 Triplex fenólico 3 Listones de pino 1 Paq tornillo ensamble Alimentación	\$ 65.500 \$ 18.900 \$ 3.800 \$ 32.000
<b>29/ Septiembre / 2019</b>	Alimentación Artistas Transporte	\$ 60.000
<b>13/ Octubre / 2019</b>	Alimentación Artistas Transporte	\$ 70.000



Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

<b>26/ Octubre / 2019</b>	Transporte equipos (Radha) Alimentación	\$ 11.300 \$ 10.600
<b>30/ Octubre / 2019</b>	Transporte equipos Transporte equipo técnico	\$ 12.400 \$ 24.000
<b>8/ Octubre / 2019</b>	Almuerzos Transportes equipo técnico	\$ 20.000 \$ 15.000
<b>9/ Octubre / 2019</b>	Alimentación Dj Bess Dj DAP Transporte equipos Cintas	\$ 50.000 \$ 70.000 \$ 45.000 \$ 20.000 \$ 5.000
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.016.400</b>

### 5.7 SABANA DE LOCACIONES

LOCACIÓN	DIRECCIÓN	CONTACTO
Hijos de la época	Carrera 14a # 40a -59	Juliana 3106496631
Tienda de vinilos	Calle 17 # 8-27	Elkin
Taller H T M	Calle 52a #27a-13	Tito 314 4914155



## 5.8 PLAN DE RODAJE

Tabla 11. Plan de rodaje

DOMINGO 13 OCTUBRE												
HORA	ESC	Plano	E/I	D/N	LOCACIÓN	SET	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	PROPS	VESTUARIO	ENCUADRE	MOVIMIENTO/DIRECCIÓN
9:00 AM							LLAMADO					
9:30 AM							ORGANIZACIÓN DEL PERSONAL					
10:00 AM							REUNION DE PRODUCCION					
10:30 AM							PREPARACION DE MONTAJE DE ARTE					
1:00 PM							PREPARACION DE EQUIPOS / VESTUARIO - MAQUILLAJE / FOTOGRAFIA					
2:00 PM							ALMUERZO					
3:00 PM							CALL TIME PERSONAJES					
3:15 PM							PRUEBA DE SONIDO					
3:30 PM							PREPARACION DE VESTUARIO - MAQUILLAJE					
3:40 PM							PREPARACION O POSITIVO					
4:00 PM							ENSAYO GENERAL					
4:30 PM							PRESENTACION O POSITIVO					
5:00PM							ENSAYO INTRODUCCION ADA Y CASI NADIE					
5:30PM							INTRODUCCION ADA Y CASI NADIE					
6:00PM							PRESENTACION CASI NADIE					
6:40PM							BREAKE					
7:15PM							MONTAJE ENTREVISTA					
8:00PM							ENSAYO ENTREVISTA O POSITIVO					
8:30PM							ENTREVISTA O POSITIVO					
9:00PM							DJ OFICIAL					
10:30 PM							FIN GRABACIÓN					
10:40PM							ORGANIZACIÓN EQUIPOS & FOTOGRAFIA & ARTE - VESTUARIO					
11:00PM							ASEO SET					
11:15PM							DESCARGE DE MATERIAL					
11:30PM							COMIDA					
11:45PM							REUNION DE PRODUCCION					
#####							FIN DIA					



Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
 Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

**PLAN DE RODAJE, HIJOS DE LA EPOCA**

**SABADO 26 OCTUBRE TIENDA 1**

HORA	ESC	Plano	E/I	D/N	LOCACIÓN	SET	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	PROPS	VESTUARIO	ENCUADRE	MOVIMIENTO/DIRECCIÓN
1:00 p. m.							TRANSPORTE DE EQUIPOS					
2:00 p. m.							LLAMADO					
2:30 p. m.							REUNION					
2:40 p. m.							PREPARACION ALISTAMIENTO					
3:00 p. m.							PREPARACION DE EQUIPOS / FOTOGRAFIA					
3:15 p. m.							PRUEBAS DE CAMARA					
3:30 p. m.							TOMAS EN LA TIENDA					
4:00 p. m.							TRANSPORTE EQUIPOS CALLE					
4:15 p. m.							PRUEBAS CAMARA EXTERIOR					
4:30 p. m.							TOMAS EN LA CALLE					
4:40 p. m.							FIN GRABACIÓN					
5:00PM							ORGANIZACIÓN EQUIPOS & FOTOGRAFIA					
5:15PM							DESCARGA DE MATERIAL					
5:30 p. m.							FIN DIA					

**PLAN DE RODAJE, HIJOS DE LA EPOCA**

**MIERCOLES 30 OCTUBRE TIENDA NUEVA**

HORA	ESC	Plano	E/I	D/N	LOCACIÓN	SET	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	PROPS	VESTUARIO	ENCUADRE	MOVIMIENTO/DIRECCIÓN
10:00 a. m.							TRANSPORTE DE EQUIPOS					
11:00 a. m.							LLAMADO					
11:15 a. m.							REUNION					
11:30 a. m.							PREPARACION ALISTAMIENTO					
11:45 p. m.							PREPARACION DE EQUIPOS / FOTOGRAFIA					
12:00 p. m.							PRUEBAS DE CAMARA					
12:30 p. m.							TOMAS DE LA LLEGADA DE TITO AL NUEVO LOCAL					
1:30 p. m.							FIN GRABACIÓN					
1:40PM							ORGANIZACIÓN EQUIPOS & FOTOGRAFIA					
2:00PM							DESCARGA DE MATERIAL					
2:30 p. m.							FIN DIA					



Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
 Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
 Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN

PLAN DE RODAJE, HIJOS DE LA EPOCA												
VIERNES 8 NOVIEMBRE TIENDA NUEVA 2												
HORA	ESC	Plano	E/I	D/N	LOCACIÓN	SET	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	PROPS	VESTUARIO	ENCUADRE	MOVIMIENTO/DIRECCIÓN
1:00 p. m.	TRANSPORTE DE EQUIPOS											
2:00 p. m.	LLAMADO											
2:15 a. m.	REUNION											
2:30 a. m.	PREPARACION ALISTAMIENTO											
2:45 p. m.	PREPARACION DE EQUIPOS / FOTOGRAFIA											
3:00 p. m.	PRUEBAS DE CAMARA											
3:30 p. m.	TOMAS TIENDA ARMADA											
4:40 p. m.	FIN GRABACIÓN											
5:00PM	ORGANIZACIÓN EQUIPOS & FOTOGRAFIA											
5:15PM	DESCARGA DE MATERIAL											
5:30 p. m.	FIN DIA											
PLAN DE RODAJE, HIJOS DE LA EPOCA												
SABADO 09 NOVIEMBRE												
HORA	ESC	Plano	E/I	D/N	LOCACIÓN	SET	DESCRIPCIÓN	PERSONAJES	PROPS	VESTUARIO	ENCUADRE	MOVIMIENTO/DIRECCIÓN
12:00 p. m.	TRANSPORTE EQUIPOS											
1:00 p. m.	LLAMADO AL CENTRO											
1:30 p. m.	REUNION DE PRODUCCION											
2:00 p. m.	PREPARACION DE MONTAJE DE ARTE											
3:00 p. m.	PREPARACION DE EQUIPOS / VESTUARIO - MAQUILLAJE / FOTOGRAFIA											
3:15 p. m.	ALMUERZO											
4:00 p. m.	CALL TIME PERSONAJES											
4:15 p. m.	PRUEBA DE SONIDO / CAMARA											
5:15 p. m.	ENSAYO GENERAL											
5:30 p. m.	GRABACIÓN											
6:00 p. m.	FIN GRABACIÓN											
6:15PM	ORGANIZACIÓN EQUIPOS & FOTOGRAFIA & ARTE - VESTUARIO											
6:30PM	ASEO SET											
7:00PM	DESCARGA DE MATERIAL											
7:15PM	REUNION DE PRODUCCION											
7:30 p. m.	FIN DIA											



## 6. DIRECTORIO DEL EQUIPO

Tabla 12. Directorio del Equipo

Nombre	Documento de identificación	Cargo	Correo electrónico	Celular
Juliana Giraldo	1.018.477.375	Productora General y ejecutiva / Edición	ada.giraldo@cun.edu.co	310 649 8831
Ivonne Rincon	1.024.599.131	Productora de Campo	ivonne.rincon1@cun.edu.co	302 235 7892
Caren Guerrero	1.026.304.163	Jefe de producción	caren.morales@cun.edu.co	322 843 7285
Cristian Chamorro Becerra	1.233.488.456	Director	cristian.chamorro@cun.edu.co	312 660 5732
Cristian Urbina Vargas	1.018.464.372	Director de fotografía y	cristian.urbinava@cun.edu.co	300 365 8938
David Jimenez peralta	1.023.912.790	Camarografo	enbiciadoo@gmail.com	301 265 4932
Edinsson Ramirez	1.030.839.028	Camarografo	edinsson.ramirez@cun.edu.co	315 926 5710
Santiago Aponte		Camarografo	santiago.aponte@cun.edu.co	
Sebastian Rodriguez	1.030.649.951	Camarografo	andres.Rodriguezr@cun.edu.co	319 296 8880
Camilo Jimenez	1.023.913.221	Director de arte, diseñador de iluminación	camilo.jimenezj@cun.edu.co	322 427 3312
Henry Calderon Acevedo	1.014.280.018	Asistente de iluminación	henry.calderona@cun.edu.co	317 539 9391
Yefferson Toro	1.023.913.221	Asistente de iluminación		319 539 2352
Gustavo Ortega	1.014.223.278	Diseñador visual	gustavo.ortegas@cun.edu.co	319 502 9084
Natalia Leiva	1.026.302.076	Foto fija	natalia.leiva@cun.edu.co	301 461 5446
Susana Leiva	1.026.302.087	Dirección de actores	plutarca99@hotmail.com	310 612 3455
Johan Sebastián Riaño	1.016.099.759	Sonido	livingroom.inc98@gmail.com	320 427 2885
David Rodriguez	1.026.574.401	Sonido	bighouserocol@gmail.com	318 204 7002
Eduardo Herrera	1.000.123.062	Asistente de sonido	eduardo.herrera@cun.edu.co	321 228 2823
Ali	1.233.488.456	Asistente de sonido	aliartista@hotmail.com	312 660 5732
Christian Rey Sokolovsky	1.010.210.204	Script, graficación	christian.rey@cun.edu.co	300 559 4253
Lucia Vargas		Presentadora	lucianrec@gmail.com	320 821 4918
Casi nadie	1.026.259.040	Presentador	casinadie@gmail.com	312 660 5732
Jhan	1.018.493.508	Diseñador	jhangraficas@hotmail.com	320 812 4048
Nox	1.022.427.180	Artista pintor	noxelpintor@gmail.com	319 238 5454
Cabe	1.112.767.820	Graffitero	cabegraffiti@gmail.com	316 841 8407
Anuar Kadamani "AK47"	1.019.126.709	Artista pintor	a.kadamani@uniandes.edu.co	311 820 0281



## 7. FICHA DE SERIE

**Nombre de la serie:** Hijos de la época  
**Tema de referencia:** Movimiento cultural urbano  
**Formato narrativo:** Law show/ tv serie/ serie web  
**Formato de grabación:** Full HD/ 30fps  
**Contratista:** Juliana Giraldo Delgado

**Productora General:** Juliana Giraldo  
[somoshijosdelaepoca@gmail.com](mailto:somoshijosdelaepoca@gmail.com) 3106496631  
**Director y guionista:** Cristian Chamorro  
[somoshijosdelaepoca@gmail.com](mailto:somoshijosdelaepoca@gmail.com) 3126605732

**Número de capítulos:** 5 capítulos  
**Duración:** 25 minutos  
**Idioma:** español  
**Año:**2019

### 7.1 PÚBLICO OBJETIVO

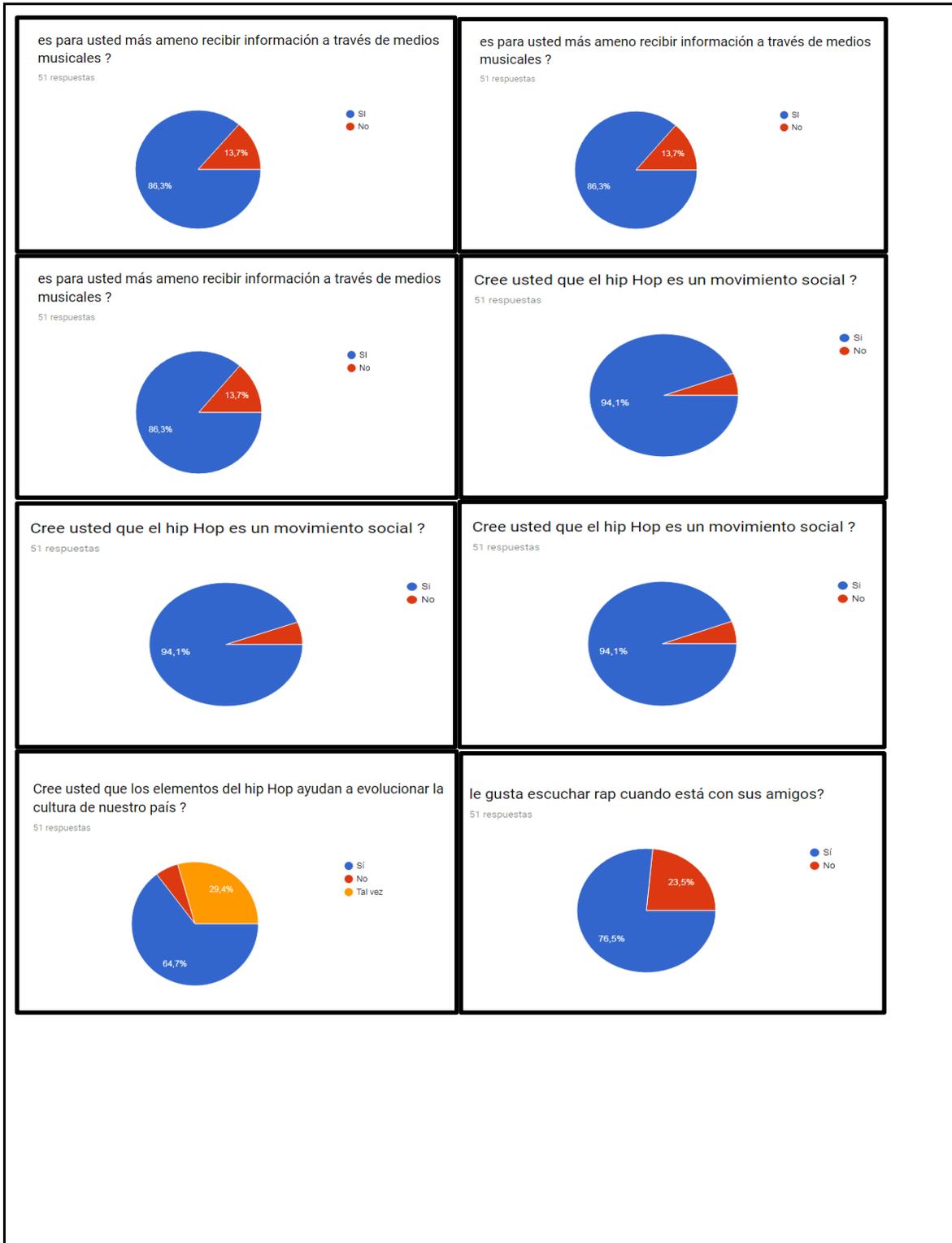
El contenido que se presenta para este programa, es entretenido musical, informático, integrador y cultural, los espectadores que darán lugar en la pantalla tendrán un proceso de construcción social con carácter positivo ante la realidad, pudimos determinar que el rango de edad de nuestra audiencia está entre los 17 y 34 años, siendo estas edades en las que se está en una permanente búsqueda de contenido y música.

Este resultado se obtuvo de una encuesta realizada en marzo del 2019, teniendo las siguientes gráficas.

Anexo. 1 Encuesta de público objetivo

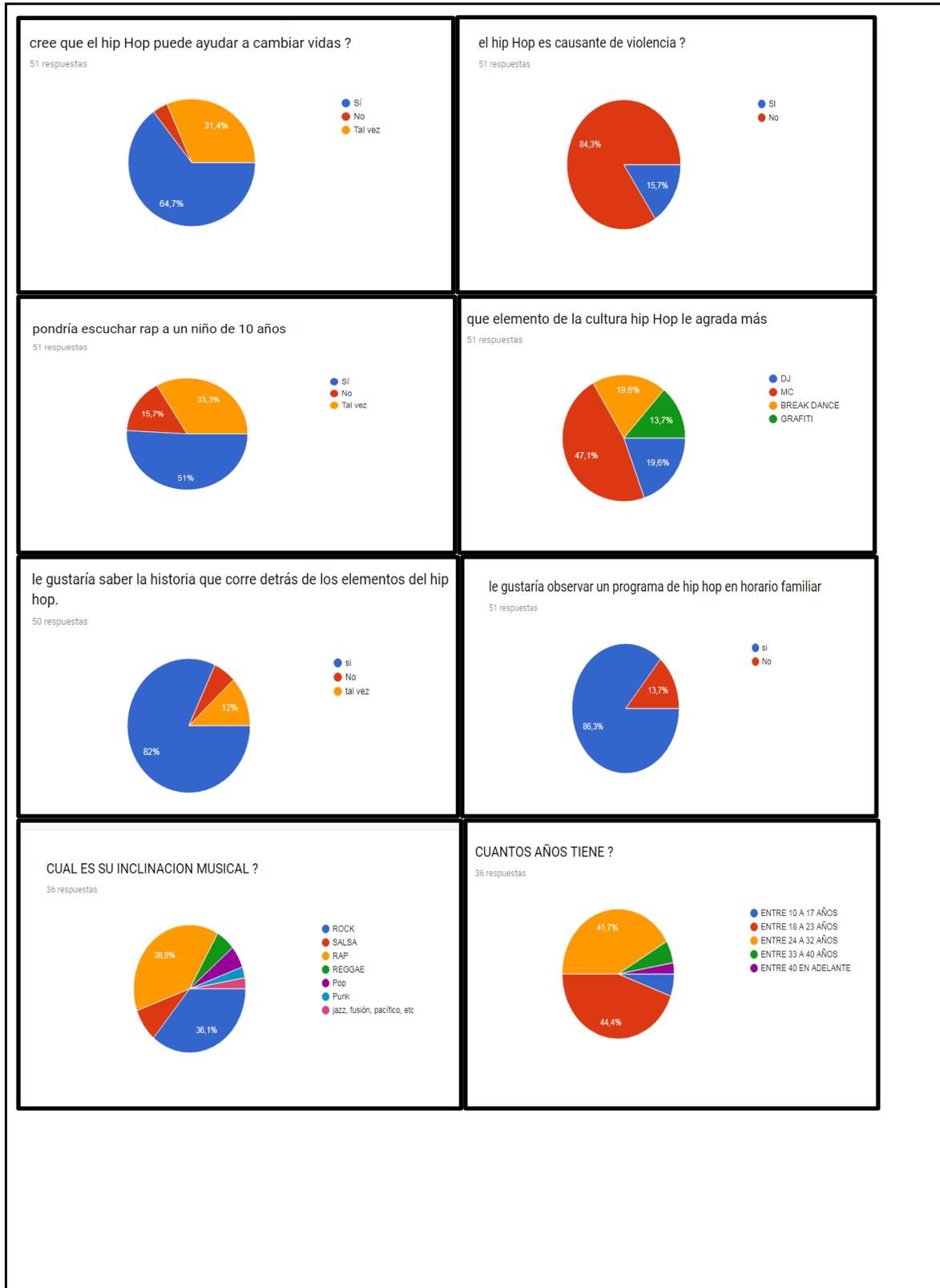


Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN





Formatos de formulación de proyectos – Opción de grado II  
Programa de Dirección y Producción de Medios Audiovisuales  
Corporación Unificada Nacional de Educación Superior CUN





## 8. DISTRIBUCION

### **CANAL ZOOM**

Es importante resaltar el interés que se tuvo por parte del canal de Zoom, el cual propuso la posibilidad de incluirlo en sus plataformas digitales y distribuir dicho contenido, posteriormente se generó un espacio para definir los términos y condiciones en los cuales se propone únicamente por parte del canal la distribución del contenido y el reconocimiento del equipo, a su vez en relación a las ganancias el canal era quien iba ser remunerado; con base a ello se toma la decisión como equipo de no firmar el contrato, pese a tener proyectado distribuir el contenido también es de interés el apoyo en cuenta equipos o generar ganancias a partir de este.

### **SIN FILTRO DIGITAL**

Gracias a la presencia de la plataforma de Sin filtro digital se genera un propuesta y contacto para un posible interés de nuestro proyecto por parte de ellos.

### **MINISTERIO DE CULTURA COLOMBIANA**

- (Becas de formación para la gestión y la creación audiovisual en región “Imaginando Nuestra Imagen” – INI)

Para aplicar a esta beca se requiere proponer un proyecto de carácter artístico, cultural o educativo que sea justificable la implementación del programa en la región dirigida para beneficiar, la cuantía que brinda esta beca es de setenta millones de pesos.

- (Becas de gestión del patrimonio audiovisual colombiano)

Se dirige para la colección Audiovisual Colombiana, debe tener impacto cultural, consideración de técnicas y conceptos, metodología planeada; Cuantía es de quince millones de pesos.

### **NETFLIX**

El contacto con Netflix solo se podrá hacer agente con licencia, abogado, productor, representante de entretenimiento que ya tenga vinculaciones con Netflix.



Los requisitos son: la cámara con la que se grabe debe tener un sensor 4K real, la tasa de bits al menos de 240 Mbps a 23.98/24 fotogramas por segundo.

## SEÑAL COLOMBIA

Lo evaluado para esta convocatoria es que el proyecto sea pertinente para el canal, calidad narrativa audiovisual, viabilidad y coherencia de emprendimiento, grado de innovación, Hijos de la Época cumple con estos criterios.

Contacto: [proyecta@rtvc.gov.co](mailto:proyecta@rtvc.gov.co)

			
INICIO ¿QUÉ ES? MERCADO NOVEDADES DOCUMENTOS			
CALENDARIO DEL MERCADO DE COPRODUCCIÓN 2019			
ETAPA 1	INICIO	FINAL	
Actualización bases de participación definitivas		8 de abril	
Apertura plataforma "Señal Colombia Proyecta" para ingreso de proyectos	29 de abril		
Cierre de recepción de proyectos		21 de junio	
Publicación proyectos que avanzan a <i>pitch</i> (etapa 2)		9 de agosto	
ETAPA 2	INICIO	FINAL	
Realización de <i>pitchs</i>	26 de agosto	29 de agosto	
Publicación proyectos que avanzan a los diálogos técnicos (etapa 3)		2 de septiembre	
ETAPA 3	INICIO	FINAL	
Diálogos técnicos	16 de septiembre	4 de octubre	
Comunicación individual sobre resultado de etapa 3	11 de octubre	18 de octubre	
ETAPA 4	INICIO	FINAL	
Precontractual	21 de octubre	22 de noviembre	
Firma de contratos	18 de noviembre	13 de diciembre	



## CRÉDITOS

**Producción General y Ejecutiva:** Juliana Giraldo  
**Jefe de producción:** Caren Guerrero  
**Productora de campo:** Ivonne Rincón  
**Dirección y guion:** Cristian Chamorro

## REALIZADORES

**Director de Fotografía:** Cristian Urbina  
**Cámara 1:** Cristian Urbina  
**Cámara 2:** Edinson Ramírez  
**Cámara 3 :** David Jiménez  
**Foto fija:** Natalia Leiva / Santiago Aponte

**Director de sonido:** Sebastián Riaño  
**Musicalización:** Living Room  
**Asistente de sonido:** Ali

**Director de arte:** Camilo Jiménez  
**Diseñador de iluminación:** Camilo Jiménez  
**Asistente iluminación 1:** Henry Calderón Acevedo  
**Asistente de iluminación 2:** Yefferson Toro

**Diseñador visual :** Gustavo Ortega  
**Edición y montaje:** Cristian Urbina, Juliana Giraldo  
**Colorización:** Edinson Ramírez  
**Graficador:** Christian Rey , Gustavo Ortega  
**Asesor pedagógico:** Rafael Andrés Briñez Lozada  
**Presentador:** Camilo "Casi Nadie"  
**Presentadora :** Lucía Vargas  
**Personaje:** Juliana "Radha"  
**Invitados:** O positivo, Guecha, Tito HTM, Dj Dap y Dj Bess



## **AGRADECIMIENTOS**

El Tambo de Don Marcelo // Cigarrería La Décima // Big House Record // Rubén Guerrero // El Loto azul – Restaurante// Zapatería Cosmos // Universidad de los Andes

**EN MEMORIA DE NUESTRO COMPAÑERO CAMILO JIMÉNEZ QUIEN FUE UN HIJO DE ESTA ÉPOCA Y DEJÓ SU LEGADO INMORTAL.**

2019, reservados todos los derechos