



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

*El Proceso de Producción del Concierto “Mar Dulce”,
FICCO 2008*

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

P R E S E N T A

María Edith Núñez Romero

Asesora: Dra. Francisca Robles



CIUDAD UNIVERSITARIA, ABRIL 2010.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Gracias **Dios**, gracias **vida**, gracias **familia**...

A mis **abuelitos** Valentín Núñez, Nicolasa Noriega, Juan Romero y Calletana Pizaña por haber formado unos padres entregados, íntegros y amorosos.

A mi **papá** Agustín Núñez Noriega por creer en mí, por ser mi guía y mi apoyo incondicional.

A mi **mamá** Ofelia Romero Pizaña por inculcarme valores y ser el ángel que siempre me cuida.

A mis **hermanas** Martha, Juana, Francisca, María del Carmen y Reyna por ser guerreras incansables y orientarme en mis batallas.

A mis **ahijados** Agustín y Andrés por su cariño y ser fuente de inspiración.

A mis **sobrinos** Paulina, David, Dylan, Axel, Eduardo, Ileana, Fernando, Angélica, Natan y Francisco por su inagotable alegría.

A mis **cuñados** Andrés Reyes, Roberto Esquivel y Guillermo Carrillo por su apoyo familiar.

A mi **Universidad** por brindarme la oportunidad de adquirir conocimiento a través de grandes académicos e investigadores.

A mi **asesora** la Dra. Francisca Robles por su valiosa orientación, su sabiduría y su amistad.

A mis **sinodales** la Mtra. Juana Lilia Delgado, el Lic. Ricardo Jesús Balcázar Garcilazo, el Mtro. Eduardo Fernando Aguado Cruz y el Mtro. José Ángel Garfías Frías por su tiempo y sus invaluable aportaciones a este trabajo.

A Joanna Huerta, Nelly Escamilla, Michel Schwulera, Luis Torillo, Judith Medina y demás **compañeros** del seminario por su apoyo.

A Milko Luis y Paula Astorga por confiar en mí.

A Juan Carlos García, Roberto Chacon, Jorge Salas y todos mis **amigos (as)** por fortalecerme en mis tristezas y celebrar mis triunfos.

A **ti** Nelson Flores... por estar a mi lado.

ÍNDICE

	Página
INTRODUCCIÓN	1
Capítulo 1. Planeación	6
1.1 Elección del elenco, fecha y lugar.	9
Gustavo Santaolalla y <i>Bajofondo</i> .	12
Logística del elenco.	13
1.2 Patrocinios.	14
1.3 Vive Cuervo Salón: usos y condiciones.	16
Venta de Boletos.	20
Cortesías e Invitados VIP.	21
<i>Technical Rider</i> del elenco y <i>staff</i> técnico.	22
Catering.	23
1.4 Promoción.	25
1.5 Voluntarios.	26
1.6 Trámites administrativos.	27
Capítulo 2. Producción	29
2.1 Minute by minute.	31
Unas horas antes del concierto.	34
Prensa.	39
2.2 Ingreso al concierto.	39
2.3 <i>Mar Dulce</i> : Gustavo Santaolalla y <i>Bajofondo</i> en concierto.	41
2.4 Fiesta en los camerinos.	43
2.5 Lo que nadie supo de Santaolalla.	45
2.6 Cierre del evento.	47

Capítulo 3. Balance de Resultados	48
3.1 Balance Interno.	50
3.2 Balance Externo.	54
3.3 Pros y contras de <i>Mar Dulce</i> .	55
3.4 Entrega de carpeta.	58
CONCLUSIONES	60
ANEXOS	63
ANEXO I Documentos FICCO.	64
ANEXO II Documentos externos.	66
ANEXO III Prensa.	72
REFERENCIAS	80

INTRODUCCIÓN

FICCO o Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México auspiciado por *Cinemex* “nace en el año 2004 como un proyecto que fue creado con el objetivo de promover y exhibir cine de la más alta calidad y vigencia, entendiendo el cine como un arte y como una disciplina con capacidad de expresión independiente. Dicho festival es, sin duda, uno de los proyectos de cultura, entretenimiento, arte y educación más sólidos de nuestro país”¹, explicó su directora Paula Astorga.

Durante sus primeros años FICCO se distinguió por la calidad y variedad en sus actividades; su quinta edición, del 19 de febrero al 2 de marzo del 2008, no fue la excepción ya que ese año, se honró con la presencia de su alteza real, Reina Margrethe II de Dinamarca, su alteza real, el Príncipe Consorte Henrik y el jefe de gobierno de la Ciudad de México, Marcelo Ebrard Casaubón, entre otras personalidades, en la ceremonia de inauguración; tuvo a Filipinas como país Invitado, existió un amplio panorama del cine internacional contemporáneo, incursionó *La Ciudad del Cine*² en las rejas del Bosque de Chapultepec, por supuesto conciertos, múltiples funciones al aire libre en espacios universitarios, delegaciones y municipios.

¹ Astorga, Paula, directora FICCO, entrevistada el 16 de octubre del 2009.

² “FICCO-CINEMEX integra las experiencias de estos cinco años con la exposición fotográfica “La Ciudad del Cine”... donde la ciudad de México es la Protagonista”. Catálogo FICCO, México, 2008, p. 27.

Además contó con la participación en el ámbito musical con la presencia del grupo uruguayo-argentino *Bajofondo*, el cual tiene como líderes a los destacados músicos: Gustavo Santaolalla y Campodónico, quienes se presentaron en el concierto llamado *Mar Dulce* del 28 de febrero de 2008 en el centro de espectáculos *Vive Cuervo Salón* (antes Salón 21, ubicado en la zona de Polanco del Distrito Federal).

El departamento de Producción de Sedes Alternas de FICCO, del cual fui titular, fue el encargado de ejecutar de principio a fin el proceso de producción de dicho recital, mismo que realizó también otras actividades, como un concierto titulado: *Homenaje a Joy División* (22 de febrero de 2008) contemplado para 1500 personas en el Centro Cultural Estación Indianilla (Distrito Federal), dos proyecciones magnas al aire libre de la Orquesta *Alloy*: la primera programada para el 24 de febrero de ese mismo año en la explanada del municipio de Ecatepec (Estado de México) y la segunda el 25 de febrero en el bosque de Chapultepec. Cabe señalar que, todo lo anterior se realizó de manera simultánea al concierto *Mar Dulce*, evento que se detallará a lo largo de esta tesina.

Esta experiencia laboral resultó tan enriquecedora, que fue ahí donde surgió la inquietud de compartir con mis compañeros estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación el conocimiento adquirido, esperando que ayude a su desarrollo académico y profesional.

Por lo anterior, las descripciones que se realizan en este trabajo contienen, fundamentalmente, mi experiencia laboral como productora de éste último concierto, ya que, en lo personal, considero que fue el más próspero en elementos de producción en cuanto a las implicaciones que su realización significó.

El objetivo es describir el proceso de producción de dicho concierto, detallando las acciones en sus diferentes etapas, ambientes y escenarios.

La aportación en ello, considero, estriba en que si bien en Televisión el proceso de producción lo conocemos como el desarrollo que abarca tres etapas: pre-producción, producción y post-producción, la variante se halla en la descripción de un proceso de producción de un espectáculo masivo, a realizarse en vivo, lo cual implica variables que, cómo se verá a lo largo del presente trabajo, distan en ciertos puntos y quehaceres de la creación de un producto televisivo.

De este modo, la presente tesina consta de tres capítulos llamados: *planeación*, *producción* y *balance de resultados*, respectivamente, intentando trasladar los procesos televisivos en el desarrollo del concierto con la finalidad de plasmar la similitud que siguió este proceso en su desarrollo.

Así, en el primer capítulo describiré en qué consiste la *planeación* del evento, haciendo un énfasis específico en las actividades realizadas como productora.

El segundo capítulo describe cómo se llevó a cabo la *producción* del concierto, es decir, todo aquello que sucedió durante el día de su ejecución, señalando algunos imprevistos y cómo fue que éstos se solucionaron.

En un tercer apartado, se hace referencia a los lineamientos internos y externos que se contemplaron para llevar a cabo el *balance de resultados*. Es una exposición de los pros y contras que pude observar durante mi participación.

Asimismo, FICCO es una institución que busca ser un proyecto cultural, ofreciendo una alternativa cinematográfica al alcance de todos; sin embargo no se puede dejar de lado el beneficio económico que genera el hecho de producir un evento de dicha naturaleza. En el área de producción, ya sea de radio, cine o televisión, la interactividad con otras áreas del festival es de suma importancia y considero que es precisamente en el ámbito económico-administrativo donde se generó un vacío, porque a pesar de que el concierto *Mar Dulce* resultó una producción de excelente nivel, en términos financieros causó pérdidas, lo anterior debido a una mala administración de los recursos, tanto económicos como humanos.

Finalmente, se presentan las conclusiones de trabajo. También tres anexos donde muestro algunos documentos de índole interno que se generaron para y durante la producción del concierto; documentos de carácter externo como los requerimientos técnicos, las actividades de promoción de la disquera, etcétera y por último, y con la finalidad de contar con la perspectiva

que tuvo la prensa y que considero es de utilidad para el lector, se ofrecen algunas notas periodísticas que se publicaron en días posteriores sobre el concierto, la renuncia del equipo pionero de FICCO y la cancelación del festival para este año 2010.

CAPÍTULO 1:

PLANEACIÓN



Anuncio publicitario de FICCO en la parada de autobús Tacubaya, Calle. 11 de abril y Periférico norte, México, D.F., fotografía tomada en el mes de diciembre 2007. Archivo personal.

CAPÍTULO 1. PLANEACIÓN

En este capítulo describo, como productora del concierto *Mar Dulce* que se realizó el 28 de febrero del 2008 en el marco del Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México en su quinta edición, el primer proceso de producción, llamado *Planeación*

Hebert Zettl, investigador en medios electrónicos de comunicación de origen norteamericano, dice que el productor es “el responsable de todo el personal que trabaja en la producción (así como) de coordinar los elementos técnicos y no técnicos”³.

El proceso de planeación consiste en “determinar los objetivos y metas del desempeño futuro..., así como las tareas y los recursos que se usarán para alcanzarlos”⁴, es decir, reunir los elementos necesarios: talento o elenco, escenario, recursos técnicos, recursos humanos, etcétera, para cumplir con el objetivo de producir, en este caso, el concierto *Mar Dulce*.

En el lenguaje televisivo se utiliza el término pre-producción que quiere decir:

“Proceso inmediato anterior a la grabación o transmisión de un programa televisivo, en donde se lleva a cabo la conjugación de todos los elementos que integrarán la producción y realización de un programa; esto se lleva a cabo en varias reuniones o juntas, participando todos los directamente involucrados con la grabación o transmisión, organizando y coordinando los elementos que intervendrán en la producción”.⁵

³ Zettl Heber, *Manual de producción de televisión*, México, Thomson 2000, p. 385.

⁴ O. da Silva, Reinaldo, *Teorías de la Administración*, México, Thomson 2002, p. 10.

⁵ D'Victoria, Raúl, *Producción en televisión: procesos y elementos que integran la producción en televisión*, México, Trillas 2002, pp. 13-14.

Para la producción de un concierto, dicho término se utiliza de la misma manera, pues planeamos e integramos todos los elementos necesarios para llevar a cabo un evento; sin embargo no vemos reflejado este proceso en una grabación sino, más bien, en la realización del mismo en un tiempo y espacio real.

No obstante de las similitudes, habría que considerar que, cuando un programa de televisión se transmite, grabado o en vivo, se tiene la oportunidad de cortar la transmisión si existiera algún tipo de falla y poner otro programa o imagen de respaldo, pero en un concierto en vivo no es posible esa opción, por ello el proceso de planeación es de suma importancia para evitar imprevistos.

La planeación del concierto *Mar Dulce* se inició sobre una mesa de trabajo, en las oficinas de *Cinemex* Santa Fe (México, D.F.), donde Alma Rosa García Puig, directora de programación del Grupo Cinemex; Paula Astorga, directora de FICCO y Milko Luis, productor ejecutivo, tomaron la decisión de invitar al grupo *Bajofondo* a participar en el festival con un concierto. En una reunión posterior, el productor ejecutivo me comunicó la decisión tomada y me encargó la responsabilidad de la producción. Así fue como empecé a realizar la planeación.

Cabe señalar que la información del presupuesto estuvo restringida, pues sólo la conocían el productor ejecutivo junto con la directora del festival. Por ello, cualquier toma de decisión en ese tema se consultó con el productor directamente.

Para ilustrar gráficamente el proceso de planeación, a continuación presento el siguiente diagrama. Cabe aclarar que la mayoría de las actividades se realizaron de manera simultánea, ya que sólo contábamos con mes y medio para ejecutar el mismo.

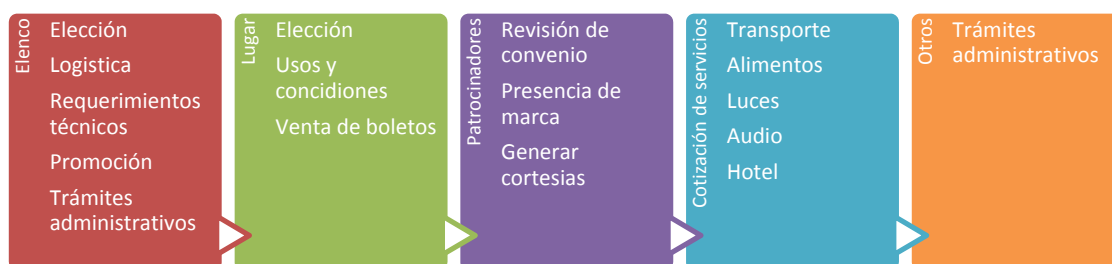


Figura 1. Proceso de planeación del concierto *Mar Dulce*. Elaboración propia.

1.1 Elección del elenco, fecha y lugar

La elección del elenco, como ya mencioné, fue una tarea que se realizó en conjunto por la directora de programación, entonces, Alma Rosa García Puig, por parte de Cinemex, y la directora Paula Astorga y el productor ejecutivo Milko Luis, por parte de FICCO.

Una vez que se tomó la decisión final sobre quién sería el artista, fue obligación del productor de Sedes Alternas investigar sobre el elenco o talento, pues dicha área se convirtió en el proveedor de información. Dadas las condiciones tan justas de tiempo, si Gustavo Santaolalla y Bajofondo no

hubieran aceptado la invitación, la posibilidad de realizar dicho concierto se cancelaba.

Conocer al grupo nos dio el perfil que siguió el concierto y la forma en que se desarrolló éste. Resulta importante mencionar que las condiciones de producción a producción cambian y las propuestas y requerimientos son distintos. Cada evento es único, no es lo mismo producir un concierto de “tango-electrónico”, como fue mi caso, a producir un concierto “*new wave*”⁶ como la fiesta Tributo a *Joy Division* o la proyección del *Pirata Negro* en la explanada del municipio de Ecatepec. Por ejemplo, en *Mar Dulce* se contrató a un grupo extranjero y para el Tributo a *Joy Division* se contrataron cuatro grupos de artistas de origen nacional. Hablando sólo de transportación del personal, por ejemplo, para el primero se compraron boletos de avión en viaje redondo y se rentó transporte terrestre para su desplazamiento en nuestra ciudad, mientras que para el segundo, por el hecho de radicar en México, sólo se les dio el horario de llamado ya que no hubo necesidad de contratar ningún servicio de transporte.

Hicimos el primer contacto con el mánager del grupo para saber si los artistas estaban disponibles y contar con su participación en el festival. Como

⁶ *New wave*: “del inglés ‘nueva onda’, se originó en el movimiento cinematográfico francés de la década del cincuenta, no obstante, el concepto ‘*new wave*’ fue el comodín utilizado por el periodismo, la gente de los sellos y los programadores radiales para designar a los nuevos sonidos que comenzaban a nacer con la llegada de los años ochenta. Seudónimo Acuaman, “El movimiento musical *new wave* y conceptos del *punk*”, *Vértigo*, 13 de octubre de 2007. Dirección URL: <http://vertigo-radiolina.blogspot.com/2007/10/el-movimiento-musical-new-wave-y.html>, [consultado: 22 de febrero de 2010].

tuvimos una respuesta afirmativa, el procedimiento a seguir fue decidir la fecha del evento.

La fecha obedeció, en primera instancia, a los intereses de la *banda* y de FICCO y se definió a partir de la agenda de trabajo del grupo y de las demás acciones del festival para dar tiempo al público de asistir a la mayor cantidad posible de eventos; también se contemplaron las actividades programadas por el director de *Cinemex* y por nuestra directora, evitando que éstas no coincidieran, lo cual nos condujo a establecer como fecha el día jueves 28 de febrero de 2008.

Otro aspecto muy importante, que se rige por el tipo de concierto, es el horario, en este caso como el público estaba integrado en su mayoría por adolescentes y adultos se asignó el inicio del evento a las 21:00 horas.

Teniendo *elenco, fecha y horario* el siguiente paso fue la elección del lugar, la cual correspondió al hecho de que el evento no requería que la gente estuviera sentada y como se esperaban aproximadamente 2 mil personas, se buscó un espacio que albergara a más de 2500 y que contara con una buena ubicación.

Vive Cuervo Salón (ubicado en la calle de Lago Andrómaco No. 17, esquina con Molier en la Colonia Ampliación Granada, Polanco) fue el lugar indicado, pues cumplía con los requisitos, ya que tiene capacidad para 3000 personas de pie en el área central y 500 en la zona denominada VIP (Very Important People).

Contactamos al gerente del lugar y el productor ejecutivo Milko Luis lo reservó. Entonces iniciaron los trámites administrativos: pago del anticipo, forma de pago y *scouting*⁷ para conocer las instalaciones, usos y las condiciones del lugar.

El siguiente paso fue estudiar quién era *Bajofondo* para así poder establecer una línea de trabajo.

Gustavo Santaolalla y *Bajofondo*

Gustavo Santaolalla, es un músico de origen argentino, ganador de, entre otras prezeas, el premio *Oscar* por la banda sonora del filme *Brokeback Mountain* (2005) y *Babel* (2006) respectivamente... , así como de un Premio *Bafta* por la música de la película *Diarios de Motocicleta*.

Bajofondo, se ha auto-clasificado como una banda que hace “música del mapa genético-musical del Río de la Plata, impregnado de sentido que puede ser para gozar o entristecerse y que siempre puede bailarse”. Entre sus reconocimientos podemos mencionar *El Gardel* al “Mejor Álbum de Música Electrónica Argentina” y el premio *Grammy* como “Mejor álbum de Pop Instrumental”.

Bajofondo, está integrado por: Gustavo Santaolalla – Voz, guitarra y percusión, Juan Campodónico – Programación y guitarra, Luciano Superville – Piano y tornamesa, Javier Casalla – Violín, Martín Ferres – Bandoleón, Gabriel Casacuberta – Contrabajo, Adrian Sosa – Batería y Veronica Loza – Video y Voz. (*Sic*)⁸

⁷ En producción de televisión el *scouting* “consiste en la búsqueda de locaciones para la grabación de las diferentes escenas y tomas de ubicación del programa. Esta información se hace llegar al ingeniero responsable de la unidad de grabación, para que realice una visita y especifique el sitio y los requerimientos técnicos para instalar el equipo técnico”.

D'Victoria, Raúl, *op. cit.*, p. 46.

⁸ Boletín de Prensa, documento interno, FICCO 2008 (ver anexo 1).

Resultaba muy importante saber quién era *Bajofondo*, pues nos generó una primera impresión de las condiciones que tendría que contemplar el área de producción.

Esta información nos indicó que se requería de una pantalla en donde se proyecten imágenes, el traslado de los instrumentos musicales del grupo o, según sea el caso, la renta de los mismos y los posibles requerimientos técnicos.

Logística del elenco

En el proceso de planeación se mantuvo comunicación con diferentes divisiones, una de ellas, el mánager de *Bajofondo*, Jorge Ferradas, nos brindó la información necesaria relacionada con el itinerario del grupo, una ficha informativa de sus requerimientos técnicos (sonido, iluminación, pantalla, etc.), un listado de cómo deberían designarse las habitaciones del hotel, así como las necesidades personales del grupo para el día del concierto; otra división, el representante de la disquera *Universal Music Group*, Gustavo Rodríguez, generó una serie de actividades promocionales para el grupo, tales como: entrevistas en radio, televisión y prensa (obedeciendo a los intereses de su empresa).

La información que envió el mánager de *Bajofondo* fue: un *Crew List* (Lista del equipo), el *Rooming list* (Lista de habitaciones) y un *Rider Technical* (Ficha técnica); por su parte, la disquera *Universal Music Group*, envió el itinerario de actividades del grupo durante los días 27 y 28 de febrero (ver anexo 2).

Cabe señalar que, a pesar de la buena disposición de las diferentes áreas involucradas, se tuvo que negociar demasiado con el tema de los traslados, porque algunos integrantes que salían de Uruguay, Argentina y en el caso de Gustavo Santaolalla de Los Ángeles, California (Estados Unidos de América), se empeñaron en viajar en primera clase, lo cual nos generó un mayor gasto.

Otra dificultad fueron las visas de trabajo, ya que por la premura en el tiempo se contrató a una persona recomendada por la disquera Universal para que gestionara dichos documentos, lo que también produjo un gasto que no se tenía previsto.

1.2 Patrocinios

FICCO, como muchas otras organizaciones lucrativas, vive de los patrocinadores, que son las empresas que pagan o generan algún tipo de intercambio para que la imagen y/o producto de su marca esté presente en espacios del festival, tales como: programas de mano, pendones, catálogos, cineminutos (comerciales de 1 minuto que se proyecta en salas de cine), vallas en la calle, anuncios espectaculares, promocionales de radio, volantes, Internet, *videowalls*⁹ (mural de video), diarios del festival y carteleras.

⁹ *Videowall* o mural de vídeo es un conjunto de pantallas de vídeo que están conectadas juntas, por lo que cada pantalla muestra una parte de la imagen entera, o la misma imagen se repite en cada pantalla. Diccionario Ingles *Collin English Definition*, HaperColling Publisher, 2003, Dirección URL: <http://diccionario.reverso.net/ingles-cobuild/video%20wall> [consultado: 12 de febrero de 2010].

Dado que el Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México es auspiciado por la empresa *Cinemex*, y ésta ya tiene convenios establecidos con sus patrocinadores, FICCO tuvo que seguir algunos lineamientos, por ejemplo los de la marca de refresco *Pepsi*.

Aun cuando *Pepsi* fue uno de los principales patrocinadores del festival, también se contó con la participación de: *Banamex, Movistar, Prodigy MSN, Smart, Fundación Televisa, Tequila Don Julio, Hotel Hábita, Pfizer, Nike, Heineken, Blockbuster, Newart Lab, Newart Digital, Kodak, Sony, FedEx Express, Sotomayor Servicios Cinematográficos, Simplemente, 24 x Segundo Magazine, Consecuencias Publicitarias y Red Bull*.

El tipo de acuerdo entre el patrocinador y FICCO era variable, el intercambio podía ser el pago en dinero por tener presencia de marca en los espacios donde se generaran eventos FICCO o en algunas publicaciones también se intercambiaba mercancía y en otros ambos. Para los patrocinadores resultó atractivo tener presencia en FICCO, debido a la difusión en espacios diversos como la página en la *web* (www.ficco.com.mx) y otros portales como como Prodigy MSN; medios escritos, como la revista *Gatopardo, Consecuencias, Fahrenheit, Marvin, Código 06140, Complot, Glow, LEM, Indie Rocks!, 24 x Segundo, Celeste, Deep, Tiempo Libre y La Cartelera*; en radio *IMER, Ibero 90.9* y en televisión a través del *Canal 22, Cinelatino y VH1*.

Asimismo, durante su primer lustro, FICCO ha ganado el reconocimiento del público, por ello, la prensa ya espera el festival, lo cual genera una publicidad

indirecta de los patrocinadores, pues aparece su marca en ruedas de prensa, eventos especiales, presentaciones de películas, ceremonias de inauguración y clausura, entre otros.

En el proceso de producción se elaboró una lista de los patrocinadores que tendrían presencia de su marca. Este documento sirvió para preparar el espacio, ya que se describía el tipo de participación que tendría. Por ejemplo:

CINEMEX

Presencia de Marca en:

Cineminuto, logotipo en todas las publicaciones impresas que se generen para la promoción del evento, Internet (sitio FICCO, CINEMEX, *Ticketmaster*, *Banamex*, etc.), diseño de los boletos.

Lo anterior no quiere decir que el área de producción era el creativo del arte en los materiales antes citados, sino que sólo fungía como proveedor de información y corroboraba que ésta se integrara con los formatos adecuados y en los tiempos establecidos.

1.3 *Vive Cuervo Salón*: usos y condiciones

El lugar del concierto tiene sus usos y condiciones, por ello es indispensable conocer sus políticas para identificar qué patrocinadores podrían tener presencia en el evento y qué restricciones tendría el uso de las instalaciones. Ya que estos detalles generan condiciones de producción diferentes.

La Operadora de Centros de Espectáculos, Sociedad Anónima (OCESA) es una empresa que contrata, produce y organiza conciertos de artistas, grupos nacionales e internacionales, además presenta espectáculos deportivos, ferias, exposiciones, carreras de autos, etcétera. Entre los inmuebles operados por OCESA está el *Vive Cuervo Salón*.

El *Vive Cuervo Salón*, antes era conocido como *Salón 21*, cambió de nombre el 9 de marzo del 2007 cuando *José Cuervo Especial* (una marca de tequila) y *Salón 21* se fusionaron.¹⁰

Conocer cómo operaba el lugar, durante el proceso de planeación fue de mucha utilidad, por ello se programó una primera junta en donde estuvimos presentes Gabriela Lara, promotora de OCESA; Jesús García, gerente del *Vive Cuervo Salón*; el productor ejecutivo de FICCO y una servidora.

El gerente del inmueble nos indicó los usos y condiciones del mismo. En dicha reunión reconocimos el lugar y constatamos que contaba con capacidad para 3 mil 500 personas (aforo para 3000 personas en el área general y 500 en VIP --el área VIP tenía cinco salas, cada una con capacidad para 10 personas--); además tenía exclusividad de venta con la marca *Coca Cola* (refresco) y *Corona* (cerveza); la venta de boletos se realiza a través del sistema *Ticketmaster* y otros detalles como la ubicación de la pantalla, la barra de servicio, el bar, los sanitarios, los tres camerinos con baño completo; asimismo conocimos al

¹⁰ Pérez, Gilberto, "Rebautizan al Salón 21 con Vive Cuervo Salón", *Nuestro Tequila*, 10 de marzo del 2007, Dirección URL: <http://nuestrotequila.blogspot.com/2007/03/rebautizan-al-saln-21-con-vive-cuervo.html> [consultado: 9 de octubre de 2009].

personal técnico, y el que opera las barras, el cuerpo de seguridad que controla y proteger la entrada del público.

El gerente del inmueble nos aclaró que la renta del inmueble, sin ningún tipo de servicio era de 80 mil pesos m/n y que la pantalla, el desplazamiento de bebidas y alimentos para el área VIP generaban costos adicionales si se utilizaban.

Se desató una controversia por los patrocinadores del festival (*Pepsi* y *Heineken*) y los del inmueble (*Coca Cola* y *Corona*). Para resolver esta situación se presentaron dos opciones:

1) Comprar una ventana (servicio que ofrece el inmueble donde las marcas en competencia directa pueden tener presencia libremente con un costo de 50 mil pesos m/n)¹¹ y

2) Que el inmueble negociara con FICCO algún beneficio y con ello evitar el pago de dicha ventana.

El acuerdo al que finalmente se llegó fue que ninguno de los patrocinadores que fueran competencia directa tuvieran presencia durante el evento, entonces ni *Coca Cola*, ni *Pepsi*, ni *Corona*, ni *Heineken* tuvieron presencia, incluso los vasos de la venta de cerveza que tenían la marca *Corona* se cambiaron por otros con la leyenda de *Victoria*.

¹¹ Testimonio recopilado de Lara, Gabriela, promotora de OCESA en la junta de trabajo efectuada en el *Vive Cuervo Salón*, México, 29 de enero 2008.

También solicitaron la distinción de las personas que ingresaron al área VIP así como el público mayor de edad. Para cumplir con este requisito se generaron pulseras: para VIP en color rojo y amarillo para los mayores de edad; cabe señalar que, los portadores de ésta última podían consumir alcohol, así es que, de no traer consigo dicho o dichos brazaletes, se les negaría el ingreso al VIP o la venta (según el caso) y los portadores de ambas pulseras tendrían ambos beneficios.

Otro requisito fue que se entregara un repertorio de las canciones que interpretaría *Bajofondo*, esto con la finalidad de que la Organización de Derechos de Autor captara el 5% de la venta de cada boleto por concepto de regalías¹². Esto es necesario debido a que dicha organización emite un documento de pago de regalías garantizado sin el cual cabría la posibilidad de que el día del evento llegara algún inspector y cancelara el concierto.

Finalmente el último requisito fue que todas las personas que ingresaran al concierto lo hicieran con boleto impreso, ya fuera cortesía o pagado. Así llegamos a la venta de boletos.

¹² El diccionario jurídico de la UNAM define el término “regalía” como: la “cantidad que se paga en virtud de uso o goce de patentes, marcas, derechos de autor, procedimientos o derechos de exploración o explotación de recursos naturales”. *Diccionario Jurídico de México*, Tomo VII, UNAM, 1984 Dirección URH:<http://www.bibliojuridica.org/libros/3/1174/pl1174.htm> [consultado el: 22 febrero 2010].

Venta de boletos

Esta actividad fue sencilla, puesto que “Sedes Alternas” (producción) ya contaba con toda la información necesaria para aquel que la solicitara. Lo que se hizo fue enviar una sinopsis del grupo, los logotipos de patrocinadores, así como las especificaciones del lugar, la fecha, la hora y costo del evento, el cual fue de \$300.00 pesos m/n en localidad general. Al final del proceso se entregó el recurso al ejecutivo de cuenta de la empresa *Ticketmaster*. Cabe destacar que el costo del boleto lo determinó la directora del festival y el productor ejecutivo en una reunión privada.

Ticketmaster es una compañía de ventas y distribución de boletos reconocida y confiable en todo el país. Una modalidad que tiene son las preventas, esto es la comercialización de boletos a determinadas personas antes de ponerse a disposición de todo el público. En nuestro caso, siendo *Banamex* nuestro patrocinador, tuvimos ese beneficio para la gente interesada que contase con una tarjeta de crédito o débito de dicho banco.

El público pudo adquirir su boleto llamando a la línea de servicio *Ticketmaster*, con la opción de entrega en cualquier establecimiento *Mix Up* (tienda de discos) o acudiendo directamente a la taquilla del salón. Puesto que todos tenían que entrar con boleto, se imprimieron unos boletos con la leyenda “cortesía”.

Cortesías e Invitados VIP

El número de cortesías se determinó por la cantidad de invitados que se contemplaron en cada área: FICCO, *Cinemex*, patrocinios, invitados internacionales, disquera *Universal*, entidades gubernamentales y representantes de la prensa.

Se imprimieron 500 cortesías, las cuales se entregaron por área y se pidió que se firmara un acuse de recibo. Un 60% de estas cortesías se destinó a directores, gerentes, autoridades gubernamentales, invitados internacionales y especiales quienes fueron considerados como VIP; el 40% restante fue para compromisos con los patrocinadores y promociones.

Esta zona tuvo una planeación distinta al área general, ya que contaba con el beneficio de que su consumo en bebidas nacionales era gratuito, mientras que el consumo de alimentos si generaba el costo de costumbre. En los costados de dicha área también se montaron mesas tipo “periqueras” con bancos. En el área general los asistentes estaban de pie y se cobraba el consumo, tanto de bebidas como de alimentos.

Es preciso señalar que los servicios en la zona VIP no estaban contemplados dentro de la renta del inmueble, por ello FICCO realizó la cotización. Para cumplir con esta tarea, nos apoyamos en proveedores que localizamos vía Internet y en contactos que ya tenía el festival; a esta actividad se denomina en el medio como “cotización de barras”, ya que se investiga el precio del servicio de meseros, cantineros, copas, periqueras y bancos. Ya es

cuestión del concepto que se esté buscando y del presupuesto que se tenga para elegir la mejor opción.

Es importante contemplar estos detalles y definirlos muy bien en las juntas previas, ya que el cuidado de los mismos genera mayor productividad y garantiza fluidez de la producción. Durante la planeación se realizaron juntas informales internas, en donde se informó al jefe inmediato, que en mi caso fue el productor ejecutivo, de los avances, las dudas o las dificultades que iban surgiendo.

Technical Rider del elenco y staff técnico

El *Technical Rider* o ficha técnica, lo envió el mánager del grupo. *Bajofondo* marcó pautas sencillas, pues solicitó que el piso, los costados y la escenografía fuera de color negro, características con las que contaba el lugar. Es importante mencionarlo porque en comparación con otros eventos podría necesitarse de utilería, como plantas, muebles o reconstruir escenarios de playa, bosque, fachadas, etc. En este sentido su mayor petición fue una pantalla lo más grande posible con capacidad de operar un proyector de 1500 *lumens*¹³.

En esta etapa es importante reconocer sus limitaciones y apoyarse en profesionales como lo fueron nuestros ingenieros de audio e iluminación tanto de FICCO como del *Vive Cuervo Salón*, quienes resultaron ser un gran soporte.

¹³ Lumen: unidad de flujo luminoso. Quijada Soto, Miguel Ángel, *La televisión análisis y práctica de la producción de programas*, México, Trillas, 1986, p. 98.

Una ventaja fue que *Bajofondo* ya había realizado una presentación en el *Vive Cuervo Salón* y se adaptaron muy bien al sistema de trabajo y las condiciones del lugar. Aun así, se programó un *scouting* con el personal técnico para saber cómo se desenvolverían el día del concierto e indicaran las necesidades para realizar las cotizaciones pertinentes.

El servicio de alimentos también es parte del proceso de planeación y lo abordaré a continuación.

Catering

En el medio se conoce al servicio de alimentos como *catering*, para este evento se contemplaron dos *catering*: uno el que solicitó *Bajofondo* y otro para el *staff* (técnicos y producción).

Para desarrollar esta actividad se hace la cotización de dicho servicio y aunque parezca una labor sencilla no lo es, pues se debe ser muy cuidadoso en ello, ya que si no se cumplen los requerimientos al pie de la letra, (en el caso del grupo), puede ser delicado... ¿por qué? muy sencillo, al ser extranjeros, su tipo de alimentación es diferente al nuestro y si se les ofrecía algún alimento que no les cayera bien podían haber enfermado, provocando, incluso, la cancelación del concierto.

Por otro lado el catering del *staff* no tiene la misma complejidad que la del grupo, para ellos se contempló una comida completa: sopas, plato fuerte, postre

y bebida. Regularmente en todo tipo de producción se ofrece la comida de tres tiempos.

Existen proveedores que incluyen la loza en la que servirán los alimentos, otros no; suele ocurrir que, a menudo, no se preguntan estos detalles en el momento de la cotización, por eso a el área de producción le corresponde estar siempre al pendiente, ya que cada servicio generalmente lo consideran de forma individual y por ende con un costo extra. Nosotros contratamos un catering que, ciertamente, no fue el más económico, pero garantizó la calidad de los alimentos y del servicio.

El catering de Gustavo Santaolalla y *Bajofondo* fue:

Prueba de Sonido: (por confirmar)

2 horas antes deberá estar preparado

2 cajas de agua mineral de 1,5 Lts.

20 latas de bebida "Red bull"

30 latas de refresco Coca cola

Sándwiches

Vasos de plástico y servilletas

TODO DEBERA ESTAR CONSERVADO FRIO EN UNA HELADERA DISPUESTA EN EL CAMERINO.

Show:

2 horas antes deberá estar preparado

40 latas de refresco Coca Cola

50 latas de cerveza

30 latas de bebida "Red Bull"

2 botellas de *Premium Ron (Bacardi Gold)*

2 botellas de Whiskey "JB" o "Chivas Regal"

3 botellas de vino tinto tipo *cabernet sauvignon*

1 sacacorchos

4 paquetes de de agua mineral de 1,5 Lts.

3 paquetes de agua mineral 0,5 Lts.

Varias conservadoras con hielo

3 Ceniceros por camerino

15 toallas grandes

Vasos de plástico, copas y servilletas

1 Servicio de comida ligera o picada suficiente para 20 personas
Frutas y chocolates.

TODO DEBERA ESTAR CONSERVADO FRIO EN HELADERA EN EL/LOS
CAMERINOS.¹⁴

Dadas las condiciones con los patrocinadores, las latas de cerveza se ofrecieron de la marca *Heineken* y las latas de refresco que se pidieron de la marca *Coca Cola* se cambiaron por *Pepsi*, con la indicación al grupo de que éstas no podrían salir del área de camerinos, pues se multaría al FICCO por la promoción de la marca, situación que el elenco aceptó sin problema.

1.4 Promoción

La promoción del evento es una tarea netamente del departamento de Comunicación el cual se encargó de difundir el concierto en la mayor cantidad de espacios posibles: medios impresos, radio, televisión e Internet.

En el proceso de producción, además de la tarea del Departamento de Sedes Alternas de proporcionar información, se monitoreó su trabajo, para verificar que la información estuviera actualizada y que tuviera un buen espacio donde se ubicó.

¹⁴ Ferradas, Jorge Eduardo, *GTS Manager*, documento Interno, FICCO 2008.

1.5 Voluntarios

Llevar a cabo un concierto de esta talla requirió de una gran labor en la que los voluntarios fueron piezas indispensables para cumplir con esta tarea.

Pero... ¿De dónde viene?, ¿quién es un voluntario? y ¿qué hace?

Un voluntario viene de una convocatoria que realiza FICCO, en donde invita a todas aquellas personas que, de manera honoraria y sin recibir paga alguna, quieran integrarse a las actividades del Festival. Se genera una base de datos y cada departamento llena una "solicitud de voluntarios" con el perfil que requiera para su área y el número de voluntarios que solicita. Después de la solicitud llega el momento de selección, conocí a Miguel Ángel Esquivel y Pablo Romero, quienes aceptaron participar en el área de producción. Nos integramos muy bien y formamos un equipo responsable, sólido y productivo.

La tarea de los voluntarios fue asistirme, dando continuidad a todos los procesos de producción y verificar la ejecución de los mismos. El Departamento de Sedes Alternas es un área donde se trabaja bajo mucha presión por los tiempos que se manejan, sin embargo, los voluntarios respondieron al nivel de exigencia y fueron un gran apoyo, sobre todo en el momento de resolver trámites administrativos.

1.6 Trámites administrativos

Los trámites administrativos regularmente son burocráticos, porque se recurren a diversas instancias para poder resolverlos.

Los trámites administrativos que se realizaron fueron:

- Las visas de trabajo de Gustavo Santaolalla y *Bajofondo* para permitir su ingreso al país.
- Pago a proveedores como *Vive Cuervo Salón*, *Sotomayor Servicios Cinematográficos*, *Universal* (grupo) y *catering*.

El trámite consistió en:

- a) Enviar por correo electrónico a cada proveedor un formato denominado “Alta de proveedores”.
- b) En cuanto tuvieran el formato lleno, acudir a las oficinas de *Cinemex*, específicamente al Departamento de Contabilidad con dicho formato, un cheque cancelado de la cuenta en donde se les realizaría el depósito de pago, factura con desglose de impuestos y la descripción de la actividad o servicio realizado.
- c) En un periodo de 15 días se dio de alta al proveedor. Si no había observaciones continuábamos el trámite.
- d) Una vez que estuvieron dados de alta se generó el pago, normalmente en un periodo de 90 días, pero dadas las condiciones del Festival, para los proveedores de FICCO el periodo fue de sólo 15 días como máximo.

- e) Contabilidad generó el cheque de pago, mismo que se tuvo que recoger en las oficinas de *Cinemex*. Todos los cheques se depositaron en la cuenta del beneficiario.

La secuencia anterior obedece a un trámite ideal, sin retraso, aunque en la práctica hubo casos, como el pago al gestor de las visas, que por sus actividades específicas no pudo darse de alta como proveedor, por lo que su pago se alargó hasta 90 días, pues entró en un paquete extemporáneo. De hecho, la administración de *Cinemex* tiene un periodo de máximo dos meses, después de haber finalizado el festival, para realizar pagos atrasados del FICCO. Después de este tiempo ya no ingresa ningún documento. Esta situación ha provocado que algunos prestadores de servicios no deseen participar en el Festival en futuras ediciones, ya que, aunque siempre se genera su pago, han considerado que es demasiado tiempo el que esperan por éste.

Cabe mencionar que siempre hay imprevistos durante los eventos y por eso es de suma importancia redoblar esfuerzos en esta etapa para alcanzar con éxito los objetivos. Fue de mucha importancia contar con el apoyo incondicional y profesional de todo el equipo del Festival, particularmente de mis voluntarios, ya que a pesar de que ellos no percibieron un sueldo, accedieron a laborar jornadas de hasta 16 horas y regalar su tiempo en sábados e incluso algunos domingos.

Así es como se concluye esta primera fase de planeación. En el siguiente capítulo hablaré de cómo fue el desarrollo de la de producción.

CAPÍTULO 2:

PRODUCCIÓN



Bajofondo, *Mar Dulce*, portada de CD, Surco Records, 2007

CAPÍTULO 2. PRODUCCIÓN

En este segundo capítulo describiré cómo es el desarrollo de la *producción* durante el día del concierto *Mar Dulce*, el 28 de febrero del 2008. Es en esta etapa donde se refleja el esfuerzo realizado en la planeación.

En televisión a la etapa de producción se le conoce como “la realización del programa en sí, la grabación ya sea en estudio o en exteriores (locación) de todo lo grabado en la pre-producción”.¹⁵ En este caso nos referimos a la realización del concierto en donde la función del productor es coordinar y supervisar que los elementos que se integraron en la etapa de *planeación* se concreten en tiempo y forma.

A continuación, en la figura 3, se presentan las etapas de *producción* del concierto *Mar Dulce*.

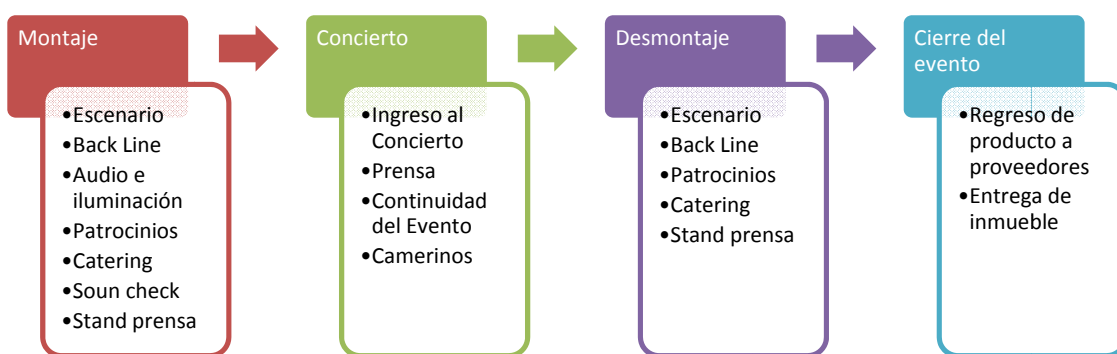


Figura 2. Proceso de producción del concierto *Mar Dulce*, elaboración propia.

¹⁵ D'Victoria, Raúl, *op. cit.*, p. 15.

Durante estas fases el productor debe de ser muy cuidadoso en los tiempos de desarrollo, por ello se generó y se tomó como guía un documento denominado, en el medio, *Minute by Minute*, en el que da llamado a las diferentes áreas y/o personas involucradas para el montaje y desarrollo del concierto y se marcan los tiempos y las actividades generales que se realizarán minuto a minuto. Dicho documento establece un plan de trabajo y permite, por así decirlo, controlar lo planeado.

2.1. Minute by minute

El nombre del documento *Minute by Minute* es un anglicismo que significa minuto a minuto. Tiene formato de escaleta¹⁶ y contempló los rubros de hora, concepto y persona responsable, aunque puede incluir más información si fuera necesario. El *Minute by minute* por lo general es elaborado por el productor del evento y su principal función es marcar una línea de tiempo. Cabe mencionar que en la producción de telenovelas también se le conoce como calendario, ya que dicha grabación regularmente se lleva a cabo en varios meses.

“Uno de los fines más importantes de un calendario de tiempo es el riguroso cumplimiento de los tiempos destinados para cada segmento... Está diseñado para evitar perder el valioso tiempo de producción”.¹⁷

¹⁶ Escaleta: es un guión que enumera los diferentes segmentos que serán incluidos en un programa. Burrows, Thomas D., James C. Foust, Lynne S. Gross, Donal N. Wood. *Producción de video disciplinas y técnicas*, México, Mc Graw Hill Interamericana, 2003, pp. 280-281.

¹⁷ Zettl Heber, *op. cit.*, p. 481.

El minute by minute que se generó para el concierto *Mar Dulce* fue el siguiente:¹⁸

Minute by Minute		
Bajofondo		
Sede: Vive Cuervo Salón (antes salón 21)		
Dirección: Lago Andrómaco #17 esq. Molier, Col. Ampliación Granada México D.F. CP 08400		
Fecha: Jueves 28 de febrero de 2008		
Hora	Concepto	Responsable
10:00 hrs.	Llamado Producción Todos	Miguel Esquivel
10:00 hrs.	Llega Producto para barras	Ingrid Rodea
	Dividir producto barras y camerinos	
	Colocar en cuanto llegue.	
10:00 hrs.	Llega Red Bull	Juan Pablo Bastarachea
10:00 hrs.	Montaje presencia FICCO	Comunicación/Veros
10:00 hrs.	Técnicos FICCO	Chacho / phocco
10:00 hrs.	Montaje Sotomayor	Ricardo Sotomayor
10:00 hrs.	Luzmila (luces)	Bruno S.
10:00 hrs.	Montaje de luz y sonido Back line	Chacho / Phocco
12:00 hrs.	Técnicos Bajofondo Montaje	Bajofondo Técnicos
14:00 hrs.	Catering Staff	Barbara Romero
14:30 hrs.	Catering Sound check camerinos	Barbara Romero
	Tiene que estar listo a las 15:00 hrs.	
16:30: hrs	Entrevista con horizonte 108	Gustavo Rodríguez Universal

¹⁸ Núñez, Edith, *Minute by minute*, documento interno, FICCO, 2008.

	Duración 15 minutos	
17:00 hrs.	Sound check	Bajofondo
18:00 hrs.	Montaje stand patrocinadores	Juan Pablo
18:30 hrs.	Termina Sound check	Bajofondo
18:30 hrs.	Entrevista con reactor 105	Gustavo Rodríguez
	Duración 15 minutos (Cinco ganadores)	
18:30 hrs.	Catering Show Camerinos	Barbara
	Tiene que estar listo a las 19:00 hrs.	
19:30 hrs.	Puertas	
21:00 hrs	Show BAJOFONDO	
23:00 hrs.	Termina Show	
00:00 hrs.	Desmontaje	Todos
ESTOS HORARIOS PODRIAN TENER VARIACIONES.		
Agradeceré su puntualidad. Ma. Edith Núñez Romero Productora Sedes Alternas		

Debido a que este documento se tenía que entregar a las diferentes áreas del festival, se hizo un listado para no olvidar a ninguno de los involucrados; éste inició con la directora del festival, después con el productor ejecutivo, la coordinadora de producción, el mánager del grupo, el representante de la disquera Universal, los ingenieros técnicos, los proveedores de servicios, los departamentos de comunicación, patrocinios, prensa, el gerente del Vive Cuervo Salón y, por supuesto, los integrantes del equipo de producción.

Como era muy importante confirmar que la información había sido recibida y leída, se solicitó a los destinatarios que mandaran un correo de confirmación. Cuando éstos no llegaban se buscó a las personas en sus oficinas

o en sus teléfonos móviles para informarles que tenían llamado. Esto garantizó la continuidad del proceso. Sin embargo hubo imprevistos, pero la tolerancia a la frustración y la concentración en momentos de crisis, son cualidades que hacen la diferencia entre una buena o mala producción.

Unas horas antes del concierto.

Dado que el desarrollo de la producción de *Mar Dulce* se realizó en un día me gustaría comentar que resultó indispensable cuidar los tiempos y comunicar al productor ejecutivo o al jefe inmediato cualquier retraso y aunque parezca obvio usar ropa cómoda, haber comido y dormido bien.

El horario de los llamados depende del tipo de evento o producción y lo determina el productor. Por ejemplo en una telenovela, contemplando que el montaje regularmente es el mismo para varias semanas, se cita al personal un día antes y al equipo de producción (director, productor, realizador, camarógrafo(s), etc., al siguiente día y son jornadas muy largas de trabajo. Las dos proyecciones del *Pirata Negro* (producción de Sedes Alternas) en fechas consecutivas, es otro ejemplo, pues se requirió trasladar (de Ecatepec al Distrito Federal) la pantalla donde se proyectó la cinta durante la noche, lo que implicó solicitar permisos de ingreso al Lago de Chapultepec en la madrugada, después realizar el montaje y las pruebas de audio y video durante la tarde, ya que el evento fue por la noche de ese mismo día.

Así el llamado para el equipo de producción de *Mar Dulce* fue a los 10 de la mañana. En el transcurso de las 10 a las 11 de la mañana llegó el producto de Red Bull, el cual se distribuyó de inmediato en la barras de la zona VIP y en las camerinos. Este producto por convenio fue gratuito, entonces no hubo la necesidad de que el proveedor regresara para recoger el sobrante; también llegaron “Chacho” y “Phocco”, ingenieros de sonido del festival, para empezar a montar el equipo, junto con ellos 8 personas de staff; personal de Luzmila proveedor de algunas luces y una consola, descargó el equipo y se le indicó que regresara para desmontarlo a las 00:00 hrs.

Ricardo Sotomayor, proveedor de la pantalla, llegó con 5 integrantes de su staff para el montaje y se quedaron durante todo el evento. También arribó el equipo del *back line* (instrumentos que utilizó el talento durante el evento --una batería, una guitarra, un violín, un contrabajo, un piano, un acordeón y una vihuela--), y se montó de inmediato.

Casi a las 11 de la mañana llegó Verónica Ledesma, asistente de la dirección de comunicación. Ella se encargaría de llevar el Cineminuto, péndulos para dar presencia de FICCO y los rótulos para los camerinos. Lamentablemente olvidó éstos últimos y se tuvieron que improvisar en el momento. El problema se resolvió comprando hojas de color rojo, marcador de tinta negra y cinta adhesiva. Cuando se forma parte del equipo de producción se hace cualquier cosa para sacar el trabajo adelante.

Una situación que causó estrés fue que el producto para barras¹⁹ no llegaba. Entonces contactamos a la coordinadora, quien nos comentó que la bodega de dónde salía el producto estaba cerrada y que estaría disponible hasta la 1 de la tarde pero que llegaría al Vive Cuervo Salón a las 2 p.m. Sólo nos restó esperar y monitorear al responsable directamente. Finalmente, el producto llegó a las 4 de la tarde y el sobrante fue trasladado a la bodega al cierre del evento.

A las 12:15 p.m. llegaron los técnicos de *Bajofondo* (personas consideradas expertas en la operación del equipo de audio y video), quienes se integraron con los compañeros de FICCO en la tarea del montaje, para preparar el *sound check* o prueba de sonido que fue a las 5 de la tarde.

El servicio del catering para el staff, lamentablemente no llegó a las 14:00 p.m. como se había acordado, pero en cuanto llegó (14:30 p.m.) se asignó su área de trabajo y se le brindó apoyo para lograr que el servicio estuviera en camerinos a las 15:00 horas. A pesar del esfuerzo tuvimos un retraso de 25 minutos, lo que provocó una confusión con los técnicos de *Bajofondo*, ya que pensaron que se había contratado el servicio y salieron de las instalaciones para comer algo.

La situación fue estresante, pues cuando los voluntarios y yo nos percatamos de que los técnicos no estaban, salimos corriendo del Vive Cuervo

¹⁹ Este producto son los mezcladores y las bebidas alcohólicas (refresco de toronja, manzana, cola, agua natural, agua mineral y tequila), que por convenio, lo proporcionó Pepsi y Cuervo, respectivamente. Manejo de Barras, documento corporativo, Pepsico, 2008.

Salón en diferentes direcciones con la esperanza de encontrarlos y avisarles que el servicio estaba listo. Sin embargo no los localizamos y en sus teléfonos móviles jamás contestaron. Afortunadamente regresaron bien y sin hacernos ningún reclamo.



Camerino, Vive Cuervo Salón, concierto *Mar Dulce*, testigo del catering, FICCO 2008, archivo personal.

Gustavo Santaolalla y Bajofondo llegaron puntuales a las 16:45 horas, junto con ellos, Gustavo Rodríguez de Universal Music Group y el reportero de Horizonte 108²⁰, para realizar la entrevista que tenían programada, la cual se llevó a cabo en los camerinos. Una vez que ésta terminó *Bajofondo* inició el *sound check*.

²⁰ Horizonte 107.9 FM, estación de radio de Grupo IMER (Instituto Mexicano de la Radio).



Área general, Vive Cuervo Salón, concierto *Mar Dulce*, sound check, FICCO 2008, archivo personal.

Mientras el grupo hacía su prueba, llegó el equipo de patrocinios para colocar pendones de los patrocinadores en los muros del lugar y dar presencia de marca. Por supuesto, las imágenes de Pepsi, Coca Cola, Corona y Heineken, como se había acordado, no tuvieron presencia y se montó el catering del concierto.

Cuanto terminó el *sound check* Gustavo Santaolalla y *Bajofondo* realizaron otra entrevista, esta vez para Reactor 105²¹, al finalizar la banda se preparó para dar su concierto.

En lo referente al vestuario no se realizaron preparativos, pues ellos usaron ropa sencilla de color negro.

²¹ Reactor 105.7 FM, estación de radio del Grupo IMER (Instituto Mexicano de la Radio).

Prensa

Como es sabido, en los eventos de esta naturaleza se debe contar con un lugar de registro para la acreditación de la prensa; por ello se montó una mesa con dos sillas en el *lobby* del lugar. El responsable de esta actividad se encargó de realizar los registros correspondientes y de informarle a los reporteros que sólo podrían permanecer los primeros 15 minutos del concierto y después tenían abandonar el lugar; el reingreso o la permanencia para ellos ya fue como público.

El registro de la prensa sirve para monitorear la información concierto en los diferentes medios de comunicación para así poder realizar un primer balance de resultados.

Los reporteros, fotógrafos, camarógrafos, etc., le correspondió tener una muy buena ubicación dentro del inmueble para facilitarles su trabajo, por ello se les asignó un espacio de aproximadamente 2 metros de ancho y 15 metros de largo frente al escenario para que estuvieran en primera fila.

2.2. Ingreso al concierto

La directora del festival, Paula Astorga llegó después las 19:30 horas y realizó un recorrido por el lugar para verificar que todo marchara en orden y que el personal de seguridad, meseros, técnicos, grupo, *catering*, patrocinadores, etc., estuviera listo.

Mientras hacíamos el recorrido, en una de las paredes del bar, que medía aproximadamente 3.5 metros de alto por 12 de ancho, se estaba proyectando una imagen fija del logotipo de Coca Cola, por supuesto, recibí una llamada de atención, pues estaba convenido que esta marca no tendría presencia en el evento y se generó otra situación de pánico, pues la gente del Vive Cuervo Salón no tenía preparado ningún otro material. La situación se resolvió quitando la proyección y dirigiendo unas luces tenues de color rojo en dicho espacio para que no se viera tan plano el espacio.

Se asignaron varios voluntarios para que acompañaran e indicaran su lugar a las personas VIP y a la gente de prensa. Una vez que todo estuvo listo, se abrieron las puertas a las 20:00 hrs.

Se había decidido que mientras la gente esperaba a que iniciara el concierto se proyectara el Cineminuto, para incrementar la presencia del festival durante el evento, pero esto provocó tensión, pues en éste aparecía la imagen de Pepsi y Heineken. Cuando nos percatamos de inmediato solicitamos que se dejara de transmitir.

En reuniones anteriores se había acordado editar el material del Cineminuto para evitar esta situación, pero por situaciones ajenas y desconocidas a la producción jamás se realizó. Este descuido habría costado miles de pesos al Festival, sin embargo se detectó a tiempo y no pasó a mayores.

2.3. *Mar Dulce*: Gustavo Santaolalla y *Bajofondo* en concierto

El concierto inició a las 21:00 horas como estaba programado y se contempló que la directora del festival presentara al talento, pero en ese momento ella decidió no hacerlo y la banda empezó a tocar. Aunque esta acción no causó ningún conflicto, hubiera sido apropiado que alguien del festival presentara a la agrupación.

Gustavo Santaolalla y *Bajofondo* iniciaron tocando *No pregunto cuántos son* de su álbum *Mar Dulce*, escrita por Gustavo Santaolalla-D. y Martín-E. Roviera²².



Bajofondo, concierto *Mar Dulce*, Vive Cuervo Salón, FICCO 2008, archivo personal.

El grupo interpretó canciones de su álbum *Mar Dulce* y *Bajofondo Tango Club*, poniendo a bailar a los casi 2500 asistentes, durante las dos horas que duró el concierto. Afortunadamente el evento transcurrió sin contratiempos e

²² Álbum Bajofondo, *Mar Dulce*, Surco Record, México, 2007.

incluso se contó con la presencia de Julieta Venegas, que llegó casi al final del mismo para interpretar la canción *Pa Bailar*.

Ésta no era una actividad previamente planeada, si no que se nos informó vía telefónica que la cantautora mexicana venía en camino para saludar a su amigo Santaolalla y que nos preparáramos, pues era muy probable que subiera al escenario y cantara con ellos.

Lo que hicimos primero fue monitorear su recorrido para saber su ubicación y en cuanto estuvo cerca informamos a la gente de seguridad que se prepara para resguardarla. Una vez que la artista estuvo dentro de las instalaciones se le indicó el recorrido para llegar al escenario. Cabe destacar que paralelamente solicitamos a los técnicos integrar audio y dirigir luces a un elemento más.



Julieta Venegas-Bajofondo, concierto *Mar Dulce*, Vive Cuervo Salón, FICCO 2008, archivo personal.

La gente estuvo muy complacida con la participación de la cantautora y agradeció con ovaciones la entrega que mostró. Otras personalidades que

también asistieron (como público) fueron Meme, de Café Tacuba, algunos integrantes de las bandas Liquits y Bengala, Natalia Lafourcade, Ximena Sariñana, Sasha Sokol, Rebecca de Alba, los videoastas Ángel Flores y Gustavo Garzón y el cineasta Alfonso Cuarón.

En cuanto terminó su interpretación, Julieta Venegas salió del inmueble y de igual manera se asignó personal de seguridad para que la resguardara.

Bajofondo interpretó cinco canciones más y dio por concluida su presentación.



Concierto *Mar Dulce*, Vive Cuervo Salón, FICCO 2008, archivo personal.

2. 4. Fiesta en los camerinos

Una vez que terminó el concierto y que la banda se fue a los camerinos se contemplaron alrededor de 15 minutos para que el grupo se relajara. Luego se

permitió el acceso a algunas personalidades VIP o amigos del talento. Había mucha gente que los quería saludar, entrevistar y conocer. Por ello se pidió apoyo al mánager del grupo y a la disquera para que indicaran quiénes tenían o no acceso a los camerinos. También se solicitó gente de seguridad para controlar este ingreso.

Considerando que por protocolo el director de Cinemex, Miguel Ángel Dávila y la directora del festival, Paula Astorga, agradecerían personalmente a Gustavo Santaolalla y Bajofondo su participación en el Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México, se contrató un servicio de meseros para que dieran atención especial al talento y los directores.



De izquierda a derecha: Milko Luis, productor ejecutivo FICCO; Edith Núñez, productora FICCO; Gustavo Santaolalla, músico; Verónica Ortiz, comunicación FICCO; Alma Rosa García, directora de programación Cinemex; Miguel Ángel Dávila, director Cinemex; Paula Astorga, directora FICCO. Concierto *Mar Dulce*, Vive Cuervo Salón, FICCO, 2008, archivo personal.

Se contempló un periodo aproximado de 30 a 40 minutos para que el grupo conviviera con la gente que los visitó en los camerinos y después abandonaran el lugar.

Mientras la convivencia de Bajofondo se realizaba en los camerinos, en el área general y VIP se invitó a la gente a desalojar el inmueble. Cuando éste estuvo vacío se procedió a realizar el desmontaje para así iniciar el cierre del evento.

La salida del talento, de los camerinos a la puerta de acceso del inmueble, se resguardo con personal de seguridad y fue en ese momento cuando ocurrió el evento inesperado que relato a continuación.

2.5. Lo que nadie supo de Santaolalla

Los voluntarios no sólo apoyaron a los diferentes departamentos del festival, sino que también acompañaron a los invitados en sus actividades y fueron contacto directo con FICCO.

Gustavo Santaolalla y *Bajofondo* tuvieron un voluntario llamado Pablo Valdez que los acompañaba en todas sus actividades. Parte de su tarea era esperarlos en el hotel y una vez que terminaban el día regresaba con ellos al mismo y los orientaba si necesitaban comprar algo o trasladarse a algún sitio.

En esa ocasión, cuando terminó el concierto, el voluntario le indicó a Bajofondo la camioneta que los llevaría al hotel. Una vez que la abordaron se marcharon del lugar, sin embargo faltaba Gustavo Santaolalla, pues continuaba

dentro de las instalaciones despidiéndose de algunos amigos. Cuando Gustavo salió del Vive Cuervo Salón y se disponía a subir a su transporte, cuatro hombres vestidos de negro lo tomaron por sorpresa y sin ninguna explicación lo subieron a un auto y se lo llevaron.

El voluntario, asustado, porque no sabía qué pasaba, le pidió al chofer de la camioneta que siguiera al vehículo y durante la persecución le llamó a la directora del festival para informarle lo ocurrido, ésta a su vez le avisó al mánager del grupo y a la gente de la disquera.

La persecución terminó en la delegación Miguel Hidalgo, en donde el vehículo se estacionó y los cuatro hombres junto con Santaolalla entraron al lugar. Lo que ocurría era que el músico tenía una orden de presentación, ya que lo acusaban de plagio²³ de la música que generó para la película *Amores Perros* y tuvo que rendir su declaración.

Cuando el voluntario pudo dar un lugar de referencia, a éste llegaron el mánager de *Bajofondo*, el representante de la disquera y los abogados de la misma para ver en qué situación se encontraba Santaolalla.

Todo terminó a las 5 de la mañana cuando, bajo ningún cargo, el músico salió y se fue a cenar. A pesar de que se vivieron momentos de mucha tensión,

²³ Plagio significa dolo o fraude y se adapta a los que cometen hurto intelectual con medios fraudulentos. Virgilio Balbuena, Pedro, "El plagio como ilícito penal", *Revista Ventana Legal*, Venezuela. Dirección URL: http://www.ventanalegal.com/revista_ventanalegal/plagio_ilicito.htm, [Consulta: 22 de febrero de 2010].

este acontecimiento tuvo un buen desenlace y ninguna persona de prensa estuvo presente para reportar el hecho y la imagen de Gustavo no se vio afectada.

2.6. Cierre del evento

El cierre del evento consistió en hacer un conteo del producto sobrante de las barras, coordinar que éste se trasladara al área de descarga para su retiro y supervisar que el desmontaje de pendones, luces, sonido, back line, pantalla, barras, mesa de registro, etc. se realizara en orden. Por su parte el servicio de catering realizó un inventario de los objetos rentados, en el cual faltaron 3 toallas y 5 ceniceros, los cuales pagó el festival.

Una vez que el desmontaje terminó y los proveedores se retiraron, se entregaron las instalaciones al Vive Cuervo Salón en las mismas condiciones en que se recibió.

De esta manera es como concluye la etapa de producción y donde inicia nuestro Balance de Resultados.

CAPÍTULO 3:

BALANCE DE RESULTADOS



Prensa, ceremonia de inauguración, FICOO 2008

CAPÍTULO 3. BALANCE DE RESULTADOS

En producción de televisión se cierra con la post-producción, que “comienza con la selección del material grabado, continúa con el proceso de edición y procesado de las imágenes y termina con el sonorizado, hasta la obtención del *master* profesional.”²⁴

En el caso de *Mar Dulce* el *balance de resultados* es la última etapa del proceso de producción; en dicho balance se evaluaron dos rubros para considerar si éste cumplió con los objetivos del concierto: interna y externamente.

El rubro *interno* se refiere a un balance económico-administrativo y el *externo* al impacto que tuvo en los medios; en éste la referencia son las notas publicadas del concierto en días posteriores y que fungen como termómetro de la respuesta del público.

En la figura 4 podemos observar los rubros que se contemplaron para realizar el balance de resultados. Es preciso señalar que cada producción tendrá su propio mecanismo para su balance o evaluación. “Para las cadenas de televisión, el principal proceso de evaluación son los *ratings*. Una serie con altos *ratings* permanece al aire y uno con bajos índices de audiencia se cancela.”²⁵

²⁴ Soler, Lorenç, *La televisión una metodología para su aprendizaje*, Gustavo Gili, S.A., Barcelona 1988, p. 54.

²⁵ Burrows Thomas D., Foust James C., Gross Lynne S., Wood Donal N., *Producción de video disciplinas y técnicas*, México, Mc Graw Hill Interamericana, 2003, pp. 293-294.

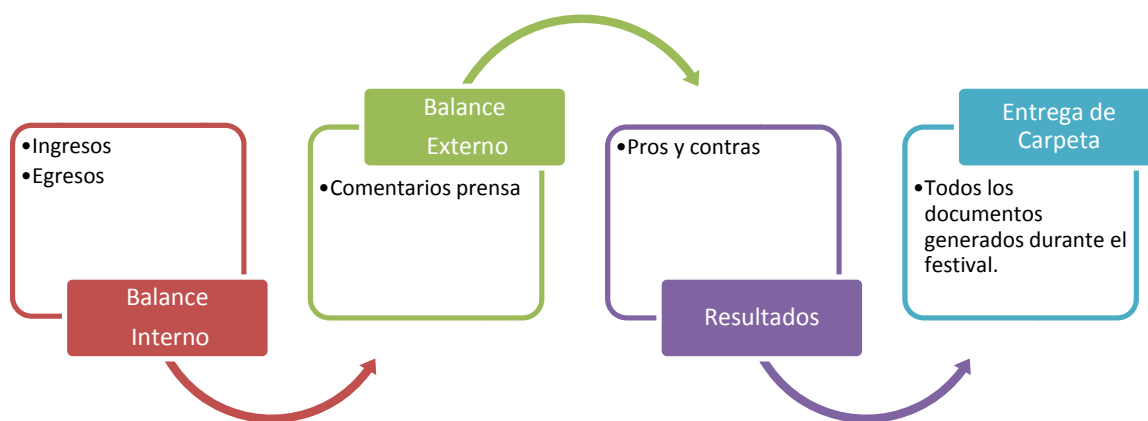


Figura 3. Proceso balance de resultados concierto *Mar Dulce*, elaboración propia.

3.1 Balance Interno

Para realizar este balance se contempló el número de personas que asistió al concierto, los ingresos y egresos económicos. Con ingresos nos referimos sólo al dinero que se obtuvo a través de la venta de boletos y con egresos a los gastos que implicó la realización del mismo, como lo fue el pago del *fee* o salario, viáticos, transporte aéreo y terrestre, renta del inmueble, renta de equipo, *catering*, hotel, pago de trámites administrativos e imprevistos.

La entrada total a este concierto fue de 2 487 personas con boleto impreso, sin embargo, no todas entraron con boleto pagado, por ello se dividió en dos partes:

1. Boletos vendidos: 1 289

2. Boletos de cortesías: 1 198

- a) Boletos de cortesías sin costo: 175
- b) Boletos de cortesías J-Tipo²⁶: 1 023

La primera división nos dará el monto de los ingresos y la segunda entra en el rubro de los egresos.

El monto total de los boletos vendidos fue de \$386,700.00 m/n, considerando que el costo por boleto fue de \$300.00. Dando así la cifra total de los ingresos del concierto.

A dicha cantidad le restamos los egresos que se generaron del Vive Cuervo Salón los cuales se presentan a continuación: ²⁷

²⁶ J-Tipo son los boletos que, además del cobro de impresión, tuvieron un costo de \$1.00 peso. Nota de la autora.

²⁷ Presupuesto *Bajofondo*, FICCO 2008, elaboración propia. Los datos que se presentan en la tabla se tomaron de la *factura* que envió el Vive Cuervo Salón a FICCO-Cinemex, documento interno.

Egresos Vive Cuervo Salón	
Concepto	Monto
Renta del inmueble por un día	\$80 000.00
Renta del equipo de audio e iluminación	\$45 000.00
Desplazamiento de alimentos y bebidas	\$24 000.00
Impuestos	\$23 617.66
Comisión por compra con tarjeta de crédito	\$9 040.20
Impresión de boletos (2,487 x 2.50)	\$6 217.50
Boletos Cortesías J-Tipo (1,023 x 1.00)	\$1 023.00
TOTAL	\$188 898.36

Figura 4. Egresos Vive Cuervo Salón, concierto *Mar Dulce*, FICCO 2008, elaboración propia.

A estos \$188 898.36 m/n se le agregaron los gastos de producción los cuales se muestran en seguida: ²⁸

²⁸ Gastos de producción, concierto *Mar Dulce*, FICCO 2008, elaboración propia. Los datos que se presentan en la tabla se tomaron del *Presupuesto* que generó el productor ejecutivo, Milko Luis, documento interno de trabajo.

Gastos de producción	
Concepto	Monto
<i>Fee Gustavo Santaolalla-Bajofondo</i>	\$100 000.00
Boletos de avión	\$45 000.00
Viáticos	\$31 500.00
Tramite de visas	\$27 950.00
<i>Back Line</i>	\$20 000.00
Hospedaje en el Hotel Habita	\$11 700.00
Ingenieros de Sonido e iluminación	\$10 000.00
Pantalla	\$10 000.00
<i>Catering</i>	\$5 000.00
Renta transporte terrestre (camionetas)	\$4 000.00
	TOTAL \$265 150.00

Figura 5. Gastos de producción, concierto *Mar Dulce*, FICCO 2008, elaboración propia.

Así los ingresos fueron \$386,700.00 m/n, si a ésta le restamos el total de egresos que fue la cantidad de \$454,043.63 m/n nos da un total de -\$ 67,346.36 m/n, ésta cantidad representó una pérdida económica para el festival. Por lo tanto no se cumplieron los objetivos económicos internos (ver figura 6).

INGRESOS-EGRESOS CONCIERTO MAR DULCE



Figura 6. Déficit del concierto *Mar Dulce*, FICCO 2008, elaboración propia.

Es importante señalar que la mayoría de los proveedores por haber participado con anterioridad en el festival manejaron un costo más bajo en sus servicios, lo cual resultó benéfico. Sin embargo, si esto no hubiera ocurrido así, Cinemex, que auspicia a FICCO, hubiera tenido una pérdida aún mayor.

3.2. Balance Externo

El balance externo fue la recopilación de notas publicadas por la prensa después del concierto y que permitió hacer una valoración positiva o negativa de la organización del mismo.

Para realizar éste balance se consultó al Departamento de Comunicación, el cual monitoreó la información que publicaron los medios impresos sobre el concierto (ver anexo 3). Ésta se integró a la carpeta, de la cual hago referencia más adelante.

3.3. Pros y contras de *Mar Dulce*

Uno de los pros del festival fue lograr que Gustavo Santaolalla ganador de dos Premios Oscar (Premio de la Academia al Mérito que otorga La Academia de Artes y Ciencias Cinematográficas) junto con *Bajofondo* participaran en el FICCO aun cuando no tenían programado en su agenda visitar la Ciudad de México como punto de promoción de su material y así poder brindar al público un acercamiento con estos creadores de “tango-electrónico”. Asimismo se resaltó la importancia de la conferencia magistral de Gustavo Santaolalla, ya que fue la actividad que permitió contacto directo entre el público y el artista.

En la última reunión que se llevó a cabo para concluir con pendientes y señalar los aciertos y errores de producción, los diferentes directores de área reconocieron los logros en dicha actividad, incluso se mencionó la importancia de realizar una eficiente pre-producción, ya que aún cuando fue la etapa más compleja y dadas las condiciones de tiempo, se cumplió con los parámetros establecidos.

Otro acierto destacado fue la oportunidad que se brindó a los voluntarios de participar de manera activa en el proceso de producción.

La integración del equipo de trabajo también fue una situación que se debe señalar, pues a pesar de los imprevistos antes señalados y las diferentes circunstancias que se vivieron durante el proceso de producción del concierto, el

profesionalismo de cada uno de los integrantes generó que el departamento de Sedes Alternas se destacara en su labor.

También el apoyo y la confianza que brindaron, la directora y el productor ejecutivo, a una servidora y a todo el personal que laboro en el festival, fueron elementos que motivaron un ambiente sano y productivo.

Uno de los aspectos no favorables fue que Gustavo Santaolla y Bajofondo utilizaron al festival como trampolín para promocionar su material más reciente, cuando en realidad esa no era la intención, resultando así mayormente beneficiadas la disquera y el talento, los cuales cobraron un alto precio por su salario y se concentraron más en la promoción del disco que en apoyar al proyecto cultural.

Otra situación que no ayudó al evento fue la insuficiente promoción, pues el departamento de comunicación tuvo una participación débil, lo cual afectó la afluencia de público y con ello se produjo un perdida en el ingreso en taquilla; incluso el periódico *La Jornada* lo señaló en una nota que publicó el 18 de febrero del 2008 así:

“Precaria difusión

No obstante su gran contenido y que a atraído a miles de asistentes, su precaria difusión (en medios, publicidad exterior, etcétera) ha impedido que más gente se entere de la propuesta completa del festival”²⁹

²⁹ Olivares, Juan José, “El FICCO no es de estrellas, sino de películas y sus creadores: Astorga”, *La Jornada*, 18 de febrero de 2008, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2008/02/18/index.php?section=espectaculos&article=a14n1esp>, [consultado: 21 de octubre de 2009].

Otro problema fue el número exagerado de cortesías que se negoció con los patrocinadores. El acuerdo consistía, en algunos casos, en darles boletos con la finalidad de que éstos se los regalaran a sus clientes como beneficio al comprar algún producto de su línea, por ejemplo, la compañía de telefonía Movistar acordó dar dos boletos por cada teléfono móvil que adquiriera el cliente, sin embargo, no lo hicieron argumentando que fue muy corto el periodo de planeación y que no contaron con el tiempo suficiente para el diseño de la publicidad. La impresión por boleto fue de \$2.50 y tan sólo para patrocinadores se generaron alrededor de 500 cortesías

El alto costo de los boletos de avión y la insistencia del grupo en viajar en una línea determinada y en primera clase también contribuyó a que la cantidad de egresos se elevara.

Otro aspecto desafortunado fueron los recursos humanos y las condiciones deplorables de las instalaciones en donde se laboró (trabajamos hacinados alrededor de 16 personas en un área de 7 x 8 metros aproximadamente). A pesar de que el concierto se llevó a cabo en la quinta edición del FICCO y se esperaba que los recursos que designaría Cinemex fueran mayores, sucedió lo contrario, el presupuesto se recortó y, como consecuencia, la plantilla de trabajo no se incrementó, aún cuando el festival si creció en propuestas y eventos.

3.4. Entrega de carpeta

Al igual que en una producción para televisión, el productor debe de llevar un registro de los documentos que se generan durante la pre-producción, la producción y la post-producción. Estos son necesarios por varias razones. Primero si el productor sale, el que llegue puede continuar la producción; proporciona especificaciones al personal para que todos realicen su trabajo correctamente y otros proporcionan información de impuestos.³⁰

Por ello, se elaboró una carpeta con la información de los diferentes eventos que realizó el departamento de Sedes Alternas en orden cronológico, como proyecciones al aire libre y los conciertos; el tema de las cortesías debido a su magnitud, se contempló como un apartado independiente.

Cada división contenía información de correos electrónicos (toma de decisiones, indicaciones o acuerdos), formatos de alta de proveedores, formatos de alta en Ticketmaster, control de cortesías, cotizaciones y autorizaciones de las mismas y notas de medios de comunicación impresos relacionadas con los eventos.

La carpeta funcionó como testigo y respaldo del trabajo realizado. Ésta se entregó al productor ejecutivo del festival y éste a su vez se la hizo llegar a la directora del mismo.

³⁰ Burrows Thomas D., Foust James C., Gross Lynne S., Wood Donal N., *op. cit.*, p.292.

Para finalizar este tercer capítulo cabe señalar que lamentablemente el 17 de diciembre del 2008 el equipo fundador del FICCO renunció, y dado que yo formaba parte de ese equipo, la administración actual no me permitió el acceso a la carpeta que en su momento generé. Esto limitó la información gráfica que, concidero, hubiera enriquecido este trabajo.

“Luego de haber ‘fundado y fundamentado durante cinco años’ el Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México (Ficco), el equipo encabezado por Paula Astorga (quien era la directora de este encuentro) por medio de una misiva, se deslindó definitivamente ‘de Cinemex y del nuevo equipo que conforma el festival’ “(ver anexo 3).³¹



Bronch de despedida, equipo de trabajo, FICCO 2008, archivo personal.

³¹ Olivares, Juan José, “Renunció el equipo fundador del Ficco”, *La Jornada*, 18 de diciembre de 2009, Dirección URL: <http://www.jornada.unam.mx/2008/12/18/index.php?section=espectaculos&article=a10n1esp>, [consultado: 19 de octubre de 2009].

CONCLUSIONES

El objetivo de esta tesina fue detallar las acciones que se llevaron a cabo durante la realización del concierto *Mar Dulce*, trasladando los procesos televisivos en el desarrollo de éste y resaltar la similitud entre ambos en su elaboración, desde mi experiencia profesional como productora

Hebert Zettl asegura que: “Ser productor implica interpretar varios papeles y, algunas veces, al mismo tiempo. También dice que como productor: “se debe actuar como psicólogo y hombre de negocios para convencer a la empresa de llevar a cabo un proyecto; negociar como técnico experto para obtener equipo y como sociólogo, debe de identificar las necesidades de un grupo social en particular.”³² Cabe mencionar que todo lo anterior implica esfuerzo mental, físico y emocional, pero también satisfacción al ver el producto terminado.

A pesar de que en términos de producción el concierto cumplió su cometido, se descuidaron aspectos importantes que condujeron al FICCO a una “cancelación temporal” de actividades (ver anexo 3). Estos detalles fueron, en su momento, la deficiencia por parte del Departamento de Comunicación para proyectar el evento en los medios adecuados para su difusión; convenios poco sustanciosos con los patrocinadores, de modo que los más beneficiados fueron las marcas participantes; la falta de una estructura organizacional bien definida y la poca, o casi nula, visión de la extrema necesidad de tener una plantilla de

³² Zettl, Hebert, *op. cit.*, p. 408.

recursos humanos suficiente. Es quizá este último aspecto el que redujo la eficiencia operativa de otros departamentos como por ejemplo el de Comunicación, que se tradujo en un efecto domino para todo el festival.

En el desarrollo del presente trabajo pude observar que el conocimiento teórico de los procesos televisivos (pre-producción, producción y post-producción), trasladado a la producción de un concierto, coincidió con la práctica en términos de estructura general, pero en las condiciones de realización, indudablemente, presentó variantes, las cuales dependieron, en primera instancia, de la empresa, el concepto y el presupuesto.

El área de producción, ya sea en radio, cine, televisión o editorial, no sólo se reduce a integrar los elementos necesarios para su ejecución, pues es indispensable contar con conocimientos de periodismo, comunicación audiovisual, publicidad, administración, relaciones públicas e incluso organizacionales, para poder fundamentar una producción más integral en términos de contenido y formato. Sin embargo creo que el productor, se ha encasillado en una función operativa.

Por lo anterior, me permito proponer, un organigrama (Figura 6) que podría ser considerado para futuras producciones de conciertos. Es importante señalar que el número de personas involucradas radicará en la magnitud de mismo, pues *Mar Dulce* estuvo programado para 2000 personas, sin embargo, hay producciones que se proyectan para 14 mil o más.

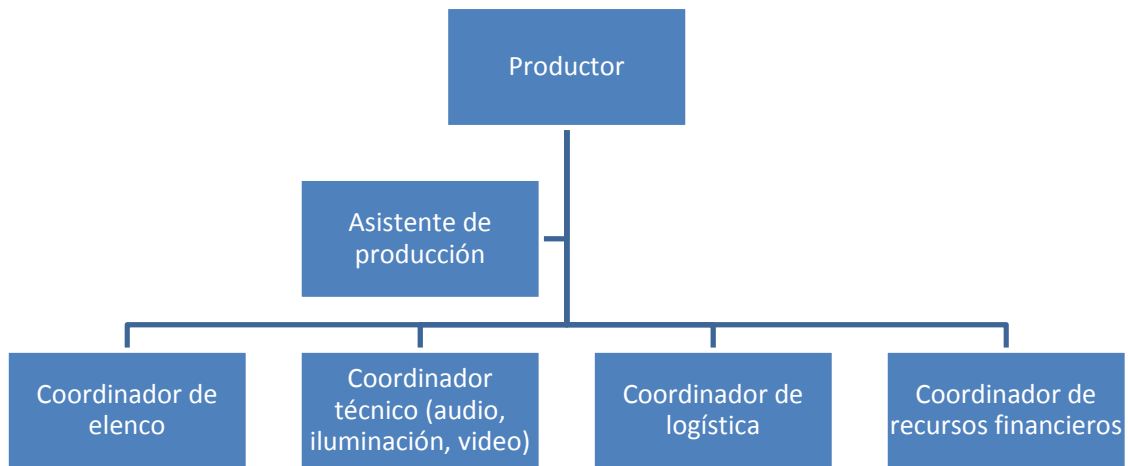


Figura 7. Propuesta personal de un organigrama para conciertos.

Considero también que este trabajo me hizo reflexionar en la necesidad de una formación multidisciplinaria. Pues, si bien es indispensable la especialización del comunicólogo, se requiere que éste tenga una amplitud de criterio y conocimientos para generar las herramientas de competencia laboral que debería tener un egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación.

La producción de un producto, de cualquier índole, requiere de un trabajo colaborativo. Formemos nuestro equipo desde ahora y seamos productores de nuestro conocimiento.

*“El guerrero de la luz a veces actúa como el agua y fluye entre los obstáculos que encuentra... Un río se adapta al camino más factible sin olvidar su objetivo: el mar”.*³³

³³ Coelho Paulo, *Manual del guerrero de la luz*, RHM México 2009, p. 53.

ANEXOS

ANEXO I

Documentos FICCO.

- Boletín de prensa FICCO 2008.

ANEXO II

Documentos externos.

- Crew List Bajofondo.
- Rooming List.
- Plantilla de Iluminación.
- Plantilla del escenario.
- Itinerario Bajofondo-Disquera Universal Music Group.

ANEXO III

Prensa

- Presenta Santaolalla Mar dulce en México
- Se luce Santaolalla con Bajo Fondo en recital
- Hacen gran tango y mucho más
- Bajofondo armó la fiesta
- Renunció el equipo fundador del FICCO
- Cancelan el FICCO

ANEXO I

- Boletín de prensa FICCO 2008



FICCO CINEMEX PRESENTA A BAJOFONDO EN CONCIERTO

BAJOFONDO LA BANDA DE GUSTAVO SANTAOLALLA PRESENTARÁ EN VIVO SU MÁS RECIENTE PRODUCCIÓN “MAR DULCE”, EN EL MARCO DE FICCO 5º ANIVERSARIO

28 DE FEBRERO, 21:00 HORAS, VIVE CUERVO SALÓN

Gustavo Santaolalla, músico ganador del premio Oscar por la banda sonora del film Brokeback Mountain (2005), y Babel (2006) respectivamente, se presentará en concierto con su banda **BAJOFONDO** el próximo 28 de febrero, a las 21:00 horas en el marco del Quinto Aniversario de FICCO. Santaolalla, también ganador de un Premio Bafta por la música de la película "Diarios de Motocicleta".

BAJOFONDO, se han auto-clasificado como una banda que hace “música del mapa genético-musical del Río de la Plata, impregnado de sentimiento que puede ser para gozar o entristecerse y que siempre puede bailarse”. Entre sus reconocimientos podemos mencionar El Gardel al Mejor Álbum de Música Electrónica en Argentina y el premio Grammy como Mejor álbum de Pop Instrumental.

BAJOFONDO, está integrado por: **Gustavo Santaolla** - Voz, guitarra y percusión , **Juan Campodónico** - Programación y guitarra, **Luciano Superville** - Piano y tornamesa, **Javier Casalla** – Violín, **Martín Ferres** – Bandoleón, **Gabriel Casacuberta** - Contrabajo , **Adrian Sosa** – Batería y **Veronica Loza** - Video y Voz , se presentarán en concierto el 28 de febrero, a las 21:00 horas en el marco de actividades especiales con las que el Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de Mexico celebra su quinto aniversario.

Mar Dulce, es la más reciente producción de la banda, fue grabado en tiempo real con todos los miembros tocando juntos. Incluso las cuerdas fueron ejecutadas por una sección conducida por Alejandro Terán, en el modo de una orquesta de tango, incluyendo cuatro violines, dos violas y un cello.

El álbum fue grabado en Buenos Aires, Montevideo, Los Ángeles, Nueva York, Tokio y Madrid. En esta ocasión participaron artistas como Elvis Costello, La Mala Rodríguez, Nelly Furtado, Gustavo Cerati, Fernando Santillo, ex Peyote Asesino, Juan Subirá, tecladista y compositor de Bersuit; el virtuoso ejecutante japonés del bandoneón, Ryota Komatsu y varios artistas del Río de la Plata.

El primer sencillo se llama Pa'Bailar cuenta con el virtuosismo de Ryota Komatsu y con el todo el poder de Bajofondo. El video rompe todos los esquemas de la música comercial.

Antes de llegar a México, han estado de gira haciendo más de 16 fechas en Europa y 5 en Sudamérica. Entre ellas, han llenado lugares tan afamados como el RoundHouse, Brighton Dome y el Bristol Colston Hall de Inglaterra. Así como, el Teatro Rex de Argentina en dos ocasiones.

Con este concierto FICCO refuerza uno de sus objetivos más importantes: abrir una ventana que acerque al público con los creadores que marcan la diferencia en la industria cinematográfica.

FICCO Cinemex 5ª edición se lleva a cabo del 19 de febrero al 2 de marzo de 2008.

www.ficco.com.mx

www.myspace.com/bajofondomardulce

CONCIERTO

Vive Cuervo Salón

28 de febrero, 21:00 horas

Venta de boletos disponible en Ticketmaster

Acceso \$300 general



Ortiz, Verónica, *Boletín de prensa*, documento interno, FICCO 2008.

ANEXO II

- Crew List

Name and Lastname Nombre y Apellido	ID# and Passport#No de Identificación y pasaporte	Issuing Government	Date of Birth Fecha de nacimiento	Job Title Actividad	Gender Género
Gustavo Alfredo, Santaolalla	38576007	<i>USA</i>	29/08/51	Musician	Male
Adrian Nicolas, Sosa	21453773	<i>Argentina</i>	05/03/70	Musician	Male
Luciano, Supervielle	05AE04780 6	<i>France</i>	30/10/76	Musician	Male
Jose Martin, Ferres	25.462.034	<i>Argentina</i>	01/08/76	Musician	Male
Gabriel, Guemberena Casacuberta	01.684.960-0	<i>Uruguay</i>	25/04/67	Musician	Male
Javier, Casalla	22.991.454	<i>Argentina</i>	05/10/72	Musician	Male
Verónica Raquel, Loza Fernandez	03.330.043-9	<i>Uruguay</i>	07/08/73	Musician	Female
Juan Pablo, Campodonico	983459V	<i>Italy</i>	06/02/71	Musician	Male
Alejandro, Velazquez	14.315.956	<i>Argentina</i>	04/11/60	Light Engenieer	Male
Luis Fernando, Garuti	16.893.969	<i>Argentina</i>	29/08/63	Stage Manager	Male
Pablo Ivan, Navarro	20.837.543	<i>Argentina</i>	12/09/69	Sound Engenieer	Male
Gustavo Miguel, Weht	18.412.065	<i>Argentina</i>	22/06/67	Sound Engenieer	Male
Alejo Joaquin, Arce	30.833.526	<i>Argentina</i>	06/02/84	Road, Manager	Male
Jorge Eduardo, Ferradas	17.362.753	<i>Argentina</i>	19/08/64	GTS Manager	Male

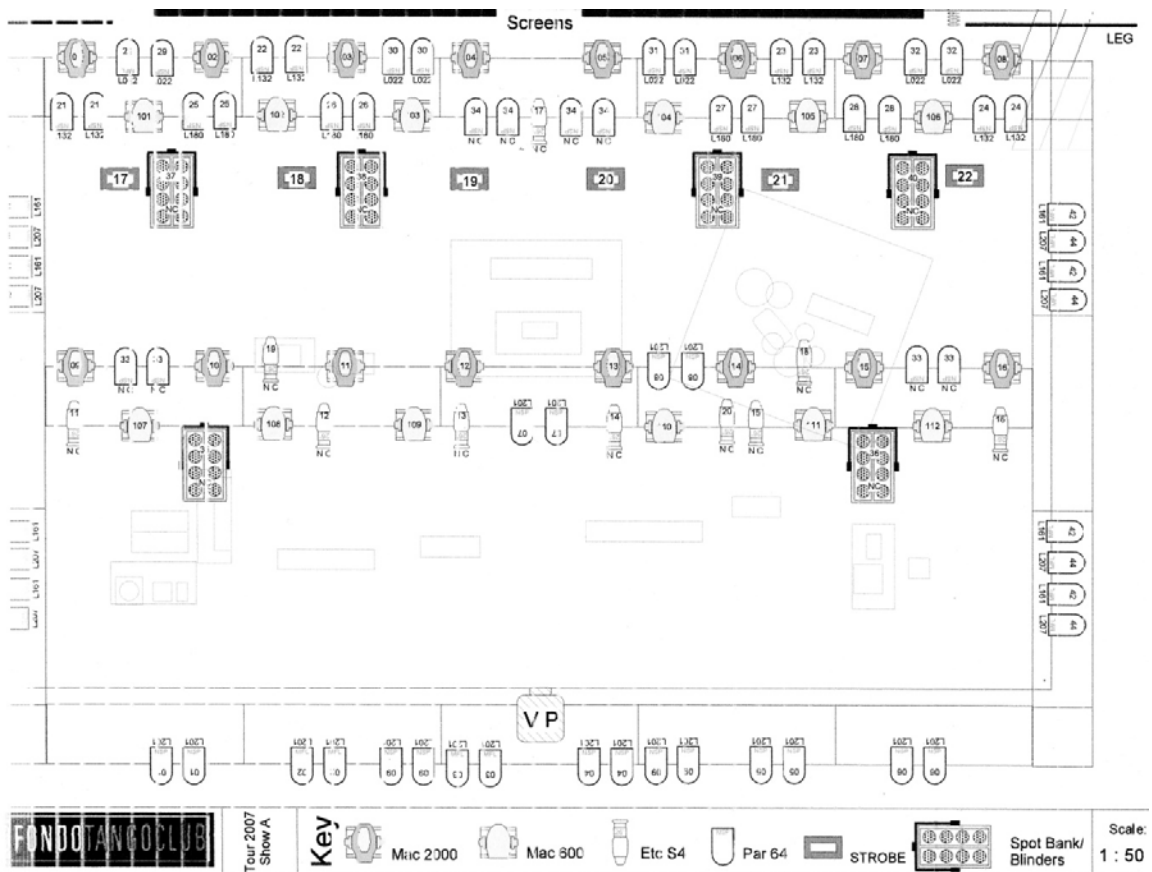
Ferradas, Jorge Eduardo, Manager Bajofondo, *Crew List*, documento interno, FICCO 2008.

- Rooming List

ROOMING LIST		
Junior Suite	Santaolalla, Gustavo	#
Single	Ferradas, Jorge	#
Double Twin	Casalla, Javier Ferres, Martin	#
Double Twin	Supervielle, Luciano Casacuberta, Gabriel	#
Double	Campodonico, Juan Loza, Veronica	#
Double Twin	Sosa, Adrian Navarro, Pablo	#
Double Twin	Arce, Alejo Velazquez, Alejandro	#
Double Twin	Weht, Gustavo Garuti, Luis	#
Doble Twin	Casacuberta, Pablo Fernández, Juan Ignacio	#
Doble Twin	Rivero, Martín Ferrando, Agustin	#

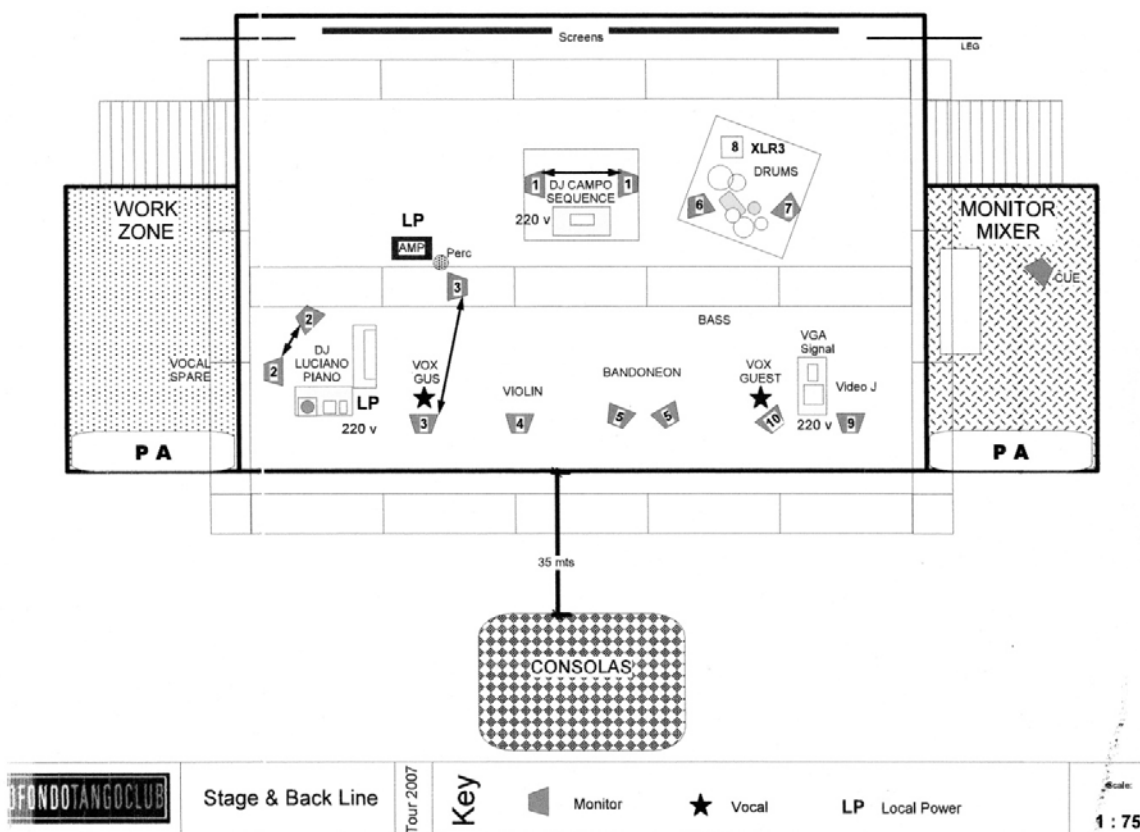
Ferradas, Jorge Eduardo, Manager Bajofondo, *Rooming List*, documento interno, FICCO 2008.

- Plantilla de iluminación



Ferradas, Jorge Eduardo, Manager Bajofondo, *Plantilla de Iluminación*, documento interno, FICCO 2008.

- Plantilla del Escenario



Ferradas, Jorge Eduardo, Manager Bajofondo, *Plantilla del escenario*, documento interno, FICCO 2008.

- Itinerario *Bajofondo*-Disquera Universal Music Group.

27 de Febrero 2008

12:00 – 12:30 pm

Conferencia de prensa en Word Trade Center

Integrantes: Todos

12:30 – 2:30 pm

Entrevistas cara a cara

Grupo 1 (con Santaolalla)

12:30 – 12:45 pm

1ro Noticias Nicolas Alvarado

12:45 – 1:00 pm

Canal 40 - TV

1:00 – 1:15 pm

Televisa Espectáculos - TV

1:15 – 1:30 pm

Tv Azteca - TV

1:30 – 1:45 pm

Ritmo Son latino – Canal de Videos

1:45 – 2:00 pm

Agencia F – agencia de noticias

2:00 – 2:15 pm

Canal 11 – Tv Cultural

2:15 – 2:30 pm

Telefórmula – Programa de espectáculos

Grupo 2 (con Campodónico)

12:30 – 12:45 pm

Sky – Sistema de Tv por Cable

12:45 – 1:00 pm

Canal 22 – Tv Cultural

1:00 – 1:15 pm

Canal 28 - Tv

1:15 – 1:30 pm

Canal 40 - Tv

1:30 – 1:45 pm
Exa Tv

1:45 – 2:00 pm
Radio Ibero - la más importante estación Universitaria del país.

2:00 – 2:15 pm
MVS - Tv

2:15 – 2:30 pm
Msn, Esmas, Terra y Tv Azteca.com - portales claves de internet
Comida

5:00 – 6:15 pm
Entrevistas cara a cara con revistas

Grupo 1 (con Santaolalla)

5:00 – 5:15 pm
Rolling Stone – Revista clave de música

5:15 – 5:30 pm
Circulo Mixup – revista gratuita de la cadena de discos más importante en México

5:30 – 5:45 pm
Milenio Semanal – Suplemento del periódico Milenio

5:45 – 6:00 pm
Revista Ok

6:00 – 6:15 pm
Revista Music: Life

Master class el cine y la música

8:00 - 9:00 pm

Necesidades de sonido: Micrófono para Gustavo y para preguntas

Reproductor de Cd

Reproductor de I-PoD

28 de Febrero

Previo al Sound Check entrevista Horizonte 108

Terminando el Sound Check entrevista en vivo para Reactor 105 (5 ganadores en el sound check)

Integrantes: Todos

Rodríguez, Gustavo, representante disquera Universal Music Group, *Itinerario*, documento interno, FICCO 2008.

ANEXO III

- Presenta Santaolalla *Mar dulce* en México

Acompañado por el grupo Bajo Fondo, se presentó junto a Julieta Venegas en el marco de las actividades de la quinta edición del FICCO

Notimex
El Universal
Ciudad de México
Viernes 29 de febrero de 2008

11:25 El músico, compositor y productor musical argentino Gustavo Santaolalla, acompañado por su grupo Bajo Fondo, presentó aquí su más reciente disco *Mar dulce* en el marco del 5 FICCO, donde causó revuelo ante un numeroso y emotivo público.

Su energía musical estuvo presente, a lo largo de dos horas, la víspera, en el marco de las diversas actividades que realiza el Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México (FICCO), en un reconocido centro de espectáculos de esta ciudad.

Ganador de dos premios Oscar, un Globo de Oro y un BAFTA, Santaolalla imprime en su más reciente álbum ritmos como el pop instrumental, el cual predomina, pero en esta ocasión, el rock o el soul con ritmos africanos y la música popular latinoamericana en un estilo original y novedoso crearon un ambiente intenso entre los asistentes.

Al comienzo del concierto, alrededor de mil personas aplaudieron con gran estruendo, mientras que temas como *Exodo*, *Duro y parejo* y *Miles de pasajeros* causaron gran revuelo en un emotivo público, conformado por personas de todas las edades.

Sin embargo, temas como *Zitarrosa*, *El mareo* y *Perfume* fueron los más aclamados y bailados por todos los presentes, por lo que al término de sus primeras canciones, Santaolalla expresó que no sabían que música tocaban, pero que esperaban seguir llevándola por todos lados.

Con ello, dio paso al momento más íntimo del recital, donde Martín Ferres (bandoneón) tocó el solo *Tiru riru*, el cual fue fuertemente aplaudido por los admiradores de este fenómeno musical, para luego dar entrada a un corte de la banda sonora del filme *Diarios de motocicleta*, el cual fue recibido con un silencio que permitió apreciar cada una de las notas ejecutadas en la guitarra del compositor.

Con una expresividad corporal artística, Juan Campodonico, compositor y Dj; Luciano Supervielle, piano; Javier Casalla, violín; Gabriel Casacuberta, contrabajo; Adrián Sosa, batería y Verónica Loza, voces; además de Ferres y Santaolalla, se entregaron por hora y

media, por lo que ante una aparente despedida, invitaron a varias mujeres del público para que los acompañaran a sentir su música.

La presentación fue ambientada con proyecciones fotográficas de diversos filmes, mientras que la iluminación dio vida a cada una de las notas surgidas de los instrumentos de sus integrantes, quienes portaron atuendos sobrios en color negro.

Al final del concierto, tras la salida de los intérpretes del escenario, la gente gritó con gran estruendo el clásico coro "otra, otra, otra" , por lo que Bajo Fondo salió nuevamente ante el público, en compañía de la cantante mexicana Julieta Venegas, quien grabará junto a esta banda su álbum *MTV unplugged*, el cual se filmará por primera vez en México.

Al término de esta presentación especial, la agrupación se retiró nuevamente del escenario, pero los aplauso y gritos del público lograron que los intérpretes aparecieran una vez más, para prender nuevamente con su propuesta musical a los asistentes, con lo que los miembros de la banda se llenaron de energía para cerrar con broche de oro una velada llena de intensidad y arranque instrumental.

Cabe mencionar que al término del concierto, los presentes aplaudieron sin cesar al grupo, mientras comentarios de satisfacción, gusto y deleite, se hicieron notar a la salida de la actuación de Santaolalla y su grupo Bajo Fondo, en esta ciudad."

- Se luce Santaolalla con Bajo Fondo en recital

Tocan 'Bajofondo', como parte del FICCO

Organización Editorial Mexicana
29 de febrero de 2008

Ciudad de México.- "No sabemos muy bien qué tipo de música hacemos, y tampoco estamos apurados en averiguarlo", dijo el afamado músico argentino Gustavo Santaolalla al frente del indefinible Bajo Fondo Tango Club en un recital en la Ciudad de México, que tuvo el broche de oro de Julieta Venegas.

Un tanguero tradicional se hubiera retirado indignado del Salón Vive Cuervo al escuchar los primeros acordes de fusión entre la música rioplatense y la electrónica y, más aún, de ver a unos 3 mil jóvenes saltando como en un recital de rock.

Muchos de ellos entonan las canciones que en su formato original son las típicas del tango y gritan como si fuera un 'hit' con "Mi Buenos Aires querido", una de las más emblemáticas y clásicas del dos por cuatro, que termina con un alto ensamble electrónico.

"Es la música, estúpido", podría ser el lema de la banda argentino-uruguaya que con los talentosos arreglos de Santaolalla logra transformar en música electrónica al folklorista uruguayo Alfredo Zitarrosa, al rockero argentino León Gieco, a Café Tacuba, a la tanguera Adriana Varela y, por supuesto, a Carlos Gardel. El ganador del Oscar por la música de 'Secreto en la montaña' (Brokeback Mountain) y compositor de bandas sonoras de películas como 'Babel', 'Amores Perros', 'Diarios de motocicleta' y '21 Gramos', se mueve en el escenario blandiendo su guitarra eléctrica como si fuera un debutante emocionado por una gran asistencia.

Como en los tiempos del grupo de rock Arco Iris, allá por los años 60 y 70, el multipremiado músico y productor va de aquí para allá a los saltos animando a sus músicos, que derrochan talento desde el bandoneón de Martín Ferres, el violín de Javier Casalla, el contrabajo de Gabriel Casacuberta, la batería de Adrián Sosa y el piano de Luciano Supervielle.

Y apareció Julieta Venegas en el segundo bis, con "De mis pasos", y una fulgurante voz que parece no entrar en su pequeña figura, tímida y a la vez potente, integrando una cercana química con el argentino, quien será el invitado de la cantante en su "MTV Unplugged", que por primera vez se filmará en este país.

"Llegué al Oscar, al Grammy, al Golden Globe, sin proponerme ganar un premio, nunca hice nada para obtener un galardón, siempre hice lo que mi corazón me dictaba, lo que mi necesidad artística me impulsaba", dijo quien también asesoró y produjo a Café Tacuba, Molotov y Fobia, a los uruguayos de La Vela Puerca o a los argentinos de Bersuit Vergarabat.

Más de dos horas de recital lograron convencer a algunos argentinos y uruguayos residentes que esperaban enjugar la melancolía por su tierra con más acordes clásicos de la música rioplatense y terminaron por verse envueltos en una inesperada demostración contra los encasillamientos de géneros. "¿Qué cómo se gana un Oscar? No sé la fórmula, sólo espero que con buena música", dijo Santaolalla en esa rueda de prensa."

AFP, "Se luce Santaolalla con Bajo Fondo en recital", *Organización Editorial Mexicana*, 29 de febrero de 2009, Dirección URL: <http://www.oem.com.mx/oem/notas/n612363.htm>, [consulta: 21 de octubre de 2009].

- Hacen gran tango y mucho más

SÁBADO 1 DE MARZO DE 2008 | EXCELSIOR



La originaria de Tijuana cantó con la agrupación Pa' bailar, tema en el que, extasiada, se tiró al piso mientras cantaba.

bajofondo

Hacen gran tango y mucho más

Gustavo Santaolalla y su grupo ofrecen un concierto lleno de varios géneros musicales, acompañados por Julieta Venegas

POR GABRIEL MEDINA
gabriel.medina@excelsior.com.mx

Milonga, tango, candombe, música electrónica y otros géneros musicales fueron ejecutados a la perfección por músicos de primer nivel y contagiaron a la multitud presente el jueves en el Vive fondo, el grupo liderado por el productor y músico Gustavo Santaolalla, en el marco del FICCO (Festival Internacional de Cine Contemporáneo).

Sin duda, la sorpresa más grande de la noche fue la actuación de la artista de Tijuana, Julieta Venegas, quien acompañó al grupo al cantar con ellos Pa' bailar, tema de *Mar dulce*, el disco más reciente de Bajofondo.

Santaolalla ha sido el productor de varios discos de Venegas como *Aquí y Buenaventura*, además de que son buenos amigos, razón por la que no fue tan rara su aparición en el escenario, pero de cualquier manera la multitud se animó bastante con ella y se extrañó cuando la mujer de 37 años se tiró al piso extasiada mientras cantaba.

En *Los tanqueros*, unas diez jóvenes se subieron al escenario a bailar con el grupo de músicos argentinos y uruguayos también integrado por Juan Campesino (programación y dj), Luciano Supervielle (trédados, scratch y dj), Martín Ferrer (bandoneón), Javier Casalla (violín), Gabriel Casacuberta (contrabajo), Adrián Sosa (batería) y Verónica Loza (voces, vj y laptop).

Santaolalla se vio muy sonriente toda la noche y saltó en casi todos los temas, animando a su público a bailar, pero no se limitó a eso, ya que además tocó la guitarra eléctrica y cantó.

Otro de los temas que emocionó en grande a los asistentes fue *Mi curazón*, de su disco *Bajofondo Tango Club*, que antes era también el nombre de la banda, pero hoy prefirieron acortar a Bajofondo, ya que no sólo fusionan tango y música electrónica, sino también muchos otros ritmos.



El compositor argentino se entregó por completo a la concurrencia.

De alcohol y homenajes

El dramático sonido del violín y el bandoneón se amalgamaron a la perfección toda la noche, pero resaltaron sobre todo en temas como *Ferret y Zitarrosa*, en éste último tema se homenajea al cuarteto del fallecido compositor y periodista uruguayo, Alfredo Zitarrosa.

Un profundo olor a alcohol inundó el aire mientras los presentes sacudieron el cuerpo al ritmo de sonidos *rioplatenses* y se relajaron casi al final de una pesada semana laboral.

Pero en el lugar fueron estrictos y no vendieron alcohol a quien no portara una pulsera, que los acreditara como mayores de edad, otorgada al entrar mostrando una identificación oficial.

Llamó mucho la atención que los músicos en ningún momento estuvieron rígidos y no se limitaron a tocar con maestría sus instrumentos, sino a bailar e interactuar con el público de una ma-

nera bastante cálida, esto fue más notable en el caso de Verónica Loza, Javier Casalla, Martín Ferrer y sobre todo de Santaolalla.

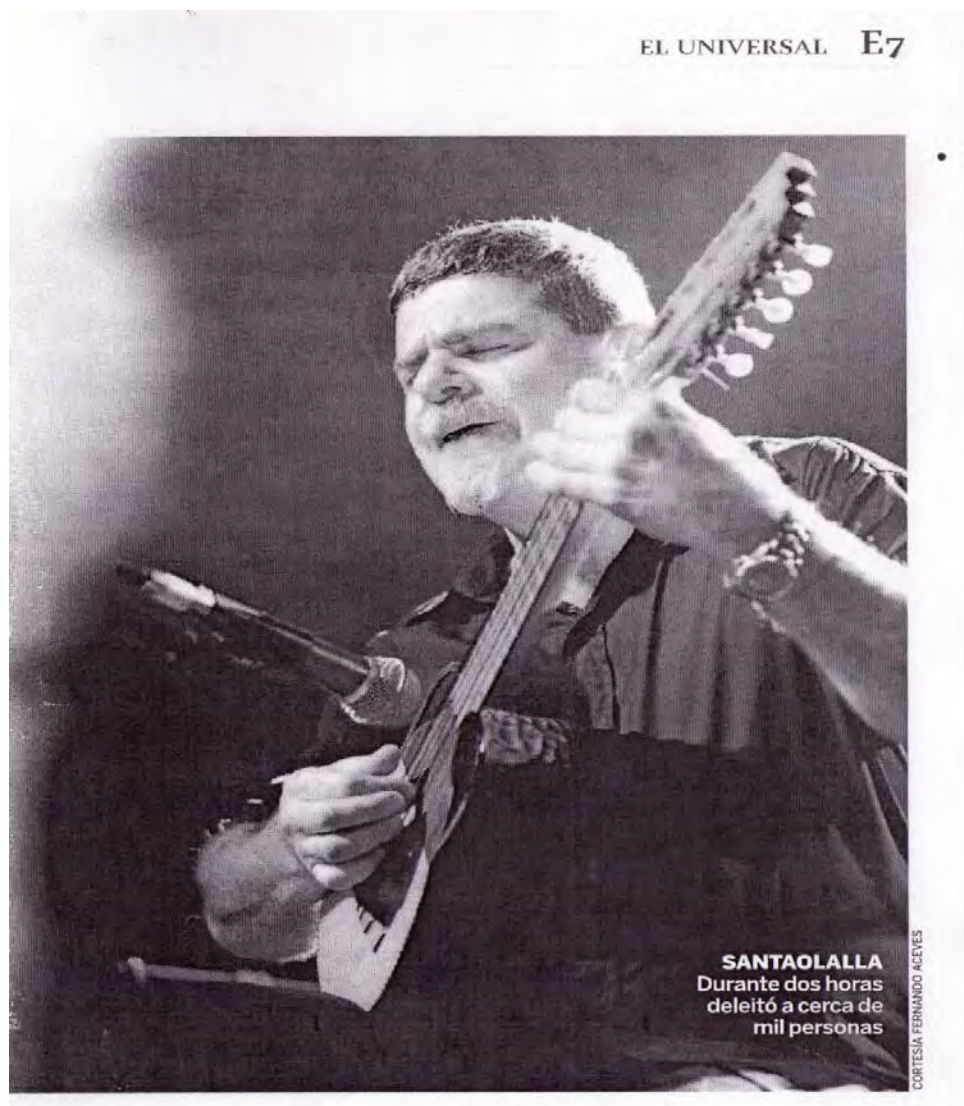
Algunas otras de las canciones que interpretó el grupo, que fusionó a la perfección la música producida por instrumentos y computadoras, fueron *El mareo*, *La cumbalalta*, *Montserrat*, *Tu ve sol* y *Chiquititas*.

Pero no todo fue baile, también hubo un momento de introspección, ya que Santaolalla tocó una vihuela (un instrumento de cuerdas) en *De Usuahia a la Quilaca*, una canción contenida en la película *Diarios de Motocicleta*, por cuyo *soundtrack* ganó un premio BAFTA.

El memorable concierto duró dos horas y culminó con *El sonido de la milonga*, después de la cual los asistentes salieron del lugar con la certeza de haber sido testigos de una de las actuaciones en vivo más emocionantes de este año.

Medina, Gabriel, "Hacen tango y mucho más", periódico *Excelsior*, año XCI-Tomo II, número 33050, sección "Escena", México, 1 de marzo de 2008, p. 6.

- Bajofondo armó la fiesta



SANTAOLALLA
Durante dos horas
deleitó a cerca de
mil personas

CORTESÍA FERNANDO AGEYES

BAJOFONDO ARMÓ LA FIESTA

El músico Gustavo Santaolalla y su grupo inundaron de ritmo el Vive Cuervo Salón

Natalia Cano

natalia.cano@eluniversal.com

Julieta Venegas subió al escenario y contoneó su cuerpo. A su lado estaba Gustavo Santaolalla, amigo y productor de la cantautora mexicana, quien saltaba emocionado, junto a sus compañeros en el grupo Bajofondo.

Sobre el entarimado, Venegas y Santaolalla, además del resto de los integrantes de Bajofondo, Juan Campodónico, Luciano Superville, Javier Casalla, Martín Ferres, Gabriel Casacuberta, Adrián Sosa y Verónica Loza hicieron honor al título de la canción, "Pa' bailar", y armaron fiesta.

Natalia Lafourcade, quien al igual que Santaolalla, intervendrá en el MTV Unplugged de Julieta Venegas, también apareció en el Vive Cuervo Salón, foro en el que se realizó el recital, aunque la cantante fungió tan sólo como espectadora.

Por supuesto que además de Venegas, uno de los amigos más cercanos



INVITADA La agrupación compartió el escenario con Julieta Venegas

de Santaolalla estuvo ahí: Emmanuel del Real, de Café Tacvba, quien asistió como admirador de la música del argentino y su grupo, quien por cierto ha producido y coproducido a los Tacvbs.

Esta fue la segunda vez de Bajofondo en el Distrito Federal, luego de que hace casi dos años debutara en ese mismo recinto.

El concierto, en el que Bajofondo presentó en vivo su segunda producción *Mar dulce*, se realizó en el marco de la quinta edición del Festival Internacional de Cine Contemporáneo (FICCO).

Durante la velada, Santaolalla trasladó el sonido rioplatense, producto de lo que él llama "un laboratorio sonoro", a través de canciones como "Montserrat", "Borges y Paraguay", "Éxodo II" y "Mi corazón".

Además de algunos cortes del que fuera su álbum debut *Bajofondo Tango Club* y su segundo disco, *Mar dulce*, en los que destacaron "Fandango", "Miles de pasajeros" y "los tangueros".

Martín Ferres (bandoneón) ejecutó el solo "Tiru riru", para luego dar pie a la interpretación de uno de los temas de la banda sonora de la película *Días de motocicleta*.

- Renunció el equipo fundador del Ficco

“Ya no existen valores con los que se inició”

Juan José Olivares

Luego de haber “fundado y fundamentado durante cinco años” el Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México (Ficco), el equipo encabezado por Paula Astorga (quien era la directora de este encuentro) por medio de una misiva, se deslindó definitivamente “de Cinemex y del nuevo equipo que conforma el festival”.

Los miembros de ese grupo de promotores del cine que no se ve comercialmente aseguraron en la carta que “la empresa que auspicia al Ficco, Cinemex, bajo una nueva dirección general, tomó una serie de decisiones contrarias a la evolución natural del festival, por lo que el equipo perdió interés al notar la tecnocratización a la que se estaba llevando al encuentro y con pleno conocimiento de la estructura ideal que un festival de la naturaleza” de éste requiere.

En la carta aseguran: “El Ficco alimentó la vida cultural de la ciudad de México como nunca antes lo había hecho ningún otro festival o muestra. La naturaleza que guió el proyecto fue la promoción masiva de la expresión cinematográfica, liberada de los miedos y prejuicios que tanto afectan la libertad del cine. El público, expuesto a la insuficiente oferta cultural cinematográfica y sobre todo a la alienante cartelera del entretenimiento comercial, adoptó al festival como suceso fundamental de su calendario con una asidua asistencia que fue aumentando año tras año. Recibió en poco tiempo el reconocimiento nacional e internacional de directores, productores, distribuidores, instituciones culturales, centros educativos, prensa especializada y empresas privadas.

“El Ficco gestó una iniciativa con identidad propia que defendía ante todo su compromiso social con la creación cinematográfica. El conjunto ideó un modo de trabajo que permitió al festival existir en el seno del corporativo de esta exhibidora, misma que auspicia el festival. Al término de la quinta edición, la empresa, bajo una nueva dirección general, tomó una serie de decisiones contrarias a la evolución natural del festival... El que construimos defendía la dignidad del arte y su existencia, y estos valores no pueden existir en este nuevo contexto”.

De todos modos “agradecemos a todo el equipo que integró al festival durante sus cinco años. Agradecemos también a todos los hicieron posible el festival, nuestros cómplices, los espectadores, los participantes, los colaboradores, los voluntarios y a todos los que creyeron y ayudaron a alimentar la utopía”.

Olivares, Juan José, “Renunció el equipo fundador del Ficco”, *La Jornada*, 18 de diciembre de 2009, Dirección URL:
<http://www.jornada.unam.mx/2008/12/18/index.php?section=espectaculos&article=a10n1esp>, [consulta: 19 de octubre de 2009].

- Cancelan el Ficco

Tania Molina Ramírez

Periódico La Jornada
Miércoles 27 de enero de 2010, p. 7

El Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México (Ficco) fue cancelado, confirmó una fuente a *La Jornada*, que pidió no ser identificada.

Desde el pasado fin de semana, en la comunidad cinematográfica circula el rumor de la cancelación; sin embargo, tanto Cinemex, corporativo que auspicia el festival, como la dirección del encuentro mantienen silencio. Cinemex, mediante su departamento de comunicación social, informó que el viernes dará a conocer la situación del Ficco.

Los organizadores del festival tenían planeado llevar a cabo la séptima edición del 24 de febrero al 7 de marzo, con Hungría como país invitado. Entre los invitados especiales destacaban la cineasta y fotógrafa belga Agnès Varda (1928) y el estadounidense George Kuchar (1942), y se proyectarían retrospectivas de ambos. También se llevaría a cabo un ciclo de películas mexicanas de los años 60 y 70, como parte de los festejos del bicentenario de la Independencia y centenario de la Revolución.

Intenciones frustradas

Por primera vez, el encuentro fílmico iba a viajar a varios estados de la República Mexicana, entre marzo y diciembre de 2010. Además, habían anunciado que se estrenarían secciones y se entregarían premios nuevos.

El año pasado, en entrevista con *La Jornada*, el Ficco fue descrito por Marina Stavenhagen, directora general del Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine): "Se ha preocupado por recoger nuevas tendencias, hacer un trabajo de curaduría especializada sobre un cine que no tiende a las fórmulas comerciales. Es prácticamente el único en la ciudad que con estas dimensiones ofrece esa diversidad y calidad de programación".

El Ficco realizaba proyecciones al aire libre en plazas públicas y llevaba a cabo seminarios.

Molina Ramírez, Tania, "Cancelan el Ficco", *La Jornada*, 27 de enero de 2010, Dirección URL:
<http://www.jornada.unam.mx/2010/01/27/index.php?section=espectaculos&article=a07n2esp>, [consultado: 16 de febrero de 2010].

REFERENCIAS

BIBLIOGRAFÍA

Burrows, Thomas D., James C. Foust, Lynne S. Gross, Donal N. Wood, *Producción de video disciplinas y técnicas*, México, Mc Graw Hill Interamericana, 2003.

D'Victoria, Raúl, *Producción en televisión: procesos y elementos que integran la producción en televisión*, México, Trillas 2002.

O. da Silva, Reinaldo, *Teorías de la Administración*, México, Thomson 2002.

Quijada, Soto, Miguel Ángel, *La televisión análisis y práctica de la producción de programas*, México, Trillas, 1986.

Soler, Lorenç, *La televisión una metodología para su aprendizaje*, Barcelona, Gustavo Gili, S.A., 1988.

Zettl, Heber, *Manual de producción de televisión*, México, Thomson 2000.

HEMEROGRAFÍA

Cano, Natalia, "Bajofondo armó la fiesta", periódico *El Universal*, año 921, número 33001, sección "Espectáculos", México, 1 de marzo de 2008, p. E7.

Medina, Gabriel, "Hacen tango y mucho más", periódico *Excélsior*, año XCI-Tomo II, número 33050, sección "Escena", México, 1 de marzo de 2008, p. 6.

DOCUMENTOS INTERNOS

Álbum Bajofondo, *Mar Dulce*, (Producción discográfica), Surco Record, 2007.

Catálogo, *Festival Internacional de Cine Contemporáneo de la Ciudad de México* (FICCO-Cinemex), 2008.

Ferradas, Jorge Eduardo, *Technical Rider* (Crew List, Rooming List, Plantilla de Iluminación, Plantilla Escenario), Manager Bajofondo, documento interno, FICCO 2008.

Luis, Milko, *Presupuesto Mar Dulce*, FICCO, documento interno, 2008.

Núñez Edith, *Minute by minute*, FICCO, documento interno, 27 febrero 2008.

Ortiz, Verónica, *Boletín de Prensa*, FICCO, documento interno, 2008.

Pepsico, Manejo de Barras, documento corporativo, 2008

Rodríguez, Gustavo, representante disquera Universal Music Group, *Itinerario*, documento interno, FICCO 2008.

Vive Cuervo Salón, *Factura*, FICCO-Cinemex, documento interno, 2008.

EN LÍNEA

AFP, "Se luce Santaolalla con Bajo Fondo en recital", *Organización Editorial Mexicana*, 29 de febrero de 2009.

Dirección URL:

<http://www.oem.com.mx/oem/notas/n612363.htm>

Diccionario Ingles Collin English Definition, HaperColling Publisher, 2003.

Dirección URL:

<http://diccionario.reverso.net/ingles-cobuild/video%20wall>

Diccionario Jurídico de México, Tomo VII, UNAM, 1984

Dirección URH:

<http://www.bibliojuridica.org/libros/3/1174/pl1174.htm> [consultado el: 22 febrero 2010].

Molina Ramírez Tania, "Cancelan el Ficco", *La Jornada*, 27 de enero de 2010,

Dirección URL:

<http://www.jornada.unam.mx/2010/01/27/index.php?section=espectaculos&article=a07n2esp>

MZR, "Presenta Santaolalla Mar Dulce en México", *El Universal*, 29 de febrero del 2008, Dirección URL: <http://www.eluniversal.com.mx/notas/486368.html>

Olivares Juan José, “El FICCO no es de estrellas, sino de películas y sus creadores: Astorga”, La Jornada, 18 de febrero de 2008.

Dirección URL:

<http://www.jornada.unam.mx/2008/02/18/index.php?section=espectaculos&article=a14n1esp>

Olivares Juan José, “Renunció el equipo fundador del Ficco”, La Jornada, 18 de diciembre de 2009.

Dirección URL:

<http://www.jornada.unam.mx/2008/12/18/index.php?section=espectaculos&article=a10n1esp>

Pérez Gilberto, “Rebautizan al Salón 21 con Vive Cuervo Salón”, Nuestro Tequila, 10 de marzo del 2007.

Dirección URL:

<http://nuestrotequila.blogspot.com/2007/03/rebautizan-al-saln-21-con-vive-cuervo.html>

Seudónimo Acuaman, “El movimiento musical *new wave* y conceptos del *punk*”, *Vértigo*, 13 de octubre de 2007.

Dirección URL:

<http://vertigo-radiolina.blogspot.com/2007/10/el-movimiento-musical-new-wave-y.html>

Virgilio Balbuena, Pedro, "El plagio como ilícito penal", Revista Ventana Legal, Venezuela, 2009

Dirección URL:

http://www.ventanalegal.com/revista_ventanalegal/plagio_ilicito.htm

ENTREVISTAS / TESTIMONIOS

Astorga, Paula, directora FICCO 2008, entrevista realizada el 16 de octubre del 2009.

Testimonio recopilado de Gabriela Lara, promotora de OCESA en la junta de trabajo efectuada en el *Vive Cuervo Salón*, el 29 de enero 2008.

Luis Coronel, Milko, productor ejecutivo FICCO 2008, entrevistado el 7 de octubre del 2009.

Esquivel, Miguel Ángel, voluntario FICCO 2008, entrevistado el 27 de noviembre del 2009.

FOTOGRAFÍAS

Núñez Romero, María Edith, archivo personal FICCO, diciembre 2007- febrero 2008.