



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**  
**Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas**

**Análisis sobre la importancia de generar nuevos contenidos televisivos en Ecuador, de acuerdo al ámbito educativo, cultural, social, económico y legal.**

**Andrea Katherine Manotoa Bautista**  
**Mario J. Troya, M.A, Director de Tesis**

Tesis de grado presentada como requisito  
Para la obtención del título de Licenciado en Producción de T.V. y Medios Digitales

Quito, mayo de 2015

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO  
COLEGIO DE COMUNICACIÓN Y ARTES CONTEMPORÁNEAS

HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

**Análisis sobre la importancia de generar nuevos contenidos televisivos en Ecuador, de acuerdo al ámbito educativo, cultural, social, económico y legal.**

Andrea Katherine Manotoa Bautista

Mario Troya, M.A.  
Director de Tesis

---

Juan Pablo Viteri M.S.C  
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, mayo 2015

**© 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:** Andrea Katherine Manotoa Bautista

**C. I.:** 1722777248

**Lugar y fecha:** Quito, mayo de 2015

## **1. DEDICATORIA**

Este proyecto al cual le he puesto todo mi esfuerzo dedico a mis padres Raúl y Patricia ya que gracias a ellos he podido culminar esta etapa de mi vida, además a mi sobrino David, quién llegó a este mundo a pintar todo de color y por supuesto a mi tía Eugenia que es mi segunda madre y que ha estado conmigo siempre. De igual forma esta tesis dedico a los seres más incondicionales Hércules y Pitufa, quienes me acompañaron durante este largo recorrido.

## **2. AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a mis padres Raúl y Patricia por su apoyo incondicional durante el proceso de realización de este proyecto de igual forma a mis hermanos Patty y Rally, quienes contribuyeron positivamente para conseguir este proyecto ya que durante mi carrera han sido los actores principales de proyectos y trabajos, gracias por su tiempo y paciencia. Finalmente, agradezco a mis profesores Mario Troya y Felipe Terán que gracias a su enseñanza, y dedicación logre cumplir esta meta.

### 3. TABLA DE CONTENIDO – ÍNDICE

1. DEDICATORIA.....	5
2. AGRADECIMIENTO.....	6
3. TABLA DE CONTENIDO.....	7
4. DESARROLLO.....	10
4.1 Aspectos para mejor rating en un medio tradicional.....	10
4.1.1 Responsabilidad.....	10
4.1.2 Comercialización.....	18
4.1.3 Aplicación cuota de producción nacional.....	20
4.2 Aporte del profesional para el desarrollo de la industria de producción nacional	
4.2.1 Educativo.....	22
4.2.2 Cultura.....	23
4.2.3 Económicos.....	24
4.2.4 Sociales.....	25
4.3 Proceso de realización de un audiovisual.....	27
4.3.1 Preproducción.....	27
4.3.1 Producción.....	32
4.3.1 Posproducción.....	34
4.4 Elementos positivos y negativos de la Ley de Comunicación.....	34
4.4.1 Comerciales.....	35
4.4.2 Culturales.....	36
4.4.2 Desarrollo.....	37

5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	40
6. ANEXOS.....	41
6.1 Producción de comercial de televisión.....	41
6.1.1 Ficha técnica.....	41
6.1.2 Sinopsis.....	42
6.1.3 Guión.....	42
6.1.4 Audiencia - target.....	43
6.1.5 Cronograma.....	44
6.1.6 Hoja de llamado.....	44
6.1.7 Equipo humano.....	45
6.1.8 Equipo técnico.....	46
6.1.9 Desglose.....	46
6.1.10 Presupuesto.....	47
6.1.11 Permiso locaciones.....	49
6.2 Libro de producción programa de televisión.....	51
6.2.1 Ficha técnica.....	51
6.2.2 Sinopsis.....	51
6.2.3 Tratamiento.....	51
6.2.4 Guión literario.....	52
6.2.5 Guión técnico.....	54
6.2.6 Escaleta general.....	54
6.2.7 Audiencia – target.....	56
6.2.8 Motivación del director.....	56
6.2.9 Propuesta audiovisual del director.....	56
6.2.9.1 Fotografía.....	56



6.2.9.2 Iluminación.....	57
6.2.9.3 Dirección de arte - ficción.....	57
6.2.9.4 Sonido.....	58
6.2.10 Propuesta de post producción.....	58
6.2.10.1 Video.....	58
6.2.10.2 Audio.....	59
6.2.11 Propuesta gráfica del entregable.....	60
6.2.12 Filmografía – equipo humano.....	60
6.2.13 Cronograma general.....	62
6.2.14 Plan de rodaje.....	62
6.2.15 Storyboard.....	64
6.2.16 Presupuesto.....	65
6.2.17 Sesión de derechos de actor.....	66
6.2.18 Sesión de derechos de locaciones.....	68
6.2.19 Ficha de casting.....	69
7. DECLARACIÓN DE OBRA INÉDITA.....	70

## **4. DESARROLLO**

### **4.1 Aspectos para mejorar el rating en un medio tradicional**

Como aspecto fundamental debemos mencionar que el rating indica el porcentaje de televidentes que están con la televisión encendida en un canal, programa, día y hora específica. El Ecuador cuenta con un solo proveedor del servicio de medición de Rating que es IBOPE TIME, los mismos que realiza una cobertura de, aproximadamente, el 31.4% del total país y el 48.2% de la parte urbana del Ecuador. Gracias a estas mediciones de audiencias podemos darnos cuenta cuales son los gustos y preferencias de los televidentes al elegir un programa de televisión, por esta razón es importante estar pendiente del rating que generan los programas de nuestro medio, para que al momento que exista una baja de rating podamos plantear diferentes escenarios para ganar audiencia en especial en programas infantiles y de amas de casa que por lo general se encuentran en la franja horario de Aptos para todo público. A continuación planteo tres escenarios para mejorar el rating en los programas antes mencionados.

#### **4.1.1 Responsabilidad**

Yo como productor nacional de un medio tradicional de comunicación debería tener definida mis competencias como productor audiovisual para así plantear diversos planes de acción como por ejemplo: Capacidad de análisis de mensajes comunicacionales, conocimiento de las diversas herramientas que hacen posible la comunicación audiovisual, conocimiento de las funciones y de las tareas asignadas al personal de producción, conocimiento de las todas las fases de producción, capacidad de analizar y valorar casting, escenario, maquillaje, vestuario, conocer tipos de iluminación, micrófonos, cámaras, edición y además, conocer cuál de estos son necesarios para las diferentes producciones.

También tener la capacidad para identificar entre formatos y géneros, distinguir entre ficción y no ficción, conocer sobre innovaciones tecnológicas a lo largo de la historia y como este proceso puede aportar para el futuro comunicacional, conocer sobre el estudio de las audiencias y cómo reaccionan éstas frente a los diferentes productos audiovisuales. Y por supuesto es necesario que tenga la capacidad de reconocer una producción audiovisual que no se adecue a los criterios mínimos en cuanto a calidad. Todas las características señaladas anteriormente debería poseer un productor nacional para poderse desarrollar eficazmente en el medio tradicional como es la televisión.

A continuación presento la definición de productor ejecutivo según Heber Zettl, es la persona que esta “a cargo de uno o diversos series de programa, el maneja el presupuesto y coordina con los clientes, el control de la estación, agencias de publicidad, patrocinadores y además con los agentes del elenco y los escritores (p385). Pero para concentrarnos en lo que se refiere al Ecuador, la definición del productor según Propiedad Intelectual del Ecuador menciona:

**Artículo 7:** “Persona natural o jurídica que tiene la iniciativa, la coordinación, la responsabilidad en la producción de una obra”.

Sin embargo, para el concepto latinoamericano el productor es la persona delegada para realizar un audiovisual o creador de la idea para diseñar, de cierta manera no tiene la voz creativa sino que se enfoca en la parte administrativa y logística.

Por esta razón lo primero que haría es identificar la razón por la cual los programas infantiles y de amas de casa de mi canal han perdido audiencia según mediciones del rating, encuestas y frente a eso dar un informe crítico de los contenidos audiovisuales. Por lo tanto debo analizar cada uno de los programas y ver el mensaje que se busca transmitir asegurándonos de que sea tanto educativo como de entretenimiento, y así empezar por

identificar cuáles programas funcionan y cuáles no en mi canal, y empezar a trabajar con los programas que funciona para que tengan un contenido firme y manejen la información de una manera adecuada. Según Joan Ferrer “los productores y creadores de los medios se despreocupan de los efectos y quieren satisfacer gustos y necesidades para conseguir buenos niveles de audiencia” por lo cual es importante preocuparnos de los efectos que sean causados por mi contenido audiovisual.

Debemos saber que las personas de manera intencional o inconsciente consumen productos audiovisuales por necesidad y deseo, esto quiere decir que las personas consumen ciertos programas de televisión con el fin de satisfacer sus apetitos como: Apetito sensorial, que algunos programas de televisión gracias a sus colores, formas, música satisfacen este apetito. Por otro lado tenemos al apetito del relato, el mismo que alimenta la fantasía, la narración, este apetito nos serviría en el programa de amas de casa ya que es cuando nos cuentan de un lugar o cultura que no conocemos. Otro aspecto importante es el apetito del saber que te permite acceder a toda clase de conocimientos, acceder a experiencia, lo cual sería fundamental integrar este apetito en un programa infantil.

Así que a continuación señalo los 3 escenarios de acción en los cuales quiero trabajar:

1. Mejorar programas existentes incluyendo a las minorías y comunidades rurales.
2. Generar ideas y contenidos para nuevos programas educativos que incluya la equidad de género y que fortalezca los derechos de la juventud y la niñez.
3. Implementar programas infantiles y de amas de casa que utilicen el medio web como herramienta de medio de comunicación.

1) Como sabemos la televisión educativa debe entenderse como el tipo no comercial de programas que tiene valor educativo. Así que en la sección II de la Ley de Comunicación en lo que se refiere a los derechos de igualdad e interculturalidad, menciona lo siguiente:

**Art 36:** “... Todos los medios de comunicación tiene el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afro ecuatorianos y montubias por un espacio de 5% de su programación diaria...”

Este ideal implementaría en los programas infantiles para educar a los niños y niñas de nuestras culturas y así mismo integrar a las minorías de dichas culturas para de esta manera conocer las diferentes tradiciones de los pueblos ecuatorianos y así crear en la niñez ecuatoriana un ideal de tolerancia para con cualquier persona.

Además para ganar más audiencia hay que poner en práctica lo que dice la ley de comunicación refiriéndose a las personas con capacidades diferentes, como se explica en la sección II:

**Art 37: “Derecho al acceso de las personas con discapacidad:** Se promueve el derecho al acceso y el ejercicio de los derechos a la comunicación de las personas con discapacidad... desarrollaran las siguientes medidas: traducción con subtítulos, lenguaje de señas y sistema braille...”

Para que de esta manera las personas con discapacidad tengan acceso a la información que se transmiten en los diferentes medios tradicionales. Así que como medio televisivo debemos aumentar en los programas de televisión el lenguaje de señas para personas sordo

– mudas, la misma que será colocada en la parte inferior izquierda de la pantalla de televisión.

Un aspecto fundamental es que los programas infantiles y de amas de casa deben transmitirse en la franja familiar, la misma que incluye los miembros de la familia, esta franja horaria comprende de 06h00 a 18h00 horas con clasificación A “Apto para todo público”.

Refiriéndonos a programas para amas de casa haría que los grupos minoritarios tengan voz, siendo parte de diferentes segmentos como reportajes, juegos, y microondas desde comunidades lejanas, puesto que la televisión ecuatoriana ausentan a grupos minoritarios y marginales y por esta razón algunos de estos grupos acuden a la violencia para poder tener un espacio en la televisión como por ejemplo en los noticieros, lo cual es perjudicial para la imagen de estas minorías, es así que mi propuesta es ofrecer espacios de una participación activa en la televisión para que de esta manera puedan exponer sus inquietudes como en un programa magazine para así llegar a un público más grande con mayor facilidad.

2) El segundo escenario que planteo es generar una televisión que busque proyectar la equidad de género y fortalecer los derechos de la juventud y la niñez, porque en la actualidad la mujer en la televisión tiene una imagen negativa, aparece como víctima o elemento provocador de escándalo, además en lo que se refiere a mujeres anónimas aparecen únicamente en los medios cuando han sufrido una desgracia y por otro lado las mujeres conocidas aparecen en medios por participación en acontecimientos de tipo erótico o afectivo. En definitiva la mujer se desvalorizada como individuo en la televisión y eso es lo que están acostumbradas a consumir en la actualidad las amas de casa. Es por eso que

con este ítem se busca educar al televidente, acostumbrándole a tener otra imagen de la función de una mujer en este medio.

Adicionalmente cabe mencionar que le niño aparece en medio como víctima, el mismo que es atendido pero no escuchado en televisión así que los programas que pienso implementar y modificar van a proteger y promover los valores de la infancia. Según Pérez Tornero en los programas infantiles es primordial tener en cuenta lo siguiente:

- Deber proteger los derechos del niño.
- Estimular al desarrollo lingüístico del niño
- Uso correcto y cortés de la lengua.

Pero es fundamental que además de proteger los derechos del niño hay que informar a los niños y jóvenes sobre sus derechos y que mejor manera que hacerlo a través de un programa de televisión entretenido.

Para referirnos mas a la pluriculturalidad y educación voy a mencionar a la ley de comunicación en el siguiente articulo.

**Art 119:**“...los medios de comunicación podrán constituirse, sin necesidad de autorización, en redes eventuales o permanentes que libremente compartan una misma programación hasta por dos horas diarias”.

Con lo cual propongo crear un nuevo espacio con un buen contenido para que el resto de canales busquen enlazarse a la programación como actualmente hacen con Educa tv. Como un espacio de televisión que ofrezca espacios infantiles, juveniles, docentes y hasta de carácter familiar. Según un estudio realizado Educa está entre los primeros programas

de televisión preferidos por los niños entre 8 y 16 años en el Ecuador por el mismo motivo que ha logrado posicionarse en los hogares ecuatorianos.

3) Un aspecto importante de mencionar es que las personas consumen de 3 a 4 horas de televisión al día, y en los últimos años han dejado la comunicación local e intrafamiliar para navegar en redes sociales, y así aprovechar su alta accesibilidad y crear nuevas comunicaciones por este medio. Por esta razón yo en los programas infantiles y de amas de casa haría que cada programa de televisión de esta índole tenga su propia página web, y así exista un espacio en donde encontremos detallado la sinopsis del programa, los horarios en los que son transmitidos y por supuesto dar la opción a la audiencia de poder ver el programa a través de internet, así también crearía una cuenta en las principales redes sociales facebook y twitter del programa donde podremos interactuar con el público objetivo a través de la realización de concursos o simplemente ofreciendo información de interés como tips relacionados a los temas tratados en el programa e incentivar a la audiencia en que nos visite en redes sociales. De esta manera se lograra agrandar la accesibilidad del público para con el programa y así crear más fácil una identificación con el mismo.

Así que la propuesta es relacionarnos con los medios digitales ya que ahora las audiencias son receptoras activas, porque también son generadores de contenidos diariamente llamados “peers” porque intercambian percepciones, noticias y comentarios mediante las redes sociales. Hablando más a fondo de la red social twitter, nos abrimos a la posibilidad de que nos sigan y seguir a los televidentes, además, aquí podremos manejar información que a veces no funcionan en los medios tradicionales, constantemente producir contenidos relevantes lo que nos permite compartir en tiempo real con las audiencias pero es indispensable que exista la página web del medio tradicional porque en



twitter únicamente nos permiten escribir 140 caracteres lo que nos limita en información así que detrás de este debe estar la página web donde encontremos información más detallada.

En lo que refiere a facebook, aquí se maneja lo emocional siempre se llega a la parte emotiva de las personas, un aspecto fundamental es manejar 3 publicaciones diarias además crear hashtags para clasificar la información que manejamos del programa de televisión en redes sociales en las publicaciones que realicemos si hay un link no debemos poner le link completo sino acortarle a través de la herramienta bitly y poner el nombre de la información para que la audiencia pueda identificar. Siempre estar pendiente de lo que nos escriben para responder eficazmente y claramente siguiendo estos pasos tendremos una excelente interactividad entre la audiencia con el medio como es el caso del programa Día a día de Teleamazonas en donde ellos publicaron un reportaje de perros callejeros en twitter y en un solo día tuvieron 130 retwits.

Otro aspecto indispensable que debemos tener en cuenta es el diseño de la página web del medio tradicional, la misma que debe contener lo siguiente según Gonzalo Alonso:

- Disponibilidad y actualización las 24 horas del día, los 7 días a la semana.
- Números de contacto del servicio de información del medio.
- Poner información del medio: misión, visión, programación.
- Contenido multimedia
- Incluir links de redes sociales.
- Fotos y biografías de los ejecutivos de las empresas, aquí se puede incluir de los talentos de televisión.
- Galería de imágenes

Es importante mencionar que en la actualidad un producto audiovisual debe ser creado para obligatoriamente ser transmediático con el objetivo de que los elementos integrales se dispersen por diferentes canales de distribución con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento unificada y coordinada, por lo que propongo que un programa infantil, se vuelva un video juego, después realicemos un comic, y pensando a futuro podremos realizar una película, un claro ejemplo que puedo citar es: “El día da la hora D” podemos encontrar en le siguiente enlace: <http://www.eldiadalahorad.com>

#### **4.1.2 Comercialización**

La responsabilidad del productor ejecutivo o jefe nacional de producción es buscar financiamiento para el proyecto audiovisual. Por eso al momento que presentemos la idea del programa a nuestros auspiciantes debemos presentar la Biblia, que es un documento donde se encuentra el desarrollo del proyecto, las principales especificaciones, como nombre del programa, objetivos, target, sinopsis, tratamiento, método de producción, el presupuesto tentativo, marketing y distribución. Según Fabián Varela la Biblia debe constar de los siguientes aspectos:

- Descripción del formato.
- Mecánica del programa.
- Protagonistas e instrucciones del casting.
- Necesidades técnicas en estudios y exteriores.
- Escenografía.
- Iluminación
- Infografías y efectos visuales

- Músicas y efectos sonoros.
- Ejemplo de plan de producción
- Estilo de realización
- Libro de estilo de los guiones
- Presupuesto
- Viabilidad económica del proyecto y plan de financiamiento
- Posibilidades interactivas y multimedia
- Acciones de marketing
- Seguros y permisos.

A más de la Biblia que es como el libro de producción debe presentarse un teaser que es como una pincela de lo que será el programa de televisión. Un punto importante dentro de la comercialización del proyecto audiovisual es el Pitching que es donde vendemos la idea sintetizada y atractiva, así que la momento de tener una reunión con un ejecutivo o con la persona que nos va a dar fondos para el proyecto debemos plantear la idea con la mayor energía y seguridad, no olvidar mencionar datos importantes del programa.

Para que se genere una mejor comercialización es pensar hacer un proyecto audiovisual de formato, para poderlo expandir y adaptar en todo el mundo como por ejemplo: el programa de televisión “Quien quiere ser millonario” y poderlo vender a la industria extranjera. Para esto debería asistir a las ferias o mercados que se realizan en diferentes partes del mundo, la más cercana a nuestro país sería la feria BAM que se realiza en Bogotá.

Mediante la coproducción con empresas multinacionales o por alianzas estratégicas con otros canales de televisión se podrá lograr que los proyectos se vuelvan viables. Además el

financiamiento se podrá lograr mediante auspicios, venta de espacio publicitarios durante comerciales, pastillas publicitarias, menciones por parte del talento o proyección de marca dentro de la decoración del set. Todos estos ítems podrán ser manejados de una manera sutil para que no sean estos protagonistas sino que solo sean un soporte por un fin común o social.

Otro punto de financiamiento es por crowdfunding que consiste en conseguir recursos económicos a través del “micromecenazgo” o también más conocido como el aporte voluntario de muchas personas a nivel mundial, quienes obtiene un retorno tangible o simbólico por su aportación, esto se lo lleva acabo a través de una herramienta llamada indiegogo.

#### **4.1.3 Aplicación cuota de producción nacional**

En lo que se refiere a la aplicación cuota de producción nacional de programas infantiles y de amas de casa pienso cumplir con la ley de comunicación de la sección VI Producción Nacional:

**Art 97 Espacio para la producción nacional audiovisual:** “Los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinaran de manera progresiva al menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional...”

Por lo cual aportaría al crecimiento de la industria y contrataría productores o realizadores para generar ideas de programas y así la producción audiovisual sea netamente ecuatoriana y también que dentro de mi programación haya al menos el 10% de producción independiente.

En la producción nacional se aprovecharía el uso de imagen de talentos referentes a los estereotipos mas nacionales que extranjeros ya que responden a la verdadera imagen del país y así se lograra con mayor facilidad la identificación de las minorías, de la juventud con el talento del programa y por ende este talento será un modelo a seguir para la niñez.

#### **4.2 Aporte del profesional para el desarrollo de la industria de producción nacional.**

La televisión a más de ser un simple aparato tecnológico se ha convertido en el principal centro de unión familiar en los hogares ecuatorianos puesto que todos sabemos que en todos los hogares hay una televisión y podría decir que en horas determinadas la familia está reunida para compartir algún programa que se esté transmitiendo, así que de una u otra manera la televisión está inmersa en nuestra vida cotidiana por lo que yo como profesional audiovisual debo generar programas con contenidos educativos y de entretenimiento que transmitan información clara y de alto valor.

Así que para ser un profesional audiovisual de alto nivel es necesario tener una conciencia positiva social, se debe conocer varios ámbitos en lo que se refiere a la producción de audiovisuales y al mismo tiempo tener en cuenta que educar en medios no es una responsabilidad sino una obligación, así como lo dice la ley de comunicación en su artículo 8 de la disposiciones preliminares y definiciones.

**Art 8 Prevalencia en la difusión de contenidos:** “Los medios de comunicación en forma general difundirán contenidos de carácter informativo, educativo y cultural en forma prevalente. Estos contenidos deberán propender a la calidad y a ser difusores de los valores y los derechos fundamentales consignados en la constitución y en los instrumentos internacionales de derechos humanos”.

### 4.2.1 Educativo

En el ámbito educativo debemos educar a la audiencia a través de la televisión ya que según María Perceval educar es “transmitir cultura”, por este motivo los productores audiovisuales somos los responsables de tener a nuestras audiencias enganchadas a un determinado programa de televisión, con el fin de educar pero también de entretener porque el consumidor de televisión tiene la libre opción de apagar la televisión, de dejarnos de poner atención o de cambiar de canal haciendo zipping, algo que no podemos permitir.

Por eso lo que la televisión educativa pretende es educar al espectador mediante cualquier tipo de información por medio de espacios de ficción o no ficción; además, esta debe generar en el espectador la necesidad de recibir información nueva. Un aspecto que hay que mencionar indudablemente es que la televisión educativa no pretende sustituir al profesor ni convertirse en una tele pizarra sino que esta responde a intereses educativos y culturales del público con un lenguaje claro y pedagógico y que mejor que sea coloquial. Hay que educar a través de los medios y esto será eficaz si cumple la función primordial que es despertar el deseo y contagiar el entusiasmo a nuestras audiencias por ilustrarse día a día. Respetando los tipos de programas según las franjas horarias:

A “Apto para todo público”	06h00 a 18h00	Incluye a toda la familia.
B “Bajo supervisión de un adulto”	18h00 a 22h00	Personas de 12 a 18 años.
C “ Apto para personas adultas”	22h00 a 06h00	Adultos

Otro aspecto indispensable es que debemos eliminar los estereotipos y dejar la discriminación a un lado, como mencione anteriormente que la imagen de la mujer es negativa en televisión, aunque la imagen de la vejez va por el mismo camino ya que a esta etapa la identifican como la etapa de la enfermedad, de dolor, de soledad, la proximidad a

la muerte y esto es perjudicial y los medios no pueden ver más allá y resaltar los aspectos positivos de esta etapa como la tranquilidad y la serenidad, y por obvias razones como la edad de la sabiduría. Por eso la ley de comunicación menciona en su capítulo 1 artículo 10:

**Art 10 Normas deontológicas, Item 2: Relacionado con los grupos de atención prioritaria numeral f:** “Abstenerse de emitir contenidos que atenten contra la dignidad de los adultos mayores o proyecten una visión negativa del envejecimiento”.

#### 4.2.2 Cultura

En el artículo 14 de la Ley de Comunicación capítulo 1 principios menciona:

**Art 14 Principios de interculturalidad y plurinacionalidad:** “El estado a través de las instituciones, autoridades y funcionarios públicos competentes en materia de derecho a la comunicación promoverán medidas de política pública para garantizar la relación intercultural entre las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, a fin de que estas produzcan y difundan contenidos que reflejen su cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes en su propia lengua...”.

Así que debemos aportar con iniciativas para que las minorías puedan ser participes de la información como un ejemplo el programa que actualmente se transmite en la televisión nacional llamado Pluri Tv el mismo que tiene el objetivo de educar a la audiencia a través de las diferentes trivias y concursos acerca de diversos temas que engloban a las diferentes regiones del Ecuador, aunque en cierto modo pienso que la idea del programa es buena pero en su ejecución decae el producto por la simple razón que al momento de hablar en quechua, las personas que manejan el idioma español y que desconocen ese idioma pierden el interés del programa, aunque es una forma de incluir a las personas de otro idioma, debería ser más entretenido al momento de cambiar el idioma.

Como sabemos la televisión influye y participa en nuestra vida cotidiana, ya sea en productos de ficción o no ficción, para lo cual debemos tomar en cuenta los siguiente: en un documental como programa de no ficción: no podemos alterar la realidad, hay que respetar la investigación realizada con antelación y así mismo a la individualidad de los personajes. Preguntar si todo lo que se dijo en las entrevistas puede salir, además somos responsables de parar la entrevista cuando se agreda a una persona. Siempre debemos estar pendientes a que target nos dirigimos para así saber que lenguaje emplear, y que tipo de temas vamos a tratar en el programa.

En lo que se refiere a ficción existe programas culturales donde potenciamos los valores sociales de una comunidad, en cambio en la series de tv los actores se adaptan al dialecto del personaje que interpretan como por ejemplo la chica indígena tiene un dialecto único para que así las audiencias se sientan identificadas. Por otro lado en los talk show no importa el entrevistado como personalidad sino el tipo de declaraciones escandalosas que haga, esto debemos dejar de lado y no caer en el sensacionalismo ni el morbo porque a final de cuentas los participantes pueden llegar a convertirse en actores ficticios interpretando lo que la audiencia o la producción de un reality show espera de ellos, así tanto los participantes como el programa pierde el sentido de la realidad.

#### **4.2.3 Económicos**

Al momento de pensar en realizar un programa debemos definir nuestra audiencia y pensar en un público objetivo para que nuestro programa tenga un mejor alcance, el contenido y el lenguaje depende del mismo. Además, para llegar con mayor facilidad al televidente debemos tener una idea extraordinaria de proyecto, el cual tenga las características esenciales siendo versátil para transformarse en un formato y poderlo



exportar a otros países. Sin lugar a dudas en un proyecto audiovisual debemos manejar altos estándares de calidad de imagen y sonido, contando con un equipo técnico y humano de altos estudios.

Siempre y cuando ya desarrollamos la idea de programa debemos hacer un presupuesto tentativo el cual sea reflejado no solo el target, sino en la inversión para la estética del programa y así ser un producto visualmente llamativo ya su vez también de un contenido interesante para estar con delantera de la competencia. Es aconsejable que se tome en consideración el diez por ciento extra al rubro final del presupuesto de cada proyecto para evitar imprevistos. Todos estos ítems son necesarios considerarlos para poder lograr un producto viable y llamativo.

#### **4.2.4 Sociales**

Cabe recalcar que no hay un programa diseñado para todos, sino que cada programa siempre tiene definido su target y está hecho para un grupo específico de personas puesto que cada ciudadano tiene diferentes gustos al momento de elegir un programa de televisión determinado, a continuación expongo los diferentes contenidos que nos ofrece la Ley de Comunicación en el título IV donde habla sobre la regulación de los contenidos en el siguiente artículo:

**Art 60 Identificación y clasificación de los tipos de contenidos:** “Para efectos de esta ley, los contenidos de radiodifusión sonora, televisión, los canales locales de los sistemas de audio y video por suscripción y de los medios impresos, se identifican y clasifican en:

1. Informativos - I
2. De Opinión – O

### 3. Formativos/ Educativos/ Culturales – F

#### 4. Entretenimiento – E

#### 5. Deportivos – D y

#### 6. Publicitarios – P”

Esto quiere decir que yo como productora debo identificar todos los contenidos que son transmitidos en mi medio de comunicación para poderlos clasificar y ver cuáles son aptos para todo público de acuerdo a la franja horaria respectiva y cabe reconocer que el incumplimiento de este artículo será sancionado administrativamente por la Superintendencia de la Comunicación.

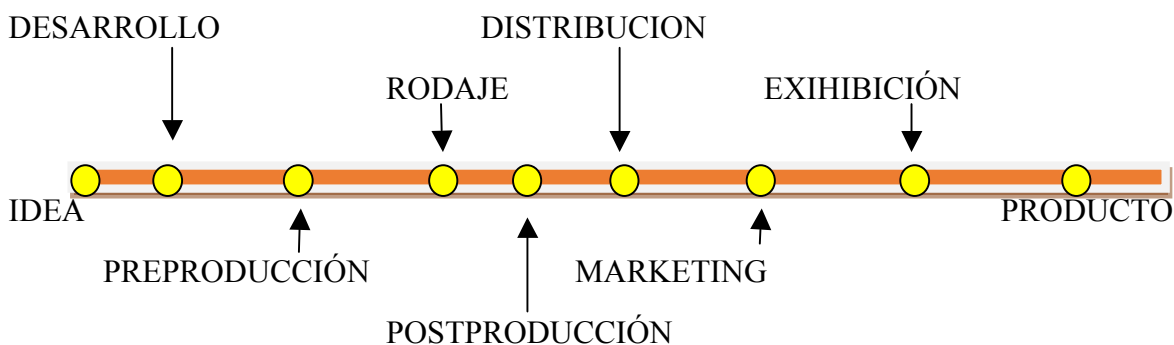
También como medio de comunicación es indispensable considerar como obligación la proyección de ideales de responsabilidad social referentes a la ética y moral y también es importante que la audiencia pueda identificar los contenidos con el fin que decida la programación de su interés.

Por otro lado nuestra responsabilidad es siempre cubrir a los niños, niñas y personas que se encuentren en situaciones de vulnerabilidad con blur para precautelar su integridad, así como es importante que un medio no genere contenido violento, y en caso de hacerlo deben difundirse en las franjas de responsabilidad compartida y de adultos de acuerdo a lo establecido en la ley

### **4.3 Proceso de realización de un audiovisual**

Como profesionales audiovisuales al momento de pensar en realizar un producto audiovisual de cualquier género o formato debemos tener en mente varios aspectos como el pensar desde la idea de programa hasta el cómo se va comercializar el mismo cuando ya esté finalizado, para esto presento una línea de tiempo, recopilada del Taller: El productor

Ejecutivo dictado por Fabián Varela, donde nos muestra claramente todas las etapas de producción de proyecto.



#### 4.3.1 Preproducción

##### **Productor en la etapa de preproducción**

El productor se convierte en la mano derecha del director, además siempre está pendiente de apegarse a la calendarización y cumplir con todos los plazos del calendario, en si este coordina todos los elementos de la producción. Productor debe estar pendiente de cuáles son las escenas cruciales del producto audiovisual para que estén sean grabadas al inicio ya que nunca se deja estas tomas para el final por si sucede cualquier imprevisto. El productor debe estar encargado de respetar los horarios de comida y descansos cuando se vaya a realizar el rodaje.

##### **Director en la etapa de preproducción**

El director debe ser capaz de transformar un guión en efectivas imágenes y sonidos, además debe ser capaz de trabajar con cualquier tipo de personas, en la preproducción debe conocer cada función del miembro del equipo que trabajara en la producción del producto

audiovisual. Otra de las funciones es que debe explicar con claridad lo que quiere que el elenco realice en el rodaje y siempre es importante que el director lea con todo el equipo el cronograma. El director es el encargado de la calidad y el significado que debe tener el audiovisual terminado. Varios aspectos que hay que tomar en cuenta en la preproducción para que la etapa posterior tenga éxito: es que el director debe revisar el cronograma para que sea trabajado únicamente 8 horas en el día y realice breaks para que los colaboradores se sientan a gusto.

### **Preproducción de un Comercial,**

#### **Video Institucional.**

#### **Pasos de la Preproducción:**

1. Briefing
2. Idea
3. Sinopsis
4. Tratamiento
5. Escaleta (detalles – tipo-tiempo-publico-producto)
6. Diseño de producción
7. Calendario
8. Scouting de locaciones
9. Casting
10. Presupuesto
11. Recursos técnicos y humanos
12. Estética audiovisual
13. Guion literario
14. Guion Técnico

## 15. Storyboard

## 16. Permisos

## 17. Desglose del guión

- **Briefing publicitario:** Es un resumen de las características, metas y objetivos de una empresa o producto.
- **Idea:** Tanto para la realización de un comercial publicitario como de un video institucional se debe partir de una idea central, la cual puede ser expuesta por parte del departamento de marketing de la empresa contratante o del productor. Esta idea no solo deberá explicar una historia para el audiovisual sino también el mensaje que se espera plasmar en los televidentes.
- **La sinopsis:** La sinopsis es un párrafo de alrededor 5 a 10 líneas en donde se plantea en breves palabras que exactamente sucederá y de que se va a tratar el comercial o video institucional.
- **Tratamiento:** Es una explicación más descriptiva de la sinopsis en la cual se detalla mas la historia a los personajes, las locaciones e historia deberá ser comprensible completamente mediante este ítem.
- **Escaleta:** Es la descripción técnica del proyecto audiovisual, en donde el comercial es separado por ítem que describan el formato, tiempo, público objetivo, tipo, género, etc., de una manera más concisa.
- **El diseño de producción:** Cuenta la propuesta estética del video y audio, de arte como vestuario, locaciones, maquillaje y utilería.
- **El calendario de producción:** Es esencial en la preproducción ya que nos facilitara establecer por fechas las actividades por realizar durante la pre producción, la producción y la post producción.

- **El scouting de locaciones:** Es la búsqueda de locaciones que se necesitaran la para la producción, revisar si el rodaje será en exteriores o en interiores.
- **El casting:** Es la búsqueda del talento, tanto para protagonistas, figurantes o extras. Este puede ser tratado de diferentes formas dependiendo del director de casting.
- **Presupuesto:** Representa costos reales del equipo técnico, talento humano y artístico. Para esto es necesario costear diferentes alternativas para conocer costos generales de mercado.
- **Los recursos técnicos:** Son todos los equipos o maquinaria indispensable para el rodaje. Los recursos humanos hacen referencia al número de personas que se necesita para producir el proyecto. Además de establecer qué tipo de profesionales se necesitan y cuantos departamentos.
- **La propuesta visual:** Explica cuales son las referencias visuales en la cual nos queremos basar y además, sobre la intencionalidad o el mensaje que se busca transmitir con él. Así también existe la propuesta de audio en donde se plasma independientemente del video, las especificaciones técnicas que debe tener.
- **El guión literario:** Es el desglose de la idea por medio de acciones, y situaciones que contaran una historia.
- **El guión técnico:** Es el desglose del guión literario y nos detalla los equipamientos físicos que se necesitan para grabar cada escena.
- **Storyboard:** Son dibujos mostrados en secuencia con el objetivo de servir de guía para entender una historia.
- **Permisos:** Son unos documentos para solicitar permisos de las locaciones que vamos a utilizar en el rodaje.

- **Desglose del guión:** Es un desglose general del guión, como por ejemplo de la utilería que vamos a necesitar, de los personajes, de las locaciones, de los planos que vamos a realizar, del vestuario.

### **Preproducción de un Programa de Televisión**

1. Ficha Técnica
2. Sinopsis
3. Tratamiento de todos los capítulos del programa de televisión
4. Guión Literario
5. Escaleta General
6. Guión Técnico
7. Motivación del director
8. Propuesta audiovisual (fotografía, iluminación y sonido)
9. Propuesta de posproducción (video, audio)
10. Propuesta grafica
11. Filmografía Equipo Técnico.
12. Cronograma General
13. Plan de Rodaje
14. Presupuesto General
15. Sesión de derechos de uso de imagen (Actores, Figurantes y Extras)
16. Permisos de uso de Locaciones
17. Storyboard
18. Desglose del guión
19. Casting

- **Motivación del director:** Es cuando el director indica cual es la motivación o cosas que le impulsan a realizar el programa de televisión.
- **Sesión de derechos de uso de imagen:** Es un formato en donde firman las personas que ha participado en el programa de televisión autorizando que su imagen sea utilizada, si son menores de edad, la persona titulara debe firmar.
- **Filmografía equipo técnico:** Se detalle la hoja de vida de forma sintetizada de todo el equipo humano que trabajara en la producción del programa de televisión.
- **Castings:** Tanto conductores como actores se deben preparar para los castings, ir con ropa adecuada, estar con energía y aprenderse el guión si ya lo tiene con anticipación.

Para entender de mejor manera el proceso de la preproducción de un audiovisual, adjunto en anexos un ejemplo del programa de televisión llamado “Volver a Nacer” La trilogía.

#### **4.3.2 Producción**

##### **Productor en la etapa de la producción de un programa de televisión**

El productor está pendiente de cumplir con el plan de rodaje de cada día, y por lo general está pendiente de que siempre haya café para el equipo de producción y elenco. Durante el rodaje el productor debe observar cada toma sobre el hombro del director y realizar anotaciones para después reunirse con el director y aclarar ciertas cosas. Además coordina al equipo de producción. Para Zettl el productor necesita siempre “el rápido acceso a gran cantidad de fuentes de información, internet, directorios telefónicos, calendario de las líneas aéreas..”



### **Director en la etapa de la producción de un programa de televisión**

En esta fase el director puede actuar de dos maneras diferentes según Zettl dividiéndole por un lado en el director en la producción con múltiples cámaras y en la segunda como director en la producción con una sola cámara. En la primera el director es el que dirige a los camarógrafos y al elenco a través de su asistente el jefe de piso, con quien se encuentra comunicado por un micrófono auricular, entonces al momento de iniciar el programa el director esta mencionando las siguientes palabras: prevenido para correr VTR, después utilizando las diferentes cámaras anunciándose así: prevenido cámara 3 y así sucesivamente. Pero antes del rodaje el director debe reunirse con el equipo para leer el guión y debe estar pendiente en los ensayos, para ver donde se colocan de mejor manera las luces. En segunda instancia tenemos al director en la producción con una sola cámara aquí el proceso se desarrolla con mayor rapidez, en primer lugar el director visualiza las tomas más importantes, después realiza el respectivo desglose del guión, en lo posterior ensaya con el elenco y finalmente se realiza la grabación del producto audiovisual.

#### **4.3.3 Posproducción**

Según Zettl el productor en esta etapa debe hacer una copia del programa para tener como material de archivo además realizar el libro de registro donde debe constar: la propuesta final del programa, presupuesto, calendario, lista de personal de producción, requisitos de instalación, contratos y cesiones de derechos, permisos diversos y secuencia de tomas.

Director deberá guiar al editor en la edición mas no interferir. Puesto que el editor realiza un arduo trabajo al momento de combinar, recortar, corregir y construir una historia en una línea de tiempo. No debo dejar de mencionar que Walter Murch menciona en su libro El parpadeo; que debe abarcar el llamado corte ideal de acuerdo a 6 criterios:

1. Responde a la emoción del momento.
2. Hace avanzar el argumento.
3. Tiene lugar en un momento que desde el punto de vista del ritmo es interesante y adecuado.
4. Tiene “dirección de la mirada”
5. Respeto el eje.
6. Respeto la continuidad tridimensional del espacio real.

En el caso que debamos sacrificar uno de estos elementos en un corte, deberíamos empezar por el final de la lista.

#### **4.4 Elementos positivos y negativos de la Ley de Comunicación.**

Un aspecto fundamental que se debe tomar en cuenta al realizar productos audiovisuales en Ecuador es conocer a fondo los aspectos negativos y positivos de la ley de comunicación para la producción audiovisual, a mi parece esta ley tiene un porcentaje alto de aspectos favorables para los productores audiovisuales así como para los medios en general a continuación presento dichos aspectos separados en tres categorías, de acuerdo a comerciales, culturales y desarrollo.

##### **4.4.1 Comerciales**

<b>Aspectos Comerciales</b>	
<b>Positivos</b>	<b>Negativos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Art 69:</b> La Superintendencia de la Información y Comunicación podrá realizar la suspensión de la publicidad engañosa, con lo cual estoy de acuerdo ya que a la audiencia no se le puede engañar presentando un determinado producto con características que simplemente no son reales.</li>   <li>• <b>Art 91:</b> La publicidad de radio y televisión deberán grabarse y se conservara hasta por 180 días a partir de la fecha de sus emisión, este aspecto es interesante ya que através de este se puede controlar la clase de auspiciantes y el tiempo que pautan en determinado medio.</li>   <li>• <b>Art 92:</b> La creatividad publicitaria será reconocida y protegida con los derechos de autor. Este artículo nos beneficia ya que todas las ideas que generemos para spot publicitarios siempre estarán protegidas y no nos podrán plagiar el contenido.</li>   <li>• <b>Art 94:</b> Se prohíbe publicidad engañosa así como propaganda de pornografía infantil, de bebidas alcohólicas, de cigarrillos, de sustancias estupefacientes y psicotrópicas. Este artículo es esencial en lo que respecta a cuidar a la ciudadanía en especial a los jóvenes, de no influenciarles con este tipo de publicidad,</li> </ul>	

<p>que lo único que hace es perjudicar su salud e integridad.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Art 96:</b> Menciona que al menos el 10% del presupuesto anual destinado a los anunciantes privados para publicidad de productos, servicios o bienes que se oferten a nivel nacional en los medios de comunicación se invertirá en medios de comunicación de cobertura local o regional, lo cual es favorable para los medios pequeños.</li> <li>• <b>Art 98:</b> En lo que se refiere a la producción de publicidad nacional, al menos debe tener un 80% de personal ecuatoriano. Este artículo nos favorece a todas las personas que estudiamos producción de televisión, periodismo o afines, ya que abran más vacantes de trabajo porque necesitan un alto porcentaje de personal profesional ecuatoriano.</li> </ul>	
---	--

#### 4.4.2 Culturales

<b>Aspectos Culturales</b>	
<b>Positivos</b>	<b>Negativos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Art 36:</b> Las diferentes nacionalidades del Ecuador tienen derecho a producir y difundir en su propia lengua contenidos que reflejen sus cultura y tradiciones, lo cual es importante incluir a estas minorías, así como lo hace actualmente el</li> </ul>	

<p>programa Pluri tv, que parte de programación tiene incluido el idioma quechua.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Art 74:</b> Destinar una hora diaria para programas oficiales de tele-educación, cultura, salubridad y derechos elaborados por los Ministerios y Secretarías, me interesa este artículo porque podemos ampliar nuestros conocimientos, al tener la posibilidad de conocer otras culturas y tradiciones</li> <li>• <b>Disposiciones transitorias: Décima Quinta,</b> los medios de comunicación debe incluir al menos el 5% de su programación contenido en las lenguas de relación intercultural.</li> </ul>	
--	--

#### 4.4.3 Desarrollo

<b>Aspectos de Desarrollo</b>	
<b>Positivos</b>	<b>Negativos</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Art 35:</b> Todas las personas tienen derecho a acceder, capacitarse y usar las tecnologías de información y comunicación para potenciar el disfrute de sus derechos y oportunidades de desarrollo. Estamos en un mundo donde la mayor parte</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Art 4:</b> Esta ley no regula la información de modo personal que se emita a través de redes sociales. En lo personal creo que sí debería incluir en la ley, ya que así podemos reducir el mal manejo de la información por redes sociales.</li> </ul>

<p>de las personas ya tienen acceso a internet y ya no son receptores pasivos sino que son receptores activos y constantemente están generando contenidos en internet gracias a la tecnología.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Art 42:</b> Las actividades periodísticas que se realizan en los medios deberán ser desempeñadas por profesionales en periodismo o comunicación. Uno de los artículos que más importancia he dado, porque de esta manera ya se nos abren las puertas en los medios de comunicación, que mejor tener el título en la mano.</li><li>• <b>Art 106:</b> La redistribución de frecuencias de radio y televisión de manera equitativa, 33% para medios públicos, 33% para medios privados, y 34% para medios comunitarios.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Art 20:</b> Los comentarios formulados al pie de las publicaciones electrónicas en las páginas web de los medios de comunicación legalmente constituidos serán responsabilidad personal de quienes los efectúen. Lo cual considero que es absurdo porque habría que detectar al peers para poner cualquier publicación en redes sociales.</li></ul>
--	--

<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Art 113:</b> Restringe la acumulación de las frecuencias de estaciones de radio o televisión. Esto es fundamental puesto que restringe a los monopolios y oligopolios y así una persona no será acreedora de varias frecuencias por más dinero que esta posea.</li></ul>	
---	--

## 5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, J. (1998). La educación en la televisión: Televisión educativa. Las potencialidades educativas del medio. Barcelona. Universidad de Huelva.
- Alonso, Gonzalo. La revolución horizontal: el poder de la comunicación en manos de la gente. Barcelona: Ediciones B.
- Aguiar, M. (2003). Sociedad de la información y cultura mediática. Netbiblo.
- Buero, Luis. (1999). El Guión Televisivo y Radial. Buenos Aires – Argentina.
- Breschand, Jean. (2004). El documental, La otra cara del cine. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Gordillo, Inmaculada. (2009). La hipertelevisión: géneros y formatos. Quito – Ecuador: Editorial Quipus CIESPAL.
- Hillard, Robert. (2000). Guionismo para Radio, television y nuevos medios. México: International Thomson editores.
- Fernández, F. (1994). La dirección de producción para cine y televisión. Paidós.
- Ferrés, Joan. Educación en medios y competencia emocional. Barcelona. Revista científica de comunicación e información.
- Ferrés, Joan. La competencia en comunicación audiovisual: dimensiones e indicadores. Universidad Autónoma de Barcelona.
- Ferré, José. Lectura crítica de los medios. Barcelona
- Field, Syd (1998). El libro del guión: Fundamentos de la escritura de guiones. Madrid: Plot Ediciones, S.A.
- Ley Orgánica de Comunicación. (2013). Registro Oficial N 22. Quito – Ecuador.
- Nichols, Bill (1997). La representación de la realidad, cuestiones y conceptos sobre el documental. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Martínez, José (2004). Manual básico de tecnología audiovisual y técnicas de creación, emisión y difusión de contenidos. España: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- Mendoza, Carlos. (2010). El guión para cine documental. México: UNAM, Centro universitario de estudios cinematográficos.
- Murch, W. (2009). In the Blink of an eye: A perspective on Film Editing. Michigan. Silman-James Press.
- Rabiger, Michael (1987). Dirección de documentales. España. Instituto Oficial de Radio y Televisión.



Perceval, José. ¿Qué es la televisión educativa?.Gabinete Comunicación y educación.

Pérez, José. Guía sobre el lenguaje de la televisión y los valores: 100 preguntas y respuestas. Mentor media education.

Pérez, José. Crisis de educación, crisis de comunicación. Universitat Autònoma de Barcelona.

Pérez, José. Guía sobre ética y medios: 100 preguntas y respuestas. Mentor media education.

Pérez, José. La nueva competencia mediática en un contexto mediático. Universitat Autònoma de Barcelona

Santos, Isamélica. Teorías del aprendizaje, medios de comunicación y nuevas tecnologías. Barcelona.

Zettl, Herbert (1999). Manual de Producción Audiovisual. México: International Thomson Editores, S.A.

## 6. ANEXOS

### 6.1 Producción de Comercial de televisión.

#### 6.1.1 Ficha Técnica

<b>FICHA TÉCNICA</b>	
<b>TÍTULO</b>	Comercial Carrera de Producción de tv y Medios Digitales.
<b>AÑO</b>	2015
<b>GÉNERO</b>	Spot publicitario
<b>DURACIÓN</b>	30 segundos
<b>TARGET</b>	Multi – target
<b>CENSURA</b>	Clasificación “A” Apto para todo público.
<b>TRANSMISIÓN</b>	Plataforma web
<b>FORMATO</b>	HDTV
<b>IDIOMA</b>	Español.

<b>PAÍS</b>	Ecuador
<b>DIRECCIÓN</b>	Andrea Manotoa
<b>GUIÓN</b>	Andrea Manotoa

### 6.1.2 Sinopsis

Este comercial indica las habilidades que un alumno puede desarrollar en el transcurso de sus estudios en la carrera de producción de televisión y medios digitales y llegar a ser excelentes profesionales audiovisuales con pensamiento en la filosofía de las artes liberales.

### 6.1.3 Guión

#### Comercial de la Carrera de Producción de Televisión y Medios Digitales

<b>AUDIO</b>	<b>VIDEO</b>	<b>TIEMPO</b>
Música de fondo	Timelapse de la Universidad San Francisco de Quito.	4
	Secuencia rápida de planos de la universidad y estudiantes.	3
Estudiante 1: Un lugar donde puedes conseguir lo que sueñas.	Plano medio: estudiante 1 dice el texto y con su mano dirección a la cámara avanzar hacia su lado izquierdo.	3
Estudiante 2 (directora de tv): En donde mi creatividad pueda crecer.	Ingresa al plano medio del estudiante 2 con un paneo, estudiante esta despalda a la cámara, se gira y dice el texto. Ella se acerca rápidamente a la cámara y tapa con su mano el lente. (En la parte de atrás vemos a personas trabajando en una producción. 1 estudiante teniendo el boom, otro con la cámara sobre un trípode, la presentadora de tv está sentada frente al chroma y luces iluminando la escena).	3

<p>Estudiante 3 : Mis capacidades puedan fortalecerse cada día.</p>	<p>La estudiante abre el plano quietando la mano del lente de la cámara y nos quedamos con un plano cerrado de la locutora (ella está cerca del micrófono y esta puesta los auriculares) dice texto. Plano general de la cabina de radio, la locutora esta tras el vidrio y despaldas vemos a la persona que maneja los controles.Locutora mueve su mano direccionando a la cámara para que avance a la siguiente escena.</p>	4
<p>Estudiante 4: Preparados para adaptarnos a cambios tecnológicos.</p>	<p>Entra con un paneo a el aula tecnológica. Plano cerrado de persona sentada frente a la computadora, regresa a ver a la cámara y dice el texto (en la pantalla de la computadora esta algo de interactividad). Él estudiante con su mano empuja a la cámara hacia abajo, movimiento de cámara tild up.</p>	3
<p>Estudiante 5: Aptos para desarrollar contenido de alto impacto.</p>	<p>Movimiento de cámara tild up de arriba hacia abajo e ingresamos a plano medio de la estudiante sentada en la biblioteca, ella está escribiendo, alza a ver a la cámara dice texto. (en la mesa hay periódicos y revistas de la usfq). La estudiante con su mano tapa a lente de la cámara.</p>	4
<p>Estudiante 1 (mismo chico del inicio): Para convertirnos en buenos profesionales audiovisuales.</p>	<p>Se abre Plano medio estudiante 1 dice el texto. Con su mano dirección la cámara hacia la derecha.</p>	3
<p>Continúa la música de fondo.</p>	<p>A parece logo de la carrera de producción de televisión y medios digitales y el logodel cocoa sobre el timelapse de la universidad.</p>	3

#### 6.1.4 Audiencia – Target

Este comercial está dirigido a jóvenes de 18 a 26 años de edad que están interesados en estudiar una carrera de pregrado, y que al momento de ver el comercial se inclinen y les interese saber más sobre por la carrera de producción de tv y medios digitales.

### 6.1.5 Cronograma

Actividades	MARTES 21	MIÉRCOLES 22	JUEVES 23	VIERNES 24	SÁBADO 25	DOMINGO 26
Actividad 1	Entrega del tema para comercial	Scouting de locaciones.	Rodaje comercial	Rodaje comercial	Rodaje comercial	Edición Comercial
Actividad 2		Contactar a los actores.	Seleccionar el material.			
Actividad 3	Realización guión.	Conseguir utilería.	Contactar actores.		Edición Comercial	
Actividad 4	Desglose guión.	Sacar equipos.	Permisos de las locaciones.			
Actividades	MARTES 28	MIERCOLES 29	JUEVES 30	VIERNES 1	SÁBADO 2	DOMINGO 3
Actividad 1	Entrega Comercial					

### 6.1.6 Hoja de llamado

#### JUEVES 23 DE ABRIL

HORA	ACTIVIDAD	LOCACIÓN
8:00 AM	Encuentro crew usfq.	Edificio Miguel de Santiago
8:30 AM	Llegada actores	Entrada principal usfq

9:00 - 10:30 AM	Rodaje escena 1	Hall principal usfq
10:30 - 12:00 AM	Rodaje escena 6	Hall principal usfq
12:00 -1:00 PM	Almuerzo	Paseo San Francisco
1:00 - 3:00 PM	Rodaje escena 3	Cabina radio Cocoa
3:00 – 5:00 PM	Rodaje tomas de paso usfq	Usfq
5:00 – 7:00 PM	Rodaje escena 2	Estudio de tv Cocoa

### VIERNES 24 DE ABRIL

HORA	ACTIVIDAD	LOCACIÓN
10:30 AM	Llegada actor	Entrada principal usfq
11:00 -1:00 PM	Rodaje escena 4	Aula 2do piso edificio Miguel de Santiago.

### SÁBADO 25 DE ABRIL

HORA	ACTIVIDAD	LOCACIÓN
10:30 AM	Llegada actriz	Entrada principal usfq
11:00 -1:00 PM	Rodaje escena 5	Biblioteca
5:00 – 6:00 PM	Timelapse	Terraza edificio Maxwell

#### 6.1.7 Equipo Humano

- **Dirección y Producción:** Andrea Manotoa.
- **Dirección de Actores:** Israel Varela.
- **Director de Fotografía:** Carlos Luzuriaga.

### 6.1.8 Equipo Técnico

- **Cámara:** Canon 7D II Mark.
- **Lentes:** 18 y de 50.
- **Trípode:**Manfrotto.
- **Audio:** 1Boom, 1 mixer, 1 kit de audio (lavalier).
- **Luces:** Kit básico de luces.
- **Difusores**
- **Reflectores**
- **Claqueta**
- **Extensiones**

### 6.1.9 Desglose

#### JUEVES 23 DE ABRIL

ESCENA	PERSONAJE	UTILERÍA	HORARIO	LOCACIÓN
1	Israel Varela	Jean y camiseta	9:00 a 10:30	Hall principal usfq
6	Israel Varela	Jean y camiseta misma ropa de la escena 1	10:30 a 12:00	Hall principal usfq
Almuerzo			12:00 a 1:00	Paseo San Francisco
3	Ana Cristina Martinez 1 extra	Hojas, audífonos	1:00 a 3:00 pm	Cabina de RadioCocoa
Tomas de paso			3:00 a 5:00 pm	Usfq
2	Chica- directora de tv Sonidista Camarógrafo	Boom Cámara y trípode Croma	5:00 a 7:00 pm	Estudio de tv del Cocoa

	Anchor en chroma	Luces		
--	------------------	-------	--	--

### VIERNES 24 DE ABRIL

ESCENA	PERSONAJE	UTILERÍA	HORARIO	LOCACIÓN
4	Chico 2 extras	Algo de multimedia para poner en la pantalla de la computadora. Jean y camiseta	11:00 a 1:00pm	Aula Edificio Miguel de Santiago

### SABADO 25 DE ABRIL

ESCENA	PERSONAJE	UTILERÍA	HORARIO	LOCACIÓN
5	Ester Carvajal	Lentes Revistas y periódicos de la usfq	11:00 a 1:00pm	Biblioteca
Timelapse			5:00 a 6:00 pm	Terraza edificio Maxwell

## 6.1.10 Presupuesto

COMERCIAL CARRERA PRODUCCIÓN DE TV Y MEDIOS DIGITALES				
Dirección: Andrea Manotoa				
PRESUPUESTO CON COSTOS REALES				
Duración: 30 SEGUNDOS				
DESARROLLO DEL PROYECTO				
	Unidades	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
<b>1 Derechos</b>				
1.1 Registro IEPI	Nombre y concepto	1	\$ 12,00	\$ 12,00
<b>2 Personal</b>				
2.1 Productor	proyecto	1	\$ 150,00	\$ 150,00
<b>3 Misceláneo</b>				
Marketing (Diseño de logo)	proyecto	1	\$ 130,00	\$ 130,00
<b>4 Gastos generales e imprevistos</b>				
4.1 Imprevistos	proyecto	1	\$ 100,00	\$ 100,00
<b>TOTAL DESARROLLO</b>				<b>\$ 392,00</b>

PRODUCCIÓN Y POST PRODUCCION	Unidades	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
<b>PERSONAL</b>				
<i>Departamento de Dirección</i>				
Guion	guion	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Director	proyecto	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
Asistente de dirección	proyecto	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Director de fotografía	proyecto	1	\$ 500,00	\$ 500,00
Director de arte	proyecto	1	\$ 800,00	\$ 800,00
				<b>\$ 3.130,00</b>
<i>Departamento de Producción</i>				
Productor	proyecto	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
Asistente de producción	proyecto	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Camarógrafo	proyecto	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Jefe de locaciones	proyecto	1	\$ 250,00	\$ 250,00
				<b>\$ 2.000,00</b>
<i>Departamento de Iluminación</i>				
Iluminador 1	Días	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Grip 1	Días	3	\$ 60,00	\$ 180,00
				<b>\$ 480,00</b>
<i>Departamento de Sonido</i>				
Sonidista	Días	3	\$ 180,00	\$ 540,00
				<b>\$ 540,00</b>
<i>Departamento de Arte</i>				
Vestuarista	Días	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Utilero	Días	3	\$ 100,00	\$ 300,00
Asistente escenografía	Días	3	\$ 75,00	\$ 225,00
Asistente vestuario	días	3	\$ 75,00	\$ 225,00
Maquillista	Días	3	\$ 80,00	\$ 240,00
				<b>\$ 1.440,00</b>
<b>SUBTOTAL PERSONAL</b>				<b>\$ 7.590,00</b>
<b>EQUIPOS</b>				
<i>Equipo de cámara e iluminación</i>				
Tripode	días	3	\$ 30,00	\$ 90
Cámara Canon 70D con 5 lentes	días	3	\$ 150,00	\$ 450,00
Kit de luces	días	3	\$ 70,00	\$ 210,00
				<b>\$ 530,00</b>
<i>Equipo de sonido</i>				
Kit de audio (completo)	días	3	\$ 180,00	\$ 360,00
				<b>\$ 360,00</b>
<b>SUBTOTAL EQUIPOS</b>				<b>\$ 890,00</b>
<b>SUMINISTROS EQUIPOS</b>				
Pilas	paquete	5	\$ 2,50	\$ 12,50
				<b>\$ 12,50</b>
<b>VARIOS</b>				<b>\$ 12,50</b>
<b>TRANSPORTE</b>				
Auto producción	días	3	\$ 70,00	\$ 210,00
Camioneta Arte	días	3	\$ 75,00	\$ 225,00
				<b>\$ 435,00</b>
<b>SUBTOTAL TRANSPORTE</b>				<b>\$ 435,00</b>
<b>CATERING</b>				
Catering	Días	3	\$ 40,00	\$ 120,00
				<b>\$ 120,00</b>
<b>SUBTOTAL CATERING</b>				<b>\$ 120,00</b>
<b>ELEMENTOS DE ARTE</b>				
<i>Utilería y maquillaje</i>				
Utilería	varios	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Elementos de maquillaje	paquete	1	\$ 30,00	\$ 30,00
				<b>\$ 130,00</b>
<b>SUBTOTAL ELEMENTOS ARTE</b>				<b>\$ 130,00</b>
<b>GASTOS DE PRODUCCION</b>				
Taxis de Emergencia	veces	3	\$ 3,00	\$ 9,00
				<b>\$ 9,00</b>
<b>SUBTOTAL GASTOS DE PRODUCCION</b>				<b>\$ 9,00</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				
Contabilidad	sesiones	1	\$ 150,00	\$ 150,00
				<b>\$ 150,00</b>
<b>SUBTOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>				<b>\$ 150,00</b>
<b>PERSONAL ARTISTICO</b>				
<i>Personajes principales</i>				
estudiantes	personas	5	\$ 70,00	\$ 350,00
				<b>\$ 350,00</b>
<b>SUBTOTAL PERSONAL ARTISTICO</b>				<b>\$ 280,00</b>



<b>POSTPRODUCCION</b>				
PostProducción	paquete	1	\$ 270,00	\$ 270,00
Equipo	paquete	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Edición	paquete	1	\$ 280,00	\$ 280,00
Equipo 2	paquete	1	\$ 160,00	\$ 160,00
				<b>\$ 830,00</b>
<b>Música</b>				
Derechos	paquete	1	\$ 250,00	\$ 250,00
				<b>\$ 250,00</b>
<b>SUBTOTAL POSTPRODUCCION</b>				<b>\$ 1.080,00</b>
<b>SUBTOTAL DESARROLLO - PRODUCCION Y POST PRODUCCION</b>				<b>\$ 11.089</b>
<b>5% CONTINGENCIA</b>				<b>\$ 554</b>
<b>TOTAL</b>				<b>\$ 11.643</b>

### 6.1.11 Permiso de Locaciones

Quito, Jueves 23 de Abril 2015

Señora

Alexandra Polanco

**DIRECTORA DE RELACIONES PÚBLICAS**

**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

Yo, Andrea Manotoa Bautista con número de cédula 1722777248, y estudiante de la carrera de Producción de Televisión y Medios Digitales de la Universidad San Francisco de Quito con número de estudiante 00101691, solicito a usted muy comedidamente que me permita ingresar a algunas de sus instalaciones en general con el fin realizar varias tomas de la universidad ya que debo realizar un producto audiovisual de la clase Taller de Titulación III dirigida por el profesor Mario Troya, a continuación detallo lo requerido:

<b>FECHA</b>	<b>INSTALACIÓN</b>	<b>HORA</b>
Viernes 24 de abril	Aula tecnológica de Claro y Samsung (computadoras Pc) Edificio Galileo	11h00 a 13h00
Sábado 25 de abril	Terraza del Edificio Miguel de Santiago	17h00 a 19h00

	Biblioteca	11h00 a 13h00
--	------------	---------------

Por la atención se sirva dar a la presente anticipo mi agradecimiento.

Atentamente;

Andrea Manotoa

00101691

## 6.2 LIBRO DE PRODUCCIÓN PROGRAMA DE TELEVISIÓN

### 6.2.1 Ficha Técnica

<b>FICHA TÉCNICA</b>	
<b>TÍTULO</b>	Volver a Nacer
<b>AÑO</b>	2014
<b>GÉNERO</b>	Serie Documental para televisión.
<b>DURACIÓN</b>	24 minutos
<b>TARGET</b>	Multi – target
<b>CENSURA</b>	Clasificación “A” Apto para todo público.
<b>TRANSIMISIÓN</b>	Domingos (20:00)
<b>NÚMERO DE EPISODIOS</b>	Tres
<b>FORMATO</b>	HDTV
<b>IDIOMA</b>	Español.
<b>PAÍS</b>	Ecuador
<b>DIRECCIÓN</b>	Andrea Manotoa
<b>GUIÓN</b>	Andrea Manotoa

### 6.2.2 Sinopsis

“Volver a Nacer” es una serie documental televisiva de 3 episodios, con una duración de 23 minutos cada uno, donde se presentaran historias de personas que han estado a punto de morir a causa de un accidente de tránsito automovilístico, el mismo que marcó sus vidas dejándolos con una discapacidad, lo cual frente a ello salieron adelante aprovechando sus capacidades, esta situación determinó el rumbo de sus familias.

### 6.2.3 Tratamiento

#### **EPISODIO 1: “3.5 GRADOS DE CONCIENCIA”**

Es la historia de Raúl Manotoa, tiene 62 años de edad, quién sufrió un accidente de tránsito hace 17 años, permaneció en terapia intensiva durante quince días y la posibilidad de que viva fue mínima. Afortunadamente sobrevivió a este cruel accidente pero perdió la memoria temporalmente por lo que tuvo que volver a prender varias cosas y actividades de su vida cotidiana. Con este capítulo quiero mostrar cómo este accidente afectó a la familia de Raúl, en especial a su esposa quien tuvo que hacerse cargo de todas las responsabilidades del hogar y quienes son una familia unida gracias a las circunstancias que le ha tocado vivir. Raúl padece de discapacidad intelectual.

### **EPISODIO 2: “LA DESICIÓN”**

Es la historia de Vinicio Cervantes quién sufrió un accidente de tránsito que le ocasionó la cuadriplejía. Después de este incidente él estuvo deprimido durante 2 años porque se quedó inmóvil, él se hizo cargo de sus dos hijos, hasta que Vinicio decidió salir adelante a pesar de estar en silla de ruedas descubrió una habilidad de pintar con la boca y su mano izquierda hasta el día de hoy pinta cuadros y los vende, también da charlas de motivación. Vinicio padece discapacidad física.

### **EPISODIO 3: “AL BORDE DE LA MUERTE”**

Es la historia de Patricia Ayala, tiene 48 años de edad, quién sufrió un accidente automovilístico que le ocasiona una discapacidad física, la misma que se presentó años más tarde ya que al principio pareció ser un simple golpe en su cadera. Esta incapacidad no le permitió desarrollarse en sus actividades normales, porque se le dificulta el traslado de un lugar a otro por lo que utiliza un bastón. Por lo cual debe visitar con frecuencia al médico para realizarse una posible operación en su pierna.

#### **6.2.4 Guión Literario**

INT.ESTUDIO.DÍA

Entrevista a Raúl en fondo negro.

RAÚL

Habla sobre como fue el accidente.

EXT. CARRETERA. DÍA

El automóvil azul donde está Raúl rebasa por el lado contrario. Se choca de frente con un trailer rojo en una curva. El carro del impacto sale volando y cae al piso metros más allá. Están 3 personas dentro del automóvil. Raúl sale volando por el parabrisas y cae en el cemento boca abajo. Alrededor de su cabeza hay sangre. Las personas miran a Raúl con angustia y asustados.

RAÚL(EN OFF)

Fue tan fuerte el impacto que perdí la conciencia y mis compañeros me dieron por muerto.

CRÉDITOS

En un fondo negro se La escribiendo: Esta historia es de la vida real.

INT.ESTUDIO.DIA

Entrevista a Patricia, esposa de Raúl en fondo negro.

PATRICIA

Habla como se entero del accidente.

INT.HOSPITAL.NOCHE

Raúl acostado en una camilla. El se encuentra en terapia intensiva. De su cuerpo cuelgan aparatos médicos. En su cara lleva puesto una mascarilla de oxígeno. Raúl esta inconsciente con el rostro palito.

NARRADOR (VOZ OFF)

Raúl se encontraba con los signos vitales bajos y su grado de conciencia era de 3.5.

### 6.2.5 Guión Técnico

VIDEO	AUDIO
Sala de espera de cuidados intensivos, se encuentra Alexander, Patricia, junto con Fanny hermana de Rau'l, llorando, inquietos, desesperados, Patricia en sus manos tiene un rosario.	<u>LOCUTOR</u> (OFF) La unidad de terapia intensiva era restringida unicamente les permitian ingresar a la esposa de Raul e hijos por 5 minutos a las 12:00 del día y a las 6:00 de la tarde.
Raul en la sala de tomografias acostado en la camilla, le realizaban exámenes, vemos al doctor revisando radiografias de su cerebro, despues le realiza exámenes para ver si sus estímulos responden.	<u>LOCUTOR</u> (OFF) El diagnostico era reservado, Rau'l no respondi'a a ningun estímulo y así paso 5 días.
Patricia junto con sus hijas sentadas en las sillas del patio del colegio, les abrazaba y lloraba.	<u>PATRICIA</u> (OFF) No podiamos ocultar ma's, tuve que contarles a mis dos hijas lo sucedido.
Plano medio Patricia y Alejandra	<u>PATRICIA</u> (Testimonio) Cuenta lo que el medico les dijo q solo un milagro los salvaria. <u>ALEJANDRA</u> (Testimonio) Habla sobre como se entero del accidente y de la escuela.
Vemos a las hermanas y alumnos, con las manos juntas, rezando por la salud de Rau'l.	

### 6.2.6 Escaleta general

BLOQUE	DESCRIPCIÓN	TIEMPO
<b>BLOQUE INTRODUCCIÓN</b>		
Formato COCOA		1 minuto
Intro del programa.	Escenas cortas del capítulo como gancho para el espectador.	1 minuto
Fondo negro aparece el siguiente texto:	Este programa incluye escenas recreadas y contenido que pueden resultar perturbadores para algunos televidentes.	15 segundos
Animación 1	Aparece el nombre de la Trilogía (Volver a Nacer)	30 segundos

Animación 2	Aparece un gráfico dependiendo de cada capítulo y el nombre del mismo.	
Presentación	Se cuenta los hechos del accidente cronológicamente mediante testimonios y dramatizado.	7 minutos
Fondo negro aparece el siguiente texto	Esta historia es de la vida real.	
Testimonios	Según el testimonio se va recreando con los dramatizados.	
Cortes Comerciales		3 minutos
<b>BLOQUE 2</b>		
<b>BLOQUE DESARROLLO – CONFLICTO</b>		
Conflicto	Cambio drástico en el entorno familiar.	7 minutos
	Afectación del accidente para el personaje principal.	
Testimonios (familia)	Conocemos al personaje como era antes y después del accidente.	
	Conocemos al personaje.	
Cortes Comerciales		3 minutos
<b>BLOQUE 3</b>		
<b>BLOQUE RESOLUCIÓN</b>		
Climax	Secuelas que le dejó el accidente. Conflicto que pasa el personaje en la actualidad.	7 minutos
Testimonios	Conocemos la discapacidad que posee el personaje.	
Personaje realiza varias actividades.	Como está el personaje en la actualidad	
Conclusión	Se presenta al personaje de acuerdo al cambio que se dio en su vida después del accidente.	
Créditos		1 minuto.

### **6.2.7 Audiencia – Target**

El programa “Volver a Nacer” es multi target, tiene como audiencia definida a personas con interés en el tema de discapacidad, aunque en especial va dirigido a personas que padezcan de una discapacidad.

### **6.2.8 Motivación del director**

La motivación más grande para hacer esta trilogía fue porque mi padre tuvo un accidente de tránsito hace 17 años, el mismo que cambio el destino de mi familia. Además son situaciones sociales que de una u otra manera le va a interesar a las personas, ya que se pueden identificar con los personajes debido a que pueden conocer a alguien que ha vivido dicha situación y lo que deseo demostrar es como un accidente pueden cambiar el entorno familiar de la persona que quedo con la discapacidad.

### **6.2.9 Propuesta audiovisual del director**

#### **6.2.9.1 Fotografía**

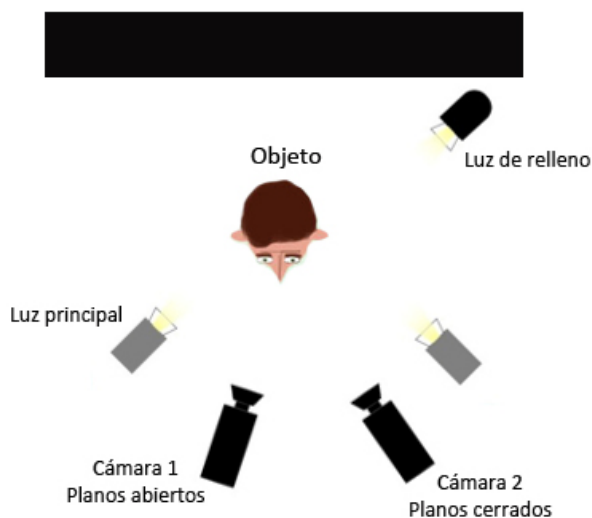
Voy a utilizar trípode en todo momento. En lo que se refiere a las entrevistas voy a utilizar dos cámaras, la primera será la principal que estará ubicada frente al entrevistado en plano medio y la segunda cámara va a cubrir otros planos de diferentes ángulos, principalmente se manejara con planos cerrados (a detalle: manos, ojos), pero además también se utilizara primeros planos y planos detalle de los personajes para así tener diferentes ángulos de las entrevistas. Por otro lado en los dramatizados quiero orientar la atención de la audiencia de un modo subjetivo a través de los diferentes movimientos de cámara, utilizando planos cerrados, zoom para dirigir la atención, reacción o hacia un acción.

#### **6.2.9.2 Iluminación**



Las entrevistas en este documental se realizarán con una estética de fondo totalmente negro y con una iluminación únicamente en el personaje por esta razón voy a utilizar una luz principal que este en dirección del personaje, al otro lado de esta luz, estará una luz adicional para iluminar el otro lado del personaje y será necesaria otra luz que este en dirección del personaje pero en la parte de atrás para iluminar los hombros y el cabello y por supuesto para separar al personaje del fondo negro y crear profundidad, este plan de iluminación se realizará únicamente en las entrevistas. En lo que se refiere al dramatizado en general voy a utilizar luz natural acompañado de ciertas luces con el fin de darle un toque frío a las tomas, las luces que utilizare serán las del kit básico. Por otro lado las escenas del personaje en la actualidad únicamente se usara luz natural, con el objetivo de no influir en el comportamiento de los personajes.

### **Ejemplo propuesta visual (entrevistas):**



### **6.2.9.3 Dirección de Arte**

Se realizará un gran trabajo en lo que se refiere a las adecuaciones de las locaciones, ya que al momento de contar la historia quiero que la audiencia se transporte al pasado, mínimo unos 15 años atrás, por esta razón tanto el vestuario como la utilería deben ser de esa época.

#### **6.2.9.4 Sonido**

En lo que se refiere al sonido voy a utilizar micrófonos corbateros para las entrevistas específicamente y el boom para los dramatizados con el fin de conseguir un audio limpio. Se usaran sonidos de acuerdo a cada historia como por ejemplo sonidos de choques de automóviles, ambulancias, gritos dependiendo de la situación. Pero al mismo tiempo se dispondrá de silencios muy marcados al momento de las entrevistas y no puede faltar música de fondo durante la historia y por supuesto un aspecto indispensable es la voz en off.

#### **6.2.10 Propuesta de Posproducción**

##### **6.2.10.1 Video**

Quiero que la imagen del documental no sea muy saturada y de bajo contraste, sino que la saturación sea leve porque quiero transmitir sensaciones más tranquilas y suaves ya que el tema de discapacidad es un problema social, el cual hay que tratarlo de una manera cautelosa. Por otro lado voy a utilizar colores fríos para que nos de una sensación de serenidad, recogimiento, pasividad y de sentimentalismo, porque los personajes de esta historia reflejan esto, y ven a este problema como la fortaleza para seguir adelante.

##### **Ejemplo propuesta posproducción (colores fríos):**

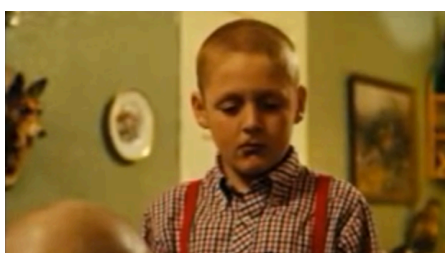


**Foto 1:** Película Forest Gump



**Foto 2:** One flew over the cuckoo's nest.

### **Ejemplo propuesta posproducción (baja saturación):**



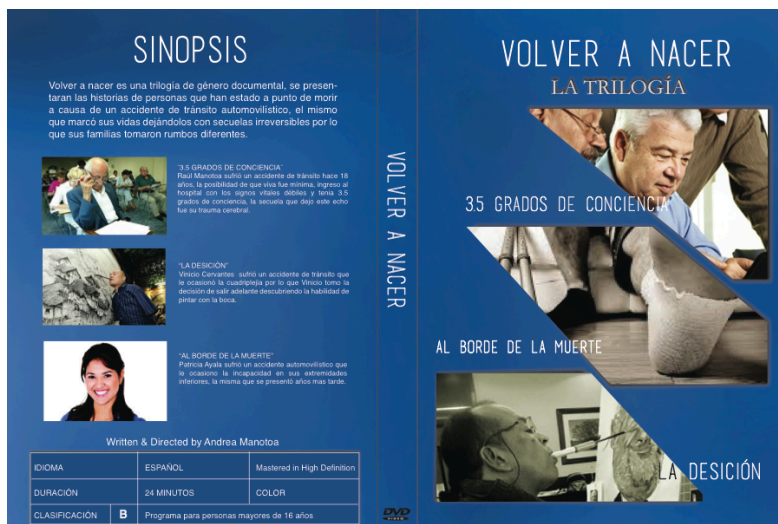
**Foto 3:** This is England

#### **6.2.10.2 Audio**

A través del sonido podemos ocasionar distintas sensaciones en el espectador, por lo tanto mi propuesta de sonido es la siguiente: este audiovisual va a tener efectos especiales de sonido en la parte de ficción, además voy a conservar el sonido ambiente pero que estén bien ecualizados. La música que deseo utilizar es la siguiente, para los primeros segundos del documental habrá música instrumental, suave que crea la sensación de que estamos ingresando a un tema delicado y que a través de la música el espectador se interese en seguir viendo el documental.

Otro aspecto fundamental es la voz en off, cabe recalcar que elegí la voz de un hombre para que este sea el hilo conductor de las historias porque así se puede dirigir al espectador directamente e intentar que haya un acercamiento con esta historia.

#### **6.2.11 Propuesta Gráfica del entregable**



## 6.2.12 Filmografía – Equipo Humano

### ANDREA KATHERINE MANOTOA BAUTISTA

Andrea Manotoa (Quito, 1991). Estudia la carrera de Producción de Televisión y Medios Digitales en la Universidad San Francisco de Quito. Ha realizado la dirección del Documental “Volver a Nacer” además la dirección y edición del video “Ultratrail” en el 2012. Por otro lado ha realizado la dirección de



arte en la sección biografía de programa “SKETCHO” y asistente de producción en varios videos para el Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneos. Ha realizado un taller de Fotografía en Quito en Mayo de este año, a más de desarrollarse en su carrera tiene como objetivo desempeñarse como Community Manager para lo cual siguió un taller de Manejo de contenidos en redes sociales en CIESPAL y participó en el congreso de publicidad y marketing digital, iab Digital Summit. Actualmente se desempeña como la community manager de Deirecorp y continúa realizando audiovisuales freelance para distintas empresas.

### **MARIO ISRAEL VARELA MORALES**

Israel Varela (Quito, 1993). Estudia la carrera de Producción de Televisión y Medios Digitales en la Universidad San Francisco de Quito actualmente realiza un minor de Artes Escénicas. En el 2008 tuvo la oportunidad de trabajar en



Teleamazonas como asistente de producción, dirección y realización. Es director y presentador del programa Colados transmitido por plataforma web.

### **ESTER CARVAJAL CASTELLANOS**

Ester Carvajal (Quito, 1990). Estudia la carrera de Producción de Televisión y Medios Digitales en la Universidad San Francisco de Quito. Ha realizado la dirección del cortometraje “La Vieja” además la dirección y edición del video “El



Sarampión” en el 2011. En el año 2012ha realizado la dirección del programa “El Ordenadito” así como la producción del cortometraje “Mr. X”. Actualmente se desempeña como productora de “Imagen 7 producciones”, en donde ha tenido la oportunidad de realizar diversos audiovisuales como: Institucional de la Unidad de Equitación y Remonta, Institucional de SeprivCltda, Institucional por los 75 años de la Policía Nacional Institucional para congreso AMERIPOL, Institucional para Centro Regional de Adiestramiento Canino, Institucional “Confianza” Policía Nacional. Por otro lado ha realizado la dirección de arte en la sección biografía de programa “SKETCHO” y al mismo tiempo se desempeño como asistente de dirección en el programa “Primera Escena”.

#### **6.2.13 Cronograma General**

## MAYO

### SEMANA 1: SEMANA 26-31

HORA	LUNES 26	MARTE S 27	MIÉRCOLES 28	JUEVES 29	VIERNES 30	SÁBADO 31
Actividad 1			Realizar entrevistas IDEA 1 (Entrevista con un fondo negro e iluminación solo en el personaje)	Realizar entrevistas IDEA 1	Realizar entrevistas IDEA 1	Realizar entrevistas IDEA 2 (Entrevista en el entorno del personaje)

## JUNIO

### SEMANA 2: SEMANA 02-07

HORA	LUNES 02	MARTE S 03	MIÉRCOLES 04	JUEVES 05	VIERNES 06	SÁBADO 07
Actividad 1	Realizar entrevistas IDEA 2	Realizar entrevistas IDEA 2	Realizar locución en off IDEA 1 (Hacer pruebas de locución con mi voz)	Realizar locución en off IDEA 1	Realizar locución en off IDEA 1	Realizar locución en off IDEA 2 (Hacer pruebas de locución con otras voces de preferencia hombres)

**NOTA:** Incluir toda la calendarización de la preproducción, producción y posproducción del programa de televisión.

### 6.2.14 Plan de Rodaje

#### Plan de rodaje de las entrevistas

Las entrevistas de mi proyecto documental serán realizadas durante un día en diferentes horarios porque cuento con 3 personajes, esto se llevara a cabo en la productora fotográfica Roll Them photography and films.

#### Plan de rodaje dramatizados (ficción)

**Domingo 30 de Noviembre 2014**

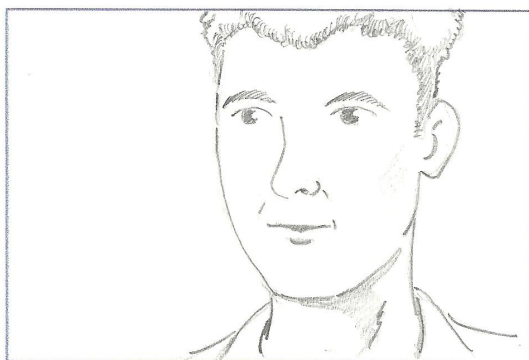
<b>HORA</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>LOCACIÓN</b>
8:00 AM	Ida a locación CREW, ESC .....	LOCACIÓN 1
8:30 AM	Llegada actores	LOCACIÓN 1
9:00 – 11:00 AM	RODAJE ESC.....	LOCACIÓN 1
11:00 – 1:00 PM	RODAJE ESC.....	LOCACIÓN 1
1:00 PM	Traslado locación ESC....	LOCACIÓN 2
1:30 – 2:30 PM	Almuerzo	LOCACIÓN 2
2:30 PM	Seteo ESC....	LOCACIÓN 2
3:30 PM	Llegada personajes	LOCACIÓN 2
4:00 – 6:00 PM	RODAJE ESC.... (familia)	LOCACIÓN 2
6:00 PM	Guardar equipos	LOCACIÓN 2

**DIRECCIÓN DE LOCACIONES**

**LOCACIÓN 1:** Los naranjos e10-79 y 6 de diciembre. Edificio Gallery Plaza, departamento 71.

**LOCACIÓN 2:** Gaspar Cañero y 6 de diciembre. Edificio ONIX, departamento 202.

**6.2.15 Storyboard**



### 6.2.16 Presupuesto



Titulo: "VOLVER A NACER"						
Dirección: ANDREA MANOTOA						
DESARROLLO DEL PROYECTO						
	Unidades	Cantidad	Valor Unitario	Valor total	% a ítem	% a toal
<b>1 Derechos</b>						
1.1. Adquisición de derechos 50%	guión	1	\$ 500,00	\$ 500,00		
1.2. Registro IEPI	temporada	1	\$ 30,00	\$ 30,00		
				<b>\$ 530,00</b>		
<b>2 Personal</b>						
2.1. Productor de desarrollo	semanas	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00		
2.2. Asistente de producción desarrollo	semanas	2	\$ 200,00	\$ 400,00		
				<b>\$ 1.400,00</b>		
<b>5 Localización</b>						
5.1. Alquiler equipo de cámara video	días	15	\$ 100,00	\$ 1.500,00		
5.2. Bienes consumibles (cintas y pilas)	cinta	15	\$ 6,00	\$ 90,00		
5.3. Transporte	proyecto	1	\$ 300,00	\$ 300,00		
				<b>\$ 1.890,00</b>		
<b>6 Misceláneo</b>						
6.1. Seguros	póliza	2	\$ 400,00	\$ 800,00		
6.2. Asesor jurídico	proyecto	1	\$ 500,00	\$ 500,00		
6.3. Gastos de notaría	proyecto	1	\$ 150,00	\$ 150,00		
6.5. Experto contable	PROYECTO	1	\$ 400,00	\$ 400,00		
6.6. Marketing y diseño presentación	proyecto	1	\$ 300,00	\$ 400,00		
				<b>\$ 2.250,00</b>		
<b>7 Gastos generales e imprevistos</b>						
7.1. Imprevistos		1	\$ 300,00	\$ 300,00		
				<b>\$ 300,00</b>		
<b>TOTAL DESARROLLO</b>				<b>\$ 3.872,00</b>		
PRODUCCIÓN Y POST PRODUCCION						
	Unidades	Cantidad	Valor Unitario	Valor total		
<b>1 PERSONAL</b>						
<b>1.1. Departamento de Dirección</b>						
1.1.1. Guionista - Adquisición de derechos 50%	guión	3	\$ 300,00	\$ 900,00		
1.1.2. Director	semanas	3	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00		
1.1.3. Asistente de dirección	semanas	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00		
				<b>\$ 5.100,00</b>		
<b>1.2. Departamento de Producción</b>						
1.2.1. Productor	semanas	3	\$ 1.000,00	\$ 3.000,00		
1.2.3. Coordinador de producción	semanas	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00		
1.2.4. Jefe de producción	semanas	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00		
1.2.5. Jefe de locaciones	semanas	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00		
				<b>\$ 6.600,00</b>		
<b>1.3. Departamento de Fotografía</b>						
1.3.1. Director de fotografía	semanas	3	\$ 450,00	\$ 1.350,00		
1.3.2. 1er y 2do asistente de cámara	3 semanas 2 personas	6	\$ 200,00	\$ 2.400,00		
				<b>\$ 3.750,00</b>		
<b>1.4. Departamento de Iluminación y Grip</b>						
1.4.1. Iluminador 1	semanas	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00		
				<b>\$ 1.200,00</b>		
<b>1.5. Departamento de Sonido</b>						
1.5.1. Sonidista	semanas	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00		
1.5.2. Microfonista	semanas	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00		
				<b>\$ 2.400,00</b>		
<b>1.6. Departamento de Arte</b>						
1.6.1. Director de Arte	semanas	3	\$ 700,00	\$ 2.100,00		
1.6.3. Vestuarista	semanas	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00		
1.6.4. Utilero	semanas	3	\$ 400,00	\$ 1.200,00		
1.6.9. Asistente utilero	semanas	3	\$ 200,00	\$ 600,00		
				<b>\$ 5.400,00</b>		
<b>1.7. Departamento de Maquillaje</b>						
1.7.1. Maquillista	semanas	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00		
				<b>\$ 1.500,00</b>		
<b>SUBTOTAL PERSONAL</b>				<b>\$ 25.950,00</b>		

<b>2 EQUIPOS</b>					
<b>2.1. Equipo de cámara e iluminación</b>					
2.1.1.	Cámara 7D	dias	21	\$ 150,00	\$ 3.150,00
2.1.2.	Paquete iluminación	dias	21	\$ 200,00	\$ 4.200,00
					<b>\$ 7.350,00</b>
<b>2.2. Equipo de sonido</b>					
2.2.1.	Paquete de equipo de sonido	dias	21	\$ 150,00	\$ 3.150,00
					<b>\$ 3.150,00</b>
<b>SUBTOTAL EQUIPOS</b>					<b>\$ 10.500,00</b>
<b>4 TRANSPORTE</b>					
4.1.	Auto producción	semanas	3	\$ 50,00	\$ 150,00
4.3.	Camión cámara Y EQUIPOS	semanas	3	\$ 70,00	\$ 210,00
4.6.	Gasolina transporte	semanas	3	\$ 100,00	\$ 300,00
					<b>\$ 660,00</b>
<b>SUBTOTAL TRANSPORTE</b>					<b>\$ 660,00</b>
<b>5 CATERING</b>					
5.1.	Catering rodaje	semanas	3	\$ 500,00	\$ 1.500,00
					<b>\$ 1.500,00</b>
<b>SUBTOTAL CATERING</b>					<b>\$ 1.500,00</b>
<b>7.3. Utilería y maquillaje</b>					
7.3.1.	Elementos de utilería	paquete	1	\$ 24.000,00	\$ 24.000,00
					<b>\$ 24.000,00</b>
<b>8 GASTOS DE PRODUCCION</b>					
8.1.	Permisos locaciones	proyecto	1	\$ 200,00	\$ 200,00
8.3.	Caja chica rodaje	paquete	1	\$ 200,00	\$ 200,00
8.5.	Fiesta fin de rodaje	paquete	1	\$ 500,00	\$ 500,00
					<b>\$ 900,00</b>
<b>SUBTOTAL GASTOS DE PRODUCCION</b>					<b>\$ 900,00</b>
<b>9 GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
9.1.	Diseño Gráfico	paquete	1	\$ 400,00	\$ 400,00
9.2.	Contabilidad	semana	2	\$ 300,00	\$ 600,00
9.6.	Seguros y garantías	paquete	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
9.7.	Gastos legales	paquete	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
					<b>\$ 3.500,00</b>
<b>SUBTOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					<b>\$ 3.500,00</b>
<b>SUBTOTAL PRODUCCION.</b>					<b>\$ 67.010,00</b>
<b>10 PERSONAL ARTISTICO</b>					
<b>10.1. Personajes principales</b>					
10.1.1.	Actores	3 semanas 18 personajes	54	\$ 100,00	\$ 5.400,00
					<b>\$ 5.400,00</b>
<b>11 POSTPRODUCCION</b>					
<b>11.1. Edición y sonorización</b>					
11.1.1.	Editor	paquete	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
11.1.4.	Movilidad	paquete	1	\$ 200,00	\$ 200,00
11.1.5.	Comidas	paquete	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>11.2. Música</b>					
11.2.1.	Música original	paquete	1	\$ 400,00	\$ 400,00
					<b>\$ 400,00</b>
<b>SUBTOTAL POSTPRODUCCION</b>					<b>\$ 8.500,00</b>
<b>SUBTOTAL DESARROLLO - PRODUCCION Y POST PRODUCCION</b>					<b>\$ 79.382</b>
<b>12 5% CONTINGENCIA</b>					<b>\$ 3.969</b>
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 83.351</b>
<b>TOTAL CADA CAPITULO</b>					<b>\$27.784</b>

### 6.2.17 Sesión de derechos de uso de imagen

## SESIÓN DE DERECHOS DE USO DE IMAGEN

### (Actores, Figurantes y Extras)

1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO cede de manera irrevocable a favor del Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la Universidad San Francisco de Quito y del/la estudiante Andrea Manotoa Bautista, sus licenciarios, sucesores y cesionarios, a quienes en adelante se denominarán colectivamente “EL PRODUCTOR”, el derecho ilimitado de uso de las imágenes de video y audio captadas a su persona, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo “Volver a nacer” (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho ilimitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro.

2. El cesionario reconoce también el derecho del productor a cambiar, editar, modificar, y revisar en cualquier momento LAPRODUCCIÓN en todo o en parte, y a combinar la misma, en todo o en parte, con otros materiales o trabajos.

3. EL PRODUCTOR se compromete a poner el nombre del Cesionario dentro de la secuencia de créditos que considere pertinente bajo el nombre:

---

Héctor Raúl Manotoa Vizuite

**Fecha:** Quito, 14 de octubre de 2014

**Número de Cédula:**1702793892

**Dirección:** Gaspar Cañero y 6 de diciembre.

**Teléfono:** 023331265

### 6.2.18 Sesión de derechos de locaciones

#### PERMISO DE USO DE LOCACIÓN

1. A través del presente documento el abajo firmante, en adelante CESIONARIO confirma que está en la capacidad de autorizar el uso de la propiedad ubicada en Gaspar Cañero y 6 de diciembre de la ciudad de Quito en adelante LOCACIÓN, al Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas de la USFQ a través de la estudiante Andrea Manotoa Bautista, a quienes en adelante se denominarán colectivamente “EL PRODUCTOR”, con el objetivo de filmar, grabar, fotografiar imágenes y sonidos para la producción audiovisual con título de trabajo Volver a Nacer (en adelante LA PRODUCCIÓN), con el derecho ilimitado para usar, exhibir y/o explotar, y licenciar a otros para que usen, transmitan, exhiban y/o exploten la producción, en todo o en parte, a través del universo y de manera perpetua, y en cualquier manera y en cualquier tipo de medio conocido o diseñado ahora o en el futuro. El cesionario autoriza el uso de la locación durante las fechas domingo 30 de noviembre de 2014 en las que se preparará, se filmará y se retirarán los elementos que la producción haya puesto en la locación.

2. El cesionario reconoce también el derecho del productor a cambiar, editar, modificar, y revisar en cualquier momento LA PRODUCCIÓN en todo o en parte, y a combinar la misma, en todo o en parte, con otros materiales o trabajos.

3. EL PRODUCTOR se compromete a dejar la locación en las condiciones en las que le fue entregada y a poner el nombre del Cesionario dentro de la secuencia de créditos bajo la sección de agradecimientos.

**Fecha:** Domingo 30 de Noviembre de 2015

**Nombre:** Héctor Raúl Manotoa Vizúete

**Dirección:** Gaspar Cañero y 6 de diciembre

**Teléfono:** 023331265

**Firma**.....

### 6.2.19 Ficha de casting

## FICHA DE CASTING

**DATOS GENERALES**

**NOMBRES:**.....

**EDAD:**.....**FECHA DE NACIMIENTO:**.....

**TELÉFONO:** .....

**MAIL:**.....

**DISPONIBILIDAD DE TIEMPO:**.....

**HABILIDADES:**

.....  
.....  
.....  
.....

**EXPERIENCIA ARTÍSTICA:**

.....  
.....  
.....  
.....

**OBSERVACIONES (PARA DIRECTOR):**

.....  
.....  
.....  
.....

## 7. DECLARACIÓN DE OBRA INÉDITA

Yo Andrea Katherine Manotoa Bautista, certifico por este medio que la obra que estoy sometiendo como proyecto de fin de carrera titulada “Análisis sobre la importancia de generar nuevos contenidos televisivos en Ecuador, de acuerdo al ámbito educativo, cultural, social, económico y legal” es de mi autoría y es un trabajo inédito. No ha participado en ningún tipo de certamen y tengo derecho absoluto sobre el mismo. Siendo este un trabajo de fin de carrera para la obtención del título de Licenciado en Producción de Televisión y Medios Digitales, queda claro que los derechos posteriores de la obra se acogerán al reglamento de la USFQ para su producción, reproducción, distribución, comunicación pública (difusión incluyendo internet) o traducción. Asimismo me responsabilizo de la veracidad de los datos anteriores,

Firma .....

Firmado hoy día..... del mes Mayo del año 2015, en la ciudad de Quito , del país Ecuador.