

# Proyecto de Título: "Plataforma digital para el desarrollo comercial de la industria teatral"







# Índice

## 1. Introducción 5

### 1.1 Motivaciones Preliminares

## 2. Inspiración 7

### 2.1 Planteamiento de la Problemática

- 2.1.1 Identificar la Problemática
- 2.1.2 Estado del Arte
- 2.1.3 Magnitud del Problema
- 2.1.4 Objetivos
- 2.1.4 Hipótesis

## 3. Marco Investigativo 17

- 3.1 Definición de Usuario
- 3.2 Investigación y Análisis
- 3.3 Metodología (FODA)
- 3.4 Oportunidad de Diseño
- 3.5 Análisis Usuario

## 4. Ideación 43

### 4.1 Ideación Conceptual

- 4.1.1 Propuesta Conceptual
- 4.1.2 Directrices Conceptuales

### 4.2 Ideación Formal

- 4.2.1 Definición del Sistema Interactivo
- 4.2.2 Definición de Línea Gráfica

## 5. Implementación 57

### 5.1 Prototipo

- 5.1.1 Especificaciones Técnicas
- 5.1.2 Protocolo de Uso
- 5.1.3 Diseño de Interfaz

### 5.2 Testeo y Evaluación

- 5.2.1 Resultado e Impacto Esperado
- 5.2.2 Testeo y Observaciones
- 5.2.3 Redefiniciones
- 5.2.4 Definición de Parámetros
- 5.2.5 Gestión de Negocios

## 6. Conclusión 79

- 6.1 Eficiencia de la Propuesta
- 6.2 Nivel de Logro
- 6.3 Resultado Esperado
- 6.4 Planteamiento y Proyección

## 7. Bibliografía 89

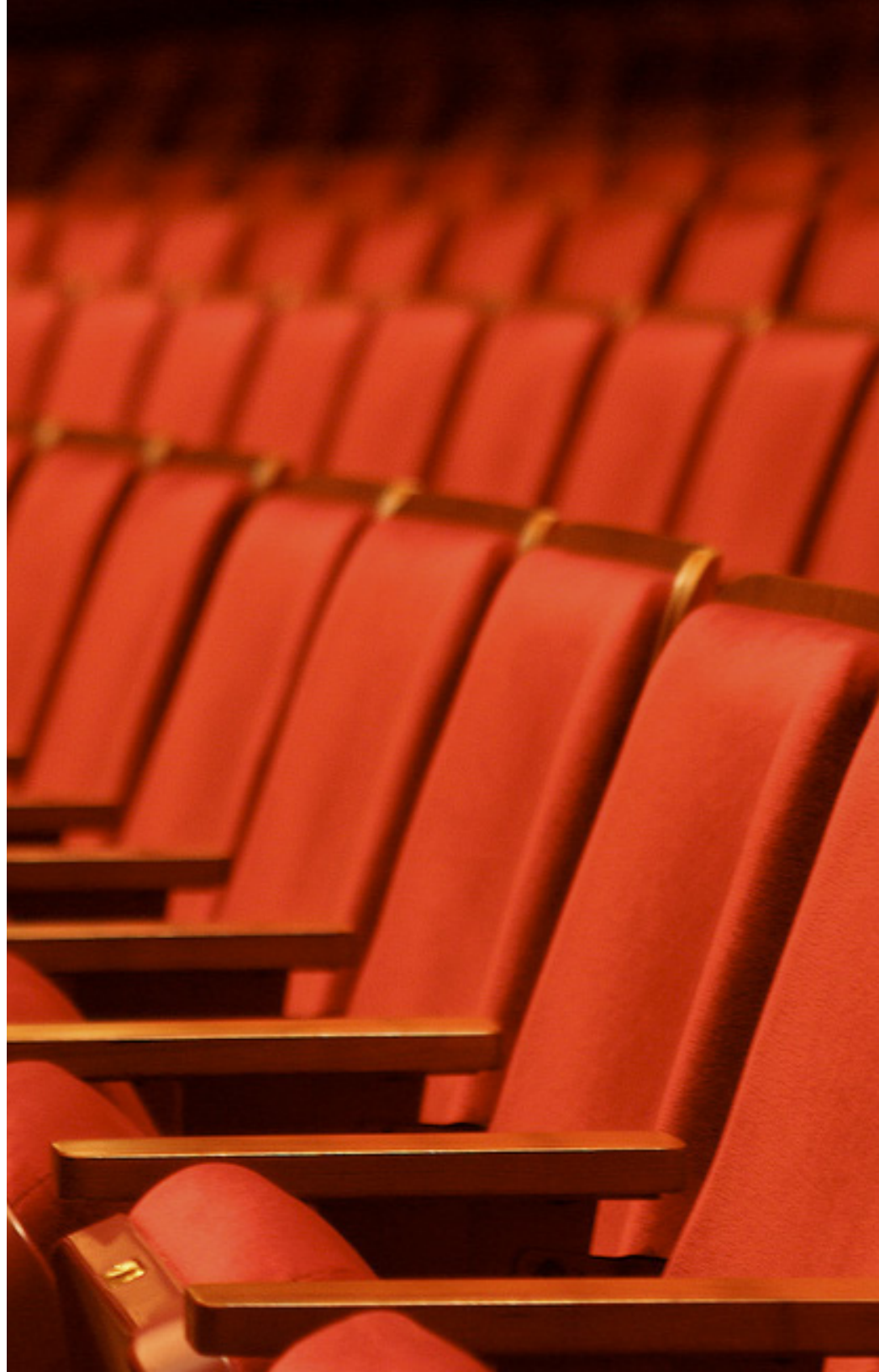
## 8. Anexos 93



# 1 Introducción

## 1.1 Motivaciones Preliminares

La motivación para realizar este trabajo fue el desempleo que afecta a los actores y actrices de nuestro país y, que para subsistir, cuentan con una doble ocupación. Es lamentable advertir como profesionales de las artes deben trabajar en otras actividades para vivir y no lograrlo a través de su profesión. Hay actores que incluso cuentan con un tercer trabajo. En fin, deben tener un salario extra para acomodar su sistema de vida.





# 2 Inspiración

## **2.1 Planteamiento de la Problemática**



## 2.1.1 Identificar la Problemática

### Identificar la Problemática

La industria cultural en Chile no se ha hecho cargo de las potencialidades del mundo digital.

## 2.1.2 Estado del Arte



### Territorio: Cultura

Cultura en Latín significa “cultivo”, la palabra se basa en el término latino utilizado por Cicerón, “cultivación del alma o cultura animi”.

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes divide a la cultura en ocho ramas (Artes visuales; Artes literarias, libros y prensa; Artes musicales; Artes escénicas; Arquitectura, diseño y servicios creativos; Medios audiovisuales e interactivos; Artesanía y Patrimonio), y estas a su vez tienen subdivisiones como es el caso de las artes escénicas (teatro, circo y danza).

El teatro es una de las subdivisiones que posee la asistencia más baja, y por lo tanto, también una baja rentabilidad, así lo dice la ENPCC (Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural) realizado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

### Contexto del Teatro Chileno

El teatro en Chile comenzó a finales del siglo XIX y solo se presentaban compañías extranjeras mayormente europeas. El teatro nacional comenzó a principios del siglo XX. La actividad teatral se realizaba a través de teatros universitarios.

En la década los sesenta, el teatro universitario se extendió en el país a través del Teatro de la Universidad de Concepción (TUC) y el Teatro de la Universidad de Antofagasta. Aunque el desarrollo profesional es mayor al igual que su crecimiento el financiamiento sigue siendo escaso. Nacen nuevas compañías independientes que más tarde se consolidaron como profesionales, Teatro Ictus y Aleph.

En los años ochenta la dictadura afecta a la cultura, lo que se ve marcado con el tan comentado “apagón cultural”.

En los años noventa toma fuerza con nuevos repertorios, estilos y temáticas, el teatro experimenta una diversidad expresiva, con lo lúdico se vuelve fundamental para el teatro y se integran las nuevas tecnologías. (Fuente: [www.cultura.gob.cl](http://www.cultura.gob.cl), Política del Fomento del Teatro)



## Convocatorias teatrales que han aumentado la actividad laboral

**Fundación Teatro a Mil:** Motivadas por crear un nuevo espacio para las artes escénicas, las productoras de teatro Carmen Romero y Evelyn Cambell, deciden dar vida a la muestra llamada, “Fundación Teatro a Mil” que ha sido un éxito este último tiempo, convocando a un gran número de compañías, considerando que la máxima actividad se concentra en Santiago. Esta fundación nace 1994, lleva 21 años de vida, la primera edición se realiza en el “Centro Cultural Estación Mapocho”. La programación estuvo conformada por las compañías Teatro La Memoria, Teatro del Silencio y La Troppa. Sumando las 21 ediciones que existen, hay un total 8.485.730 personas en su asistencia histórica, y el reciente año 2015 con 480.100 espectadores.

El Festival se consolidó como una iniciativa potente, atractiva y esperada

por el público, lo cual se vio reflejado en el creciente éxito de este Festival que en el 2006 empezaría a llamarse “Festival Internacional Santiago a Mil”. (Fuente: [www.fundacionteatroamil.cl](http://www.fundacionteatroamil.cl))

**Fondos de Cultura:** Constituye el principal instrumento de financiamiento estatal para la actividad del teatro, siendo casi la única alternativa para el desarrollo de proyectos de creación. Este aporte, si bien sustantivo, no ha permitido promover la estabilidad del sector por su carácter estacional. Muchos de los proyectos desarrollados presentan las funciones mínimas que se plantean como requisito para la obtención del fondo, sin tener después una mayor proyección.

Cabe señalar que los proyectos de Fondos culturales se dividen en quince áreas distintas, siendo el teatro el

que recibe un mayor porcentaje de proyectos financiados con un 24,9% correspondiente a 155 proyectos adjudicados. (Datos obtenidos por el Observatorio de políticas culturales)

Otras convocatorias las hacen el Centro Cultural Gabriela Mistral, Matucana 100, la Universidad de Chile y La Universidad Finis Terrae, Festival Entepola, entre otros donde participan compañías independientes incentivadas por realizar temporadas teatrales.

## 2.1.2 Estado del Arte

### ¿Cuáles son los Medios de comunicación y difusión digitales que utilizan los actores?

**La televisión:** Este es uno de los medios más utilizado, donde los actores tienen mejor remuneración, y cuyo campo de trabajo son: las teleseries, series, mini-series, películas, además doblajistas de avisos de TV, teleseries y caricaturas.

**Radio:** Es otro medio utilizado por actores, ya sea como: productores ejecutivos, conductores de programas radiales y locución para comerciales.

**Internet:** Es otra posibilidad de fuente laboral para los actores. La utilizan subiendo extractos de sus trabajos, o para un nuevo fenómeno que se está dando en el último tiempo como son las series Online. Existen diferentes plataformas digitales para visualizar tales series como:

- **Viki:** Es un sitio web en el que se pueden ver videos de forma gratuita

o también pagando una membresía mensual de series de televisión, películas y musicales de diferentes partes del mundo.

- **Vimeo:** Es un sitio web basado en videos de streaming. El sitio permite compartir y almacenar videos digitales. Los usuarios deben estar registrados para subir videos, crear su perfil, cargar avatares, comentar y armar listas de favoritos. Además ofrece una opción para videos de alta definición.

- **Dramafever:** Es un sitio web que ofrece videos on-demand de documentales, películas y programas de televisión con subtítulos.

- **Dailymotion:** Es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir, ver y compartir videos. Aloja una variedad de clips de películas, programas de

televisión y videos musicales, así como contenidos amateur como videoblogs.

- **Netflix:** Es una empresa comercial estadounidense de entretenimiento que proporciona mediante tarifa plana mensual streaming multimedia (principalmente, películas y series de televisión) bajo demanda por Internet. Por el primer trimestre de 2015, tenía más de 60 millones de suscriptores en todo el mundo.

- **Cuevana:** Es un sitio web argentino que se dedica a la distribución de producciones de cine y televisión a través de la web. En 2012 se intenta transformar Cuevana en un canal de visualización de cine independiente además de disminuir la cantidad de películas ilegales, planeando convertirse a mediados de año en una plataforma

que sólo ofrecerá contenidos autorizados por sus dueños.

- **YouTube:** Es un sitio web en el cual los usuarios pueden subir y compartir videos. Aloja una variedad de clips de películas, programas de televisión y videos musicales, así como contenidos amateur como videoblogs. A pesar de las reglas de YouTube contra subir videos con todos los derechos reservados, este material existe en abundancia.

- **Teatrix:** Es una sociedad Argentina, que ofrece el servicio de video bajo demanda en línea, el cual brinda una selección de obras de teatro, operas, ballet, programas de TV, y otros contenidos audiovisuales. Es un emprendimiento digital que pretende acercar el teatro a nuevos espectadores y ofrecer una nueva forma de disfrutar el teatro.



### 2.1.3 Magnitud del Problema



#### Magnitud del Problema.

La magnitud del problema que afecta a un actor corresponde al bajo índice de empleabilidad, como lo detectó el portal “mifuturo.cl” y que informó el diario Publimetro acerca de las carreras universitarias, dejando a la actuación y el teatro (34,5%) en el primer lugar, seguida por historia (47,3%); Arte y Licenciatura en Artes (48,7%); Técnico en Traducción e Interpretación (56,5%); y Diseño Gráfico (58,3%).

Otro problema que afecta a esta profesión es el gran número de estudiantes, como lo dice Francisco González, experto de [trabajando.com](http://trabajando.com) “El problema con el teatro es que hay mucha gente que lo estudia en la universidad, pero también en academias, y si no trabajan en la televisión sus posibilidades de empleo bien pagado son bajas”.

#### Gastos e ingresos de los actores

Analizando el mundo de los actores tenemos como un dato relevante que, para estudiar la carrera de actuación en una de las mejores universidades y la más solicitada en esta profesión, es la “Universidad de Chile” con un costo arancelario anual de \$2.446.700 y con una duración de cinco años.

Un actor de segunda línea, no tan conocido, que ejecuta papeles de extra o trabaja en series poco reconocidas, tiene un sueldo aproximado de \$500.000, a diferencia de un actor que trabaja en televisión, como lo indicó la actriz Berta Lasala en una entrevista con el diario La Nación, “Finalizado el contrato, el panorama se torna más complejo para los actores de segunda línea. Por un rol protagónico en una serie, de un capítulo, gano \$500.000, pero no me alcanza para sobrevivir los meses en que estoy

cesante. Yo me doy vueltas con lo que gano en las teleseries”.

Los actores emergentes de compañías menos reconocidas ganan entre \$40.000 o \$50.000 por función, y al año se estima que realizan 70 funciones aprox., haciendo un total de \$2.800.000, y mensualmente alrededor de \$ 233.333, teniendo en cuenta que el sueldo mínimo en Chile es de \$257.500. Los actores al no contar con contrato y solo emitir boletas no rigen su renta en base al sueldo mínimo.

El ex presidente de la CUT, Arturo Martínez explicó en una entrevista para Radio Cooperativa que “Con \$300.000 las familias no viven, y eso indica por qué la gente está toda endeudada, y por qué tiene que vivir endeudada para poder comer, para poder vestirse, para poder tener salud, educar a sus hijos y pagar dividendos”.

Los actores se ven obligados a tener un doble empleo para poder subsistir y, por lo general, terminan trabajando en diferentes oficios del ámbito teatral como: dirección; producción; eventos; técnicos; animadores; profesores; y en otros que no tienen ninguna relación con el arte escénico como: supermercado; arquitectura; periodismo; conserjería; entre otros.





### Objetivos General

Potenciar la disciplina teatral y disminuir la cantidad de actores que deben acceder a un segundo trabajo.

### Objetivos Específicos

- Acercar el trabajo realizado por los actores al usuario
- Generar contenidos significativo para el usuario
- Generar una interacción cercana entre usuario y artista

## 2.1.6 Hipótesis

### Hipótesis

¿Se puede aumentar los ingresos de la industria teatral en Chile utilizando de manera correcta las herramientas digitales?



# **3 Marco Investigativo**

## **3.1 Definición de Usuario**

## Actores del Territorio



Los Actores



Los Youtubers



El Público



## Los Actores

Primero se debe saber en qué se desenvuelven los actores. La gran mayoría lo hace en una sala de teatro, obteniendo como primera información que la asistencia ha disminuido en los últimos siete años aproximadamente. (Sondeo obtenido de una encuesta realizada por el “Consejo Nacional de Cultura y las Artes” CNCA)

El 17,8% de la población asistió el 2012 a una sala de teatro, en comparación con el 20,1% del 2005 y 18,6% del 2009. Se comparan estas cifras con la asistencia al cine, la cual aumentó en un 45,2% de la población que asistió el año 2012. Considerando que el año 2009 solo se trataba de un 34,9%, y el 2005 de un 34,7%. De este 45,2 % del año 2012 se desprende que, el 57,6% prefirió ver películas estadounidenses dejando en segundo lugar a las películas chilenas con un 15,8%.

## Carrera de actuación

La carrera de actuación cuenta con ramos como: gestión; producción teatral; dirección. Además dentro de las características de las diferentes universidades se especifica lo siguiente:

- **AIEP:** En esta casa de estudios, el actor además de desempeñarse en su rol, puede desenvolverse con éxito en los ámbitos de producción, locución, doblaje y publicidad, en general, que le aporte a una autonomía profesional.
- **U. Mayor:** En esta Institución el perfil de egreso especifica que, además el actor egresa como agente cultural, artista, creador, transmisor de ideas, experiencias, sentimientos, reflexiones y críticas, se convierte si es necesario, en un director, dramaturgo diseñador, técnico y productor de un montaje teatral.

- **U. Chile:** En esta universidad, el actor tiene un amplio campo laboral, ellos se pueden desenvolver en compañías de teatro, producciones de televisión, cine, dirección y en el mundo del espectáculo en general.
- **U. Católica:** En esta casa de estudios los actores pueden desarrollarse en varios proyectos de creación artística, involucrarse activamente en todas las etapas del proceso de puesta en escena, desde su concepción inicial y su desarrollo en el periodo de ensayos hasta el encuentro con el público. Por lo tanto, su campo laboral puede ser en las siguientes áreas: compañías independientes y universitarias; canales de televisión; cine; publicidad; docencia; investigación y gestión; y producción teatral.

## Entrevistas

Las entrevistas nos llevaron a identificar tres puntos importantes de los actores:

El primer dato importante, es el tiempo y compromiso que le dedican a la producción de sus puestas en escenas, como lo comenta Ely Maripangui (actriz y directora chilena que basa su trabajo en la cultura mapuche) “Es dura la producción de una obra, especialmente en la parte económica. Hay que tener dinero para pagar ensayos de actores, dirección, escenografía, en fin, hay que tener ayuda, ya sea de patrocinadores o participar en convocatorias”.

Héctor Cancino (actor clown) nos señala: “En la producción de las artes escénicas hay mucho trabajo, ya sea por el montaje mismo que se realiza, porque se debe convocar a un casting para elegir a los actores y director adecuados, pasando por la creación de la escenografía y la

ficha técnica. Como todo trabajo, es bastante arduo”.

Otro tema que se abordó en la entrevista, fue conocer si el actor está dispuesto a trabajar en plataformas digitales, y dos actores comentaron lo siguiente:

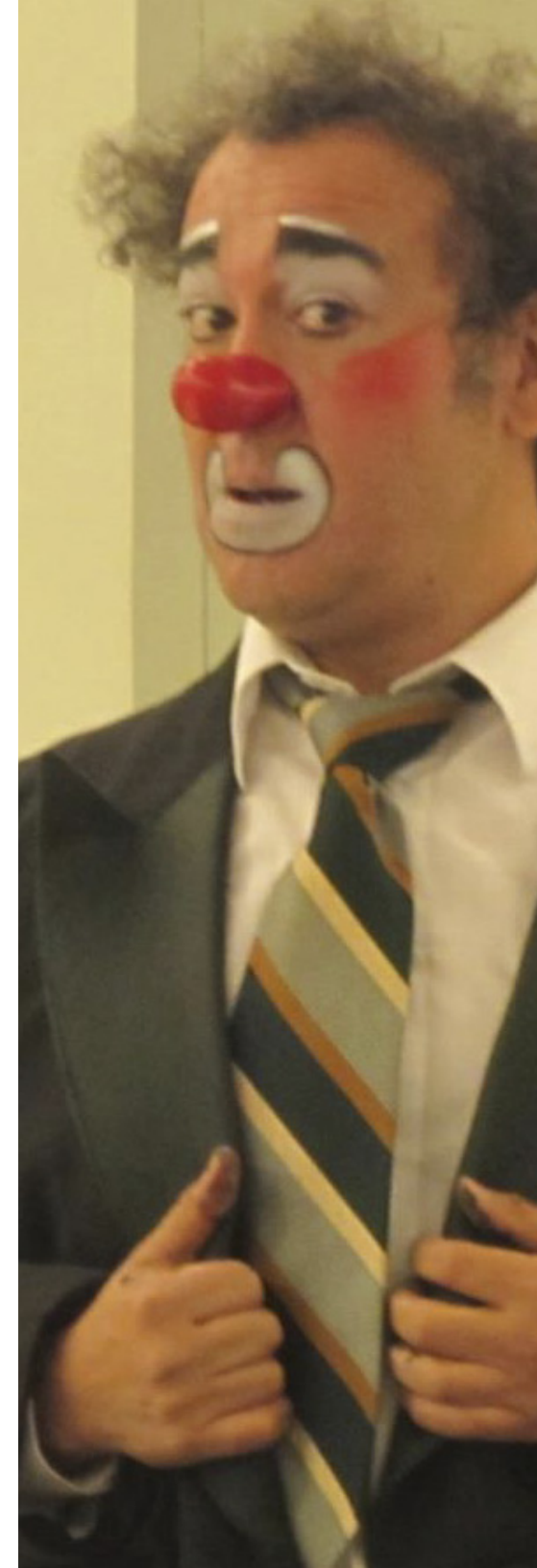
Ana Cárdenas (actriz de televisión y teatro emergente) trabaja en una compañía tratando temas de interés social, dice que, “Un actor tiene que estar preparado y dispuesto para cualquier trabajo que se le presente, tanto serio como lúdico”.

Nicolás Eduardo Godoy Olave (actor emergente) que estudió en el club de teatro de Fernando González y lleva 12 años trabajando en este rubro dice: “Siempre intento hacer todo en teatro y cuando son cosas nuevas pongo toda mi disposición para que resulte, y así

hacer mi trabajo de actor de la mejor forma. Si me ofrecieran trabajar en una plataforma digital acepto encantando”.

En las entrevistas, las palabras de Freddy Huerta Sierra (actor de teatro clown y director de la compañía ‘Teatropolis’) son un punto de inicio para nuestra investigación, señalando: “La gran mayoría de actores y compañías utilizamos YouTube para promocionar nuestros trabajos”.

En conclusión, los actores buscan fomentar la cultura, sienten la necesidad de darse a conocer para que las personas asistan al teatro, y como no ganan lo suficiente, recurren a un segundo empleo para poder subsistir.



## Perfiles Extremos

### Dimensión Tradicional

- **P1: El actor con vocación**

Es el actor que trabaja en todas las actividades de teatro. No es conocido por el público general, pero en el medio artístico lo conocen sus pares. Tiene disposición para trabajar en lo que le gusta y no se queda tranquilo hasta encontrar lo que desea de acuerdo a su vocación. Utiliza la tecnología para publicitarse y tener más contactos y posibilidades laborales.

- **P2: El Shakespeare**

Es el actor que trabaja en tablas, es muy conocido entre sus compañeros y la gente amante del teatro. Su motivación por trabajar en obras de renombre es muy alta y no se lleva bien con la tecnología. Nunca haría ningún trabajo que no fuese serio, y no le interesa promocionarse en Internet ni aparecer en series de TV.

### Dimensión Reconocimiento

- **P3: El aficionado**

Es aquel que gusta de la actuación, y en ocasiones realiza algunos trabajos de teatro o eventos. Busca cursos relacionados con actuación, se empeña por entrar a una compañía profesional, y a veces tienen más talento que actores profesionales.

- **P4: El famoso**

Es el actor que estudió en la universidad. Está dispuesto a trabajar tanto en salas de teatro prestigiosas como en la televisión. Es reconocido en la calle y le piden autógrafos, le gusta lo que hace, así que trabaja motivado. De vez en cuando lo vemos subir algunos de sus videos en redes sociales para llegar a sus seguidores.

### Dimensión Motivación

- **P5: El desmotivado**

Estudió actuación, pero no consigue buenos trabajos, o no logra entrar en compañías reconocidas. Se siente desmotivado y frustrado porque debe realizar eventos para poder subsistir y no obtiene el reconocimiento que desea. Utiliza la tecnología como medio de distracción y para conversar con sus amigos.

- **P6: El emprendedor**

Estudió actuación y si le solicitan hacer obras clásicas o eventos, los hace sin problema. Es un actor que sale en televisión como extra, si la gente lo ve, le parece familiar. Su interés por el teatro es tan alto que se siente feliz trabajando en todo lo que le permita actuar. Utiliza las redes sociales para subir funciones que realiza en algún teatro.

### Dimensión Tecnología

- **P7: El antiguo**

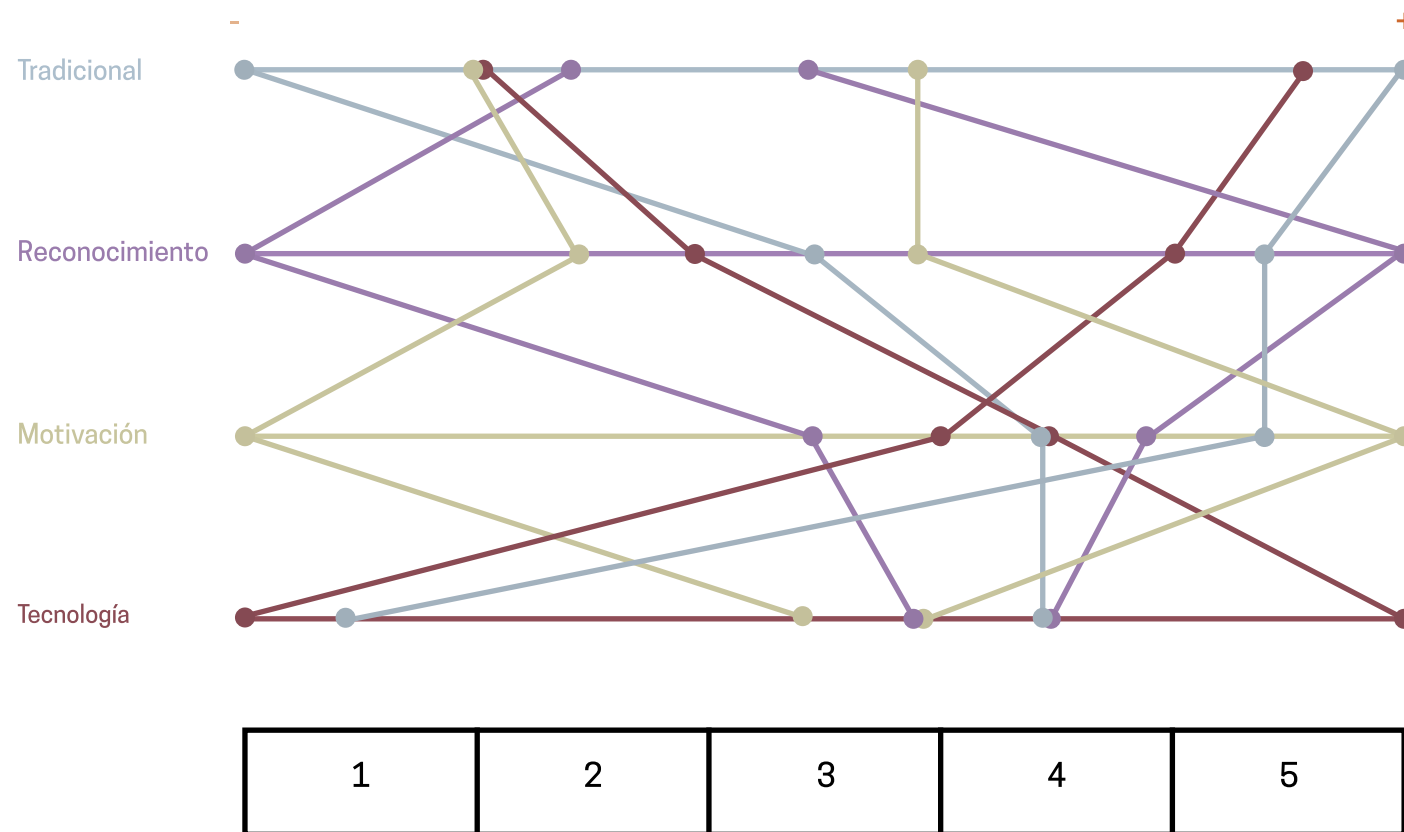
Solo realiza obras en sala de teatro, nada de televisión, pueden ser obras reconocidas u obras de creación personal. Sus compañeros y gente que gusta del teatro lo reconocen. Cuando realiza obras de carácter personal se siente muy feliz ya que es un logro personal. No se lleva con la tecnología y la utiliza solo para escribir los guiones de sus obras.

- **P8: El youtuber**

Puede tener o no estudios de actuación. Le apasiona realizar videos y subirlos a YouTube. Desea ser reconocido por los jóvenes y que se den cuenta que cualquiera puede ser famoso. Sube videos todas las semanas y es feliz con lo que hace, se maneja con la tecnología sobre todo en YouTube.



Lo que destaca de estas dimensiones son dos perfiles de actores muy marcados: el serio, que hace solo trabajos de renombre, y el lúdico, que está dispuesto a hacer cualquier tipo de trabajo.





## Los Youtubers

Son personas que graban y suben videos a la página web Youtube. Muchos de los videos son enfocados para adolescentes.

Los principales motivos para que la gente suba estos videos es hacerse famosos, ganar dinero, compartir opiniones o pasar el tiempo.

La mayoría de los videos son de producción propia, son ellos los encargados de crear el guión, interpretarlo, editarlo y publicarlo.

Los youtubers publican uno o mas videos por semana, lo cual requiere bastante tiempo.

## Youtube

YouTube fue creado por tres antiguos empleados de PayPal en febrero de 2005 que en octubre de 2006, fue adquirido por Google Inc., a cambio de 1650 millones de dólares.

El tráfico se disparó cuando la gente empezó a colocar enlaces de YouTube en sus páginas de MySpace. Luego de que la empresa Nike colocara un spot protagonizado por Ronaldinho, grandes compañías empezaron a sentirse atraídas por YouTube. La relación con las empresas productoras de televisión y cine ha sido variada. Viacom lo demandó por subir contenidos con derechos de autor, mientras que Disney, firmó a finales de marzo de 2009 un acuerdo con YouTube, autorizando la transmisión de videos cortos de la ABC y ESPN. En junio de 2007 se dio un importante paso hacia la internacionalización del sitio, al traducir su interfaz a diversos idiomas.

YouTube es la segunda red más utilizada después de Facebook. Las temáticas más vistas son: música; tutoriales sobre video juegos; contenidos educativos; parodias.

Dentro de esta red tenemos a uno de los youtubers más reconocidos en nuestro país, Germán Garmendia, y no solo en nuestro país, sino que a nivel mundial ya que posee la tercera cuenta más popular, con más de 21 millones de seguidores después de PewDiePie (34 millones) y el canal oficial de YouTube (22 millones). Sube videos dos veces a la semana y cada uno de sus videos supera los 10.000.000 de reproducciones, lo que lo lleva a ganar al año \$1.689.600.000 según estimaciones de 'Social Blade' (herramienta de análisis de rendimiento en redes sociales, que rescata el sitio BNAmericas). (Datos obtenidos del diario La Nación)



## Las Webseries

Otro fenómeno digital que se liga con el mundo de los youtubers y el teatro, son las 'web series' o 'serie web' creadas para ser distribuidas a través de Internet, y formar parte del nuevo y emergente medio llamado 'web televisión'. Utilizan guiones y están estructuradas en temporadas divididas en episodios, los que pueden recibir el nombre de 'Webisodios'. Pueden ser distribuidas de forma gratuita a través de plataformas digitales como: YouTube; Vimeo; Viki; DramaFever; Dailymotion o mediante una suscripción como en Netflix. Cada capítulo tiene una duración entre 5 a 15 minutos y sus capítulos están en línea semanalmente. Las web series son muy utilizadas como medio de publicidad, un ejemplo de esto es 'Confirmar Amistad' protagonizada por Iñigo Urrutia, la cual promociona a Samsung.

Las web series más conocidas son:

- **Gringolandia:** Es protagonizada por Koke Santa Ana, cuenta con dos temporadas y una tercera que está siendo transmitida, y narra la historia de un emprendedor chileno que se enamora de una estadounidense y decide seguirla hasta Manhattan para crear su propia empresa de Completos Chilenos, 'Yankee way'. Tiene más de 85 mil seguidores y cuatro millones de reproducciones, está disponible en YouTube, pero por el éxito alcanzado, se empezó a transmitir en Netflix. La diferencia, es que contempla una versión extendida con escenas inéditas y material exclusivo. Koke Santa Ana comentó para cooperativa "Desde que comenzamos a grabar noté de inmediato que teníamos llegada a un montón de lugares y públicos muy diversos. Empezamos a tener rápidamente muchos seguidores, no sólo en Chile, sino también en países como España".

- **Depto. 301:** Es protagonizada por Juanita Ringeling, y tiene por finalidad mostrar consejos y productos de bellezas a todas las mujeres que necesitan estar a la moda y es así como publicita a Falabella. Cuenta con tres temporadas, y 16 capítulos por cada una, con una duración de 3 minutos, y su primera temporada tiene más de 4.000.000 de views. La Agencia MAYO, premiada como la mejor agencia digital en 2013, obtuvo la máxima distinción con la implementación de esta web serie en YouTube. (Fuente: revista Mujer, Grupo Copesa)

- **Los jetas:** Protagonizada por Roberto Fuentes y Rodrigo Pardow, cuenta con dos temporadas, y habla sobre el arribismo en Chile, debido al éxito que tuvo, se realizó una película. (Fuente: latercera.com)



## El Público

Este es el factor más importante y el que se desea alcanzar, especialmente la prioridad de captar al público que no asiste al teatro.

### Uso de Internet en la población

Tenemos como primera información, que la población aumentó el uso de Internet a 46 minutos en el año 2002, y en el año 2012 el uso de Internet es de 4 horas, por lo tanto, esto comprueba que las redes sociales son altamente necesarias y muy útiles para dar a conocer un producto.

## Los Fanfiction

Ante el interés de captar al público participativo de las plataformas digitales para colaborar con el teatro y sus trabajadores, se inicia una búsqueda que arrojó como resultado a los fanfiction, a menudo abreviado 'fanfic' o simplemente 'fic', que hace referencia a relatos de 'ficción' escritos por fans de una obra literaria o dramática (ya sea película, novela, programa de televisión, videojuego, anime...). En estos relatos se utilizan los personajes, situaciones y ambientes descritos en la historia original o de creación propia del autor de fanfic, y se desarrollan nuevos papeles para estos. El término 'fanfiction' hace referencia, tanto al conjunto de todos estos relatos, como a uno en concreto, según el contexto. Otras formas de crear ficción derivativa son el 'dibujo', 'largo' o 'cortometrajes', y las series creadas en webs. Dentro de este término también se encuentran

los fandom, que se refiere al conjunto de aficionados a algún pasatiempo, persona o fenómeno en particular y son comunidades formadas en Internet que discuten temas relacionados con su afición. Cabe aclarar que el término 'fandom' se asocia sobre todo con los seguidores de la ciencia ficción o la literatura fantástica.

Debido al éxito de los fanfiction, Amazon lanzó una plataforma para que los aficionados pudiesen subir sus guiones, trabajar con los propietarios sin tener problemas y vender libros de sus creaciones. A su vez, Kindle Worlds es una plataforma de Fanfiction para autores independientes que le permite al autor escribir sus obras basadas en historias y personajes de otras obras famosas, para ello, Amazon ha obtenido licencias de series para que los autores tengan suficiente material para re-crear.

## Entrevistas

En las entrevistas que se realizaron se puede comentar como primer punto que, las redes son óptimas para estar comunicados, pero a la vez son muy absorbentes, así lo dice:

Rosa González (Publicista) “Las redes son muy absorbentes, llevan la comunicación a un nivel muy alto, es decir, no puedes no estar comunicado.”

Catherine Solange Miranda Cisternas (Contador auditor) “Las redes son necesarias hoy en día, aunque nos hemos esclavizado y cada vez nos vuelven más individualistas.”

Elizabeth Andrea Carvajal Díaz (dueña de casa) “Son muy buenas para mantenernos informados de nuestras familias y de nuestros artistas favoritos”.

Lo segundo que llama la atención en las entrevistas es que muchos mencionaron que veían videos en YouTube y las temáticas más visitadas correspondían al humor, música y series, como lo comentan, Claudia Ansietta (Periodista) “Veo videos en YouTube de todo tipo: musicales, reportajes, parodias, documentales, series”.

Carlos Díaz (Publicista) “Veo videos en YouTube de humor, música, parodias, programas informativos.

En las entrevistas, en su mayoría, opinan que las redes sociales absorben tiempo pero a la vez se destaca que son una ayuda efectiva para organizar el tiempo, así lo comenta Constanza Figueroa (Estudiante de publicidad) “Veo muchas series en Internet, creo que es la mejor opción, porque así tienes más libertad

en cuanto al horario y a la cantidad de episodios que quieres ver”.

La conclusión después de realizar las entrevistas es, que las redes sociales son útiles para comunicarse con amigos y compartir videos, y que este público, prefiere ver series Online, ya que así organizan mejor su tiempo y les da la posibilidad de dar su opinión sobre los videos.



## Perfiles Extremos

### Dimensión Tradicional

- **P1: El cool**

Utiliza a menudo las redes sociales para entretenerse, ya sea en YouTube para ver un video, o en Facebook para hablar con sus amigos. No le gusta que lo manden y muchas veces hace su voluntad.

- **P2: El culto**

Se preocupa por el entorno familiar. Su motivación es asegurar una buena vida. Su vida social es alrededor de sus familiares más cercanos y con sus vecinos. Su manejo con la tecnología es muy bajo.

### Dimensión Reconocimiento

- **P3: Solitario**

No se siente cómodo en ningún lugar, solo cuando se encuentra en su habitación. Distraerse para él significa ver televisión o jugar en el PlayStation. No le gusta interactuar con la gente porque es tímido o no comparte los mismos intereses, de vez en cuando utiliza las redes sociales solo para conseguir trabajos escolares, o porque simplemente le es más cómodo hablar por este medio.

- **P4: El sociable**

Es feliz conversando con todos sus amigos, si es necesario busca lo que sea tendencia para compartir con todos, y cuando no puede hablar en persona utiliza la red social, sube publicaciones del interés de sus seguidores para tener muchos like y más amigos.

### Dimensión Motivación

- **P5: El despreocupado**

No le importa si tiene trabajo para el día que viene, le interesa estar relajado y hacer el trabajo a último minuto. Su prioridad no es tener buenas notas si no que divertirse y salir con sus amigos, utiliza muy a menudo Facebook para conversar con ellos y ve videos de YouTube para comentarlos.

- **P6: El nerd**

Es el intelectual que le gusta investigar y disfruta haciendo sus trabajos relacionados con los estudios. No le interesa conversar con mucha gente, solo si es para algo de tareas o trabajos. Utiliza muy poco la tecnología y cuando la ocupa, es para buscar cosas acerca de sus investigaciones.

### Dimensión Tecnología

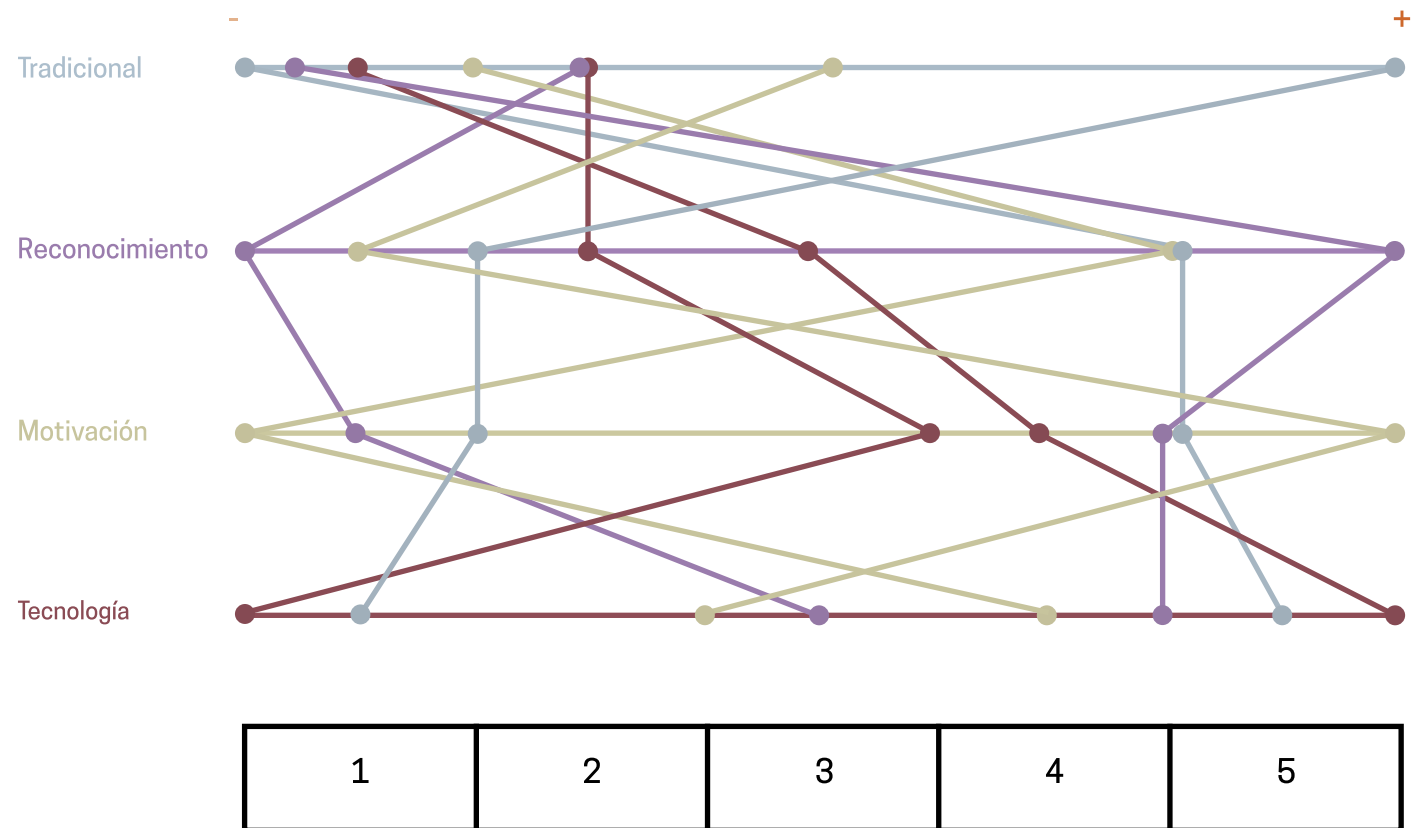
- **P7: El natural**

Es el que disfruta la naturaleza, eso lo hace feliz, interactúa con aquellos que les interesa disfrutar al aire libre. Para él no es importante tener tantos amigos, no le atrae la tecnología porque piensa que en las redes sociales no se encuentran amigos de verdad.

- **P8: El computín**

Es el que se siente cómodo en su hogar utilizando gran parte de su tiempo el computador, su mundo es jugar o ver videos en YouTube. Su interacción con la gente es a través de las redes sociales, ya que en persona no se atreve hablar mucho.

Gracias a la construcción de estos perfiles se encontró a dos de los más relevantes para concluir con la investigación. Estos perfiles corresponden a los que utilizan Internet y les gusta participar en él, aportando con comentarios, y los que utilizan Internet como medio de diversión pero no opinan en esta red.



## Mapa de Empatía

A través del mapa de empatía, en el cuadro de los dolores, se pudo detectar que al público le afectan las siguientes situaciones: que las redes sociales absorben mucho tiempo, y que si ven series en televisión abierta, el tiempo no les alcanza, ya que a veces pierden de ver capítulos, o los horarios no les acomodan, por lo que no pueden seguir la continuidad de una serie.

En cuanto al cuadro de resultados, se puede distinguir que el público prefiere las series en Internet porque les ahorra tiempo y les facilita la organización del mismo, ya que pueden decidir cuándo verlas y cuántos capítulos ver, esquivando comerciales, teniendo mayor interacción con personas y opinando acerca de las escenas que les gustan y lo que les disgusta de la serie.







## Insights

Los actores tienen una pasión por el teatro pero solo asocian el desarrollo de contenido en el teatro con plataformas análogas y no son capaces de verlas en plataformas digitales.

El público, dice que las redes sociales absorben mucho tiempo, pero que al ver series en Internet se organizan mejor y no se pierden ningún capítulo.

## **3.2 Investigación y Análisis**



# CROWDFUNDING

## Funcionamiento de Página Web

- **Spotify:** Están asociados con discografías o plataformas de suministros de música, la cual es entregada a spotify para ellos subirla a su plataforma, esta no tiene una plataforma para que el artista pueda subir su música. El modelo de negocio consiste en que le paga el 70% de las ganancias al creador y 30% es para la plataforma.
- **Youtube:** Al tener Gmail, automáticamente se crea una cuenta en youtube, en donde el usuario puede compartir sus videos, es decir el usuario es el encargado de subir el material. El modelo de negocio de YouTube consiste en pagar 2 dólares por 1000 reproducciones, esto se paga una vez al mes si los ingresos son más de 100 dólares.
- **Netflix:** Al igual que spotify, no tiene una plataforma para los creadores, son ellos los encargados de subir el contenido que lo obtienen de proveedores de series y películas, además de producir contenidos exclusivos de la plataforma. Su modelo de negocio es pagar los derechos de autor de cada serie o película para poder ser exhibido en esta plataforma. Los precios varían dependiendo de la serie o película.

## Financiar webseries

- **Publicidad:** Uno de los principales medios para financiar una página es la publicidad. Para poder financiar una serie y que sea sustentable se utiliza este medio que ocupa lugar, ya sea en el video, como en todos los espacios que sea posible dentro la página web. Algunos ejemplos que utilizan publicidad son: viki; dramafever; youtube.
- **Versión pagada:** Se trata de una práctica muy común a la cual la mayoría de las páginas web que contienen series o videos recurre, para poder sustentar algunos costos de producción. Ejemplos de estos son: Netflix; Dramafever; Viki y Youtube Red.
- **Crowdfunding:** Se define como cooperación colectiva, llevada a cabo por personas que realizan una red para

conseguir dinero u otros recursos, se suele utilizar Internet para financiar esfuerzos e iniciativas de otras personas u organizaciones. Es una práctica que no es muy conocida pero si muy utilizada, sobretodo por proyectos independientes y gente emprendedora.

## Youtube v/s Netflix

En esta comparación se busca mostrar por qué las personas prefieren una plataforma con una temática específica, como son las series, en vez de una plataforma con diferentes temáticas, como series, parodias, música, etc.

- Una persona pasa 10 horas al mes en Netflix a diferencia de Youtube en que solo ocupa alrededor de 3 horas al mes.
- Los usuarios prefieren ver una película o serie original completa en Netflix, en vez de una sucesión de videos de mala calidad en youtube.
- Los videos más visto en youtube son de música, por lo que la gente la utiliza mayormente para esto, y Netflix para ver temporadas de series.

## Youtube Red

Es la versión pagada de youtube. De momento solo está disponible en Estados Unidos, para acceder a ella, hay que pagar 9,90 dólares al mes (en pesos chilenos corresponden a \$6.762).

Esta plataforma cuenta con diferentes opciones para los usuarios, ver videos sin anuncio, guardar los videos y así poder verlos sin conexión de Internet en dispositivos móviles, reproducción en segundo plano, permitiendo la reproducción mientras ocupas otras apps o tienes apagada la pantalla, música sin interrupciones y contenidos exclusivos.

Tiene una nueva app llamada Youtube Music, donde puedes reproducir los videos musicales en segundo plano y sin necesitar conexión a Internet.

También cuenta con Youtube Gaming donde puedes conectarte con tus

jugadores favoritos sin anuncios, y con contenidos originales en series y películas.

Youtube entrega el 55% de las ganancias a los creadores lo que es bajo en comparación a otras plataformas como Spotify o Itunes

## Google AdSense

Google AdSense es una forma sencilla de obtener ingresos poniendo anuncios en tu sitio web, la participación es gratuita, paga por click y por impresiones que reciban los anuncios de Google que se muestran en un sitio, permite cobrar un mínimo de 100 dólares y después de 30 días de haberlo generado.

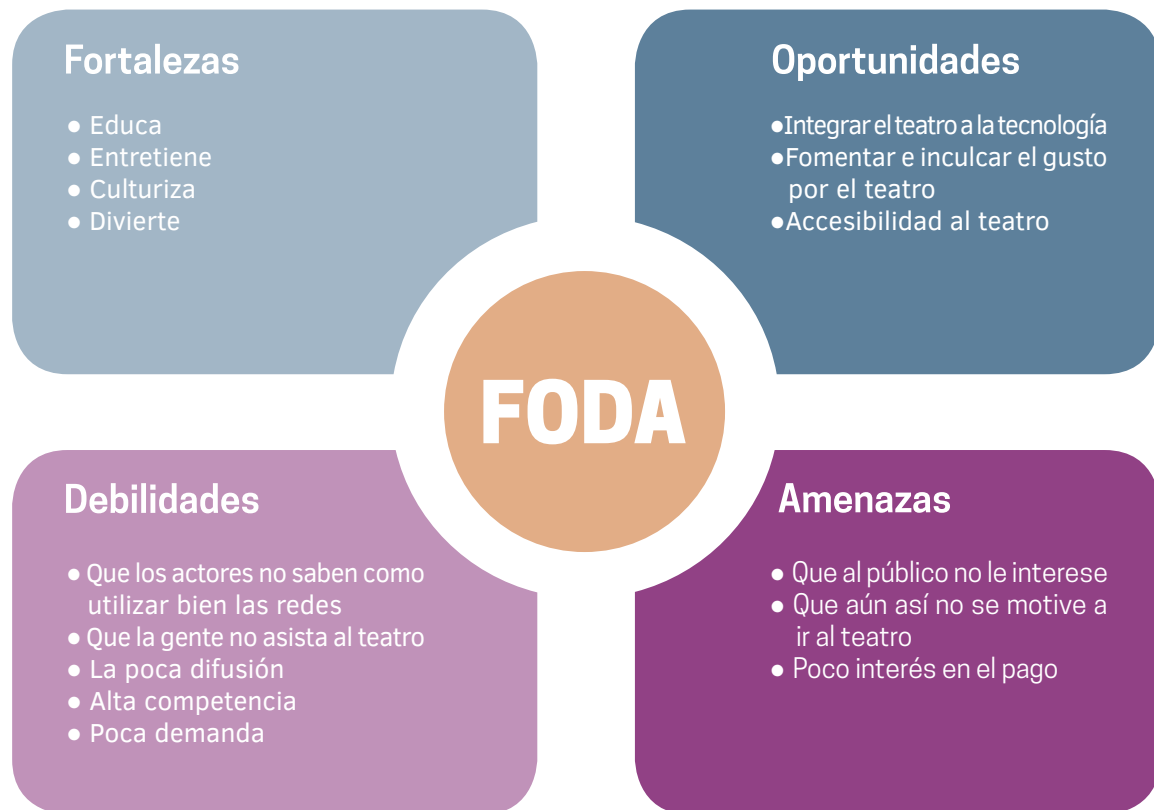
**NET** You Tube



## 3.3 Metodología

## FODA

Aquí podremos observar las fortalezas y oportunidades que pueden ayudar a los actores y al territorio de la cultura (teatro) mostrando además, las debilidades y amenazas que también poseen.



## 3.4 Oportunidad de Diseño





## Oportunidad de Diseño

Aumentar la exposición y visibilidad del actor emergente a través de una plataforma digital, para que no tengan que depender de un segundo empleo para subsistir.

## 3.5 Análisis de Usuario



## Target

- Enfocado principalmente en el adulto Joven de 25 a 30 años.
- Esto no excluye a otro público como jóvenes de 18 a 25 años o adultos de 30 a 40 años.
- Personas en general que gusten de las series.



# 4 Ideación

## 4.1 Ideación Conceptual



## 4.1.1 Propuesta Conceptual

### Propuesta Conceptual

- **¿Qué?**  
Generar una plataforma de web series de bajo presupuesto de compañías independientes.
- **¿Por qué?**  
En este espacio el actor tendrá una mayor exposición e interacción con el público.
- **¿Para qué?**  
El actor sea más reconocido y así generar una cercanía con el público, y aumentar los ingresos del primero.

Generar una plataforma de web series de bajo presupuestos donde el actor pueda tener interacción con el público, donde ellos podrán ir votando sobre preguntas relacionadas con la serie, además de valorar y comentar.

## 4.1.2 Directrices Conceptual

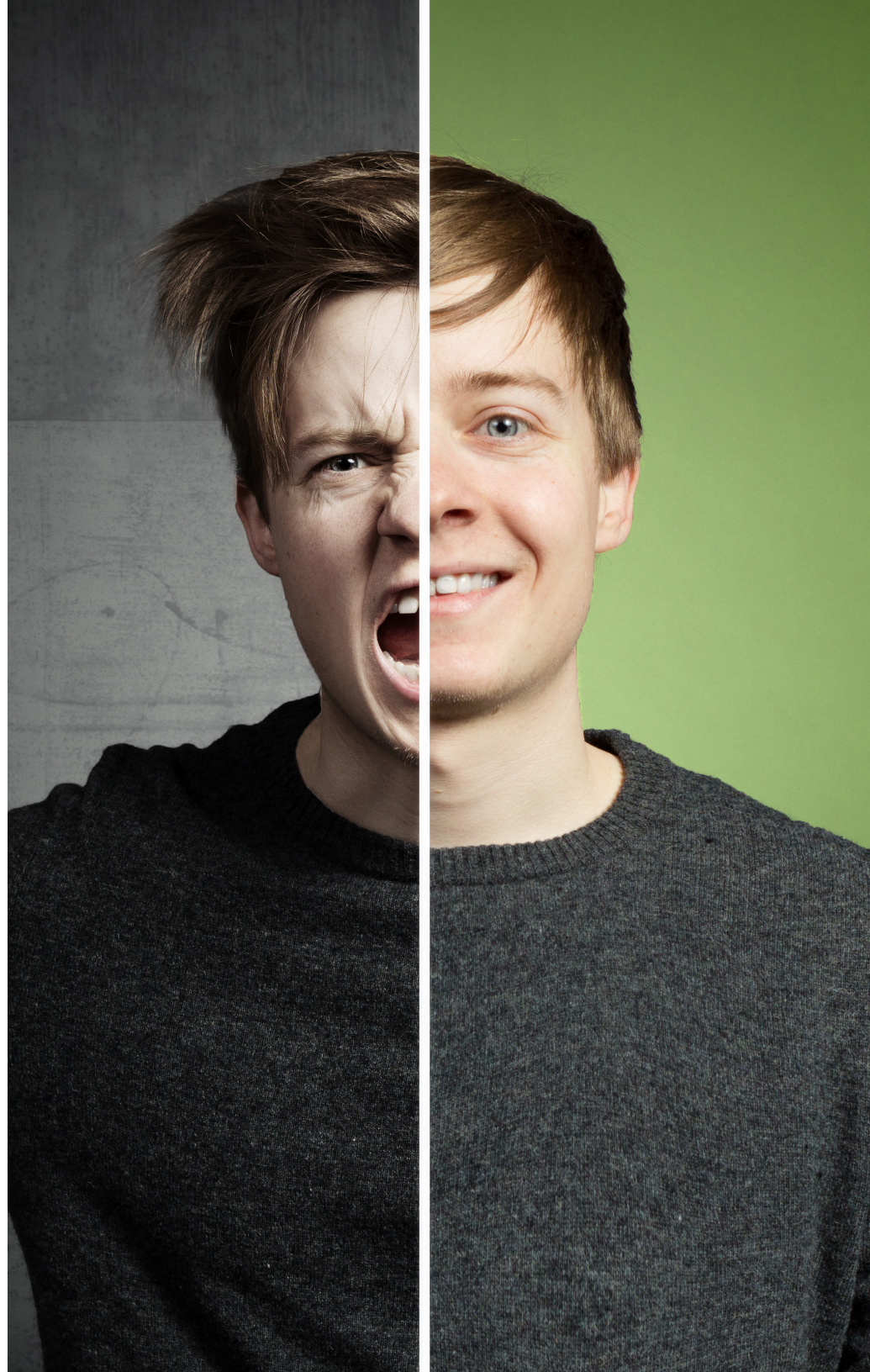
### Mapa de Polaridades

Se realizaron dos mapas de polaridades.

El primero fue en relación a la industria de videos donde se muestra las diferentes plataformas que reproducen videos, en los cuales se encuentran las polaridades pagado y gratis, y la segunda polaridad es focalizada y masiva, focalizada hace referencia a las plataformas que se especifican a distribución de una temática como serie, y masiva se refiere a las plataformas que distribuyen diferentes temáticas ya sea parodias, videos musicales, series, etc.

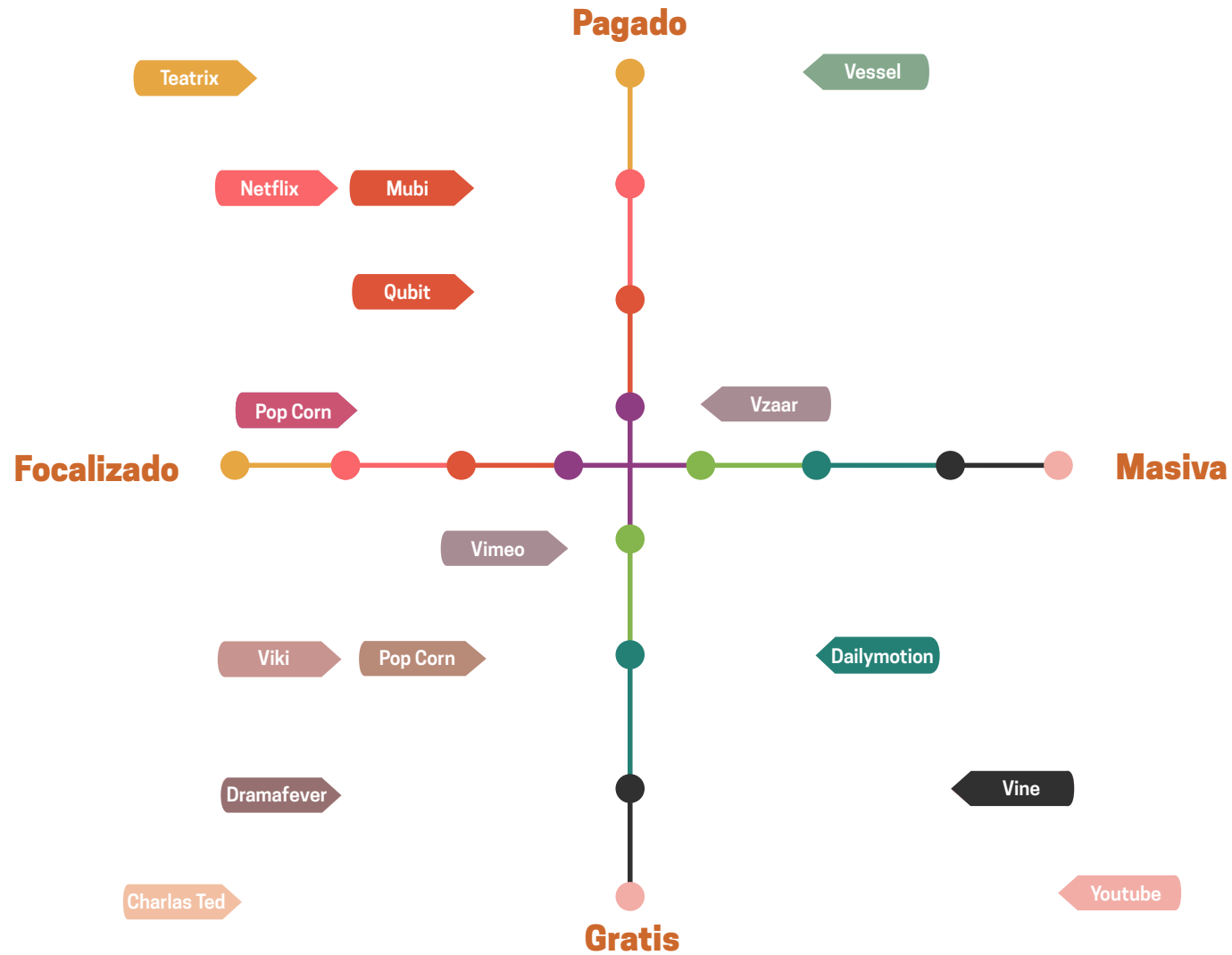
El segundo fue en relación al público donde se podían apreciar los diferentes usuarios que se pueden encontrar, la primera polaridad fue culto y divertido donde podemos ver las preferencias que tiene el usuario a la hora de distraerse, y la segunda polaridad no participativo y participativo, donde podemos apreciar la participación que tiene cada tipo de usuario.

Con esta investigación podemos apreciar cual es el posible usuario que podría utilizar esta plataforma y las posibles competencias.





### Mapa de Polaridades de la Industria



## 4.1.2 Directrices Conceptual

### Mapa de Polaridades del Usuario

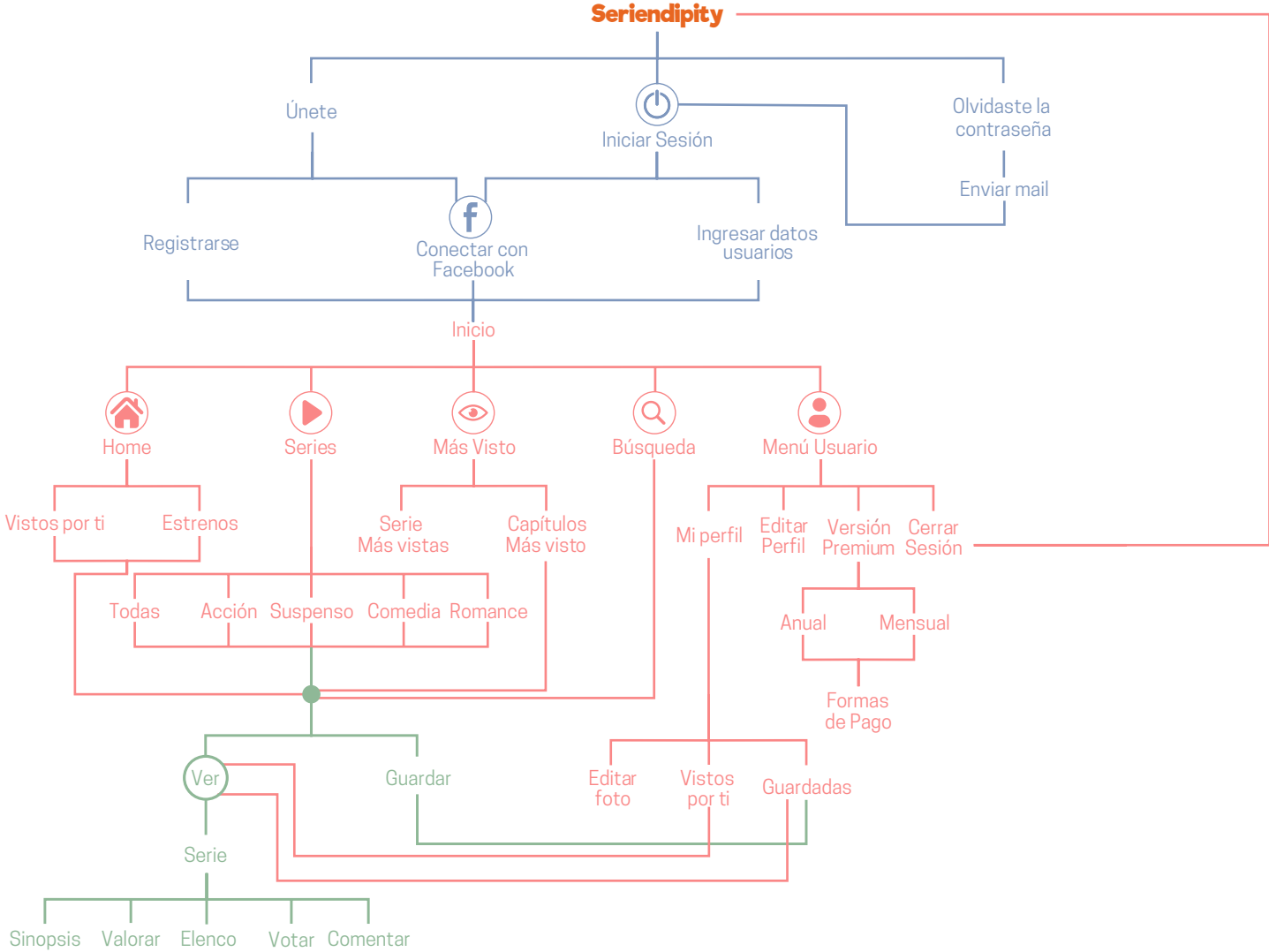


## Modelo Canvas



## 4.2 Ideación Formal

# Árbol Estructural



## 4.2.2 Definición de Línea Gráfica

### Naming

Para escoger el nombre nos basamos en el principal atributo de este proyecto que corresponde a la visibilidad. Se propusieron 3 nombres: Apptuando, N-Scena y Seriendipity, testeados en 31 personas, y quedando como favorito 'Seriendipity' con 18 votos. Dentro de los comentarios destacan: divertido, llama la atención y que se diferencia por no ser tan obvio.

Seriendipity busca subrayar la mezcla entre web serie y compañías independientes. Proviene de la palabra en inglés serendipity (en español serendipia) y expresa el hallazgo valioso que se produce de manera accidental o casual (Fuente: RAE). En nuestro caso, se le agrega la letra "i" para resaltar la palabra serie, y corresponde al momento en que el usuario descubre otra serie que nunca pensó hallar, fomentando las suscripciones a la plataforma.

**APPTUANDO**

**N-SCENA**

**SERIENDIPITY**

### Referente de Logos

Lo primero que se realizó antes de comenzar con el diseño del logo fue buscar referentes de otras plataformas que distribuyeran videos.

Después de investigar, lo primero que se detectó fue que se dividían las palabras que componían el nombre, ya sea con cambio de color, utilizando las diferentes variaciones de la tipografía, o a través de ícono.

Lo segundo fue que utilizandepreferencia, tipografías estilo Sans Serif.



Dailymotion

vimeo





### Propuesta de Logo

Tomando los referentes anteriores, comenzamos a buscar la forma de separar la palabra 'serie' y 'endepity'. A través de un círculo verificamos si funciona la palabra en dos bloques. Proseguimos con la búsqueda de íconos que tengan relación con los términos: serie, video, público y teatro.



Como primer resultado se obtiene una cinta de video, y como segunda opción y final, aparece el boleto que hace referencia a una entrada de teatro y al público que asiste. Gráficamos la separación con un medio círculo para que la letra "e" quede formada y se lea claramente el nombre que estamos proponiendo.



### Logo Final

Finalmente el logo se eligió en base al boleto que representa de mejor forma al público objetivo. La curva que separa la palabra se adapta a la letra "e" facilitando la lectura del nombre para procurar pregnancia. El boleto está levemente inclinado para captar la atención en la división del nombre.



## 4.2.2 Definición de Línea Gráfica

### Tipografía

La tipografía que se utilizó para el logo fue Riffic Free, y como su nombre lo indica, esta tipografía es gratuita.

Para la página web y la tesis escrita se utilizó Cooper Hewitt, ocupando todas sus variaciones.

**Seriendipity**

Riffic Free

Seriendipity

Cooper Hewitt Thin

Seriendipity

Cooper Hewitt Light

Seriendipity

Cooper Hewitt Book

Seriendipity

Cooper Hewitt Medium

Seriendipity

Cooper Hewitt Semibold

Seriendipity

Cooper Hewitt Bold

Seriendipity

Cooper Hewitt Heavy

### Color

En nuestra investigación encontramos el estudio de Ingrid Calvo, diseñadora gráfica de la universidad de Chile, quien creó proyectacolor.cl, y donde publicó diferentes paletas de colores por temática y rangos de edad. En base a esto, decidimos utilizar la gama correspondiente al segmento de los jóvenes, explicando que los colores saturados y vivos, dominan y hacen referencia a la intensidad emocional. En esta paleta, uno de los colores que se encuentra es el naranja, que utilizamos en la construcción de nuestro logo, sumando que, en el diario de paraguay 'ABC Color' se publicó una nota haciendo referencia al tono naranja y su significado en el teatro, que simbolizan la vitalidad y la alegría.

Definido el color principal, se buscaron tonos que combinaran adecuadamente, utilizando la página web Adobe Color.



R:237  
G:107  
B:0



R:26  
G:73  
B:128



R:0  
G:152  
B:178



R:148  
G:192  
B:157



R:178  
G:178  
B:178



R:250  
G:250  
B:250



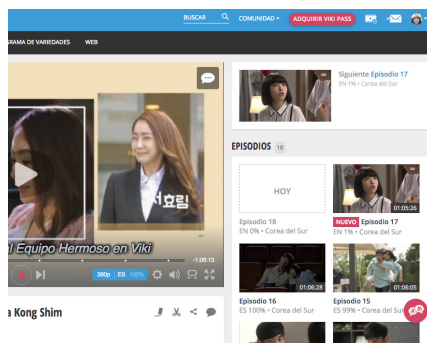
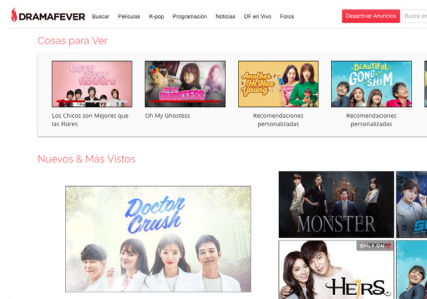
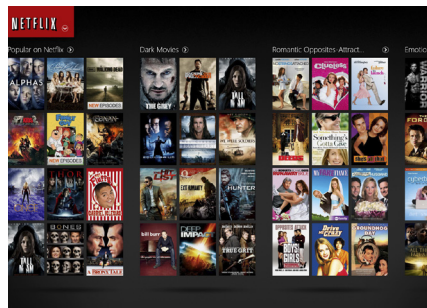
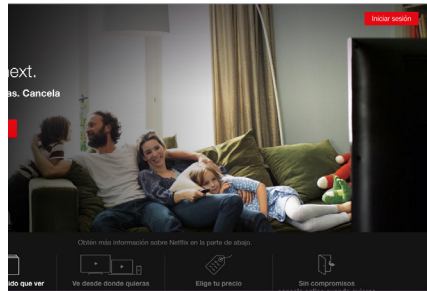
## Referente de web

Antes de comenzar hacer los wireframes se buscó referentes de web. En los encontrados se apreció:

Con Netflix se detectó que la primera página corresponde al inicio de sesión y además explica de que trata la plataforma. Lo segundo es la forma en que dividen las series y películas, por género.

El segundo fue Dramafever, en el cual se apreció la forma en que distribuyen los videos en el inicio.

Y como tercer referente encontramos a Viki, y la localización de los episodios de cada serie que se hallan a un costado del video.

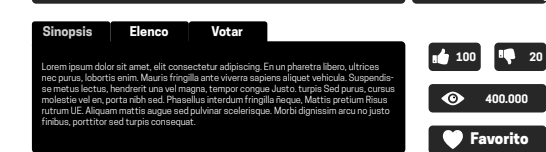
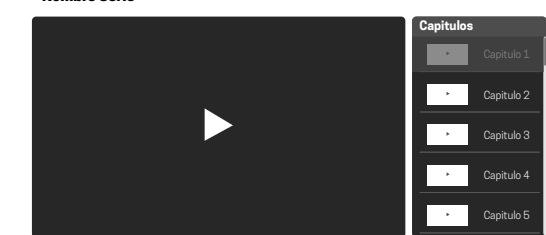
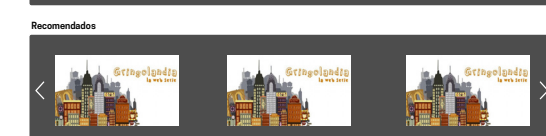
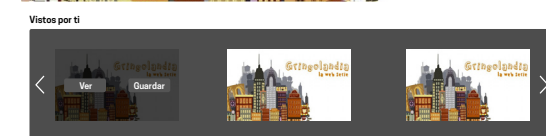
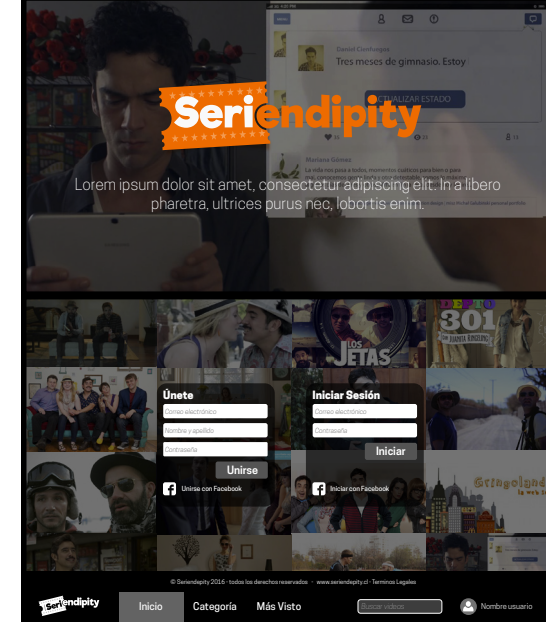


## Wireframes

Después de observar referentes, se comenzó a realizar la estructura que tendría la web.

La primera parte corresponde a la construcción de la pantalla de inicio donde el usuario se registra o ingresa.

En el interior se ubicó un banner que dividió las series en 'últimos vistos' y 'estrenos' y se organizaron los videos por episodios, sinopsis, elenco, votación.





# 5 Implementación

## 5.1 Prototipo

## 5.1.1 Especificaciones Técnicas



### Soporte

El prototipo se realizó con un Macbook Pro:

Dimensiones: 2,41 x 32,5 cm x 22,7 cm  
Pantalla: LED de 13,3 pulgadas  
Resolución de Pantalla: 1280x720 px  
Sistema Operativo: OS X El Capitán  
Capacidad: Disco duro de 500 GB

### Tecnologías Aplicadas



Adobe Illustrator fue utilizado para la realización del logo y página web.



Invision fue utilizado para realizar los primeros prototipos y realizar el testeó.



Finalmente después realizar los testeos se utilizó Adobe Muse ya que con este se podía integrar los videos en el prototipo

## 5.1.2 Protocolo de Uso

### Protocolo de Uso

La plataforma contará con una página de inicio donde el usuario debe registrarse para poder ingresar y ver webseries.

Al momento de ver un video el usuario podrá, valorar y votar sobre la serie. En algunos casos, esto permitirá que el visitante decida que sucederá en algunos capítulos. También tendrá la opción de comentar acerca del video con otros usuarios, existiendo un menú donde podrá hacer algunos cambios o actualización de información de perfil, o bien ingresar a sus series preferidas o las últimas que vio.

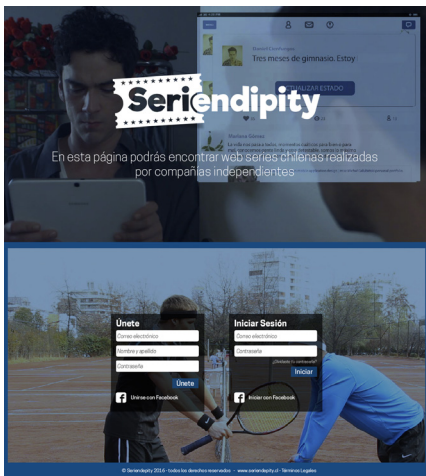
Además de esto, la plataforma cuenta con una versión premium que contará con contenido exclusivo y permitirá que el usuario vea sus webseries sin cortes comerciales. Esta funcionará del siguiente modo: cuando el usuario cancele la membresía, tendrá la posibilidad de ver la nueva temporada de las series exclusivas de la plataforma.



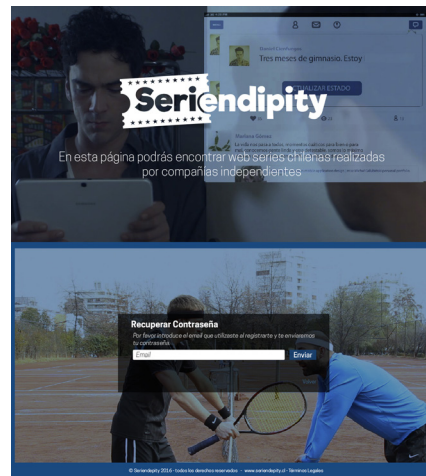
En esta página podrás encontrar web series chilenas realizadas por compañías independientes



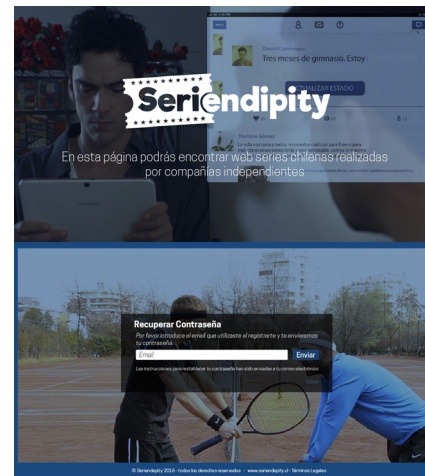
## Diseño de Interfaz



Pantalla de bienvenida donde el usuario se registrará o iniciará sesión con un breve resumen que presentará la plataforma. Detrás de eso se visualizan imágenes estáticas que van cambiando.



Esta es la pantalla que corresponde a la recuperación de una contraseña olvidada. En ella se debe ingresar el correo electrónico para que el usuario reciba una nueva o recobre la antigua.



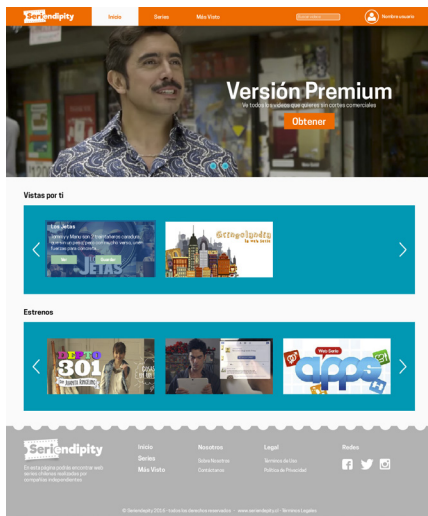
Pantalla donde se le informa al usuario que ya fue enviada la contraseña a su casilla y que debe revisar su correo.



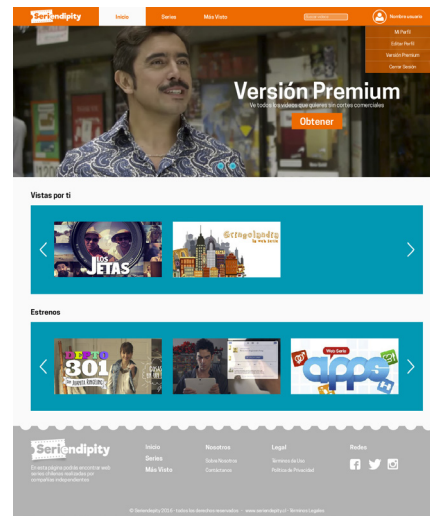
En esta pantalla podemos ver como el usuario puede registrarse usando su cuenta de Facebook.

### 5.1.3 Diseño de Interfaz

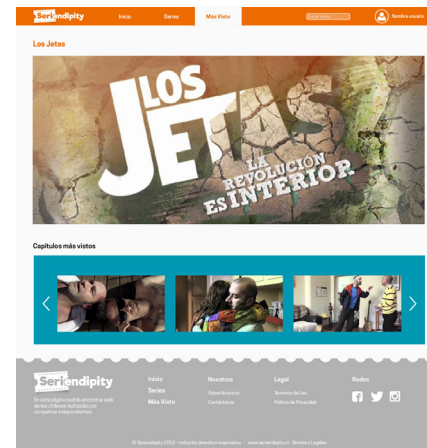
## Diseño de Interfaz



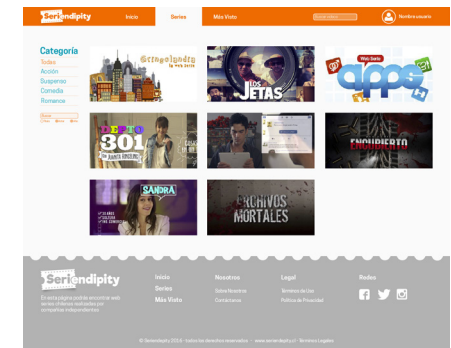
Pantalla de inicio donde se registran las series vistas por el usuario y las nuevas series. Aquí se encuentra la opción de ver o guardar una serie como favorito.



Pantalla donde podemos ver el menú de usuario y donde encontramos las categorías de mi perfil, editar perfil, versión premium y cerrar sesión.



Pantalla donde se encontrarán las series con los capítulos más vistos del mes y con la opción de ver serie o guardar.



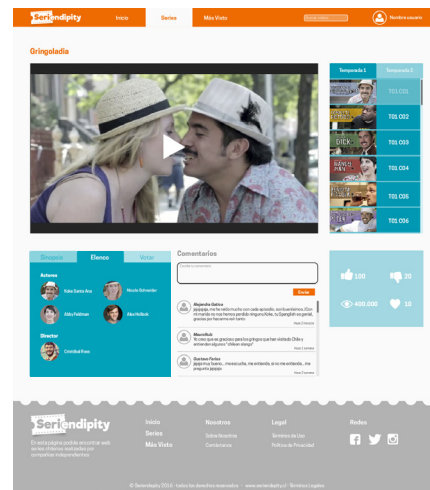
Pantalla con listas de series. Estas se pueden separar por categorías, utilizando un buscador que filtra por título, nombre y año. También encontramos la opción de ver series o guardar.



## 5.1.3 Diseño de Interfaz



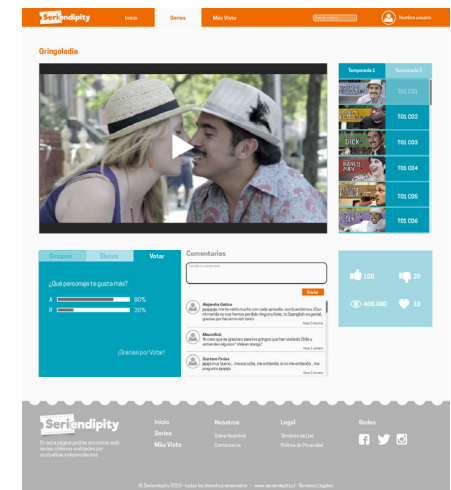
En esta pantalla podemos ver los videos propiamente tal. Al costado estará la lista con episodios y sinopsis, y se puede valorar, comentar, dar me gusta, visualizar visitas y series favoritas.



Aquí podemos observar la misma ventana anterior pero con una pestaña diferente que contiene la foto y nombre de los actores y director.



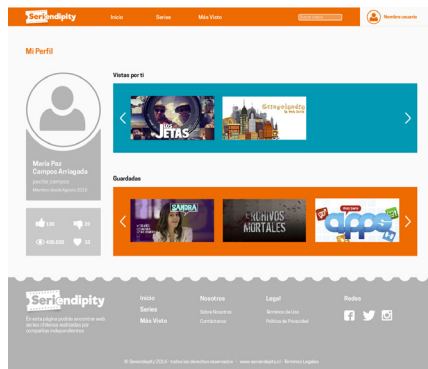
Aquí se encuentra una pestaña con votación y preguntas relacionadas con la serie, y donde el usuario tiene la posibilidad de interactuar.



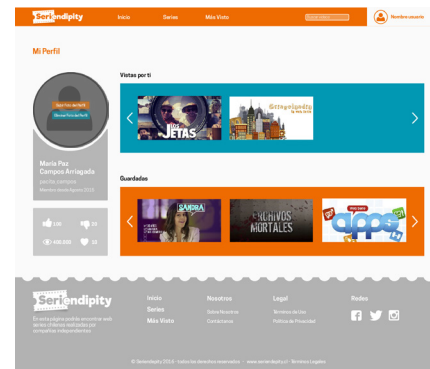
Pantalla que muestra el resultado de la votación obtenidos en total.

### 5.1.3 Diseño de Interfaz

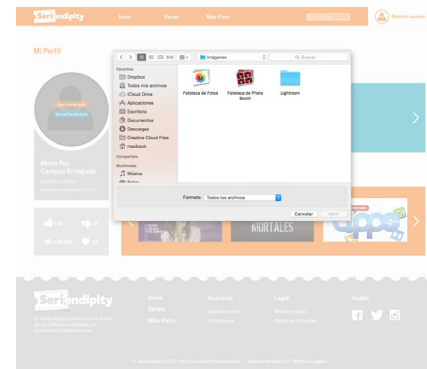
## Diseño de Interfaz



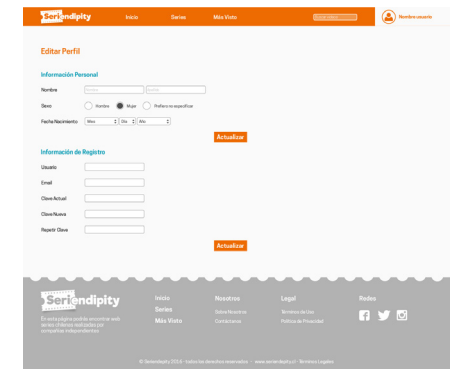
Esta es la pantalla de perfil donde el usuario puede encontrar las series que guardó y las últimas series que vio.



Pantalla con la opción de cambiar foto de perfil. Esto sucede cuando el usuario pasa por encima de la imagen con la opción de eliminar o subir una nueva foto.

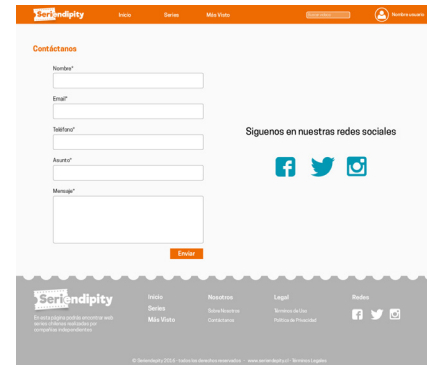
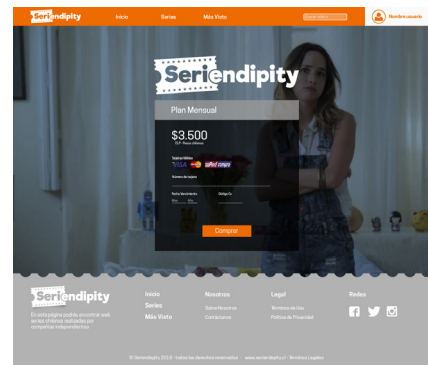
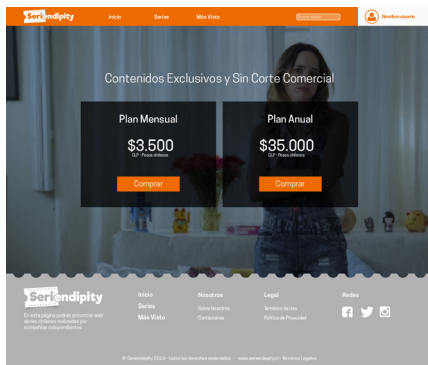


Esto sucede cuando el usuario marca la opción de subir imagen. Se abre una nueva pestaña donde el usuario puede elegir una foto desde su escritorio.



Pantalla para editar perfil. El usuario puede editar toda la información de usuario o personal que es requerida.

### 5.1.3 Diseño de Interfaz



Pantalla de versión premium. Aquí se dan a conocer los valores por membresía mensual o anual para que el usuario acceda al contenido exclusivo y sin cortes comerciales.

Cuando se elige un plan, se ingresa a esta pestaña donde se solicitará información de la tarjeta comercial o con lo cual se cancelará la membresía.

Pantalla 'contáctanos' donde el usuario puede hacer consultas o el actor puede consultar la forma de subir la serie.

Pantalla con los 'Términos de Uso'. Se entrega información de la página, 'Políticas de Privacidad' y sobre la sección 'Nosotros'. Corresponden a tres pantallas que cuentan con el mismo diseño.

## 5.2 Testeo y Evaluación



## 5.2.1 Resultado e Impacto esperado

### Resultado

En el testeo se espera como principal resultado que la plataforma sea de fácil uso, que encuentren rápidamente los videos y que sea atractiva para el usuario.

Que al usuario le den ganas de ver webseries en esta plataforma.

Que el visitante sienta la motivación de comentar, valorar y votar y que reconozca al artista.

Que sea fácil para ellos encontrar la serie que esta buscando.

### Impacto Esperado

Que los actores y compañías se animen a subir webseries en esta plataforma.

Que el usuario reconozca a los actores independientes o que no salen en la tv.

Que la plataforma se convierta en una fuente de nuevos ingresos para los actores. Que sean reconocidos y como consecuencia el público se anime ir al teatro, aumentando así, el ingreso y visibilidad del actor.

Que se diviertan, emocionen, pasen un rato agradable en esta plataforma y que se sientan parte de este mundo comentando, guardando y votando sus series favoritas.

## 5.2.2 Testeo y Observaciones

### Testeo N° 1

Se testeó la página web entre personas correspondientes al rango de edad entre 25 a 30 años. Se les preguntó qué opinaban de la página en cuanto a estética y usabilidad.

Principales Respuestas:

- Es ordenada, se encuentra fácilmente el contenido, los colores son visualmente agradables y se lee fácilmente.
- Es funcional, y de fácil acceso.
- Limpia, simple, fácil de navegación y reconocimiento de las secciones. Fácil de buscar videos.
- Quizás falta algo en la página que tenga relación con el logo.
- Me molesta un poco que no tenga color de fondo, quizás un color de

fondo que no compita ni con el naranja y azul, que no sea tan fuerte.

- Me gustaría que se agregue un buscador en categorías, con el cual se pueda filtrar por actor, título, género, etc., como lo hace Netflix.

### Testeo N° 2

Con los cambios aplicados a la página web se realizó un nuevo testeó con un grupo de personas dentro del mismo rango de edad, utilizando las mismas preguntas. Las respuestas fueron las siguientes:

- Fácil de entrar, fácil de registrarse, página amigable para los que no usan mucho Internet.
- Tiene buenas categorías, buena relación con las redes sociales.
- No es como esas páginas de videos, llena de publicidad en todas partes.
- En la pantalla de inicio falta la opción 'Olvidó su Contraseña'.
- Me gustaría, como usuario, poder calificar la serie como en Netflix.

- Al principio no vi que se podía comentar, pero después me di cuenta que estaba abajo, siento que eso se pierde.

## Testeo N° 3

Finalmente y con todos los cambios realizados anteriormente, se realizó un último testeo donde se repitieron las preguntas. Las respuestas fueron satisfactorias ya que el público realizó comentarios positivos y solo se tuvo que aplicar un cambio que se detalla a continuación:

- Encuentro que la página está muy buena y sencilla.
- Encuentro que está muy funcional y muy rápido para encontrar videos.
- No es difícil llegar a una serie, los colores atraen.
- La tipografía es legible, al igual que los íconos, están en buen tamaño.

- En la parte para elegir el capítulo, encuentro que el color gris no se ve bien con el resto de la página y además las fotos del capítulo se pierden cuando están seleccionadas.




# Seriendipity

En esta página podrás encontrar web series chilenas realizadas por compañías independientes


### Únete

Únete

 Unirse con Facebook

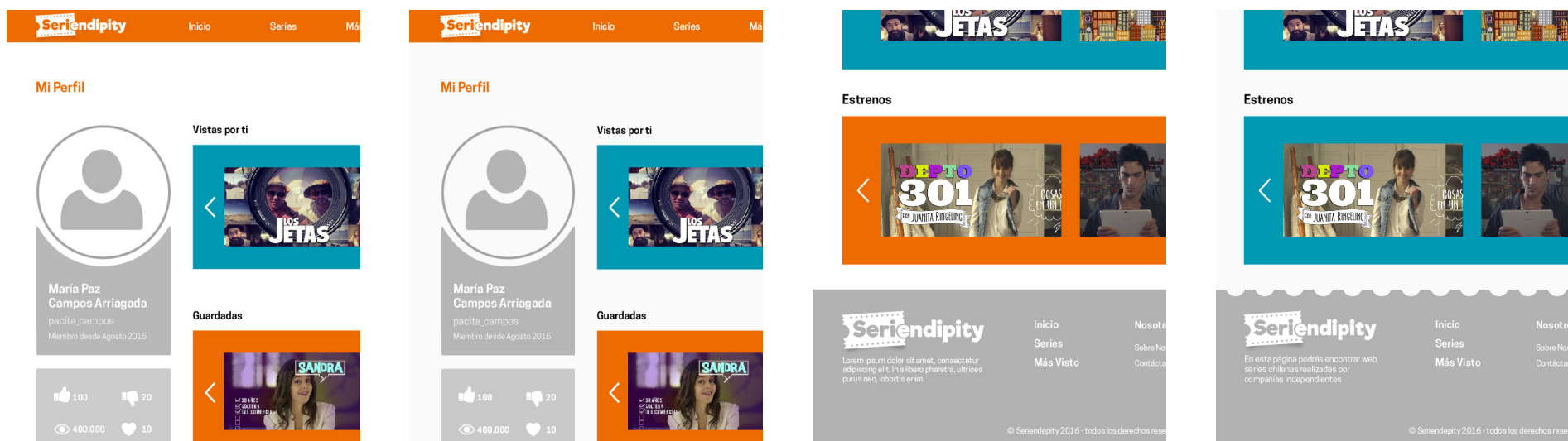
### Iniciar Sesión

Iniciar

 Iniciar con Facebook

## 5.2.3 Redefiniciones

### Testeo N° 1



El primer cambio que se aplicó fue el color de fondo en donde se cambió el color blanco por un gris tenue (10% de negro), El cambio fue un aporte porque se adaptó a la combinación de la paleta de colores.

El segundo cambio fue el footer. Se utilizaron líneas pequeñas que hacen referencia al boleto del logo.



## 5.2.3 Redefiniciones

### Categoría

Todas

Acción

Suspense

Comedia

Romance



### Categoría

Todas

Acción

Suspense

Comedia

Romance

Buscar

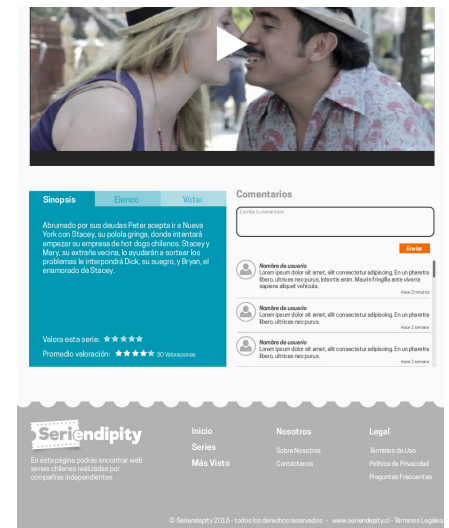
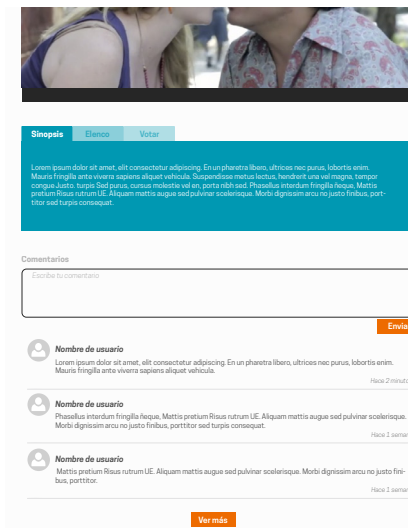
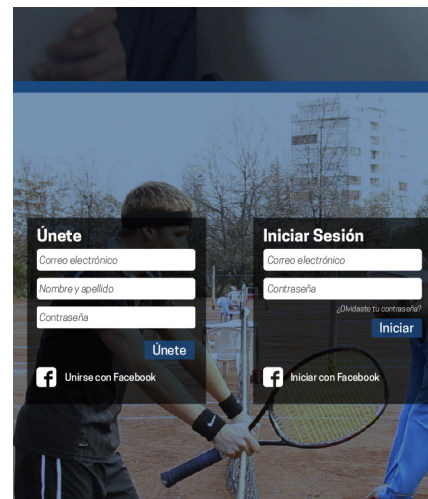
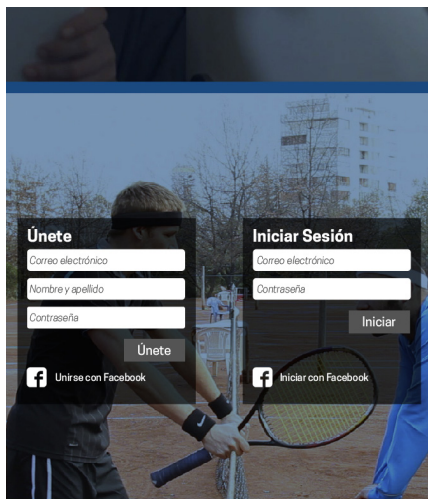
Título  Actor  Año



El último cambio que se realizó después del primer testeo, corresponde a la herramienta de búsqueda dentro de la sección series. Se ubicó debajo de las categorías y se agregaron los filtros de búsqueda: título, actor y año.

## 5.2.3 Redefiniciones

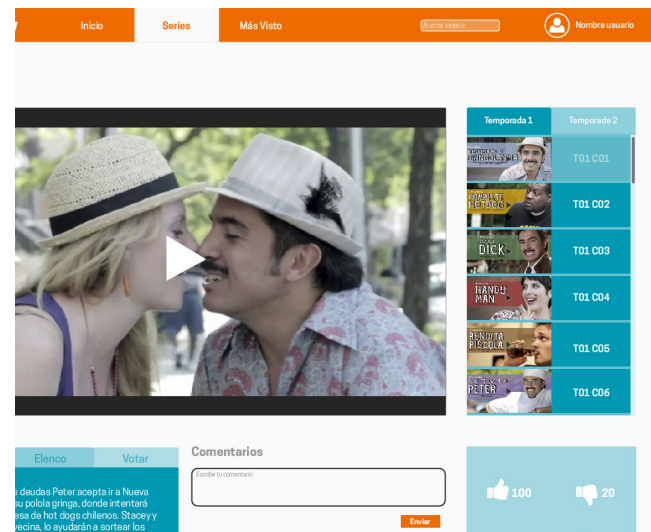
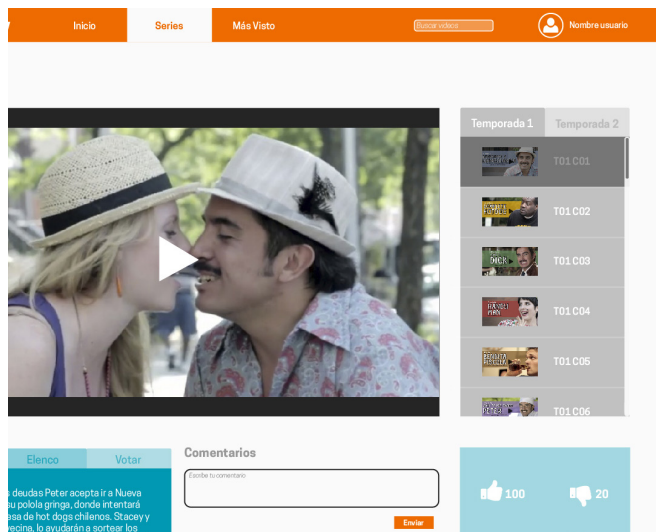
### Testeo N° 2



El primer cambio que hizo después de realizar el segundo testeo. Se agregó el área de 'Olvidaste la Contraseña', la cual no existía y además se igualaron los botones con los colores de los márgenes correspondientes a filtro y marcos de la foto de inicio.

El segundo cambio que se realizó, corresponde a la sección de los videos. Se cambió el tamaño del cuadro de sinopsis, elenco y votar, para agregar al lado los comentarios, que perdían visualización para el público. Además, se agregó dentro de la sinopsis las estrellas para poder valorarlas.

### Testeo N° 3



El último cambio que se realizó corresponde al tercer testeo. Se agrandaron las imágenes que mostraban los siguientes episodios al costado del video principal y se utilizó opacidad de color en las opciones de visualización del capítulo.

## 5.2.4 Definición de Parámetros

### Factibilidad de Territorio

En el mundo de la cultura existe un amplio nivel de desempleo, por lo que abordar este tema es una solución para tratar de cambiar, en una pequeña parte, este problema. Además, vemos como medios y actores conocidos están utilizando lo que son las webseries para tener mayor popularidad.

### Factibilidad Tecnológica

Para poder realizar el prototipo, se trabajó con dos programas mencionados anteriormente. El primero corresponde a 'Invision', una página web que trabaja con archivos jpg. El segundo se trata de 'Muse' utilizado para integrar los videos que no funcionaron en el primer prototipo construido con Invision.



## Modelo de Negocio

La plataforma contará con dos tipos de ingresos los cuales se detallarán a continuación:

El primero contempla la publicidad inserta en los videos. Estos serán proporcionados por Google AdSense.

El segundo corresponde a la versión premium con la que contará la página. Existirán dos planes: mensual, en el cual se pagarán \$3.500, y el plan anual, con un cobro de \$35.000. Los montos son referencias de otras páginas que distribuyen series en Internet.

Por otra parte, tenemos la forma en que se le pagará a los actores, replicada de las plataformas Spotify e iTunes que pagan el 70% a los creadores de contenido. De esta manera trabajará esta plataforma, pagando el mismo

porcentaje a los actores y la plataforma se obtendrá el 30% restante.

Se buscará financiar esta plataforma con la ayuda de la CNCA, postulando o presentándolo ante ellos como un proyecto.



## 5.2.5 Gestión de Negocio

### Costos

Los costos iniciales del proyecto se detallarán al costado detallando los ítems que necesita este proyecto:

- Dominio
- Hosting
- Diseñador
- Programador
- Publicidad
- Abogado

Descripción	Costo
Dominio	\$ 9.950
Hosting	\$993.000
Diseñador	\$1.000.000
Programador	\$1.000.000
Publicidad	\$500.000
Abogado	\$500.000
Idea	\$16.000.000
<b>Total</b>	<b>\$20.002.950</b>



## Posicionamiento

Este se realizará a través de los siguientes medios:

Publicidad en las redes sociales, para que actores se enteren acerca del proyecto y se unan, creando y mandando sus webseries, y para que el usuario final se anime a visitar esta plataforma.

Diferentes eventos culturales donde se informará a los actores acerca del proyecto y sus beneficios.







# 6 Conclusión

## **6.1 Eficiencia de la Propuesta**



Es una propuesta diferente, basada en la tendencia mundial de Web series, que aporta a una problemática particular de nuestro país. A pesar del deseo de nuestra sociedad, de solucionar las dificultades en el aumento de los ingresos de las personas que trabajan en esta área, aún con el sin número de proyectos que se han realizado para su difusión, no se ha llegado a puerto. Con esta iniciativa se busca ayudar de alguna manera a que los actores aumenten su visibilidad y la vez trabajen en la carrera que estudiaron. El mundo de las web series es un punto a favor, ya que ha sido comprobado por las estadística que corresponde a un medio que funciona y que hoy en día contempla altas cifras de consumo en el medio digital.

## 6.2 Nivel de Logro



Se aplicaron todos conocimientos teóricos y prácticos otorgados estos años. El prototipo se pudo construir de la forma más funcional posible, llegando a un nivel óptimo y de finalización casi completo, ya que en esta primera etapa se contemplaba tener, por lo menos, un capítulo de una serie independiente, lo cual fue cumplido. El diseño la página web resultó satisfactoriamente, ya que el prototipo pudo desarrollarse en detalle. A pesar de no contar con un programador, es posible apreciar la funcionalidad de la plataforma, y tomando en cuenta que lo primordial de este proyecto son los videos, podemos concluir que se visualizan exitosamente.

## 6.3 Resultado Esperado



Se espera que alrededor de un periodo de tiempo la gente empiece a reconocer a los artistas que participarán en la plataforma y se interesen por sus trabajos, para que estos a su vez, puedan entrar al mundo de la televisión o la gente sienta la motivación de ir a verlos al teatro.

## 6.4 Planteamiento y Proyección





En un futuro se espera que el proyecto funcione solo con series de compañías o actores independientes, con muchos usuarios utilizando esta plataforma, y ampliándola en aplicaciones para móviles o tablets, facilitándoles a los usuarios la visualización de estas webseries donde lo deseen, camino a su casa, al trabajo, etc.

Además, crear una sección donde el actor o compañía pueda subir sus propias webseries, sin la necesidad de un administrador y contar con un perfil para que el usuario conozca más acerca de él.

Que la plataforma cuente con diferentes medios de publicidad sin la necesidad de depender de Google AdSense. Que los actores independientes tomen esta plataforma como un nuevo medio de trabajo, y que en un futuro, esta plataforma se llegue a expandir de manera que se incluyan subtítulos. También agregar diferentes contenidos que tengan relación con el teatro como: pequeños extractos de las obras y un lugar donde se informen nuevas fechas de funciones que tengan diversas compañías.



# 7 Bibliografía

## Bibliografía



- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA)
- Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural
- Fundación Teatro a Mil
- Observatorio de Políticas Culturales
- [www.uchile.cl](http://www.uchile.cl)
- [www.aiep.cl](http://www.aiep.cl)
- [www.umayor.cl](http://www.umayor.cl)
- [www.uc.cl](http://www.uc.cl)
- [www.proyectacolor.cl](http://www.proyectacolor.cl)
- Spotify
- La Nación
- Publimetro
- Radio Cooperativa
- Social Blade
- BNAmericas
- Revista Mujer, Grupo Copesa
- La Tercera
- Google AdSense
- Youtube Red
- [www.cultura.gob.cl](http://www.cultura.gob.cl)
- Viki
- Dramafever
- Netflix
- Teatrix
- [www.mifuturo.cl](http://www.mifuturo.cl)
- [www.trabajando.cl](http://www.trabajando.cl)
- [www.techlosophy.com](http://www.techlosophy.com)
- [www.smartec.la](http://www.smartec.la)
- [www.premiereactors.com](http://www.premiereactors.com)
- [www.espaciosculturales.cl](http://www.espaciosculturales.cl)
- Instituto Nacional de Estadísticas (INE)



# 8 Anexos

# Anexos





- Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural
- Reporte Estadístico del Observatorio Cultural





