

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de Comunicación y Artes Contemporáneas

COCOA

De niño quería ser

David Javier Giraldo Ordóñez

Producción de Televisión y Medios Digitales

Trabajo de titulación presentado como requisito
para la obtención del título de
Licenciado en Producción de TV y Medios Digitales

Quito, 18 de diciembre de 2020

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO USFQ

Colegio de comunicación y artes contemporáneas

COCOA

HOJA DE CALIFICACIÓN DE TRABAJO DE TITULACIÓN

“De niño quería ser”

David Javier Giraldo Ordóñez

Nombre del profesor, Título académico

Javier Arano, MFA

Quito, 18 de diciembre de 2020

DERECHOS DE AUTOR

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

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

Nombres y apellidos: David Javier Giraldo Ordóñez

Código: 00115356

Cédula de Identidad: 1722255930

Lugar y fecha: Quito, diciembre de 2020

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por guiarme por un buen camino, tanto como persona como profesional, que en los momentos que más dificultades tuve pude tener la fuerza necesaria y la fe para sobrellevar y encarar todos obstáculos que se me presentaron; ser una mejor persona digna de la confianza de aquellos que me rodean.

A mis padres Segundo y Mercy por su apoyo incondicional y por todo el esfuerzo que hicieron para darnos lo mejor, a mi abuelo Telmo que me brindó todo su conocimiento y toda la ayuda necesaria para cumplir esta meta, a mis hermanos y hermanas: Katherine, Christian, Andrea, Denisse y Fernando por ese amor y cariño incondicional, que me motivaron constantemente para alcanzar mis anhelos. A mi familia en general: tíos, tías, primos, primas, sobrinos y sobrinas porque con ellos pude forjarme y llegar a ser persona que soy ahora.

A mis amigos de la Miravalle, por ser parte de esos momentos importantes que compartimos juntos, momentos de diversión o aprendizaje que nos dio la vida; a Gustavo, Paúl y, en especial a Misael por ser parte de este proyecto y por vivir junto a ustedes las más grandes experiencias de vida, son mis más grandes amigos. A Pamela por ser ese pilar en esos momentos de desasosiego, esa luz que me ayudo a seguir adelante, a ser una mejor persona cada día más, y has hecho más en mi vida de lo que crees.

AGRADECIMIENTOS

Un especial agradecimiento a mi director de tesis Javier, todo tu apoyo y todo el logro pudo completarlo gracias a ti. Gracias a todos mis profesores de carrera (Mario, Fabricio, Felipe, etc.) por todos sus conocimientos brindados. Gracias a mis compañeros de la CTD y la USFQ, junto a ustedes viví los mejores momentos de universidad, agradezco a Alejandro por ayudarme a realizar las pruebas del piloto, amigo eres una gran persona y profesional. Agradezco al cuerpo de bomberos del distrito de Quito sector La Mariscal por apoyar este trabajo permitirme realizar el proyecto en sus instalaciones, son magníficas personas, gracias por sus labor de salvar vidas. Agradezco a la Universidad San Francisco de Quito por ser una institución de calidad al servicio de todos los alumnos y de la sociedad, aprendí a ser mejor profesional y personas en estas aulas. A las empresas Turutá films, Huella Estudio y las personas que trabajan en ellas por darme el apoyo para trabajar y terminar mis estudios. Agradezco a cada una de las personas que he conocido, y me ayudaron a llegar hasta aquí.

ACLARACIÓN PARA PUBLICACIÓN

Nota: El presente trabajo, en su totalidad o cualquiera de sus partes, no debe ser considerado como una publicación, incluso a pesar de estar disponible sin restricciones a través de un repositorio institucional. Esta declaración se alinea con las prácticas y recomendaciones presentadas por el Committee on Publication Ethics COPE descritas por Barbour et al.(2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing, disponible en <http://bit.ly/COPETHeses>.

UNPUBLISHED DOCUMENT

Note: The following capstone project is available through Universidad San Francisco de Quito USFQ institutional repository. Nonetheless, this project –in whole or in part –should not be considered a publication. This statement follows the recommendations presented by the Committee on Publication Ethics COPE described by Barbour et al.(2017) Discussion document on best practice for issues around theses publishing available on <http://bit.ly/COPETHeses>.

RESUMEN

Este proyecto se basa en diseñar y producir un programa de televisión tipo reality, que narre la historia de personajes reales – no prefabricados – que recuerden con ilusión la infancia y, a la vez, sea atractivo para el televidente. Un programa que documente las acciones y esfuerzo de las personas al poder cumplir sus sueños de niñez y reviva esos sentimientos de felicidad e inocencia. Del mismo modo, crear un programa de calidad que induzca al televidente a sentir satisfacción e interés en otros tipos de programas realities.

Palabras claves: Reality, empleos, oficios, motivación, superación.

ABSTRACT

This project is based on designing and producing a reality TV show type, that tells the story of real characters – not prefabricated – that remember with illusion their childhood and, at the same time, attractive to the viewer. A program that documents the action and effort of people power to fulfill their dreams and relive those feelings of happiness and innocence. In the same way, create a high-quality program that induces viewers to feel satisfaction the viewer to feel satisfaction and interest in other types of reality programs.

Key words: Reality TV, works, jobs, motivation, overcoming.

TABLA DE CONTENIDO

Introducción.....	12
Marco Teórico.....	14
La Televisión y la realidad	14
El Reality y el vínculo superación.....	16
Camino a una superación del Reality.....	18
Referencias Televisivas	19
The Apprentice	19
The Job	20
The Thrill of a Lifetime.....	21
Libro de Producción	23
Propuesta argumental.....	23
Ficha técnica.....	23
Storyline	25
Tag-line	25
Log-line	25
Sinopsis.....	25
Estructura Narrativa del proyecto	26
Tratamiento	27
Propuesta de dirección:	27
Propuesta iluminación:	28
Propuesta fotográfica:	30
Propuesta de sonido:.....	31
Diseño visual.....	32
Logo.....	32
Paleta de Colores	32
Tipografías	32
Propuesta de capítulos.....	32
Cronograma de producción por temporada.....	33
Presupuesto	34
Propuesta Capítulo Piloto.....	38
Casting.....	38
Escaleta episodio 1	38
Presupuesto Capítulo Piloto.....	40
Conclusiones	43
Referencias Bibliográficas.....	45

TABLA DE TABLAS

Tabla 1 - Ficha Técnica De niño quería ser	23
Tabla 2 - Estructura Narrativa del Proyecto	26
Tabla 3 - Cronograma de Producción	33
Tabla 4 - Presupuesto por temporada	34
Tabla 5 - Perfil Participante 1.....	38
Tabla 6 - Escaleta episodio 1.....	38
Tabla 7 - Presupuesto Producción episodio 1	40

TABLA DE FIGURAS

Ilustración 1- The Apprentice, NBC (2004).....	19
Ilustración 2 - The Job, CBS (2013)	20
Ilustración 3 - The Thrill of a Lifetime, CTV (1982).....	21
Ilustración 4 – Psicología del color en el marketing	28
Ilustración 5 – The Apprentice, NBC (2014).....	29
Ilustración 6- The Apprentice, NBC (2014).....	29
Ilustración 7 - All the Right Moves, Oxygen (2013)	29
Ilustración 8- The Apprentice, NBC (2014).....	30
Ilustración 9 - The Apprentice, NBC (2014).....	30
Ilustración 10- Test De Niño quería ser	31
Ilustración 11 - Test De niño quería ser	31
Ilustración 12 - Test De niño quería ser	31
Ilustración 13 - Logo De niño quería ser.....	32
Ilustración 14 - Paleta de color.....	32
Ilustración 15 - Casting David Mancero	38

INTRODUCCIÓN

Cada día, más personas aceptan un paradigma habitual acerca de la programación transmitida en los canales de la televisión ecuatoriana, argumentando que la parrilla de contenidos rebosa de programas y realities con contenidos “basura”, contenidos que van más allá del simple entretenimiento; es por esto que los realities han venido perdiendo credibilidad y como espectadores podemos desarrollar un sesgo de estos programas, quejándonos en las redes sociales de lo malo que son los realities, muchas veces sin haberlos visto. Si bien el descontento siguen aumentando, no hemos visto una disminución del rating de programas como “Combate”, “Calle 7”; ubicados entre los preferidos del prime time.

Como estudiante de producción de televisión, en el transcurso de nuestra carrera, nos han enseñado que los programas están constituidos con una planificación, todo lo que se diseña posee un motivo; debe existir una investigación previa y mediante herramientas de marketing se obtienen los gustos y preferencias de los mayores grupos de audiencia en el país, entre los que destacan Quito, Guayaquil y Cuenca. Los resultados que arrojan estos estudios reflejan la creación, producción o compra de programas para la transición televisiva, no por algo “BNL La Competencia” anunció su regreso en horario prime time.

Aun así, se han creado varias alternativas como productos de fusiones de géneros televisivos, que contienen los mismos elementos y características que los realities de alto impacto; para así no solo ofrecer entretenimiento al público en general, sino que al igual que un documental, generar atención cuando se está interesado en la vida de una persona, en su historia y lo que nos tiene que decir; cuando comenzamos a conocer bien a una persona, no hay historia que no sea interesante.

En el presente trabajo, se buscará la relación entre dichas características de los realities con gran índice de audiencia, y otros elementos que desarrollen varios personajes genuinos y auténticos.

MARCO TEÓRICO

La Televisión y la realidad

Estamos viviendo en una era de comunicación, obtenemos información donde queramos, estamos en constante adquisición de conocimientos y contenidos. Cuando entramos en comunicación con nuestros padres, hermanos, amigos y, por supuesto, con los mass media; nos transfieren valores, estándares socioculturales y formas de comportamiento, y de esta forma nos sentimos parte de la sociedad en que vivimos. Los medios de comunicación -siendo la televisión una gran fuente de información- son parte esencial de este proceso de integración con la sociedad; se crea una ventana que brinda una visión extra de la realidad, y mientras más tiempo nos exponemos a esta información, se va profundizando con mayor impacto en la mente de los individuos. Por todo esto, debemos ser cautos con la clase de información y contenidos que se exhiben en horario familiar.

Según Wolf (1994, págs. 97-98), los telespectadores ven a través de la pantalla un mundo diferente al que ven en la vida real, a veces crean ideas vagas de lo que muestra la pantalla, por ejemplo, que los quiteños creen que Guayaquil es una ciudad muy violenta, y al revés de la misma forma, los ciudadanos de Guayaquil creen que Quito es violento; también se crean una representación de los roles sociales, ya sean: étnicos, sexuales, profesionales, etc.; que no resaltan más que contenidos estereotipados. Las personas que están expuestas, por más de cuatro horas diarias, a la información que imparte la televisión son llamados “los grandes consumidores de televisión”; estas personas experimentan un “desplazamiento de la realidad”, de este modo tienden a confundir, generalizar y fusionar la información, que es vista a través de la televisión, con todo el mundo que le rodea. Estos televidentes llenan sus mentes de estas representaciones sociales, representaciones que son transmitidas, de modo masivo, en programas de la parrilla de ficción; y no logran filtrar la información que es válida de aquella

información que no lo es. “Los medios no se limitan a reflejar la realidad, sino que en buena medida contribuyen a crearla” (Gómez, 2015).

Debemos darnos cuenta de que los medios de comunicación no son lo únicos culpables (aunque tienen una gran responsabilidad por los contenidos que transmiten):

"[...] no es la televisión la que impone programas al público, sino su público popular el que impone la programación a través de los indicadores de audiencia y la complicidad que saben establecer con él los responsables de los organigramas y de las emisiones. No es el público el que se parece a la televisión, sino la televisión la que se parece a su público." (Macé, 1997, pág. 188)

Y a través de esta aclaración, Macé ha establecido dos tipos de programas de televisión: la paleo televisión y la neo televisión. La primera se relaciona a los primeros programas de televisión, los cuales buscaban un fin más pedagógico y cultural (a través de diversos reportajes y documentales), donde el fin era enseñar y educar a los televidentes. Este tipo de contenidos se puede definir por su interés e intención, que es básicamente el de educar en un sentido amplio; ofreciendo a través de la televisión, un serie de contenidos inmersos en cada uno de los niveles educativos, incorporando: conocimientos, valores y habilidades” (Abego, 2000, pág. 10); creando una programación que incentive a la enseñanza y aprendizaje del telespectador. Por esta razón, los objetivos educativos y de aprendizaje eran más claros de los que se pueden ver en la televisión actual.

Por otra parte, la neo televisión se define, se construye y se forma en oposición a la paleo televisión: sus objetivos se centran en la hiperestimulación del televidente. Este tipo de contenidos no busca informar o enseñar, su búsqueda es la entretención para ganar más audiencia en su programación, un programa con mucho rating genera más dinero, más segundos

de publicidad y mayor costo por segundo; lograr ser líderes en competencia con otros programas. De este tipo de televisión nacen los programas de realities.

El Reality y el vínculo superación

Dentro de la neo televisión se han desarrollados varios géneros, productos de la evolución e hibridación; se ha abierto un nuevo camino en los espacios de programación, lo que se ha denominado realities de superación: donde se encuentran docu-games o los docu-shows; estos buscan mostrar en directo, el esfuerzo y dedicación para poder conseguir un sueño, un objetivo, o simplemente un premio monetario; lo importante es alcanzar con ilusión que logre convertirse en una realidad.

Muchos de estos programas están basados en una ideología de confrontación, siendo la mayoría de las veces, la búsqueda de la humillación y degradación del participante más que en su deseo de superación:

“La cuestión que se suscita ante tan macabra exhibición es: ¿cuál puede ser la compensación psicológica que el receptor obtiene de la contemplación del daño ajeno? Según dicen los expertos, la gratificación del televidente proviene no ya de la humillación del prójimo, sino del hecho de que opera como contraejemplo, que permite diferenciarse de esa situación indeseable y sentirse seguro y a salvo en el sofá de su hogar sin ser él el ofendido” (Cáceres, 2004).

Así, los participantes se someten por iniciativa propia (vale recordar que firman un contrato en el que deben cumplir cualquier normativa por parte de la producción, a riesgo de ser demandados por incumplimiento de contrato) al escarnio de la audiencia, incluso llegan a exponer su vida privada. El programa “Gran Hermano” es un claro ejemplo, que llegó a romper límites de audiencia en nuestro país durante su emisión, y ser un ejemplo en el uso de mezclas

de géneros y estrategias para crear televisión. Convirtiéndose en una casi “realidad documentada”, ya que los participantes son colocados en situaciones y escenarios fuera de su realidad habitual, de ahí el término de docu-shows.

Eric Macé (1997, pág. 192) clasifica los programas en dos tipos, de acuerdo con la correlación existente entre los participantes y los espectadores; estos son los programas escaparate y los programas espejo. Los primeros se identifican debido a que los participantes no tienen afinidad con los televidentes, no se crea una relación directa; por lo tanto, los espectadores no se interrelacionan con el participante del programa, ni el participante representa al telespectador promedio. Por el otro lado, tenemos a los programas espejos donde el participante y el televidente tienen similitudes, aquel en el que ve su reflejo (como un espejo) a través de la pantalla del televisor. Macé (1997) nos dice que -en los programas de escaparate- el televidente proyecta solo sus deseos y aspiraciones, un anhelo que el espectador quisiera lograr, pero tiene sus limitaciones; aquí podemos encontrar los realities shows de famosos o los realities de talentos. Por otro lado, en el participante espejo se crean vínculos de identificación, el televidente combina algún aspecto de su personalidad con la del participante, llegando a ser un modo de integración a través del televisor. Se crea un vínculo con las actitudes, prejuicios y vive su experiencia con el participante; se emociona cuando el participante avanza su camino, se desespera cuando falla y celebra cuando logra el objetivo.

Recuerdo que, durante la transmisión de Gran Hermano, escuchaba mencionar que el participante “Lobo”, se parecía mucho a algunos amigos. En cualquier de los dos casos se puede ver el deseo de superación y drama del participante, esta mezcla entre los dos balances dependerá el éxito o el fracaso del programa, que se verá reflejado en los deseos de la audiencia por los índices de rating.

Camino a una superación del Reality

Los docu-shows, como American Idol, Survivor, Operación Triunfo, La Voz; han podido mezclar estrategias, hacia lo que ha de denominarse en la actualidad, como realities de superación. El encanto de este tipo de programas, hacia la teleaudiencia, es el esfuerzo que realizan los participantes por cumplir un sueño, mostrar el ahínco diario, el trabajo cotidiano y el costo de poder alcanzar ese sueño; estos elementos son los que han proporcionado el éxito en estos programas. La oportunidad de auto superación es un anhelo para cualquier persona, dada en la relación que tiene con la sociedad que lo rodea. El tema de superación personal conecta intensamente con el telespectador, ya que viene relacionado con sus propias deseos, ambiciones, preguntas, decepciones y frustraciones; programas que pueden mostrar a través de la vida cotidiana: la dedicación, el esfuerzo y la importancia de un trabajo bien hecho; características que son parte de cualquier persona común y corriente en su diario vivir.

“El receptor siempre obtiene alguna gratificación psicológica de las vivencias ajenas: conocer la forma en que el prójimo, individuos normales como nosotros, afronta y resuelve sus complicaciones; favorece, en unos casos, la identificación con el problema y quienes lo padecen y, por esa vía, permite relativizar la propia desgracia. En otros casos, sirve para tomar distancia del mal ajeno, diferenciarse de él y sentirse a salvo por no padecer tal conflicto.” (Cáceres, 2004)

El estatus de superación ha vinculado fuertemente a los participantes con la audiencia, que ha mostrado una fuerte participación con los programas; esto mediante el uso de mensajes de aliento y apoyo en las redes sociales. De esta forma, además de lograr un público fiel y ganancias a la televisora, se obtiene un compromiso ético y social. “La televisión tiene la capacidad de elevar lo particular a ejemplar –no olvidemos que lo público se convierte en

instancia de referencia– en este sentido, la superación es un valor funcional para el sistema porque propone un orden de valor tranquilizador” (Cáceres, 2002).

Referencias Televisivas

Desde la formación de los realities – como macro género de televisión – se han producido varios ejemplos de programas, de lo cuales encontramos aquellos que son de competición directa o realities de convivencia. Estos son algunos programas catalogados como realities de superación que me ayudan a tener una imagen más clara de lo que deseo producir.

The Apprentice



Ilustración 1- *The Apprentice*, NBC (2004)

Género:	Reality Game Show
Creador:	Mark Burnett
País de origen:	Estados Unidos
Idioma:	Inglés
Temporadas:	14
Episodios:	185
Productor:	Mark Burnett, Donald Trump

Descripción: *The Apprentice* es un programa de televisión estadounidense de la cadena NBC. Es un show estelar en el que participan de 16 a 18 empresarios que compiten por 250.000 dólares y un contrato para dirigir una de las empresas de Donald Trump.

Sinopsis: Cada temporada comienza con un grupo de concursantes con experiencia en diversos campos, incluidos los bienes inmuebles, gestión de restaurantes, política de consultoría, venta y comercialización. A lo largo de cada temporada, estos concursantes viven en un pent-house, lo cual permite construir relaciones amistosas entre los participantes. Se dividen en equipos, y cada semana se les asigna una tarea donde deben elegir un director de proyecto para la tarea. El equipo ganador recibe una recompensa, mientras que el equipo perdedor se enfrenta en una Sala de Reuniones con el fin de determinar qué miembro del equipo debe ser despedido (eliminado del reality).

Sitio web: <http://www.bbc.co.uk/programmes/b0071b63>

The Job



Ilustración 2 - The Job, CBS (2013)

Género:	Reality Competition Show
Creador:	Nick Foster, Ken Bolam
País de origen:	Estados Unidos
Idioma:	Inglés
Temporadas:	1
Productor:	Michael Davies, Mark Burnett, James Sunderland

Descripción: Este programa es un Reality de competición para televisión estadounidense que es transmitido en CBS. Presentado por Lisa Ling. el programa

presentó a varios concursantes compitiendo en varios desafíos por la oportunidad de ganar “el empleo de sus sueños en la compañía de sus sueños”

Sitio web: <http://www.cbs.com/shows/the-job/>

The Thrill of a Lifetime



Ilustración 3 - The Thrill of a Lifetime, CTV (1982)

Género:	TV Show
Creador:	Sidney M. Cohen
País de origen:	Canada
Idioma:	Ingles
Temporadas:	6
Episodios:	120
Productor:	Barrie Diehl, Tracy Cohen

Descripción: Fue una serie de televisión (antes que se denominara término: reality) Fue transmitido en 1981-1988 en Canadá en la red CTV. Este programa dio a los espectadores la oportunidad de vivir sus sueños, que van desde aventuras temerarias a las relaciones románticas. Uno de los episodios más notables del programa fue en su primera temporada, cuando se organizó una aspirante a modelo llamada Shannon Tweed a posar para Playboy, que la llevó a convertirse en 1982 Playmate del año y el lanzamiento de una carrera.

Finalmente, gracias al estudio previo realizado y con los conocimientos adquiridos durante la presente investigación, sumando a las referencias visuales de programas ya emitidos he creado el siguiente libro de producción en el desarrollo de mi programa reality se que llama *“De niño quería ser”*

LIBRO DE PRODUCCIÓN

Propuesta argumental

De niño yo quería se basa en el seguimiento de una persona durante 5 días, laborando en el trabajo que deseó de niño, observando las acciones, los logros y las dificultades del participante durante la enseñanza y práctica de esta profesión. Cada capítulo mostrará un trabajo u ocupación diferente, así como un participante por episodio. La cámara seguirá minuto a minuto las acciones de nuestro personaje obedeciendo las enseñanzas, acciones y condiciones de su mentor o guía encargado.

El programa seguirá al participante de forma vivencial, se documentará al personaje en su hogar, en su trabajo actual y otros espacios personales del participante; donde se producirán las entrevistas. Esta documentación ayudará a conocer los motivos del personaje y su elección de la profesión, para que el espectador genere un sentimiento de empatía y apego hacia el participante; también ayudará a despejar cualquier incógnita, pensamiento o sentimiento que vivió nuestro personaje durante su travesía.

Ficha técnica

Tabla 1 - Ficha Técnica De niño quería ser

PROYECTO	
TÍTULO:	De niño yo quería
En versión original:	De niño yo quería
Director:	David Giraldo
Nacionalidad:	ecuatoriana

GUIÓN	
Original: X	Adaptación:
Autor:	David Giraldo
Guionista:	David Giraldo
Nacionalidad:	ecuatoriana

TIPO DE PROYECTO				
Género:	Entretenimiento			
Número de episodios:	12 (doce) / por temporada			
Target:	Clasificación "A": Apto para todo público			
Idioma:	español			
Subtítulos:	Subtítulos ocultos en español 22			
Duración:	22 (veintidós) minutos			
Color: X	B/N:	35 mm:	16 mm:	HDV: X

POSTPRODUCCIÓN	
Montaje de imagen:	David Giraldo
Montaje de sonido:	David Giraldo
Laboratorio:	USFQ

Nombre:	USFQ-COCOA
País:	Ecuador

RODAJE	
Lugar de investigación:	Quito-Ecuador
Lugar de rodaje:	Quito-Ecuador

Storyline

Una persona tiene la posibilidad de trabajar en la ocupación u oficio que anhelaba cuando era niño; revivir esos recuerdos que tenía para poder cumplir un sueño y regresar a esa etapa infantil de ilusión con una profesión diferente a la suya.

Tag-line

Un sueño de la infancia y una semana para cumplirlo.

Log-line

Un adulto vuelve a revivir sus sentimientos de infancia al ejercer el trabajo que deseaba de niño.

Sinopsis

¿Recuerda lo que quiso ser de niño? ¿Trataría de revivir sus sueños de infancia? Muchos niños quieren ser bomberos, policías, pilotos, astronautas, cantantes, actores y actrices; pero al crecer se van olvidando de estos sueños y encaran la realidad. Este programa ofrece la oportunidad de que puedan posponer tu trabajo y vivir por una semana la profesión ideal que

soñaste de niño. Irá desde la preparación, capacitación y entrenamiento de este trabajo para ver si las expectativas y la realidad se asemejan o son todo lo contrario a lo que fue soñado.

Estructura Narrativa del proyecto

Bloque I	
1	Introducción y presentación del personaje
2	Presentación de familia y amigos
Bloque II	
1	Introducción del trabajo del capítulo
2	Aprendizaje del participante
Bloque III	
1	Actividades sociales del personaje con sus compañeros
2	Prácticas del personaje
3	Regreso a su hogar y conclusiones de la experiencia vivida

Tabla 2 - Estructura Narrativa del Proyecto

El programa comenzará en el hogar del participante con la presentación del capítulo, se iniciará con una breve introducción del capítulo con voz en OFF del participante y se presentará una serie de videos grabados a la familia y amigos del participante, donde contarán cómo era el participante en su infancia – sus gustos, sus motivaciones, su comportamiento y anécdotas con la profesión – así como varias palabras cariño hacia el participante. Para luego revelar al participante y que nos cuente a qué se dedica, cómo es su trabajo actual y si está satisfecho, cuáles son sus ilusiones, problemas y sueños, y contrastará con material audiovisual de cómo

fue su niñez, se procurará obtener material donde el participante se ve de niño relacionado con la profesión del capítulo.

Luego se procederá a ver en acción a las personas que trabajan día a día, mostrando su esfuerzo y sacrificio en el trabajo del capítulo. El participante tendrá su bienvenida e introducción. Luego veremos cómo arduamente aprende las técnicas, teorías y procedimientos para desenvolver eficientemente su labor.

A continuación, veremos los frutos de entrenamiento momento en el cual el participante tendrá su prueba final, mostrando su esfuerzo y dificultades en su profesión soñada. Finalmente, y de regreso al hogar, el participante y su familia nos contarán cómo fue la experiencia, cuál es su opinión del trabajo soñado, si cumplió las expectativas que tenía de niño, si le gustaría continuar desenvolviéndose en este trabajo, o si aún seguirá pensando que es el trabajo soñado de la infancia.

Tratamiento

Propuesta de dirección:

El principal objetivo como director es crear un vínculo del participante con su niño pasado, volver a sacar los sentimientos que tiene un niño: inocencia, alegría, diversión, ilusión, y disfrutar de la acción del momento más que en los problemas que nos rodean. Eso se consigue mediante el uso de entrevistas del pasado al personaje y familiares, con el uso de fotografías, videos y objetos que hagan recordar en el personaje esos sentimientos, elementos de arte en locación con valor significativo de su infancia. De igual manera, quiero enseñar el regreso del personaje a esa época donde todo era novedoso y desconocido para el personaje, un nuevo aprendizaje, nuevas experiencias, nuevas prácticas, nuevos errores y, sobre todo, nuevas enseñanzas; esto se logrará procurando que el personaje no tenga acceso previo a los escenarios

que participa, con acciones iniciales rápidas para que el personaje no tenga una asimilación rápida de lo que ocurre.

Influir en cada acción del participante para que sea una figura que logra sus metas, y que los expertos de la profesión sean sus guías y maestros, cada acción tiene un valor, pero no un valor cuantitativo, sino cualitativo, que el personaje tenga una reflexión de las mismas acciones que hace, por eso después de cada acción y experiencia el personaje será entrevistado para conocer que está aprendiendo.

Y, por último, glorificar el logro final; pero no solo para el participante, sino también para la profesión y los actores que se involucraron durante la misma realización del capítulo, con la ayuda de la cámara y planos contrapicados así como el uso de un paleta de colores en arte que expresen seguridad, profesionalismo, confianza (entre los que destacan el color azul).



Ilustración 4 – Psicología del color en el marketing

Propuesta iluminación:

La iluminación en exteriores fuera de set se utilizará más que nada luz natural sin la utilización de luces artificiales (por razones logísticas y estéticas) junto con un rebote que genere un poco de contraste en el rostro, ya que es necesario seguir las acciones de nuestro personaje; sin embargo, de ser muy necesario se empleará una luz artificial.



Ilustración 5 – The Apprentice, NBC (2014)



Ilustración 6- The Apprentice, NBC (2014)

La iluminación en interiores de igual forma para entrevistas y acciones, se utilizará un sistema de luz natural con ayuda de dos luces artificiales: una luz principal suavizada que ilumine al personaje, para rellenar las sombras; y una luz de fondo desde abajo, que ilumine de forma general el espacio.



Ilustración 7 - All the Right Moves, Oxygen (2013)



Ilustración 8- The Apprentice, NBC (2014)

Propuesta fotográfica:

Durante las grabaciones se manejará a 2 cámaras con sus respectivos steadicam para seguir todas las acciones de nuestro protagonista; de igual manera, las cámaras se utilizarán con alta profundidad de campo para no perder ningún detalle de las acciones, para las entrevistas dentro de la escena de acción se utiliza poca profundidad de campo para que el punto de atención se enfoque en las acciones el personaje.

Por otro lado, durante las tomas en su trabajo actual, se procurará utilizar planos con ángulo oblicuo para dar la sensación de inestabilidad del personaje. En cambio, durante el aprendizaje se probará buscar el uso de planos en picado, para dar la sensación de inferioridad (por estar aprendiendo este nuevo trabajo). Finalmente, durante la última etapa se trabaja bajo el uso de planos en contrapicado para magnificar a nuestro personaje.



Ilustración 9 - The Apprentice, NBC (2014)



Ilustración 10- Test De Niño quería ser



Ilustración 11 - Test De niño quería ser



Ilustración 12 - Test De niño quería ser

Propuesta de sonido:

El uso de corbateros en estudio brindará claridad y fidelidad de sonido en las conversaciones entre presentador y participantes.

El boom se utilizará en todo momento, para captar sonidos ambientes y generados en las acciones de los involucrados.

Se hará uso de música que genere una emotividad de nostalgia, y en partes de mayor acción se utilizará música alegre y dinámica.

Diseño visual

Logo



Ilustración 13 - Logo De niño quería ser

Paleta de Colores

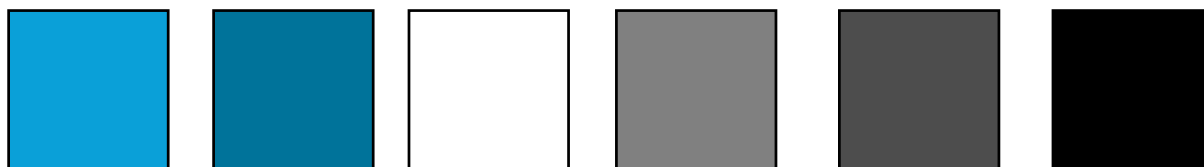


Ilustración 14 - Paleta de color

Tipografías

Humanist 521 UltraBold

Humanist 521 UltraBold

Humanist 521 Bold

Humanist 521 Light

Propuesta de capítulos

1. De niño quería ser Bombero.
2. De niño quería ser Policía
3. De niño quería ser Piloto
4. De niño quería ser Cantante
5. De niño quería ser Actor/Actriz
6. De niño quería ser Enfermero/Enfermera

7. De niño quería ser Panadero
8. De niño quería ser Pintor
9. De niño quería ser Veterinario
10. De niño quería ser Profesor/Profesora
11. De niño quería ser Médico
12. De niño quería ser Astronauta

Cronograma de producción por temporada

ACTIVIDADES	SEMANA 1							SEMANA 2							SEMANA 3							SEMANA 4										
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D				
Casting																																
Investigación																																
Guiones																																
Diseño de Producción																																
Logística																																

ACTIVIDADES	SEMANA 5							SEMANA 6							SEMANA 7							SEMANA 8										
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D				
Logística																																
Rodaje																																
Edición																																
Sonorización y mezcla																																
Salida de episodio																																

ACTIVIDADES	SEMANA 9							SEMANA 10							SEMANA 11							SEMANA 12										
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D				
Logística																																
Rodaje																																
Edición																																
Sonorización y mezcla																																
Salida de episodio																																

ACTIVIDADES	SEMANA 13							SEMANA 14							SEMANA 15							SEMANA 16										
	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D	L	M	M	J	V	S	D				
Logística																																
Rodaje																																
Edición																																
Sonorización y mezcla																																
Salida de episodio																																

Tabla 3 - Cronograma de Producción

Presupuesto

Tabla 4 - Presupuesto por temporada

FORMATO DE PRESUPUESTO PARA PRODUCCIÓN Y POSPRODUCCIÓN						
<i>Estos ítems son de referencia el postulante podrá aumentar o quitar según las necesidades del proyecto.</i>						
NOMBRE DEL PROYECTO:		DE NIÑO YO QUERIA...				
PRODUCTOR:		Por definir				
CO PRODUCTOR:		Cadena de TV				
DIRECTOR:		David Giraldo				
FORMATO RODAJE:		HD Digital				
FORMATO PROYECCIÓN:		Televisión				
SEMANAS DE RODAJE:		1				
DURACIÓN:		23 minutos				
COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Precio/U	Subtotal	Total
1	GASTOS GENERALES					
1.1	SEGUROS, ASPECTOS JURÍDICOS Y FINANCIEROS					558,00
1.1.1	Asesoría y gastos legales	Paquete	1	250	250	
1.1.2	Gastos de timbre y notaría	Paquete	1	100	100	
1.1.3	Registro en el IEPI nombre comercial	Paquete	1	208	208	
1.2	GASTOS ADMINISTRATIVOS Y DE OFICINA					150,00
1.2.1	Telefonía móvil	Temporada	1	50	50	
1.2.2	Insumos de oficina	Temporada	1	100	100	
	SUBTOTAL 1 GASTOS GENERALES					708,00
	IMPREVISTOS 5%					35,40
	SUBTOTAL 2 GASTOS GENERALES					743,40
	IVA 12%					89,21
	TOTAL, DE GASTOS GENERALES					832,61
2	DESARROLLO					
2.1	GUION					70,00
2.1.1	Registro en el IEPI	Capítulo	1	20	20	
2.1.2	Fotocopias guion /encuadernación	Paquete	1	50	50	
2.2	GESTIÓN (Levantamiento de fondos)					850,00
2.2.1	Elaboración piezas audiovisuales para la consecución de patrocinio/teaser	Paquete	1	500	500	
2.2.2	Elaboración e impresión portafolio y piezas gráficas	Paquete	1	150	150	
2.2.3	Gastos de representación, presentaciones a inversionistas etc.	Paquete	1	200	200	
	SUBTOTAL 1 DESARROLLO					920,00
	IMPREVISTOS 5%					46,00
	SUBTOTAL 2 DESARROLLO					966,00
	IVA 12%					115,92

TOTAL, DESARROLLO	1081,92
--------------------------	----------------

3 PREPRODUCCIÓN						
3.1	PRODUCTORES					7.300,00
3.1.1	Producción General	Temporada	1	3.700	3.700	
3.1.2	Asistente(s) de producción	Temporada	2	1.800	3.600	
3.2	PRODUCCIÓN DE CAMPO					2.400,00
3.2.1	Productor de campo	Temporada	1	2.400	2.400	
3.3	DIRECCIÓN Y CABEZAS DE EQUIPO					14.300,00
3.3.1	Director	Temporada	1	4.000	4.000	
3.3.2	Director de fotografía	Temporada	1	4.000	4.000	
3.3.3	Director de arte	Temporada	1	3.800	3.800	
3.3.4	Sonidista	Temporada	1	2.500	2.500	
3.4	CASTING					1.600,00
3.4.1	Director para casting	Temporada	1	1.200	1.200	
3.4.3	Alquiler locaciones para casting	Días	5	80	400	
3.5	PRUEBAS CÁMARA					400,00
3.5.1	Pruebas cámara	Días	1	400	400	
3.6	LOGÍSTICA					660,00
3.6.1	Transporte personas y carga terrestre	Semanas	3	80	150	
3.6.2	Alimentación	Semanas	3	170	510	
	SUBTOTAL 1 PREPRODUCCIÓN					26.666,00
	IMPREVISTOS 5%					1.333,00
	SUBTOTAL 2 PREPRODUCCIÓN					27.993,00
	IVA 12%					3.359,16
	TOTAL, PREPRODUCCIÓN					31.352,16
4 PRODUCCIÓN						
4.1	PERSONAL DIRECCIÓN					4.600,00
4.1.1	Asistente de dirección	Temporada	1	2.800	2.800	
4.1.2	Detrás de cámaras	Temporada	1	1.800	1.800	
4.2	PERSONAL DEPARTAMENTO DE FOTOGRAFÍA					7.200,00
4.2.1	Operador de cámara	Temporada	2	2.800	5.600	
4.2.3	Luminotécnico (<i>Gaffer</i>)	Temporada	1	1.600	1.600	
4.3	PERSONAL DEPARTAMENTO DE ARTE					4.200,00
4.3.1	Asistente de arte I	Temporada	1	1.800	1.800	
4.3.2	Maquillador	Temporada	1	2.400	2.400	

4.4	EQUIPO DE RODAJE, ACCESORIOS Y MATERIALES					16.100,00
4.4.1	Alquiler Cámara y accesorios	Paquete	2	4.000	8.000	
4.4.2	Alquiler óptica y accesorios	Paquete	2	1.500	3.000	
4.4.3	Alquiler paquete de luces y <i>grip</i>	Paquete	1	2.000	2.000	
4.4.4	Alquiler otros equipos (<i>grúas, jibs, dollies, cabezas, camera car, monturas vehículos, otros</i>)	Paquete	2	600	1.200	
4.4.5	Discos duros u otros medios de almacenamiento	Paquete	2	200	400	
4.4.6	Compras misceláneas de rodaje, accesorios y materiales	Paquete	1	1.500	1.500	
4.9	MATERIALES DE ARTE, ESCENOGRAFÍA, UTILERÍA, MAQUILLAJE Y VESTUARIO					600,00
4.9.1	Compras y alquileres utilería	Paquete	1	600	600	
4.10	MATERIALES DE SONIDO					3.600,00
4.10.1	Alquiler paquete de sonido	Paquete	1	3.000	3.000	
4.10.2	Compras misceláneas de sonido	Paquete	1	600	600	
4.11	LOCACIONES					1.800,00
4.11.1	Alquiler de locaciones	Temporada	1	1.800	1.800	
4.12	LOGÍSTICA					3.150,00
4.12.1	Transporte personas y carga terrestre	Temporada	1	1.500	1.500	
4.12.2	Radios	Paquete	1	1.300	1.300	
4.12.3	Enfermería y primeros auxilios	Temporada	1	200	200	
4.12.4	Seguridad	Paquete	1	150	150	
4.13	CATERING					2.300,00
4.13.1	Alimentación	Temporada	1	2.000	2.000	
4.13.2	Bebidas	Temporada	1	300	300	
4.17	POLIZAS					8.000,00
4.17.1	Seguro personal	Paquete	1	5.000	5.000	
4.17.3	Seguro equipos	Paquete	1	3.000	3.000	
	SUBTOTAL 1 PRODUCCIÓN					4.7150,00
	IMPREVISTOS 5%					2.357,50
	SUBTOTAL 2 PRODUCCIÓN					49.507,50
	IVA 12%					5.940,90
	TOTAL, PRODUCCIÓN					55.448.40

5	POSTPRODUCCIÓN					
5.1	EDICIÓN					6.500,00
5.1.1	Edición o montaje	Temporada	1	4.000	4.000	
5.1.2	Asistente de edición I	Temporada	1	2.500	2.500	
5.3	FINALIZACIÓN					4.000,00
5.3.1	Color y etalonaje	Temporada	1	2.500	2.500	
5.3.2	Composición (diseño de títulos y créditos)	Paquete	1	1.500	1.500	
5.5	SONIDO (incluye película y tráiler)					3.400,00
5.5.1	Montaje/edición de sonido	Temporada	1	1.000	1.000	
5.5.2	Mezcla final y codificación (mezclador)	Temporada	1	900	900	
5.5.3	Mezcla final y codificación (sala de Mezcla)	Temporada	1	1.500	1.500	
5.6	MÚSICA					300,00
5.6.1	Derechos temas musicales existentes	Paquete	5	60	300	
	SUBTOTAL 1 POSTPRODUCCIÓN					14.200,00
	IMPREVISTOS 5%					710,00
	SUBTOTAL 2 POSTPRODUCCIÓN					14.910,00
	IVA 12%					1789,20
	TOTAL, POSTPRODUCCIÓN					16.699,20

GASTOS GENERALES	\$832,61
TOTAL, DESARROLLO:	\$1.081,92
TOTAL, PREPRODUCCIÓN:	\$31.352,16
TOTAL, PRODUCCIÓN:	\$64.856,40
TOTAL, POSTPRODUCCIÓN:	\$16.699,20
GRAN TOTAL:	\$114.822,29

PROPUESTA CAPÍTULO PILOTO

Casting

Participante Capítulo 1, perfil:

Ilustración 15 - Casting David Mancero

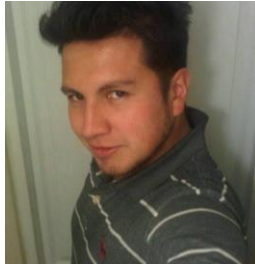
Nombre:	David Misael Mancero	
Edad:	29 años	
Profesión:	Lic. Comercio Exterior	
Intereses:	Tener mi propia empresa, ayudar a la gente y a mi familia, aprender cosas nuevas todos los días y crecer como ser humano. Los deportes, salir a compartir con amigos y la naturaleza. Conocer nuevos sitios y nuevas personas	
Observaciones:	El participante de niño soñaba con ser bombero, pero por un problema en los ojos, ya que padece daltonismo, fue cambiando su parecer. Pasó su vida universitaria por dos carreras, hoy en día aún no se gradúa y estudia para ser comercio exterior, ya que cree que es una carrera lucrativa y lo suficientemente segura.	

Tabla 5 - Perfil Participante 1

Escaleta episodio 1

Tabla 6 - Escaleta episodio 1

Formato de programa: Reality TV Show

Tiempo: 30 min

Director: David Giraldo

	IMAGEN	SONIDO	Entrada	Salida
Bloque I				
1	VTR: Animación de inicio del programa	Audio animación	0:00:00	0:00:20
2	VTR: Video Presentación de la profesión.	Audio video	0:00:20	0:00:50
3	VTR: Video familiares y amigos	Audio video	0:00:50	0:01:20
4	EXTERIOR: Llegada y presentación casa participante	VOZ en IN y OFF PARTICIPANTE: Bienvenida. MÚSICA:	0:01:20	0:02:00
5	INTERIOR CASA: Presentación de familia y/o amigos	VOZ en IN PRESENTADOR, INVITADOS, MÚSICA:	0:02:00	0:02:30
6	INTERIOR CASA: Participante y Familia.	VOZ en IN PRESENTADOR, INVITADOS y PARTICIPANTE: pasado, anécdotas de niñez, ilusiones y sueños, opinión del trabajo y quienes lo realizan	0:02:30	0:05:00
7	EXTERIOR: Participante, y movilización. TOMAS TRABAJO.	VOZ en IN y OFF PARTICIPANTE: Trabajo Actual, problemas y conflictos	0:05:00	0:07:30
11	VTR: Cortinilla de Salida	SFX	0:07:30	0:07:40
Comerciales			0:07:40	0:11:10
Bloque II				
1	VTR: Cortinilla de Entrada	SFX	0:11:10	0:11:20
2	EXTERIOR: Participante llegada lugar de trabajo.	MUSICA:	0:11:20	0:11:40
3	INTERIOR TRABAJO: Participante e Instructor, recorrido del lugar	VOZ en IN: bienvenida e introducción MÚSICA	0:11:40	0:12:30
4	INTERIOR TRABAJO: Participante e instructor aprendiendo AULAS	VOZ en IN, AMBIENTAL, MUSICA	0:12:30	0:15:20

5	INTERIOR TRABAJO: Participante e Instructor aprendiendo en acción	VOZ en IN, MÚSICA	0:15:20	0:18:10
6	INTERIOR TRABAJO: Participante preparado.	VOZ en IN Participante: Sentimientos y expectativas, MÚSICA	0:18:10	0:18:40
10	VTR: Cortinilla de Salida	SFX	0:18:40	0:18:50
Comerciales			0:18:50	0:22:40
Bloque III				
1	VTR: Cortinilla de Entrada	SFX	0:22:40	0:22:50
2	INTERIOR TRABAJO: Convivencia y recreación con compañeros	MÚSICA	0:22:50	0:23:35
3	INTERIOR TRABAJO: Instructor y Participante	VOZ en IN Instructor: Palabras finales, recomendaciones, MÚSICA	0:23:35	0:24:35
4	EXTERIOR: secuencias de acciones TRABAJANDO.	AMBIENTAL, MÚSICA	0:24:35	0:28:15
5	INTERIOR TRABAJO: Instructor, Participante y compañeros	VOZ en IN: Despedida y deseos de instructor y compañeros, opinión, experiencia, conclusiones MÚSICA	0:28:15	0:29:15
6	EXTERIOR CASA: Participante	VOZ en IN: Palabras Finales y despedida - MÚSICA	0:29:15	0:29:45
8	VTR: Cortinilla de Salida	SFX	0:29:45	0:30:00

1

Presupuesto Capítulo Piloto

Tabla 7 - Presupuesto Producción episodio 1

FORMATO DE PRESUPUESTO PARA PRODUCCIÓN Y POSPRODUCCIÓN				
<i>Estos ítems son de referencia el postulante podrá aumentar o quitar según las necesidades del proyecto.</i>				
	NOMBRE DEL PROYECTO:	DE NIÑO YO QUERIA...		
	PRODUCTOR:	Por definir		
	DIRECTOR:	David Giraldo		

	FORMATO RODAJE:	HD Digital				
	FORMATO PROYECCIÓN:	Televisión				
	SEMANAS DE RODAJE:	1				
	DURACIÓN:	23 minutos				
	PRESUPUESTO TOTAL:					
COD.	Ítem	Unidad	Cantidad	Precio/U	Subtotal	Total
3 PREPRODUCCIÓN						
3.7	LOGÍSTICA Y ADMINISTRACIÓN					20,00
3.7.1	Transporte personas y carga terrestre	Días	2	10	10	
	Impresiones	Capítulo	1	10	10	
4 PRODUCCIÓN						
4.5	PERSONAL DEPARTAMENTO DE FOTOGRAFÍA					120,00
4.5.2	Operador de cámara	Capítulo	2	40	80	
4.5.7	Luminotécnico (<i>Gaffer</i>)	Capítulo	1	40	40	
4.6	PERSONAL DEPARTAMENTO DE ARTE					40,00
4.6.10	Utilero	Capítulo	1	-----	----	
4.6.12	Diseñador de vestuario	Capítulo	1	-----	----	
4.6.15	Maquillador	Capítulo	1	40	40	
4.7	PERSONAL DEPARTAMENTO DE SONIDO					60,00
4.7.2	Asistente de sonido	Capítulo	1	60	60	
4.8	EQUIPO DE RODAJE, ACCESORIOS Y MATERIALES					380,00
4.8.1	Alquiler Cámara y accesorios	Paquete	2	100	200	
4.8.2	Alquiler óptica y accesorios	Días	1	----	----	
4.8.3	Alquiler paquete de luces y <i>grip</i>	Paquete	1	100	100	
4.8.4	Alquiler otros equipos (ronin, slider, otros)	Paquete	1	80	80	
4.8.7	Discos duros u otros medios de almacenamiento	Paquete	0			
4.8.8	Compras misceláneas de rodaje, accesorios y materiales	Paquete	0			
4.9	MATERIALES DE ARTE, ESCENOGRAFÍA, UTILERÍA, MAQUILLAJE Y VESTUARIO					10,00
4.9.1	Compras y alquileres escenografía	Paquete	1			
4.9.2	Compras y alquileres utilería	Paquete	1			
4.9.4	Compras y alquileres maquillaje	Paquete	1	10	10	
4.10	MATERIALES DE SONIDO					100,00
4.10.1	Alquiler paquete de sonido (lavalier, boom, taskam)	Paquete	1	100	100	

4.10.2	Compras misceláneas de sonido	Paquete	1	10	10	
4.12	LOGÍSTICA					130,00
4.12.1	Transporte personas y carga terrestre	Capítulo	1	50	50	
4.12.3	Enfermería y primeros auxilios	Capítulo	1	20	20	
4.12.5	Alimentación	Capítulo	1	60	60	

4.13	CATERING					20,00
4.13.1	Snacks	Días	2	5	10	
4.13.2	Bebidas	Días	2	5	10	
4.15	MATERIAL DE RODAJE					0,00
4.15.1	Discos duros	Paquete	1	0	0	
4.15.2	Tarjetas	Paquete	1	0	0	
	PRODUCCIÓN TOTAL					860,00
5	POSTPRODUCCIÓN					
5.1	EDICIÓN					0,00
5.1.1	Edición o montaje	Capítulo	1			
5.3	FINALIZACIÓN					0,00
5.3.1	Colorización	Capítulo	1			
5.3.2	Composición (diseño de títulos y créditos)	Paquete	1			
5.5	SONIDO (incluye película y tráiler)					0,00
5.5.1	Montaje/edición de sonido	Capítulo	1			
5.5.2	Mezcla final y codificación (mezclador)	Capítulo	1			
5.6	MÚSICA					80,00
5.6.1	Derechos temas musicales existentes	Paquete	1	80	80	
	POSTPRODUCCIÓN TOTAL					80,00

PREPRODUCCIÓN TOTAL:	\$20,00
PRODUCCIÓN TOTAL:	\$860,00
POSTPRODUCCIÓN TOTAL:	\$80,00
GRAN TOTAL:	\$960,00

CONCLUSIONES

Mediante el presente trabajo de titulación encontré una forma de comunicar y realizar un reality show de manera diferente a los que estamos acostumbrados a ver normalmente en la televisión ecuatoriana; todos tenemos una historia que contar y la forma que es contada, es lo que la hace rica y singular que las demás. *De niño quería ser* logra contar – de manera atractiva para el televidente – la historia de personajes ocultos para la televisión; logra esta primicia mediante el desarrollo y prueba con un personaje, que no logró cumplir en anhelo de ser un bombero y durante unos días se une a las actividades y aprendizaje de esta labor.

Es muy difícil ser bombero, pero me doy cuenta de que estas personas pueden lograrlo, por que conviven y se respaldan mutuamente, por eso los bomberos con mucho gusto apoyaron este proyecto, se sacrifican diariamente para salvaguardar la vida de las personas, manteniendo la misma energía y fuerza para cumplir su labor. De esta manera debemos reconocer que todas las profesiones son loables, si bien al crecer muchos olvidamos estos sueños por presión de varias situaciones (la presión de la familia, la falta de dinero, inseguridad; presión social que manifiesta que es una locura seguir los sueños, etc.), pero hay personas que logran cumplirlos, trabajar en ellos y lo realizan de manera espectacular.

Ejecutando esta prueba, me doy cuenta de que el valor del crew es muy indispensable para tener un producto de calidad. Si bien tuve un crew muy reducido, la calidad mejorará con personas especializadas en su campo, y por eso es necesario tener un presupuesto mayor.

Al final, el uso del esquema de televisión neo televisión combinado con los elementos de programas espejos crea un producto que es aceptado por la audiencia a través de un vínculo emocional con los personajes. Se crea una relación de simbiosis entre el participante – que tiene la gratificación de haber cumplido su sueño infantil por el que tanto luchó – con el espectador, que aparte de estar entretenido, se motiva a querer cumplir sus propias metas y sueños y por

último con la cadena de televisión obteniendo ingresos económicos necesarios para una siguiente temporada; y finalmente mi programa logra dignificar dos cosas: el sueño que toda persona tenía de niño (no es ninguna locura seguirlo), y el oficio soñado que hoy es realizado por varios adultos (por lo tanto no debe ser subestimado).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abego, S. (2000). El guión para televisión educativa fomal. El caso de telesecundaria. Tesis de licenciatura no publicada. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

Cáceres, M. D. (2002). Operación triunfo o el restablecimiento del orden social. ZER(13).

Cáceres, M. D. (2004). Realities de superación. Nuevo espejo televisivo. Obtenido de Telos: <https://telos.fundaciontelefonica.com/telos/home.asp?idrevistaant=58&rev=58.htm>

Gómez, B. (2015). Disfunciones de la socialización a través de los medios de comunicación. Recuperado el abril de 2016, de Razón y palabra: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520624015>

Macé, E. (1997). La televisión del pobre. Barcelona: Gedisa.

Wolf, M. (1994). Los efectos de los media. Bcelona, España: Paidós.