



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Todo por mi boda**

**Mario Israel Varela Morales**

**Mario J. Troya, M.B.A, Director de Tesis**

Tesis de Grado presentada como requisito para la obtención del título de

Licenciado en Producción de Televisión y Medios Digitales

Quito, diciembre de 2014

**Universidad San Francisco de Quito**  
**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS**

**TODO POR MI BODA:** Programa de Televisión concurso y de entretenimiento.

**Mario Israel Varela Morales**

Mario Troya, M.A.

Director de Tesis

.....

Diego Ortuño, M.A.

Miembro del Comité de Tesis

.....

Felipe Terán, M.F.A.

Miembro del Comité de Tesis

.....

Hugo Burgos, Ph.D.

Decano del Colegio de Comunicación

y Artes Contemporáneas

.....

Quito, Diciembre de 2014

© DERECHOS DE AUTOR

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

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

Firma:

-----

Nombre: Mario Israel Varela Morales

C. I.: 1717938110

Quito, diciembre de 2014

## DEDICATORIA

Esta etapa de mi vida no podría haber culminado de mejor manera. Tuve la oportunidad de estudiar lo que siempre he querido y además, hacer de mi proyecto de tesis un sueño hecho realidad.

Me siento totalmente honrado con la oportunidad que Dios me ha brindado al ser un profesional a mis 21 años, por haber culminado una carrera en tiempo record y más aun con un proyecto como este. Dedico cada segundo invertido en este proyecto a mi Padre Celestial, que con su ayuda incondicional pude lograr cada uno de mis objetivos planteados en mi etapa universitaria, y pude plasmar mis ideas emprendedoras y ambiciosas en mi proyecto de tesis, en mi carrera y ahora en mi vida.

A mis padres este esfuerzo por simplemente ser la influencia y motivación principal de este proyecto al entregarme el mejor ejemplo de un matrimonio perfecto. Gracias por inculcarme los valores e importancia del matrimonio, ahora con eso busco plasmar cada uno de estos aspectos en un proyecto audiovisual, el cual estoy seguro que se va llevar a cabo. Y así llegar a muchas personas que talvez no tuvieron el privilegio de tener ese ejemplo en su vida, y crear en la sociedad una motivación, necesidad o simplemente inyectar ganas de compartir tu vida con la persona correcta hasta el final de sus días.

Finalmente, dedico mi tesis a mi universidad, mentores, profesores y a mi tutor Mario Troya que gracias a su enseñanza, completa predisposición y ayuda logre cumplir esta meta. *Atrás quedaron los sueños, ahora ya es tiempo de cumplirlos.*

## AGRADECIMIENTOS

Estoy muy agradecido con Dios, la vida, familia, primos, amigos y demás personas que de cierta forma me sirvieron de inspiración o motivación para terminar mi tesis.

Gracias a mi familia en general, hermanos, tíos, primos, abuelos y conocidos, que a pesar que todavía algunos no comprendan de que mismo se trata mi carrera, estuvieron presentes con una llamada o comentario de motivación para culminar este proceso.

Quiero agradecer a mi padres por el apoyo incondicional a lo largo de mi carrera, en donde ellos fueron participes no solo en el ámbito económico sino también en el motivacional y hasta convirtiéndose en personajes principales de mis proyectos académicos. Gracias por ser ese resorte que me permitió saltar al éxito.

A mi hermano Carlos Varela, por sus críticas consideradas a la fuerza como constructivas, pude valorar y esforzarme más de lo que la universidad me lo pedía. Gracias por tu ayuda al proyecto, gracias por ser como eres, gracias por ser mi hermano. A mi hermana Fernanda Varela, le agradezco por las ideas creativas que aportaron al proyecto, a sus consejos oportunos y a esa dulzura y firmeza con la que siempre me tratas.

Doy las gracias infinitamente también a mis amigos que estuvieron presentes en diversos momentos del proceso de tesis y de mi vida: Andrea Manotoa, Andrea Robayo, Danny Gallardo, Christian Gallardo y amigos en general.

## RESUMEN

Con el fin de rescatar los valores y principios del matrimonio, los cuales son referidos como la base del núcleo de la sociedad (familia), se ha elaborado un proyecto audiovisual que rescate estos elementos y los fomente mediante un programa de televisión con entretenimiento, diversión y con educación familiar, proyectando un ideal de familia, y así unir gracias al show a las familias televidentes. Como soporte a este proyecto se realizó una investigación de campo, grupos focales, entrevistas y se tomó en consideración la opinión de profesionales en temas de comportamientos sociales, humanos, psicología y de comunicación.

## ABSTRACT

In order to preserve the values and principles of marriage that are considered the foundation for a family, a project has been prepared to show these elements and promote them through a television program by means of entertainment, fun, and an educational, ideal family to which viewers can relate. This project was made possible by field research, focus groups, interviews, and the opinions of professionals who specialize in communications, psychology, sociology, and behaviors of the like.

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	12
LIBRO DE PRODUCCIÓN .....	19
FICHA TÉCNICA.....	19
SINOPSIS .....	20
TRATAMIENTO .....	20
ESTRUCTURA GENERAL POR TEMPORADA .....	21
ESCALETA DEL PROGRAMA .....	21
HIPOTESIS.....	26
REGLAS DEL PROGRAMA.....	26
Participantes.-.....	26
Concursos.- .....	27
Programa.-.....	27
FUNCIONAMIENTO DE CONCURSOS .....	28
Concurso eliminatorio (5 parejas participantes).....	28
Concurso eliminatorio (4 parejas participantes).....	29
Concurso final (2 parejas finalistas).....	29
NORMAS DE SEGURIDAD .....	32
PREMIOS .....	38

TARGET .....	38
CASTING .....	39
MOTIVACIÓN DEL DIRECTOR.....	40
PROPUESTA AUDIOVISUAL.....	42
ARTE .....	42
FOTOGRAFÍA .....	43
ILUMINACION .....	44
SONIDO.....	45
PROPUESTA DE POST PRODUCCION.....	46
VIDEO.....	46
AUDIO .....	47
PROPUESTA GRÁFICA.....	48
CRONOGRAMA GENERAL .....	55
ETAPA DE PREPRODUCCION .....	56
ETAPA DE PRODUCCION Y POSTPRODUCCION .....	57
PLAN DE RODAJE .....	59
PRESUPUESTO .....	65
DISEÑO DE PRODUCCION.....	70
Financiamiento por venta de proyecto .....	71
Financiamiento por renta de espacio .....	71

Financiamiento por Co Producción con un canal de televisión.....	72
Financiamiento por publicidad .....	73
ANEXOS .....	75
Plano arquitectónico de escenografía.....	75
Propuesta de arte de vestuario.....	78
Proformas .....	85
Encuestas .....	87
Escenografía en 3D - CD.....	88
BIBLIOGRAFIA .....	89

## INTRODUCCIÓN

El campo comunicacional ha crecido en los últimos 50 años creando nuevos medios de comunicación (prensa, radio, televisión e internet) para tener una mayor accesibilidad al público objetivo. Desde la última década, la batalla entre estos medios no se ha limitado por competir entre medios escritos o entre radiodifusoras, sino, que ahora los mismos medios asumen a un campo comunicacional diferente al suyo como competencia.

La televisión ahora se transmite vía internet (streaming), tanto las radios como la prensa buscan tener su espacio propio web, y en Internet se hace publicidad de programas televisivos y radiales. Por consecuente podemos considerar una hibridación de estos medios que se han acoplado al público y a sus necesidades con el fin de mantenerse con gran aceptación en el campo comunicacional y así crear nuevos espacios comunicacionales y alternativas de mayor interacción con el público.

Sin embargo, la televisión es el medio de comunicacional que se ha destacado gracias a la comunicación directa que existe entre anchor y el telespectador, la narratividad y la familiaridad que puede tener el individuo con un programa o personaje. Es por eso que la confianza de la información impartida por este medio se vuelve más creíble cuando se transmite por medio de un personaje que comparte con el público día a día, entrando hasta las casas del núcleo de la sociedad. Por ende se crea así la confianza y veracidad necesaria para convertir a la televisión como el

medio más confiable, pese a la existencia del resto de medios más rápidos o tradicionales.

Y aunque la televisora posea estos lineamientos, para llegar a lo que es hoy en día tuvo pasar por un proceso de evolución. En los años cincuenta la paleotelevisión existía por hacer referencia al género informativo, ficcional y de entretenimiento, pero a la llegada de la década de los ochenta, la televisión tomó un giro convirtiéndose en neotelevisión, en la cual se dejó la idea de exclusividad a un lado, ahora toda persona de cualquier clase social tiene al alcance el televisor y ahí se comenzó a promover al individuo común, exhibiendo su vida privada como parte de show. (Gordillo. 12)

Por lo cual se busca presentar un proyecto que responda a un estilo en particular, Gordillo la reconoce como hipertelevisión. Este término es conocido como la “exageración de los estilos ya esbozados” y a la hibridación de los mismos, que como resultado se da una unidad distinta e independiente. El término de hipertelevisión es basado en el texto de Gilles Lipovetsky, *Los tiempos hipermodernos*, en el cual considera que hemos entrado en la era de los “híper”, caracterizada por el hiperconsumo, tercera fase del consumo, la hipermodernidad, (continuación de la posmodernidad). Por ende, la hipertelevisión respondería a la tercera etapa de la televisión y continuación de la neotelevisión. (Lipovetsky. 2006. 55) Además, que abarca tres tipos de modelos con el fin de llegar con mayor facilidad al espectador. Estos modelos son: la televisión generalista, la multitemática y la que converge el internet y la telefonía. Por ende creando rentabilidad al proyecto.

En la actualidad, pese a que el matrimonio sea cuestionado por la importancia del mismo dentro de la idea clásica que concibe que un ciclo de vida exitoso de todo ser humano conlleva a la unión conyugal bajo un esquema de matrimonio (tanto de hombres como de mujeres) y además de nuevas prácticas maritales o conyugales diferentes a la convencional, la idea clásica del matrimonio sigue vigente tanto en jóvenes como en adultos. Es por eso que mediante un proyecto audiovisual televisivo se busca educar y entretener a un público televidente donde se fomente la unión y creación de la familia desde la base de la misma, el matrimonio. Plasmando principios que deben existir en una pareja que busca contraer nupcias y además, a los que determinan el futuro exitoso de ese matrimonio.

Para fomentar estos principios en la sociedad, se proyectó una idea que promueva el éxito del núcleo de la sociedad mediante concursos que determinen que la pareja cumple con los principios requeridos para ser una pareja exitosa. La familia está constituida según el Psicólogo Santiago Garrido, desde la unión de dos personas, y esta toma más fuerza para la sociedad, si está bajo el matrimonio.

Bautizando al producto televisivo como “Todo por mi Boda”, este busca ser un producto transnacional, que cruce fronteras gracias al tema de bodas, el cual es practicado alrededor del mundo, y así homologue masivamente a públicos con mensajes transculturales, basados en vivencias cotidianas y acontecimientos de vida, creando en el televidente un interés por lo cercano, la familia, y así existan procesos de identificación con cada uno de los concursos y participantes expuestos en el programa.

Se realizó una investigación de campo que estudie la concepción de hombres y mujeres sobre el matrimonio, y sobre los factores influyentes del mismo, los motivos de contraer nupcias y en la importancia de este tema en la sociedad, tomando en consideración los factores externos que la influyen en una población de hombres y mujeres de 17 a 55 años. Los resultados obtenidos muestran que a pesar de la existencia de estos factores, la idea de matrimonio tradicional sigue vigente.

En el caso de Latinoamérica, aunque el tema ha evolucionado con el pasar de los años, no existe una investigación previa que respalde el tema de este proyecto y que lo plasme como una importancia en la sociedad. El matrimonio no es un tema común en las investigaciones actuales, pese a la importancia que debería tener, ya que se ha demostrado que el estudio de la nupcialidad es primordial para entender ciertos aspectos de la dinámica demográfica de los países, formas de constitución de organizaciones básicas de una sociedad, o en otras palabras, el núcleo familiar. (Locoh, 1996)

Los parámetros de esta investigación tampoco no han sido tratados en otras investigaciones y la falta total de estudio con el enfoque de este trabajo, han complejizado al estudio de campo, sin embargo, esta falta de estudios previos han convertido a esta investigación necesaria, como un aporte a la sociedad.

Para dar respuesta a esta problemática que involucra tanto a nuevas generaciones como a las anteriores, este trabajo tomó en consideración el uso de informantes (hombres y mujeres) de diferentes edades, además, de tener en cuenta

su situación de vida, la cual sea representativa para la investigación Se realizó cuatro grupos focales, 200 encuestas y seis entrevistas a diferentes psicólogos, comunicadores y sociólogos. En esta investigación cualitativa, en cada una de las alternativas usadas sus resultados coincidieron en el apoyo total al tema del matrimonio.

Según la investigación, tanto los hombres como las mujeres en mayor porcentaje aceptan las normas de la sociedad en donde viven, y las practican, brindando un nivel de importancia por las tradiciones y la opinión de la sociedad. Entonces, estas ideologías se puede hacer referencia con lo aprendido en los círculos sociales en que se desarrollaron y principios que aprendieron, por ende referentes a su memoria.

Gordillo menciona que “la memoria se traduce en espectáculo que forma parte de series de ficción y concursos, realities o reportajes y documentales. La nostalgia se transforma en contenido, lo retro y el revival se asocian con el consumo... argumentos de venta y espectáculos... Los tiempos pasados se adaptan al presente, aprovechando las emociones que producen, como recuerdos y nostalgias... es un consumo folclórico de valor emocional”. (2009) Mediante la narración se puede entretener, gozar y hacer sentir emociones de manera directa al público televidente. Este factor es el determinante para romper las limitaciones que físicamente existen por la división de la pantalla de televisión, y así convertir al espectador como sujeto activo del programa, dependiente y hasta brindarle la oportunidad de tener el control del programa en sus manos.

La televisión es el medio de comunicación que gracias a su narratividad se convierte en el más eficaz en dividir “personajes en héroes y villanos, en cenicientas y príncipes, en víctimas y salvadores, con conflictos, sorpresas y golpes de efecto”. (Gordillo. 2009) Es inevitable reconocer que el mundo se ha convertido en un espacio globalizado e híbrido, en donde un personaje televisivo puede llegar a ser un referente al comportamiento/estilo de vida de un grupo social. El público da culto al presente, a la realidad y a la oportunidad de superación de una persona que sea relacionado o parecido en algún aspecto a su estilo de vida o simplemente a la ideología o personalidad.

Gracias a los concursantes del programa, el espectador anónimo podrá semana a semana identificarse con una pareja en particular, ya que los participantes serán protagonistas de una multitud, siendo referentes y representantes de personas que ya pasaron por la boda o que aún esperan por hacerlo. El proyecto apuesta por un éxito seguro en el cual este formato original se pueda expandir a más temporadas y además, se convierta en una franquicia vendible y reproducible en muchos lugares alrededor del mundo. Gordillo rescata que las fórmulas favoritas son utilizadas para competir con el éxito de otros, y ganarlo desde una manera segura, utilizando un éxito ya transmitido; simplemente cambiando la temática, contenido, explotar la idea desde diferentes ángulos o simplemente alargando la duración. (2009) Por ende, este proyecto se proyecta no solo para la producción de una temporada, sino que apuesta a plasmar su mensaje en cada temporada y retransmisión que se realice en el futuro, mediante reprises o remixes.

Mauro Wolf señaló que la televisión conjuga dos posturas aparentemente contrarias: la globalización de contenidos y la revalorización de lo local, es decir que este medio representa la coexistencia de lo contradictorio. “La creación de formatos vendibles a varios países, a partir de adaptaciones de carácter local, lo que respalda los procesos de globalización de los contenidos... consigue que las fronteras desaparezcan” y que por medio del Internet sea posible crear contenidos con vocación global, promoviendo la interactividad. (1994)

Ahora esta idea ha sido puesta en discusión no solo en discursos de nivel social sino también en medios de comunicación. Es ahí cuando el problema se condensa en una problemática social, ya que se vuelve viral. Por otro lado, los roles de género dentro del mismo, han sufrido un cambio radical a diferencia de lo que era en tiempos pasados, donde el honor de las familias y círculos sociales eran lo más importante, siendo las mujeres objetos sexuales de los varones, los cuales eran de posición social superior. (León, 1997)

Ahora la idea de matrimonio ha cambiado, se concibe desde el progreso de dos personas, tanto hombres y mujeres, en donde la mujer toma un papel importante en el matrimonio, no solo como ama de casa sino como agente de producción y progreso. Por ende si bien la idea de matrimonio sigue presente en hombres y mujeres como un momento importante en sus vidas, también hay que reconocer que esta idea ha tomado un giro en donde los dos son agentes activos y conscientes de esta decisión.

## LIBRO DE PRODUCCIÓN

### FICHA TÉCNICA

<b>PROYECTO</b>	Audiovisual – televisión
<b>PRODUCTOR GENERAL</b>	Israel Varela
<b>TEMA</b>	Bodas
<b>TÍTULO</b>	Todo por mi boda
<b>SLOGAN</b>	En la guerra y el amor todo se vale
<b>GÉNERO</b>	Concurso
<b>DURACIÓN</b>	50 minutos
<b>FORMATO</b>	HDTV
<b>BLOQUES</b>	4 bloques
<b>TARGET</b>	Multi – target
<b>CENSURA</b>	Clasificación A: apto para todo publico
<b>TRANSMISIÓN</b>	Domingos, horario estelar (20H00)
<b>TIEMPO DE TRANSMISIÓN</b>	3 meses por temporada
<b>NÚMERO DE PROGRAMAS</b>	13 capítulos (12 – clasificación y 1 – final)
<b>REPRISSE</b>	Sábados (19H00)
<b>TIPO</b>	Pregrabado
<b>CALENDARIZACIÓN</b>	<b>Preproducción</b> – 7 semanas <b>Producción</b> – 4 semanas <b>Postproducción</b> – 6 semanas (aleatoriamente al proceso de preproducción y producción).
<b>PLAN DE TRABAJO</b>	12 semanas
<b>TALENTO</b>	Anchor principal (hombre) Reportera (mujer) Modelos (hombres y mujeres)

## SINOPSIS

En una secuencia de concursos, cinco parejas competirán entre sí a lo largo del programa en varios juegos físicos, intelectuales y de conocimiento personal de su pareja. Mediante dos juegos de eliminación, quedarán las dos parejas que más rápido realizaron los retos, y así se disputará por un cupo a la gran final y la oportunidad de ganar la boda de sus sueños.

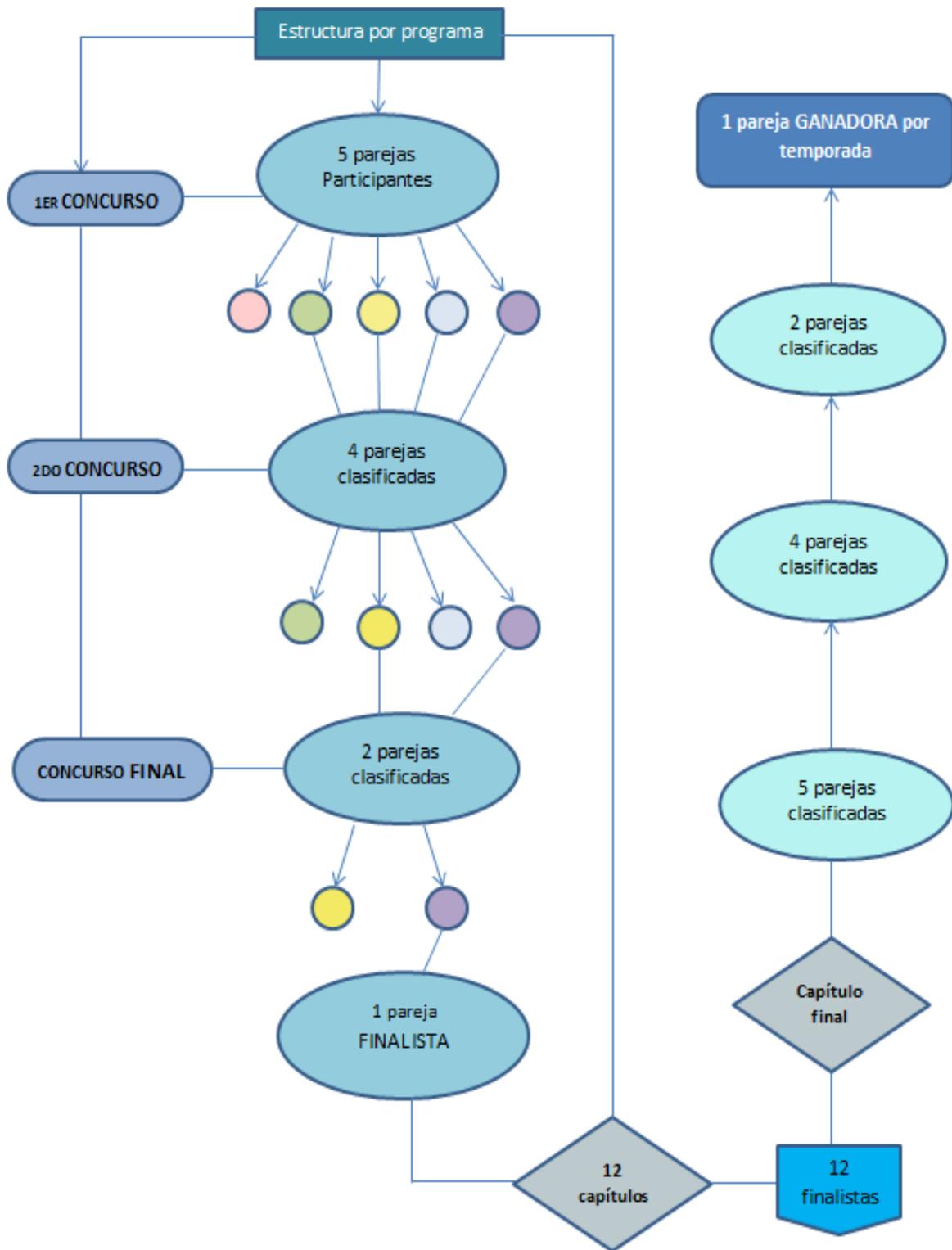
## TRATAMIENTO

A lo largo del programa, cinco parejas competirán entre sí en varios juegos físicos, intelectuales y de conocimiento personal de su pareja. El tiempo es el limitante para cada uno de los retos.

Existen dos juegos de eliminación donde los participantes acumularan puntos dependiendo a la rapidez con la que acaben cada uno de ellos y a su suerte en encontrar comodines de tiempo extra. Después de la eliminación, las dos parejas que clasifiquen al reto final podrán usar sus puntos transformados en segundos, estos los ayudarán a tener tiempo de ventaja frente a la otra pareja finalista. En cada programa una pareja será la vencedora, acumulando su tiempo límite.

En el transcurso de la temporada se registrarán los tiempos de cada una de estas parejas ganadoras, sin embargo solo las cinco parejas con mejores tiempos competirán por la boda de sus sueños en un programa final.

## ESTRUCTURA GENERAL POR TEMPORADA



ESCALETA DEL PROGRAMA

<u>TIEMPO</u> <u>SEGMENTO</u>	<u>TIEMPO</u> <u>TOTAL</u>	<u>PRIMER BLOQUE</u>
0:00:30	0:00:00	Logos de auspiciantes
0:01:00	0:01:30	Intro
0:02:30	0:04:00	Presentación Explicación del programa Juegos Reglas Premios Presentación de los participantes
0:01:30	0:05:30	Perfil de pareja concursante 1 Video casting entrevista
0:01:30	0:07:00	Perfil de pareja concursante 2 Video casting entrevista
0:01:30	0:08:30	Perfil de pareja concursante 3 Video

		casting entrevista
0:01:30	0:10:00	Perfil de pareja concursante 4 Video casting entrevista
0:01:30	0:11:30	Perfil de pareja concursante 5 Video casting entrevista a concursantes
0:00:30	0:12:00	Comentarios

<b>0:01:00</b>	<b>0:13:00</b>	<b>Comerciales</b>
<b>0:00:10</b>	<b>0:13:10</b>	Pastilla publicitaria del programa
<b>0:01:50</b>	<b>0:15:00</b>	Comerciales

<b><u>SEGUNDO BLOQUE</u></b>		
0:00:30	0:15:30	Bienvenida
0:02:00	0:17:30	Video – presentación del primer concurso Video de parejas

0:01:30	0:19:00	Comentarios de participantes
0:05:00	0:24:00	CONCURSO 1 ELIMINATORIO
0:01:30	0:25:30	Entrevista a participantes
0:01:00	0:26:30	Comentarios

0:00:50	0:27:40	<b>Comerciales</b>
0:00:10	0:27:50	Pastilla publicitaria del programa
0:02:10	0:30:00	Comerciales

<b><u>TERCER BLOQUE</u></b>		
0:01:00	0:31:00	Bienvenida
0:02:00	0:33:00	Video de participantes
0:01:00	0:34:00	Video – presentación del segundo concurso
0:05:00	0:39:00	CONCURSO 2 ELIMINATORIO
0:02:00	0:41:00	Comentarios de participantes
0:01:00	0:42:00	Comentarios

0:01:30	0:43:30	<b>Comerciales</b>
0:00:10	0:43:40	Pastilla publicitaria del programa
0:01:50	0:45:30	Comerciales

<b><u>CUARTO BLOQUE</u></b>		
0:01:00	0:46:30	Bienvenida
0:02:00	0:48:30	Video de participantes finalistas
0:02:00	0:50:30	Video – presentación del concurso final
0:05:00	0:55:30	CONCURSO FINAL
0:01:00	0:56:30	Comentarios de pareja ganadora
0:01:30	0:58:00	Comentarios Explicación de la tabla de posiciones
0:00:30	0:58:30	Despedida
0:01:30	1:00:00	Créditos

## HIPOTESIS

Para que un matrimonio sea exitoso es importante que existan los siguientes aspectos: comunicación, respeto, amor, superación, admiración, confianza, el compromiso y el conocerse mutuamente.

## REGLAS DEL PROGRAMA

### **Participantes.-**

- Todas las parejas concursantes deberán estar casadas civilmente con anterioridad a su participación en el programa.
- Mediante un casting masivo se convocará a parejas, ellos deberán cumplir con los siguientes requisitos: enviar un video creativo de 2 a 5 minutos en donde se realice una propuesta de matrimonio, cabe recalcar que los más divertidos y originales serán los pre seleccionados.
- Asistir al casting con entrevistas y juegos psicológicos a las parejas preseleccionadas con el fin de conocer a fondo a la pareja participante.
- El tercer filtro consiste en la selección final de 60 parejas que competirán en 12 programas (5 parejas por programa)
- Todos los participantes deberán regirse a las condiciones de uso de imagen, predisposición en el programa para con los concursos y retos y buena actitud.
- Todo participante (hombre o mujer) deberá usar el equipo de protección y seguridad bajo los cuidados que cada uno implica.

- Las reglas del programa serán expuestas a los participantes desde el día que se firme la hoja de contrato/compromiso.

### **Concursos.-**

- El programa cuenta con dos juegos eliminatorios y un concurso final.
- En cada uno de los concursos los participantes podrán acumular premios independientemente del resultado de la competencia.
- Para determinar el ganador de cada concurso se tomara en cuenta el tiempo (en segundos) que realice cada pareja, los concursantes que más rápido acaben las pruebas, clasifican a la siguiente etapa.
- En cada concurso eliminatorio (2) se otorgara 2 minutos por la realización de cada uno, será contabilizado el tiempo utilizado por la pareja participante siendo restado del tiempo total ( 2 minutos), el tiempo a favor será de beneficio para la pareja en la realización del juego final.
- El tiempo a favor de cada pareja será sumado hasta la prueba final, y después comparado entre el resultado de la segunda pareja participante. Por ende, la pareja que mejor tiempo tenga después de comparar los tiempos, tendrá el beneficio de comenzar la prueba final con sus segundos de anticipación a su pareja contrincante.

### **Programa.-**

- Existen 5 parejas concursantes por programa.

- Solo una pareja podrá ganar el programa, siendo una finalista para la gran final.
- 12 parejas serán finalistas, cada una tendrá su tiempo de juego dependiendo a los segundos demorados en el programa en el que concursaron.
- Mediante una tabla de posiciones en cada programa se registraran los tiempos de la pareja ganadora en comparación al tiempo de las otras clasificadas.
- Solo las primeras cinco parejas con mejores tiempos registrados en la tabla podrán participar en la gran final, el programa número 13, que determinará cual es la pareja ganadora del premio final, la boda de sus sueños.

## FUNCIONAMIENTO DE CONCURSOS

### **Concurso eliminatorio (5 parejas participantes)**

En cabinas de vidrio las parejas concursantes estarán encerradas por 2 minutos. Aquí deberán resolver el código para lograr salir. Como obstáculo tendrán mangueras de ventilación que estarán introduciendo en la cabina confeti hasta llenarla en un 90 por ciento de su capacidad. El código (logo del programa) del juego estará desarmado en un rompecabezas alrededor de toda la cabina.

### **Concurso eliminatorio (4 parejas participantes)**

Los hombres serán vendados los ojos por 2 minutos (por pareja) y tendrán que caminar por una pasarela en donde habrán mesas al lado derecho e izquierdo, sobre estas estarán expuestas diferentes objetos los cuales marquen diferentes tipos de texturas, razas o hasta sabores.

El juego consiste en que la mujer camine por la pasarela eligiendo que objeto prefiere (derecha o izquierda) una vez que ella haya decidido, el esposo caminará vendado los ojos eligiendo los gustos de su esposa, mientras más elecciones acertadas tenga, más oportunidades tiene de clasificar a la gran final.

### **Concurso final (2 parejas finalistas)**

Los participantes comenzaran el juego dependiendo a los segundos de ventaja que hayan acumulado en los juegos de eliminación.

Los concursantes comenzarán el circuito final unidos a sus parejas mediante un elástico a su cintura, en representación a la unión del matrimonio.

Puente del amor: Mediante un puente colgante la pareja deberá coordinar los movimientos con su pareja gracias a una buena comunicación para pasar por los soportes móviles del piso.

Escalera al compromiso: La pareja deberá subir lo más rápido posible las escaleras para llegar a la cumbre de la botella de champagne.

Brindis eterno: Las parejas deberán soltar su elástico y desde la boquilla de la botella gigante de champagne deberán deslizarse por un tobogán que está lleno de espuma hasta la piscina de champagne.

Checkpoint: Los concursantes subirán por unas escaleras llegando al checkpoint, esta base representa el primer descanso de la pareja.

Piscina de chocolate: La pareja deberá ingresar a la piscina de pelotas de chocolate y buscar los diez bocadillos con el logo del programa que están escondidos en el fondo de la piscina.

Telaraña: Mediante una suspensión de elásticos de colores (amarillo, azul, blanco, naranja) los concursantes deberán jalar los elásticos hasta atarlos a los diferentes ganchos del piso y paredes, mientras más elásticos introducidos mayor dificultad habrá para moverse dentro del juego. Además, los elásticos están unidos entre si dificultando el juego por el tamaño de los mismos en relación de los ganchos, es por eso que aunque pueda ser fácil instalar los elásticos en los ganchos deberán considerar que un gancho más cercano puede ser la solución para atar la otra punta del elástico.

Escalones: Una vez terminado los elásticos la pareja deberá subir el muro por medio de gradas desalineadas hasta cruzar el muro.

Zona de preguntas: En una plataforma los hombres deberán armar un ramo gigante de flores artificiales mientras responden dos preguntas de conocimiento personal de su pareja. Las mujeres ingresaran en pelotas de aire (walking wáter balls) mientras

intentan pasar al otro lado de la piscina, sin embargo existen obstáculos que solo se levantarán si su pareja (hombre) responde correctamente.

Saltarín: Mediante una cama de saltarín la pareja subirá a una plataforma.

Vals: Son dos pasarelas con el piso resbaloso y un ventilador por pasarela, la pareja deberá usar unos zapatones y la mujer cubierta los ojos deberá seguir los consejos de su pareja para bailar el vals hasta apagar el ventilador.

Ligueros: Gracias a una superficie el hombre subirá hasta asegurarse de un péndulo colgante, mientras su pareja está en el piso escavando ligueros (ula ulas) de la pared. Una vez encontrados los ligueros deberá lanzarle a su esposo que está suspendido. Unas piernas gigantes se estarán moviendo de un lado a otro mientras el esposo intenta colocar 8 ligueros dentro de las piernas gigantes.

Rocódromo: Gracias a una escalera de sogas (red) los concursantes subirán hasta la cumbre de una torre.

Torre: Las novias se aseguraran a un sistema de poleas (canopy) con una cesta de pelotas, sus esposos jalarán una cuerda la cual dará la velocidad y la dirección correcta para que avance su esposa. Ellas mientras están avanzando por el canopy podrán lanzar las pelotas a los diferentes targets para ganar premios de los auspiciantes.

Pastel: Gracias a cuerdas las novias bajarán del canopy mientras que sus esposos bajan la torre. Juntos deberán subir el pastel de tres pisos gracias al apoyo de la decoración (símbolos referentes a la boda), mediante el ingenio de los concursantes

para apoyarse y escalar el pastel la pareja que primero llega a la cima del pastel será la pareja ganadora del programa.

## NORMAS DE SEGURIDAD

Para el buen funcionamiento de la escenografía y utilería, los concursantes y equipo de producción deberán utilizar un equipamiento de seguridad y seguir ciertas normas y consejos para la prevención de cualquier accidente dentro de las locaciones de rodaje y/o cualquier lugar o momento destinado al trabajo de este proyecto.

Para la creación de esta normativa se ha basado en el manual de recomendaciones de seguridad para la Industria del Espectáculo de la empresa Backstage Technical Services del año 1993, y reformateada en el 2000. También se consideró a los Criterios de evaluación de la Escuela Superior de Cualificaciones Profesionales S.A., Cualifica2.

Para lograr un proyecto que asegure seguridad para todos los trabajadores es necesario tener una buena planificación, la cual se refleje desde el montaje y hasta el desmontaje de la escenografía. Además, los procesos de seguridad deben ser planeados para que no sean obstáculo para las necesidades técnicas y criterios artísticos, ajustándose a las condicionalidades del proyecto.

- Cualquier funcionario del equipo técnico no deberá operar ningún proceso si existe duda.

- Toda persona es responsable de su propia seguridad y de la seguridad de la gente que le rodea.
- Respetar los diferentes espacios, sólo ingresar a lugares que se tenga autorización.
- Está prohibido para el equipo de trabajo y concursantes utilizar drogas, ingerir alcohol y fumar dentro de las instalaciones o afueras de las mismas.
- Bajo ningún concepto ninguna persona en estado etílico o bajo el efecto de alguna sustancia deberá operar ningún sistema eléctrico o equipo, estar en alturas mayores a un metro y tiene prohibido el ingreso al set de grabaciones.
- Verificar el funcionamiento de cualquier sistema antes de utilizarlo.
- En el caso del equipo de iluminadores siempre utilizar: protectores de ojos, guantes, equipo de seguridad y cascos. No olvidar maniobrar alguna luz sin contacto con la electricidad.
- Adherir los cables con cinta adhesiva al piso, desenrollar los cables antes de usarlos, los cables de las cámaras deberán ser controladas y supervisadas por todo el tiempo de grabación por los asistentes de cámaras.
- Verificar siempre la cantidad de electricidad compartida en la locación previamente a la conexión de los equipos de electricidad.
- Si algún objeto cae de alguna altura, se aconseja gritar “cabezas” para prevenir cualquier golpe.
- Estar consciente del movimiento del resto de gente que trabaja en el set, para evitar contratiempos.

- Cada una de las escaleras deberán ser construidas a la misma altura del resto de gradas, y deberán ser trabadas en los filos de las mismas.
- Para la construcción de andamios siempre verificar la buena elaboración de los mismos, y revisar que estén completamente fijadas al piso. Nunca mover el andamio sin previo aviso. En caso de movilizarlos, empujar por la parte inferior, no superior.
- Para evitar problemas de salud al momento de cargar objetos pesados, usar las piernas flexionando las rodillas, y mantener la espalda recta.
- Todo el equipo está en la responsabilidad de tener conocimiento de primeros auxilios y saber el sistema de evacuación de la locación, así como del sistema antiincendios.
- Utilizar siempre un lenguaje claro para facilitar el entendimiento de instrucciones.
- El uso de pirotecnia, efectos especiales en luces como flashes o láser y la manipulación de máquina de neblina y humo deberán solamente ser manipuladas por la empresa contratada de este campo para evitar contratiempos, si existe algún accidente referente a estos artefactos el proyecto no se responsabiliza por los daños ocasionados, revocando la responsabilidad sobre la empresa contratada.
- Utilizar letreros comunicacionales para evitar o aconsejar sobre diferentes aspectos como: “prohibido el paso”, “peligro”, evite tocar este artefacto sin protección”.

- Asegúrese que los materiales de construcción de la escenografía sean retardadores de llama.
- Mantener el espacio de grabación completamente limpio.
- En caso de accidentes mantener la calma y utilizar el sistema de audio para dar instrucciones, sino, utilice a un actor para que de indicaciones desde el escenario.
- Utilizar radios para facilitar la comunicación entre jefes, coordinadores y directores de cada uno de los campos.
- Utilizar señalización mediante símbolos leíbles para descartar cualquier duda de las personas operarias.



Imagen extraída desde Ebersign.com



Imagen extraída desde Ebersign.com



Imagen extraída desde Ebersign.com



Imagen extraída desde Ebersign.com

- Mantener una comunicación continua con los concursantes y público presente para que sepan a quien socorrer en caso de un accidente o simplemente para preguntas o dudas.
- Las tareas de los auxiliares de maquinaria se distribuyen organizan y dirigen aplicando las habilidades de liderazgo, dirección de equipos, planificación del

montaje y desmontaje y la seguridad para disponer de la escenografía o escenario en los plazos acordados.

- La documentación del proyecto debe estar actualizada y con ninguna limitación que perjudique a las fechas acordadas de grabación.
- Los imprevistos se resuelven desde la iniciativa personal y trabajo en equipo, con la supervisión de un encargado. El objetivo es no entorpecer la marcha o proceso del trabajo del resto del equipo.
- Establecer un mantenimiento continuo del espacio de trabajo, equipo técnico y de arte para garantizar el buen funcionamiento de los mismos.
- Mantener un inventario actualizado de todo el proyecto, en donde conste precios, cantidad y espacio destinado de cada objeto.
- Mantener el orden, higiene y seguridad de los objetos y personal de trabajo durante todo el proceso de construcción, desarrollo y finalización del proyecto. Ninguna disposición o regla deberá interrumpir esta normativa.
- Todos los concursantes deberán utilizar un equipo de seguridad: casco, guantes, rodilleras, coderas y zapatos deportivos, además de gafas de agua.
- Las mujeres están recogidas el cabello para evitar inconvenientes con el vestuario o utilería.
- Ningún participante deberá utilizar ningún accesorio extra al uniforme para prevenir inconvenientes.

## PREMIOS

Para la pareja ganadora de temporada de “Todo por mi Boda” se entregará una boda valorada en 24.000 dólares americanos.

Además, los premios extras de cada concurso dependerán de la empresa auspiciante, como combos representativos para las parejas participantes y hasta premios valorados en 10.000 dólares americanos.

Los premios expuestos en los juegos se procurará que respondan a las necesidades de una pareja recién casada como: viajes de luna de miel, carro, dinero en efectivo, casa, muebles o artefactos del hogar.

## TARGET

El programa está proyectado para un multi-target, su censura es de clasificación A, apta para todo público. Desde el concepto y contenido del proyecto hasta en el horario de transmisión del mismo se ha podido reflejar un ideal familiar que engloba todo el programa. Haciendo referencia a la investigación de campo en la cual se puede apreciar que el tema general del programa: Boda/Matrimonio, tanto para hombres y mujeres es de total aceptación en un mayor porcentaje.

Es por ende que se cree que el tema de bodas engloba un ideal familiar en donde la concepción del núcleo de la sociedad toma fuerza, y por ende se responderá a un target familiar, cabe recalcar que el género del programa es un aliado para la llegada a nuestro target, en donde en diversión y el entretenimiento de

los propios concursantes crearán un apego entre ellos, el público y para con el programa en general, abriendo las posibilidades de aceptación y entretenimiento para grandes y pequeños.

### CASTING

Se buscaran parejas que demuestren tener los aspectos expuestos en la hipótesis del proyecto (comunicación, respeto, amor, superación, admiración, confianza, compromiso y el conocerse mutuamente).

Las audiciones se basarán en una entrevista con la pareja e individualmente con cada uno de los novios. Además, deberán entregar un video en el cual esté plasmada la entrega del anillo de compromiso de manera divertida y original, esto no solo permitirá al equipo de producción ver el interés de las parejas por participar sino también por el estilo de vida que se vive dentro de la pareja participante.

El casting tendrá pruebas simples de entendimiento y comunicación, en donde se pueda exponer fácilmente la personalidad de los concursantes y en las que ellos puedan llegar a un acuerdo en resolución de pruebas o problemas.

Finalmente los concursantes deberán tener alguna cualidad que los destaque del resto de participantes (divertidos, extrovertidos, graciosos, amigables) para que sean merecedores de participar en el programa.

## MOTIVACIÓN DEL DIRECTOR

Los proyectos audiovisuales de concurso de los últimos cinco años se han contagiado de un nivel de morbosidad mayor gracias a la influencia del reality show, sin importar el target o tema del concurso. Son pocos los programas que rescaten la moral o que eduquen al público televidente mediante juegos y concursos.

Es por eso que he buscado plasmar un producto que eduque, divierta, entretenga y rescate los valores principales de la base del núcleo familiar, el matrimonio. Según el Psicólogo Santiago Garrido, se considera familia tanto a dos o más personas que gracias a su parentesco existente, se determine que son parte del mismo árbol genealógico. Y también a la unión de dos personas independientes que unen sus vidas mediante el matrimonio. Basándonos en este ideal, se puede asumir que el matrimonio es el comienzo del concepto universal de familia.

Como afirma el Código Civil del Ecuador y hasta la Constitución Nacional de Chile: la familia como núcleo de la sociedad es el futuro de un buen vivir. Y citando a Gordillo, quien considera que la televisión es el medio de comunicación considerado por la sociedad como el más veraz; se ha comparado estas dos afirmaciones, por ende mediante este producto televisivo busco proyectar los principios básicos para un matrimonio exitoso, en donde se promueva la superación mutua entre una pareja para el futuro y buen vivir de ellos y de su sociedad.

Mediante una manera entretenida en donde cada valor y principio sean responsables del éxito de un matrimonio, se exponga en un concurso que determine

entre los participantes cual es la pareja que se merece cumplir el objetivo de la boda de sus sueños.

Aunque el tema del matrimonio sea aceptado por la mayoría de los hombres y mujeres como algo importante en el ciclo de vida de un ser humano, no deja de tener sus contras. En las últimas décadas el matrimonio ya no hace referencia a un ritual religioso o de fe, sino que se ha convertido en una celebración más humana que espiritual, y por ende dependiente de unos limitantes comerciales. Las bodas se han convertido en un tópico muy comercializado alrededor del mundo, en donde los costos de la realización son muy elevados. Cada detalle busca convertir a la noche de bodas en un momento perfecto para la pareja y para sus invitados. Es por eso que mi proyecto busca ayudar a las parejas concursantes facilitando la oportunidad de cumplir sus sueños, costeadando toda la boda.

Las parejas participantes serán expuestas a los ojos de los televidentes en donde niños, jóvenes y adultos serán testigos programa a programa de una lucha que determinara cual es la pareja ideal que se merezca llevarse una boda inolvidable, además, gracias al carisma, historia de vida y lucha en los juegos por parte de los concursantes, el televidente creará apegos con parejas en particular que los llevará a apoyarlas durante todo el programa. El público televidente será receptor de la esencia y del objetivo que tiene el programa para con la sociedad, el proyectar de una manera divertida en juegos y concursos, los aspectos y factores que una pareja debe tener para lograr un matrimonio exitoso.

## PROPUESTA AUDIOVISUAL

### **ARTE**

Escenografía: Por ser un programa concurso, se aprovechará la temática del programa para la implementación de objetos simbólicos que hagan referencia a la boda.

El concepto visual se basará en el estilo kitsch, se construirá un universo surrealista de juegos y retos basados en la propuesta artística y filosofía de Will Cotton, quien era interesado en la iconografía cultural. El color blanco prevalecerá con imágenes y símbolos referentes a bodas como: pasteles, anillos, bocaditos, vestidos, etc.; los cuales estarán plasmados en los obstáculos de los juegos de gran tamaño. Referente al color, se busca que cualquier tonalidad de color sobresalga gracias al contraste de colores saturados en relación con el blanco, y así dar un estilo de celebración al proyecto gracias a la amplia gama de colores que un concurso de este estilo necesita.

La estructura de la escenografía será de hierro forjado, para que sea resistente al peso y movimiento de los participantes y también a su propio peso y altura.

Cada juego será decorado independientemente con la temática de su concurso, con el avance del programa, cada concurso estará decorado a mayor escala con referentes a etapas de la ceremonia de bodas. Se utilizarán símbolos representativos del matrimonio en tamaño grande para que se mantenga el concepto

visual tanto en la parte decorativa como en los obstáculos. Los colores que serán implementados en los obstáculos serán en tonalidades pasteles.

Vestuario: Cada pareja participante usará uniformes de colores representativos que los diferencien entre las demás parejas. Los colores son: amarillo, verde, morado, rojo y azul. Esta vestimenta es diseñada pensando en la comodidad que el concursante necesita y con un toque de elegancia que se requiere por la temática del programa. Además, cada participante contará con un equipo de seguridad de color negro que consiste en: casco, protector de codos, guantes, rodilleras y lentes de agua.

Utilería: cada concurso cuenta con utilería basada en su temática independiente, pero será de varias dimensiones para dificultar el juego de los participantes. Los colores en la utilería serán en tonalidades fosforescentes para crear una mayor importancia a los objetos de utilería que serán los referentes visuales sobre lo que se trata cada concurso.

## **FOTOGRAFÍA**

Gracias al método de multi-cámara se cubrirá cada momento y cada rincón del set con mayor facilidad. La combinación de planos generales y primeros planos responderá al ritmo, estética y emoción que se busca transmitir.

El estilo de cámara será de “cámara en mano” para que con el movimiento del operador de cámara transmita la emoción y la adrenalina que los concursantes están

viviendo en el programa. Además, se tendrá el uso de cañas para tomas generales de los concursos y del set en general, con el fin de dar énfasis no sólo en la complejidad completa del concurso, sino para mantener un ritmo de suspenso a lo largo del transcurso de los concursos.

Gracias a la utilización de cámaras Go-pro instaladas en los cascos de los participantes en ciertos concursos, el televidente podrá vivir en primera persona el proceso del programa. Además, gracias a estas cámaras instaladas en el techo se podrá tener una vista cenital de diferentes concursos.

Finalmente, para segmentos de entrevistas, activaciones de marcas o comentarios por parte del presentador se mantendrá el estilo de cámara en mano, pero los movimientos serán pausados y circulares, contrastando una vez más el perfil de mediador elegante.

## **ILUMINACION**

La parrilla de luces debe abarcar cada rincón del set en forma cenital, back ups y laterales; con luces difusas para rellenos y escenografía en general, las luces directas se manejarán para el presentador y para los participantes en segmentos de entrevistas. Cada uno de los juegos tendrá luces difusas que están instaladas decorativamente para iluminación propia del concurso.

Las luces cumplen un papel importante en el programa ya que serán los conductores narrativos para determinar momentos claves en el programa como por

ejemplo: La culminación de un juego, o el acierto a alguna pregunta por parte de un participante. Además, se contará con juegos de luces robotizadas para dar también realce a ciertos momentos o segmentos como la entrada del presentador o la llegada a la meta de la pareja ganadora.

Sin embargo, cabe recalcar que la iluminación será plana, en relación a que no existe caracterización de personajes, presentadores o concursantes, por ende es una herramienta para enriquecer la estética de imagen del programa, en la que no existe narratividad más que en los concursantes, los cuales son los que llevan al espectador a lo largo de esta aventura.

## **SONIDO**

El programa tendrá un tema inédito para que el público asocie la canción directamente con el programa, además, este elemento será un factor que soporte la emoción del programa. La canción debe ser basada en una mezcla de estilos pop y tropicales para facilitar el apego y memorización de la melodía del público.

Los momentos de tensión del programa serán acompañados con música de fondo, los cuales serán montados en post producción.

La musicalización del programa se basa en los diferentes momentos expuestos en el programa, existirá música de fondo siempre que el presentador este comentando, se mantendrá los silencios para las entrevistas y por ultimo sólo en las repeticiones de cada concurso se utilizarán efectos sonoros.

## PROPUESTA DE POST PRODUCCION

### **VIDEO**

Por ser un programa pre grabado, la post producción de este proyecto se convierte en un elemento fundamental para lograr no sólo la propuesta visual, sino hasta el mismo fin social que se busca impartir con este programa.

En generación de caracteres el color blanco prevalece, los textos o imágenes sobrepuestas estarán presentes solamente en presentación del anchor, entrevistas y video-reportajes (VTR).

Los reprises estarán presentes tanto después del concurso como dentro de la franja del espacio publicitario. Para diferenciar la estética general del programa con los reprises, los colores serán sobreexpuestos y con aumento de brillo en la imagen en general. En la tonalidad de color se rescatarán los colores morados y azules para plasmar un sentimiento de recuerdo, pasado y a su vez plasmar un grado de importancia a estos momentos relevantes, como por ejemplo: declaraciones de casting o entrevistas, reprise de concursos o imágenes grabadas en backstage.

En la edición, por motivos de tiempo de transmisión se utilizará el jump-cut como estilo de corte y unión de escenas. Además, que se utilizaran tomas del casting y entrevista como temas de paso durante los concursos, y el audio como voz en off como transición entre segmentos. Estas entrevistas serán grabadas a los concursantes después del programa, y tendrán que ser realizadas en primera persona y tiempo presente, para que sean utilizadas como hilo conductor de los concursos, vía explicativa de sentimientos y emociones de los mismos participantes.

El logo del programa estará presente en el bomper, cierre y transcurso del programa. En este último caso, el logo animado estará situado en el lado superior derecho de la pantalla en escala pequeña.

## **AUDIO**

Para lograr un producto que responda a la propuesta planteada, se establecerán varios parámetros en la edición del sonido.

El audio del presentador y entrevistados siempre estarán en primer plano.

La canción/jingle del programa estará presente en el inicio y final del programa, y durante momentos de emoción.

Cuando el presentador mencione una pastilla publicitaria, vierta un comentario o regla, solo estará presente la pista del jingle como música de fondo.

La música de fondo en situaciones de suspenso y tensión, serán montadas en post producción por temas de acortar el tiempo real del concurso.

Sólo existen efectos de sonido en reprises de concursos o de alguna situación en particular.

Mediante el uso de micrófonos corbateros, se registrarán sonidos ambiente y otros como detalles para generar situaciones o transmitir sentimientos de miedo, suspenso o adrenalina por parte de los concursantes. Por ejemplo: sonidos de

golpes, respiraciones o susurro, serán expuestos en primer plano en situaciones de suspenso.

### PROPUESTA GRÁFICA



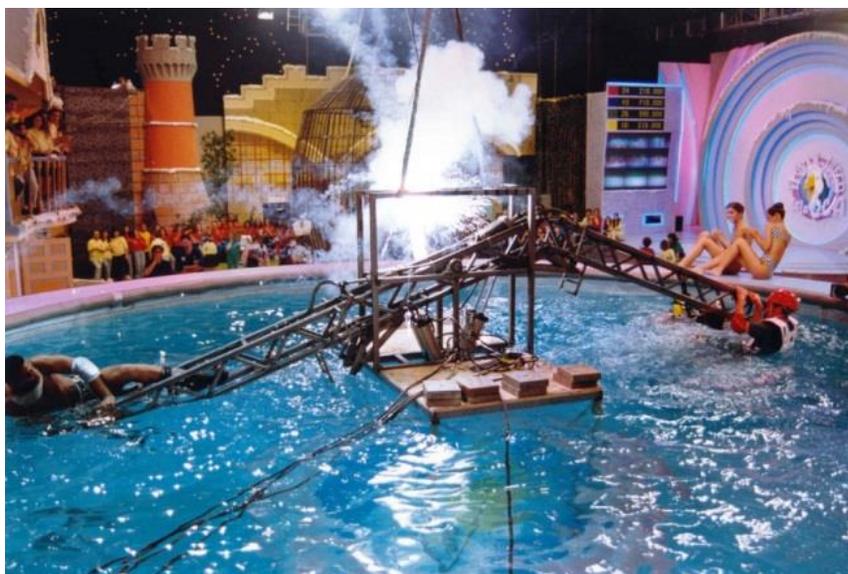
**Imagen extraída desde [KattyPerry.com](http://KattyPerry.com), pagina web oficial.**

Como referencia directa al estilo de escenografía se propone la dirección de arte plasmada en el Video Clip dirigido por Matthew Cullen para la cantante Katy Perry. Aquí se plasma el estilo del pintor Will Cotton que se basa en dulces creando una hiper realidad. También hace referencia al juego de mesa Candy Land. Los artículos de utilería y decorativos serán símbolos referenciales a las bodas.



**Imagen extraída desde [Onbehalfv.blogspot.com](http://Onbehalfv.blogspot.com)**

Mediante la combinación del blanco con los colores pasteles (escenografía) y los fosforescentes (utilería) se podrá lograr crear mayor visibilidad a estos objetos que serán los que apoyan a la temática y narratividad del transcurso del programa.



**Imagen extraída desde Reyes Abades Efectos Especiales S.A. página web oficial.**

Las tomas generales permitirán tener mayor alcance de lo que sucede en el set, manteniendo una composición de la toma que responda a la intensidad del plano, como por ejemplo plasmar la complejidad del juego.



**Imagen extraída desde Enelpasado.com, Vayatele.com.**

Tanto los modelos (hombres y mujeres) como las parejas concursantes deberán utilizar un vestuario adecuado y cómodo para facilitar el movimiento y desplazamiento por el set, así como deberá responder a la estética del programa y del tema general.



**Imagen extraída desde Article.wn.com**

El uso de efectos especiales será muy utilizado en cada uno de los concursos, Es por eso que mediante el uso de multi cámara se podrá cubrir cada efecto visual.



**Imagen extraída desde Legends.wikia.com**

La iluminación estará presente durante cada uno de los concursos, la cual será parte de la escenografía aportando a la estética visual de su concurso como segmento independiente.



**Imagen extraída desde Legends.wikia.com**

Gracias al uso de caracteres, se proyectará el tiempo que ha transcurrido a lo largo del juego, así como el mapa del juego final, para crear mayor interés del público con el concurso.



**Imagen extraída desde Theguardian.com**

El uso de efectos especiales no sólo se utilizará como recurso decorativo, sino como elemento que contribuya a la narratividad del programa, como dar más énfasis al logro o fin de un concurso. Además, este elemento debe estar plenamente

controlado para la seguridad de los participantes, talento, equipo de trabajo y equipos técnicos.



**Imagen extraída desde elp.tv**

Referencia del estilo de iluminación y de estructura metálica de la parrilla y escenografía general.



**Imagen extraída desde Ovguide.com**

Propuesta de seguridad implementada en los juegos de concurso como parte decorativa.



**Imagen extraída desde thesix.wordpress.com**

Propuesta gráfica de equipamiento de seguridad para las parejas concursantes en diferentes juegos, tanto de eliminación como de el gran juego final..



**Imagen extraída desde AudienciasUsa.com**

Referencia de iluminación general de escenografía.

### CRONOGRAMA GENERAL

El cronograma está estructurado con el fin de aprovechar tiempo, abaratar costos, maximizando las actividades y fusionando las etapas del proyecto. Este modelo se ha basado en un sistema que responda a la relación entre a mayor transcurso del tiempo mayor agilidad en el desempeño de las funciones por lo tanto mayor eficacia en las actividades del equipo de trabajo.

Como se puede observar en la etapa de preproducción entre la semana 2 y 3, el trabajo se condensa, mientras que en la producción las semanas 8 y 11 reflejan la mayor cantidad de rodajes del proyecto, y finalmente en la etapa de postproducción una vez más se ahorra tiempo al alternar actividades con los rodajes, y así lograr que el proyecto se vuelva rentable en inversión de tiempo, recursos y presupuesto.

## ETAPA DE PREPRODUCCION

### **SEMANA 1**

Búsqueda de directores.

Búsqueda del equipo de trabajo (CREW).

### **SEMANA 2 - SEMANA 7**

Scouting.

Selección de equipo técnico.

Selección de locación y contratos de uso.

Escritura de guiones.

Desglose de guiones.

Contratación de equipo de seguridad.

Contratación de servicio de catering.

Contratación de servicio de limpieza.

Permisos de espacio y uso, y documentación del proyecto.

Diseño de luces – parrilla.

Diseño de efectos especiales.

Diseño y creación de jingle.

Auspiciantes.

Casting de talento.

Casting de parejas participantes.

Diseño y animación de logos, caracteres y arte digital.

---

---

Diseño de escenografía.

Diseño y confección de vestuario y uniformes de participantes.

Ventas y convenios.

Auspicios.

Convocatoria de casting de parejas concursantes.

Compra de material para arte.

Construcción de escenografía, arte y utilería.

Selección de presentador y talento.

Montaje de escenografía y arte general.

Compra y montaje de material de parrilla de luces.

Montaje de equipo técnico.

Servicio de seguridad en locación.

Finalización de montaje de equipo técnico, escenografía, arte y utilería.

Cierre de convocatoria de concursantes.

Selección de parejas concursantes

### **Semana de imprevistos**

---

## ETAPA DE PRODUCCION Y POSTPRODUCCION

### **SEMANA 8**

Grabación de videos explicativos de concursos, spots, pastillas publicitarias e intro del programa.

Edición y postproducción de los mismos.

---

---

Servicio de limpieza en locación.

### **SEMANA 9**

Finalización de rodajes de pastillas e intro con edición.

Grabación de programa piloto y post producción del mismo.

Grabación de programa 2, 3 , 4, 5, 6, 7 y Edición

Servicio de catering, seguridad y limpieza.

### **SEMANA 10**

Grabación de programa 8, 9, 10, 11, 12 y edición de los mismos.

### **SEMANA 11 - SEMANA 12**

Grabación de programa final 13 y finalización de edición de programas anteriores.

Masterización del proyecto.

Limpieza y entrega de locación.

---



Ventas y convenios		X	X	X								
Permisos de espacio y uso, y documentación del proyecto.			X	X								
Auspicios		X	X	X								
Convocatoria de casting de parejas				X	X	X	X					
Diseño y creación de jingle			X	X	X							
Diseño y animación de logos, caracteres y arte digital			X	X								
Diseño de escenografía			X	X								
Diseño de vestuario y uniformes para concursantes						X						
Confección de uniformes						X	X					
Compra de material de arte				X								

Construcción de escenografía				X	X	X						
Construcción de utilería					X	X						
Diseño de efectos especiales			X									
Selección de talentos					X							
Selección de parejas concursantes							X					
Montaje de escenografía						X	X					
Montaje de arte general						X	X					
Diseño de parrilla de luces					X							
Compra de material de parrilla de luces						X						
Construcción de parrilla de luces						X						
Montaje de equipo técnico (cámaras, luces, micrófonos)							X					

Selección de locación y contratos de uso				X								
Grabación de videos explicativos de concursos							X					
Edición de videos de concursos							X	X				
Grabación de spots con talentos							X					
Edición de spots con talentos							X	X				
Grabación pastillas publicitarias de auspicios							X					
Edición de pastillas de auspicios							X	X				
Grabación del intro							X					
Edición de intro							X	X				
Contratación de catering			X									
Servicio de catering							X	X	X	X		





## PRESUPUESTO

El siguiente cuadro hace referencia a cada rol, necesidad y recurso necesario para la realización del proyecto. Los rubros están plasmados en un estudio de mercado en donde mediante proformas se seleccionaron los servicios que cumplan con los requerimientos especificados en el plan de trabajo.

## PRESUPUESTOS PRODUCCIÓN Y POST PRODUCCIÓN

UNIDAD	TIEMPO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL	OBSERVACIONES
--------	--------	----------	----------------	-------------	---------------

### 1. TALENTO HUMANO

#### 1.1. Departamento de Dirección

1.1.1.	Director	Mes	3	1	\$ 3.000,00	\$ 9.000,00	Proyecto
1.1.2.	Asistente de Dirección	Mes	3	1	\$ 600,00	\$ 1.800,00	Proyecto
1.1.3.	Runner	Días	12	1	\$ 23,33	\$ 279,96	12 Días Laborables

#### 1.2. Departamento de Producción

1.2.1.	Productor	Mes	3	1	\$ 4.000,00	\$ 12.000,00	Proyecto
1.2.2.	Asistente de Producción 1/Jefe de Piso	Mes	3	1	\$ 700,00	\$ 2.100,00	Proyecto
1.2.3.	Asistente de Producción 2	Días	12	1	\$ 26,67	\$ 320,00	12 Días Laborables

#### 1.3. Departamento de Fotografía

1.3.1.	Camarografos	Días	12	4	\$ 300,00	\$ 14.400,00	12 Días Laborables (\$4500 c/u)
1.3.2.	Asistentes de cámara	Días	12	4	\$ 21,33	\$ 1.023,84	12 Días Laborables (\$319,75 c/u)

#### 1.4. Departamento de Iluminación

1.4.1.	Gaffer	Mes	2	1	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00	Proyecto
1.4.2.	Asistente de Iluminación	Mes	2	2	\$ 500,00	\$ 2.000,00	Proyecto
1.4.3.	Grip	Días	8	2	\$ 318,00	\$ 5.088,00	Proyecto

#### 1.5. Departamento de Sonido

1.5.1.	Sonidista	Días	12	1	\$ 66,67	\$ 800,04	12 Días Laborables
1.5.2.	Asistente de Sonido	Días	12	1	\$ 46,67	\$ 560,00	12 Días Laborables

#### 1.6. Departamento de Arte

1.6.1.	Escenografo	Mes	2	1	\$ 2.500,00	\$ 5.000,00	Proyecto
1.6.2.	Asistente de Escenografía	Mes	1	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00	Proyecto
1.6.3.	Vestuarista	Mes	1	1	\$ 900,00	\$ 900,00	Proyecto
1.6.4.	Utilero	Mes	1	1	\$ 600,00	\$ 600,00	Proyecto

#### 1.7. Departamento de Maquillaje

1.7.1.	Maquillista	Días	12	1	\$ 46,67	\$ 560,00	12 Días Laborables
1.7.2.	Asistente de Maquillaje	Días	12	1	\$ 20,00	\$ 240,00	12 Días Laborables

<b>1.8.</b>	<b>PERSONAL ARTÍSTICO</b>						
<b>1.8.1.</b>	<b>Personajes Principales</b>						
1.8.1.1.	Presentador	Días	12	1	\$ 141,67	\$ 1.700,00	12 Días Laborables
1.8.1.2.	Reportera	Días	12	1	\$ 62,50	\$ 750,00	12 Días Laborables
<b>1.8.2.</b>	<b>Extras</b>						
1.8.2.1.	Modelo Mujer	Días	8	3	\$ 200,00	\$ 4.800,00	8 Días Grabación
1.8.2.2.	Modelo Hombre	Días	8	3	\$ 200,00	\$ 4.800,00	8 Días Grabación
<b>TOTAL</b>				<b>36</b>	<b>\$ 15.773,50</b>	<b>\$ 71.721,84</b>	
<b>COSTO MENSUAL</b>						<b>\$ 23.907,28</b>	

## 2. EQUIPOS

### 2.1 Equipos de Cámara

2.1.1.	Kit de cámaras HD	Días	12	1	\$ 200,00	\$ 2.400,00	Alquiler
2.1.2.	Kit de cámaras HD Completo	Días	8	4	\$ 200,00	\$ 6.400,00	Alquiler
2.1.3.	Grúas	Días	8	2	\$ 100,00	\$ 1.600,00	Alquiler
2.1.4.	Cámaras GO PRO	Proyecto	1	3	\$ 550,00	\$ 1.650,00	Compra

### 2.2 Equipos de Iluminación

2.2.1.	Parrilla	m2	450	1	\$ 4,00	\$ 1.800,00	Elaboracion
2.2.2.	Kit de Luces	Días	8	1	\$ 1.456,00	\$ 11.648,00	Alquiler

### 2.3 Equipos de Sonido

2.3.1.	Kit de Audio	Días	12	4	\$ 100,00	\$ 4.800,00	Alquiler
2.3.2.	Equipos Sonoros	Días	8	2	\$ 120,00	\$ 1.920,00	Alquiler
2.3.3.	Equipos Radio Frecuencia	Días	8	4	\$ 25,00	\$ 800,00	Alquiler

<b>TOTAL</b>				<b>22</b>	<b>\$ 2.755,00</b>	<b>\$ 33.018,00</b>	
<b>COSTO MENSUAL</b>						<b>\$ 11.006,00</b>	

## 3. TRANSPORTE

3.1.	Camión de Arte	Días	2	1	\$ 180,00	\$ 360,00	Entrega/Retiro
3.2.	Camión de Equipamiento Técnico	Días	2	1	\$ 180,00	\$ 360,00	Entrega/Retiro
3.3.	Busetas para Personal y Concursantes	Días	12	2	\$ 50,00	\$ 1.200,00	Proyecto

<b>TOTAL</b>				<b>4</b>	<b>\$ 410,00</b>	<b>\$ 1.920,00</b>	
<b>COSTO MENSUAL</b>						<b>\$ 640,00</b>	

**4. ELEMENTOS DE ARTE****4.1. Escenografía****4.1.1. Materiales de escenografía**

4.1.1.1.	Efectos Especiales	Unidad	1	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00	Compra
4.1.1.2.	Tobogán 28,6 m2	m2	1	29	\$ 220,00	\$ 6.380,00	Compra
4.1.1.3.	Piscina mediana Champagne	Proyecto	1	1	\$ 530,00	\$ 530,00	Compra
4.1.1.4.	Piscina pequeña Chocolate	Proyecto	1	1	\$ 300,00	\$ 300,00	Compra
4.1.1.5.	Pasamanos	Proyecto	1	24	\$ 60,00	\$ 1.440,00	Compra
4.1.1.6.	Colchoneta	Proyecto	1	1	\$ 12.532,80	\$ 12.532,80	Compra
4.1.1.7.	Estructura metálica de pastel	Proyecto	1	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	compra
4.1.1.8.	Estructura metálica de canopy	proyecto	1	2	\$ 400,00	\$ 800,00	compra
4.1.1.9.	Estructura metálica de ligas	Proyecto	1	1	\$ 450,00	\$ 450,00	Compra
4.1.1.10.	Estructura metálica de soporte columpios	Proyecto	1	1	\$ 600,00	\$ 600,00	Compra
4.1.1.11.	Tarimas	Proyecto	1	1	\$ 16.200,00	\$ 16.200,00	Alquiler

**4.2. Vestuario**

4.2.1.	Confección	Uniformes	60	1	\$ 544,29	\$ 32.657,40	
--------	------------	-----------	----	---	-----------	--------------	--

**4.3. Utilería**

4.3.1	Elementos de Utilería	Proyecto	1	1	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	Compra
-------	-----------------------	----------	---	---	--------------	--------------	--------

**4.4. Maquillaje**

4.4.1.	Elementos de Maquillaje	Proyecto	3	1	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00	Compra
--------	-------------------------	----------	---	---	-------------	-------------	--------

**TOTAL****66****\$ 60.837,09****\$ 102.890,20****COSTO MENSUAL****\$ 34.296,73****5. GASTOS DE PRODUCCIÓN**

5.1.	Permisos y Documentación General	Proyecto	1	1	\$ 200,00	\$ 200,00	Proyecto
5.2.	Música Original	Proyecto	1	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	Proyecto
5.3.	Arriendo Galpón 869 m2	Mes	1	1	\$ 3.476,00	\$ 3.476,00	Proyecto
5.4.	Asesoría de Contabilidad	Proyecto	3	1	\$ 700,00	\$ 2.100,00	Proyecto

**TOTAL****4****\$ 7.376,00****\$ 8.776,00****COSTO MENSUAL****\$ 2.925,33**

**6. POST PRODUCCIÓN**

6.1.	Equipos de Post producción	Días	12	1	\$ 500,00	\$ 6.000,00	Alquiler
<b>TOTAL</b>				<b>1</b>	<b>\$ 500,00</b>	<b>\$ 6.000,00</b>	
<b>COSTO MENSUAL</b>						<b>\$ 2.000,00</b>	

**7. SERVICIOS ADICIONALES**

7.1.	Catering	Días	12	1	\$ 240,00	\$ 2.880,00	12 Días Laborables
7.2.	Limpieza	Días	12	3	\$ 50,00	\$ 1.800,00	12 Días Laborables
7.3.	Seguridad	Mes	1	2	\$ 2.592,00	\$ 5.184,00	Mensual
<b>TOTAL</b>				<b>6</b>	<b>\$ 2.882,00</b>	<b>\$ 9.864,00</b>	
<b>COSTO MENSUAL</b>						<b>\$ 3.288,00</b>	

**8. PREMIOS**

8.1.	Boda Media		10.500	1	\$ 10.500,00		Opción 1
8.2.	Boda de Lujo		24.000	1	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00	Opción 2
<b>TOTAL</b>				<b>2</b>	<b>\$ 34.500,00</b>	<b>\$ 24.000,00</b>	
<b>COSTO MENSUAL</b>						<b>\$ 8.000,00</b>	

**SUMA TOTAL** **\$ 258.190,04**

<b>CONTINGENCIA</b>	<b>5%</b>		<b>\$ 12.909,50</b>
<b>COSTO MENSUAL</b>		<b>\$ 90.366,51</b>	<b>\$ 90.366,51</b>
<b>TOTAL PROYECTO</b>			<b>\$ 271.099,54</b>

<b>TOTAL FINANCIAMIENTO COPRODUCCION</b>	<b>\$ 53.221,88</b>
<b>TOTAL NO FINANCIADO</b>	<b>\$ 217.877,66</b>

<b>TOTAL FINANCIAMIENTO AUSPICIO POR CANJE</b>	<b>\$ 81.657,40</b>
<b>TOTAL NO FINANCIADO</b>	<b>\$ 136.220,26</b>

- El costo del programa por temporada es de \$271.009,54
- El costo del programa diario es \$20.853,81
- El costo del programa mensualmente es de \$90.366,51

Mediante la coproducción con una canal de televisión los rubros de equipo técnico, talento, equipo de trabajo y transmisión desaparecen, es decir que el programa con una coproducción cuesta por temporada \$217.877,66 y por programa diario (coproducción) cuesta \$16.759,82 ahorrando un 19,60 por ciento inicialmente.

Cabe recalcar que los beneficios económicos dependerán del porcentaje inicial de inversión en el proyecto, es por eso, que la participación como coproducción podrá ser mayor dependiendo de los interés propios del canal de televisión asociado para con el proyecto.

### DISEÑO DE PRODUCCION

Para la reproducción del proyecto se aprovechara la temática del mismo para la comercialización en casas televisoras extranjeras ya que el tema del matrimonio es conocido alrededor del mundo. Cabe recalcar que no existen limitaciones para el proyecto ya que el formato se puede acoplar a la cultura o contexto del matrimonio dependiendo del lugar de transmisión.

Además, la estructura del programa permite hasta cambiar la temática principal de bodas del programa acoplando a diversas festividades relevantes en el

mundo como fiesta de quinceaños, graduaciones de secundaria y universidad en donde el concepto de superación por cumplir un sueño sigue en pie.

En referencia al financiamiento del programa “Todo por mi boda” se ha planteado las siguientes cláusulas que permitirán un abaratamiento de costos de producción, recuperación de inversión, y así convertir al proyecto en algo sólido y rentable que produzca ganancias entre un 30 a 40 por ciento de beneficios en comparación con la inversión inicial.

### **Financiamiento por venta de proyecto**

El proyecto está completamente diseñado para ser vendido como idea creativa o como proyecto general. Sin embargo, existirán cápsulas de beneficios por derechos de autoría como regalías, en los cuales se especifica que en cualquier tipo de reproducción de este programa los beneficios económicos que se generen gracias al proyecto tendrán una aportación del 5 al 10 por ciento sin importar el lugar o tiempo de reproducción.

### **Financiamiento por renta de espacio**

Cada uno de los canales de televisión tiene a disposición la renta de espacio con algunas limitaciones, las cuales se pueden regir dependiendo de alguna producción que este en transmisión en ciertos espacios previamente definidos o por

normativas internas del canal que limiten cierto tipo de programación como en este caso de género de entretenimiento.

En este caso, la renta del espacio puede diferir en dos casos: se renta el espacio deseado en cualquier franja horaria pero el canal lucra de los comerciales expuestos en los espacios publicitarios entre los segmentos, o por un costo superior se renta el espacio completo hasta con los espacios comerciales.

En este caso el costo de producción del programa subiría dependiendo del contrato por la renta de espacio, sin embargo el proyecto estaría desligado a cualquier responsabilidad con el canal acordado para una libre transmisión y se lucraría de manera directa de las publicidades.

### **Financiamiento por Co Producción con un canal de televisión**

Con el fin de asegurar la realización de este proyecto se ha referido la opción de compartir la producción de “Todo por mi Boda” con un canal de televisión aliado ya que se consideraría esta manera como la más segura y conveniente para facilitar aspectos de producción y costos.

Mediante la alianza a un canal de televisión se lograría reducir un 60% de inversión en el presupuesto total, volviendo la rentabilidad del proyecto aún mayor. Los costos de producción relacionados al equipamiento técnico y hasta el personal, la locación y artículos de utilería y maquillaje serían aportados por parte del canal ya que ellos tienen a su disposición los recursos para largo plazo. Finalmente el contrato

puede establecer como inversionistas al canal y a los productores independientes de este proyecto reflejados en un 60/40 por ciento para retribuciones monetarias o a su vez 50/50 por ciento correspondientes.

### **Financiamiento por publicidad**

Existen varias empresas multinacionales que mediante la difusión de mensajes positivos o morales buscan contribuir con la sociedad dejando a un lado la idea tradicional de promoción explícita y directa de su producto o marca. Mediante este modelo la empresa crea una alianza en sus publicidades entre el buen vivir y el producto, construyendo una supuesta necesidad del consumidor para conseguir un mejor futuro gracias al producto.

Basándonos en este ideal, el proyecto se puede acoplar a la compra directa de una empresa que busque plasmar la idea de superación gracias al matrimonio mediante sus productos o marca en general. Aunque el programa se limitaría a la publicidad exclusiva del producto o empresa contratista, se financiaría directamente de ella facilitando el proceso de venta y compra de derechos de autor.

De otra manera si se busca realizar el proyecto de manera independiente se podría financiar mediante auspicios gracias a las siguientes opciones:

Venta de espacios publicitarios durante comerciales (independientemente del acuerdo de coproducción) se pueden realizar pastillas publicitarias usadas como adelantos del siguiente segmento del programa con las marcas auspiciantes.

Auspicios principales plasmados previo al inicio del programa y proyectados en los créditos y agradecimientos del final del programa.

Menciones por parte del talento del programa durante el inicio de cada segmento o concurso.

Auspicios directos en cada uno de los concursos tanto de eliminación como en el concurso final, en los cuales se podrá plasmar las marcas dentro de la decoración y que puedan ser visibles en los encuadres de cámaras.

Los premios del concurso pueden ser auspiciados completamente por parte de empresas relacionadas a bienes raíces, agencias de viajes, organización de eventos, artefactos, equipamientos tecnológicos, casa automotriz, así como otros productos. Además, por ser un programa que fomenta el matrimonio y la superación familiar desde una perspectiva social se puede financiar mediante Ministerios o Fundaciones que promuevan estos mismos principios.

También se puede lucrar de los espacios comerciales entre los segmentos siempre y cuando la renta del espacio en la televisora sea completa y sin ninguna cláusula limitante que se interponga.

Los gastos de producción como la escenografía, utilería y arte en general pueden ser una inversión a largo plazo si se producen varias temporadas con el mismo arte, así se abarataran costos del proyecto, y por ende el costo de programa diario se dividirá a la inversión inicial de escenografía aumentando la rentabilidad del programa por unidad.

## ANEXOS

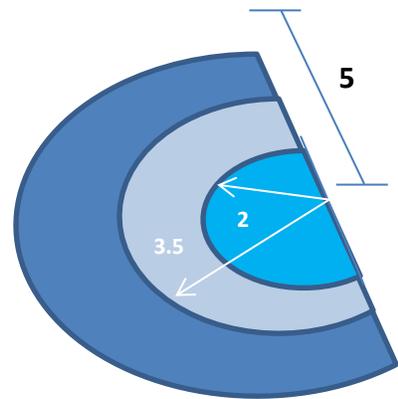
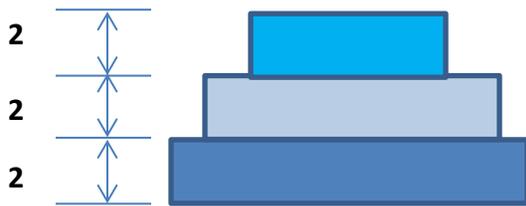
### **Plano arquitectónico de escenografía**

Mediante una proyección arquitectónica la escenografía de “Todo por mi boda” se ha plasmado en planos con las medidas exactas del espacio necesario para la realización de cada uno de los juegos.

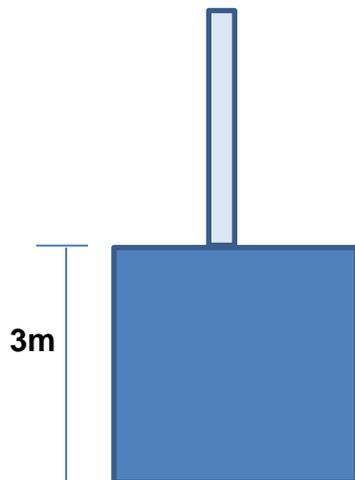
Las especificaciones del plano y del material necesario se detalla a continuación:

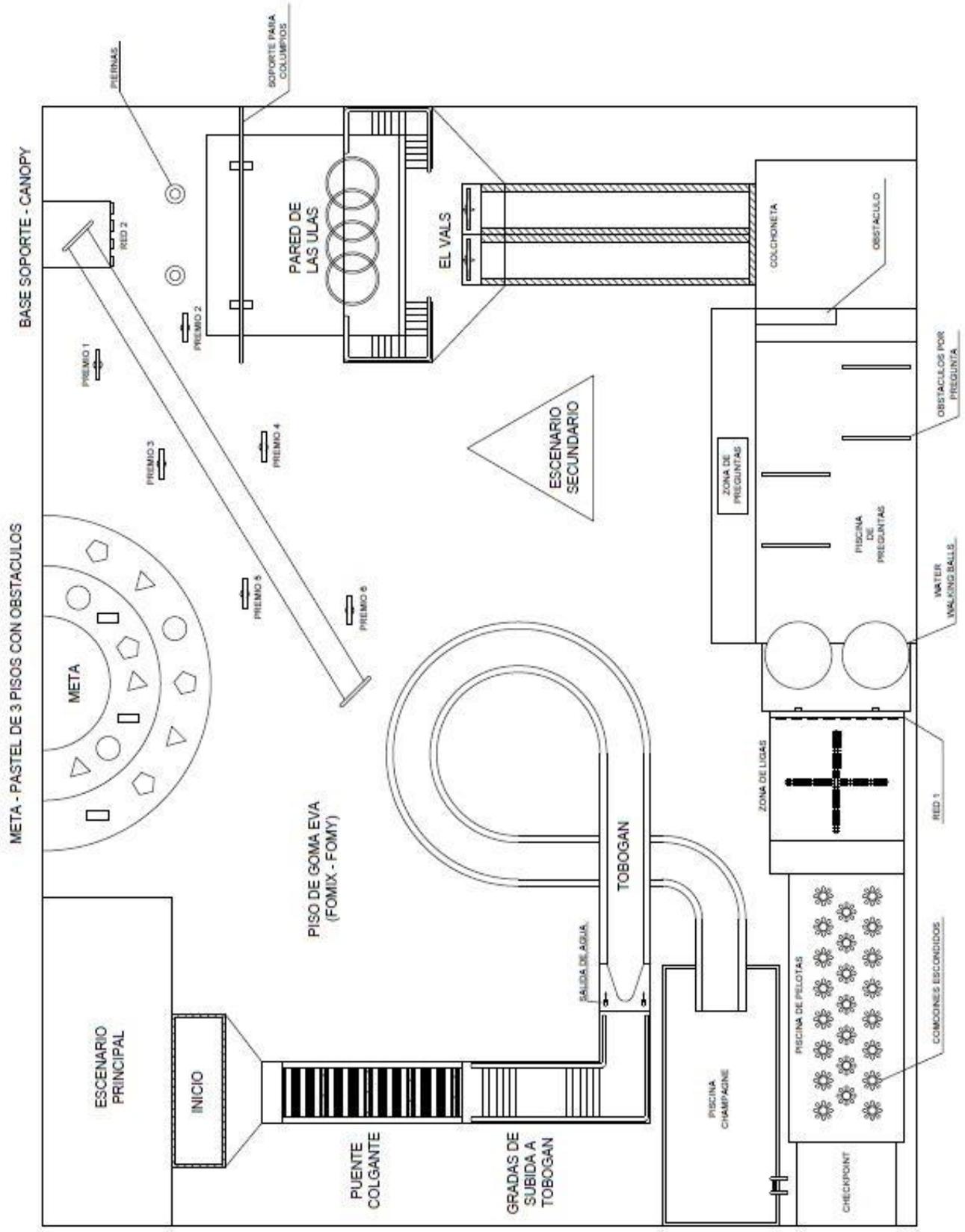
- El terreno global necesario para la construcción de la escenografía es de 869 metros cuadrados.
- El escenario principal es de 37.5 metros cuadrados.
- El puente colgante es de 5.3 x 1.8 metros.
- El tobogán es de 28,6 metros.
- La piscina de champagne tiene una profundidad de 1.5 metros y un área de 7.5 x 3.3 metros.
- La piscina de chocolate tiene una profundidad de 80 centímetros y un área de 8 x 3.4 metros.
- Dos ventiladores industriales de un metro de diámetro.
- El escenario secundarios es de 8.1 metros cuadrados.
- Dos wáter walking balls de dos metros de diámetro.
- Un canopy recto guiado con poleas de 16 metros.
- 6 targets de 50 centímetros de diámetro.
- Pasamanos de tubo de acero inoxidable de 2 pulgadas de 23.6 metros.
- 20 ula ulas de un metro de diámetro.

- 23 tarjetas de plásticos (forma de galletas) de 30 centímetros.
- 80 elásticos de colores de 1.50 metros (ligas).
- Colchoneta de 6 x 4 metros.
- Colchoneta de 4.8 x 4.4 metros.
- Colchoneta de 4 x 3.7 metros.
- 4 obstáculos (zona de preguntas) sujetas por sistema de poleas.
- 2 piernas de mujer mecánicas de 3.5 metros.
- Estructura metálica (zona de ligas) de 3 metros de altura.
- Pastel (META)



- Rocódromo 2 (escalera de red –soga hacia el canopy)





BASE SOPORTE - CANOPY

META - PASTEL DE 3 PISOS CON OBSTACULOS

ESCENARIO PRINCIPAL

INICIO

META

PISO DE GOMA EVA (FOMIX - FOMY)

PUENTE COLGANTE

GRADAS DE SUBIDA A TOBOGAN

TOBOGAN

PISCINA CHAMPAGNE

PISCINA DE PELOTAS

ZONA DE LIJAS

ZONA DE PREGUNTAS

PISCINA DE PREGUNTAS

WATER WALKING BALLS

OBSTACULOS POR PREGUNTA

COLCHONETA

OBSTACULO

ESCENARIO SECUNDARIO

COMBOYES ESCONDIDOS

RED 1

PIERNAS

SOPORTE PARA COLUMPIOS

PREMIO 1

PREMIO 2

PREMIO 3

PREMIO 4

PREMIO 5

PREMIO 6

PARED DE LAS ULAS

EL VALS

SALIDA DE AGUA

RED 2

## Propuesta de arte de vestuario

En la propuesta de vestuario se trabajó con la asesoría de la Diseñadora de Moda Sofía Broos. Los diseños, estructura e inspiración responden a la propuesta general de arte del programa. A continuación la carpeta de arte de la diseñadora de modas.



VESTUARIO DE MODELOS

## UNIFORME DE PARTICIPANTE HOMBRE

### Combinaciones



Camiseta tipo polo inspirada en el tenis de tela lycra algodón con bolsillo en la parte superior izquierda, y doblado en mangas. Pantalón de tiro bajo con pretina ancha bolsillos exteriores y corte en los muslos, tela lycra nylon,

## UNIFORME DE PARTICIPANTE MUJER

### Combinaciones



Vestido inspirado en el tenis , silueta A, parte superior de lycra nylon , falda de jersey algodón con bolsillos a los costados y abertura en el lado derecho y y short de lycra algodón.

## TENDENCIAS ACTUALES

Como cada año las apuestas de las grandes marcas en las pasarelas son muy atrevidas y extravagantes pero nos marcan las pautas para la ropa del día a día y dictan las tendencias en estampados, colores, formas, estilos.

Cada vez se incorporan más elementos casuales dentro los looks del día a día. Con las deportivas con plataforma ya se entreveía que el sport chic podía ser una tendencia para esta primavera-verano. Usar ropa deportiva como unos shorts de running, deportivas, jerseys con cremallera, gorras, y sobretodo colores fuertes y vivos.

Combinar prendas más sport con prendas más formales para crear un look irrepetible e original. Además, es una buena opción para ir cómoda

Los metalizados salen de la noche y apuestan por los looks de todo el día. Dorados, plateados, pero todos metalizados.

Para esta temporada el minimalismo se deja a un lado, la superposición de prendas y la combinación de colores estarán en tendencia.

la ropa deportiva ha ido ganando terreno, ya no sólo en cuanto a moda se refiere, sino por la tendencia a llevar un estilo de vida más saludable, llevando una alimentación sana y practicando algún deporte.

La comodidad y el confort es lo que se busca a la hora de elegir unas prendas u otras. Prendas amplias y sueltas; materiales y tejidos transpirables y colores vivos.



## IINSPIRACIÓN

El tenis es un popular deporte de raqueta a nivel mundial. Se puede jugar entre dos personas en individuales y entre dos parejas en dobles. Este deporte es uno de los más famosos en el mundo, destacando en mundiales y olimpiadas. Es considerado un deporte profesional y es jugado por personas de todas las edades.

El tenis podría tener su origen en las antiguas Grecia y Roma, en donde se practicaban juegos similares; también en Italia en el siglo XI. Se considera que su origen es en Francia en donde se introdujo un juego similar en los siglos XIII y XIV llamado paume. En 1873, el mayor inglés Walter Clopton Wingfield inventó el tenis moderno basado en el paume; le puso el nombre de sphairistike pero pronto se popularizó con el nombre de tenis, que proviene de la palabra francesa tenez (esta palabra es la que utilizaban los jugadores que servían para avisar a su adversario). El tenis se popularizó por los ingleses y sus colonias de Australia y Sudáfrica. También Estados Unidos fue un gran exponente en esos mismos años. En 1877 se jugó el primer campeonato de Wimbledon y en 1900, el primer torneo Copa Davis. El tenis ha crecido con el tiempo convirtiéndose en uno de los deportes más populares e importantes del mundo.

El tenis se juega en una cancha que puede ser de pasto, arcilla o cemento. Mide 23,77 metros de largo, 8,23 metros de ancho para singles y 10,97 metros de ancho para dobles. La cancha se divide por una red que mide 1,07 metros en los costados y 0,9 metros en el centro. En cada lado de la red hay dos rectángulos de 6,40 metros de largo y 4,11 de ancho. Además, se encuentran las líneas laterales y las de fondo.

Además de la cancha, los elementos necesarios para el tenis son las raquetas, que pesan de 397 a 454 gramos y que tienen un cordaje resistente de nylon; las pelotas, que son de goma cubierta por un compuesto de algodón y que miden de 6 a 7 centímetros de diámetro y las zapatillas, que deben ser livianas y con suela de goma antideslizante.

El juego de tenis consiste principalmente en golpear la pelota con la raqueta por encima de la red, para que revote en el lado adversario de alguna manera que impida responder al contrincante o que lo haga mal. Se juega en 5 sets para hombres y 3 para mujeres. Cada set consta de juegos. Cada juego tiene puntos que se representan con 15, 30 y 40 cada uno; el jugador que logre 40 (es decir, 3 puntos) con diferencia de dos puntos, gana el juego; si están empatados, se espera hasta que tengan una diferencia de dos puntos. El set se gana cuando un jugador logra 6 juegos con diferencia de 2. El partido lo gana quien tenga 3 de 5 sets.

Las técnicas utilizadas en el tenis son el saque, que es el que da comienzo al juego; este se considera muy importante porque puede llevar a que el adversario no pueda responderlo o que lo haga mal, lanzándolo a la red o fuera de los límites; el drive, que consiste en adelantar el pie contrario a la mano con la que se toma la raqueta y luego golpear la pelota con la cabeza de la raqueta bien alta; el revés, considerado un golpe complicado por no poder hacerlo de frente a la red sino con el hombro hacia ella pudiéndose hacer con una o dos manos; la volea, que se realiza sin dejar que la pelota revote antes en el piso por lo que se efectúa generalmente en el centro de los cuadros de servicio; el drop shot, que consiste en golpear suavemente la pelota para pasarla lo más cerca de la red del lado contrario; el smash, que se utiliza para impactar en el aire una pelota servida y el approach, que se utiliza para ganar una buena posición al llegar a la red.

Entre las maneras de atacar la pelota de tenis se encuentran el Top Spin, para lograr un efecto en la pelota que la hace girar hacia adelante; el Slice, que son golpes cortados para que la pelota se deslice; el Plano, golpe seco sin efecto para tomar la pelota a buena altura; el Side Spin, para golpear la pelota por lo lados logrando que se abra hacia los lados del adversario; el Globo, que sirve para pasar a un jugador o para hacer una defensa de fondo y el Back Spin, para lograr que la pelota gire hacia atrás.



### ***FILOSOFIA DEL DISEÑO***

Los diseños van dirigidos para hombres y mujeres de 18 a 40 años, clase media y media alta, activos, dinámicos, arriesgados, y que buscan aventura. Los diseños están inspirados en el tenis, del cual se han tomado ciertas características de su indumentaria para la creación de los atuendos como la falda short para las damas, los zapatos, la cinta del cabello, y la silueta A, para el atuendo de caballeros se tomó el estilo de la camisetita polo utilizada en tenis cambiando el material textil, y los cortes en el pantalón. Los outfits siguen las tendencias actuales en moda para la temporada y al igual que las tendencias en ropa deportiva, como la combinación de colores, la unión de prendas casuales con prendas deportivas para dar un look más lúdico, el uso de materiales y tejidos transpirables y colores vivos. Las telas que se utilizarán para los atuendos son inteligentes, confortables que permiten el paso del aire, son absorbentes, el calor se mantiene circulando. Los diseños son originales y divertidos sin perder la elegancia de una boda.

## Proformas

A continuación se adjuntara proformas físicas del costeo de materiales y arte para los gastos de producción. Cada rubro especificado en estas proformas está plasmado en el presupuesto general.

### PROFORMA ATUENDO DAMA

<b>MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Lycra Nylon Blanco	1.25 m.	\$ 6.86
Lycra Nylon Color ( rojo, amarillo, azul, morado, verde)	0.50 cm.	\$ 3.05
Jersey Algodón Blanco	0.50 cm.	\$ 1.50
<b>INSUMOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Elástico reforzado 4 cm	1 m.	\$ 0.15
<b>ACCESORIOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Zapatos deportivos	1 par	\$ 120.00
Guantes	1 par	\$ 40.00
Rodilleras	1 par	\$ 25.00
Cinta para cabello	1 u.	\$ 2.50
<b>CONFECCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Atuendo sin accesorios	1 u.	\$ 30.00
	<b>SUBTOTAL</b>	\$ 229.06
	<b>IVA 12%</b>	\$ 27.48
	<b>VALOR TOTAL</b>	\$ 256.54

**PROFORMA ATUENDO CABALLERO**

<b>MATERIALES</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Lycra Nylon Blanco	1 m.	\$ 6.10
Lycra Nylon Color ( rojo, amarillo, azul, morado, verde)	0.50 cm.	\$ 3.05
Lycra Nylon Negro	1.25 m.	\$ 6.86
Lycra Nylon Plomo	0.25 cm.	\$ 0.76
<b>INSUMOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Elástico reforzado 4 cm	1 m.	\$ 0.15
<b>ACCESORIOS</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Zapatos deportivos	1 par	\$ 125.00
Guantes	1 par	\$ 45.00
Rodilleras	1 par	\$ 30.00
Corbatín	1 u.	\$ 5.00
<b>CONFECCION</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>VALOR</b>
Atuendo sin accesorios	1 u.	\$ 35.00
	<b>SUBTOTAL</b>	\$ 256.92
	<b>IVA 12%</b>	\$ 30.83
	<b>VALOR TOTAL</b>	\$ 287.75

## Encuestas

El estudio de mercado se basó en un primer acercamiento con el público objetivo mediante encuestas, como prueba de este proceso se adjunta un ejemplar de la encuesta realizada para mostrar no sólo el esquema de preguntas, sino, la interacción y respuesta que tuvo el público objetivo.

<b>ENCUESTA</b>	
<b>INTRODUCCIÓN:</b>	
<p>Lee detenidamente las preguntas y selecciona la/s respuesta/s con la que te sientas más identificado, recuerda que es una encuesta anónima y sus resultados no serán publicados publicamente ni de forma personal, así que trata de ser sincero/a. Si necesitas más espacio para contestar las preguntas utiliza el reverso de esta página.</p>	
<b>DATOS PERSONALES</b>	
<p><b>Sexo</b>  Hombre <input type="checkbox"/>      Mujer <input type="checkbox"/></p> <p><b>Edad</b></p> <p><b>Estado civil</b>  Casado <input type="checkbox"/>      Soltero <input type="checkbox"/>      Viudo <input type="checkbox"/>      Unión libre <input type="checkbox"/></p> <p><b>Preferencia sexual</b></p> <p><b>Práctica religiosa</b></p>	
<p>1.- ¿Qué es para ti el matrimonio?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>	<p>7.- ¿Qué edad crees que es la más adecuada para casarse?</p> <p>_____15-20</p> <p>_____20-25</p> <p>_____25-30</p> <p>_____30-35</p> <p>_____35-40</p> <p>_____40 en adelante</p>
<p>2.- Selecciona dentro de las opciones de la siguiente lista la razón (1) por la que te casaría:</p> <p>_____Dinero</p> <p>_____Amor</p> <p>_____Embarazo</p> <p>_____Compromiso social</p>	<p>8.- ¿Por qué elegiste esa edad?</p> <p>_____</p> <p>_____</p> <p>_____</p>
<p>3.- ¿Consideras que el matrimonio es uno de los objetivos importantes de tu vida?</p> <p>_____Sí</p> <p>_____No</p>	<p>9.- Califica en orden de importancia, del 1 al 5, siendo 1 la menos importante y 5 la más importante, las razones que pueden llevar al divorcio</p> <p>_____Fidelidad</p> <p>_____Problemas económicos</p> <p>_____Maltrato físico, psicológico o verbal</p> <p>_____Incompatibilidad sexual</p> <p>_____Rivalidad profesional</p>
<p>4.- ¿Qué tan importante es para ti casarte?</p> <p>_____Muy importante</p> <p>_____Importante</p> <p>_____Poco importante</p> <p>_____Indiferente</p>	<p>10.- ¿Consideras que el sexo antes del matrimonio es importante?</p> <p>_____Sí</p> <p>_____No</p>
<p>5.- ¿Con cuál de los siguientes "ciclos vitales" te sientes más identificado?</p> <p>_____Nacer, crecer, reproducirse y morir</p> <p>_____Nacer, crecer, casarse reproducirse y morir</p> <p>_____Nacer, crecer, estudiar, casarse, reproducirse y morir</p> <p>_____Nacer, crecer, estudiar, casarse, morir</p> <p>_____Ninguna de las anteriores</p>	<p>11.- ¿Consideras que es importante ser la primera pareja sexual de tu esposo/a?</p> <p>_____Sí</p> <p>_____No</p>
<p>6.- ¿Pienzas que el matrimonio te quita libertad?</p> <p>_____Totalmente de acuerdo</p> <p>_____Parcialmente de acuerdo</p> <p>_____Parcialmente en desacuerdo</p> <p>_____Totalmente en desacuerdo</p>	<p>12.- ¿Quieres casarte?</p> <p>_____Sí</p> <p>_____No</p>

### **Escenografía en 3D - CD**

Mediante un diseño en tercera dimensión se ha logrado plasmar cada idea de producción y arte basándose en el plano arquitectónico de la escenografía.

## BIBLIOGRAFIA

- Caceres. M.D. (2000). La crónica rosa e televisión o el espectáculo de la intimidad. Cuadernos de información y comunicación número 5. CIC.
- Cole. G. (2008). Sky glitch sparks fears over Tv archiving. Extraído desde <http://www.theguardian.com/technology/2008/dec/04/television-sky-programme-backups> el 15 de diciembre del 2014.
- Dickson. C.(2000). Recomendaciones de seguridad par al Industria del Espectáculo. Extraído desde <http://www.backstageservice.com/port/news/4-tecknoll/20-secevn> el 14 de diciembre del 2014.
- García de Castro. M. (2002). La ficción televisiva popular. Una evolución de las series de televisión en España. Barcelona. Gedisa. Academia de Televisión.
- Gordillo. I. (2009). La hipertelevisión. Géneros y formatos. Quito: Intiyan Ediciones Ciespal.
- León, C. (1996). *Matrimonio criollo y violencia conyugal: Cuenca 1750 – 1800*. FLACSO, Sede Académica de Ecuador.
- León, M. (1997). *Género, matrimonio y sociedad criolla en Cuenca durante la segunda mitad del siglo XVIII (Estudios)*. FLACSO, Sede Académica de Ecuador.
- LikileaksTv. (2013). Jesus Nadador. Gestion y Managment de Presentadores de Tv. Extraído desde <http://onbehalfv.blogspot.com/> el 12 de diciembre del 2014.
- Lipovetsky. G. (2003). Metamorfosis de la cultura liberal. Ética, medios de comunicación, empresa. Barcelona, Anagrama.
- Locoh, Therese (1996). “Los factores de la formación de parejas” en varios autores. Demografía: análisis y síntesis, vol2. Actes du Semnare International Demography: analysis and synthens. Roma. CEPED/DSD. Pp 49-88
- Morandé, P. (1999). *Familia y sociedad: reflexiones sociológicas*. Editorial Universitaria.
- Orza. G. (2002). Programación televisiva. Un modelo de análisis instrumental. Buenos Aires. La crujía Ediciones.
- Perez Jimenez. J.C. (1993). Los nuevos formatos de la imagen electrónica. Madrid. Fundesco.
- Thesix. (2008). Always a winner. Thesix.Wordpress. extraído desde <http://thesix.wordpress.com/2008/05/14/always-a-winner/> el 15 de diciembre del 2014.

- The Spiders Liar. Legends of the Hidden Temple Wiki. Extraído desde [http://legends.wikia.com/wiki/The\\_Spider's\\_Lair](http://legends.wikia.com/wiki/The_Spider's_Lair) el 15 de diciembre del 2014.
- Wolf. M. 1984. Géneros y televisión. Análisis número 5. Facultad de Ciencias de la información. Universidad Autónoma de Barcelona.
2008. American Gladiators. Audience. Television. Extraído desde <http://www.audiencesusa.com/article-19930232.html> el 5 de diciembre del 2014.
2008. Watch American Gladiators. Extraído desde [http://www.ovguide.com/tv/american\\_gladiators.htm](http://www.ovguide.com/tv/american_gladiators.htm) el 15 de diciembre del 2014.
2010. Photos. Galleries, KattyPerry. Extraído desde <http://www.katyperry.com/image-galleries/california-gurls/> el 11 de diciembre del 2014.
2010. Legends of the Hidden Temple Wiki. Extraído desde <http://legends.wikia.com/wiki/File:Temple2-5-.jpg> el 15 de diciembre del 2014.
2012. Señales. Ebersign. Extraído desde <http://www.ebersign.com/html/cap3.html> el 18 de diciembre del 2014.
2013. Fichas Técnicas. PueblaTV. Extraído desde [file:///C:/Users/Usuario/Downloads/PueComu\\_Fichas\\_Tycnicas\\_de\\_los\\_Programas\\_de\\_Puebla\\_TV.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/PueComu_Fichas_Tycnicas_de_los_Programas_de_Puebla_TV.pdf) el 10 de diciembre del 2014.
2013. Enelpasado.com extraído desde <http://enelpasado.com/el-gran-juego-de-la-oca-de-antena-3/> el 5 de diciembre del 2014.
2013. OCA hopes for the best a staff reporter calcutta: Incessant rain in Cuttack since the. Wn. Extraído desde [http://article.wn.com/view/2013/10/24/OCA\\_hopes\\_for\\_the\\_best\\_A\\_STAFF\\_REPORTER\\_Calcutta\\_Incessant\\_r/](http://article.wn.com/view/2013/10/24/OCA_hopes_for_the_best_A_STAFF_REPORTER_Calcutta_Incessant_r/) el 15 de diciembre del 2014.
2013. Gladiators makes amazing Tv return with ELP technology. Television and Film. Case Studies. Elp.tv. Extraído desde <http://www.elp.tv/television-gladiators.html> el 15 de diciembre del 2014.
2014. Realización Profesional. Cualifica2. Escuela Superior de Cualificaciones. Extraído desde [http://www.cualifica2.es/unidad-de-competencia/2315/UC1712\\_3-Planificar-el-montaje-y-desmontaje-de-la-escenografia-atendiendo-a-las-necesidades-tecnicas-y-a-los-criterios-artisticos-para-ajustarse-a-los-condicionantes-de-la-produccion](http://www.cualifica2.es/unidad-de-competencia/2315/UC1712_3-Planificar-el-montaje-y-desmontaje-de-la-escenografia-atendiendo-a-las-necesidades-tecnicas-y-a-los-criterios-artisticos-para-ajustarse-a-los-condicionantes-de-la-produccion) el 14 de diciembre del 2014.
2014. Producciones. Televisión. Reyes Asabades extraído desde <http://www.reyesabades.com/?p=936> el 2 de diciembre del 2014.