

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

PLANEACIÓN Y REALIZACIÓN DE UN PROGRAMA DE
TELEVISIÓN: CASO ESPECÍFICO PRODUCCIÓN DE UNA
TELENOVELA EN LA EMPRESA TELEVISIVA

T E S I S
PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA
LILIANA CUESTA AGUIRRE

ASESOR
LIC. ROLANDO CHAVEZ MORENO



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

Mami, Papá, Sonia, Raúl
y Luis Carlos

Gracias por ser el eje de mi vida,
mi fuente de inspiración, el ejemplo
fiel a seguir en el camino de la
vida.

Gracias por su amor, pero sobre
todo, Gracias por existir.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES

| | |
|---|----|
| 1.1 Inicios de la televisión en México..... | 1 |
| 1.2 Géneros televisivos..... | 9 |
| 1.3 Tipos de programas..... | 10 |

CAPÍTULO 2

ESTRUCTURA DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN

| | |
|--|----|
| 2.1 ¿Qué entendemos por producción?..... | 14 |
| 2.2 Etapas que conforman una producción de un programa | 14 |
| 2.2.1 Pre-producción..... | 15 |
| 2.2.1.1 Presupuesto..... | 16 |
| 2.2.1.2 Equipo de producción..... | 18 |
| a. El productor..... | 18 |
| b. El director..... | 21 |
| c. El escritor..... | 22 |
| d. El editor..... | 23 |
| e. El compositor musical..... | 23 |
| f. El musicalizador..... | 24 |
| g. Coordinador de producción..... | 24 |
| h. Jefe de producción..... | 24 |
| i. Asistente administrativo..... | 25 |
| j. Asistente de elenco artístico..... | 25 |
| k. Asistente de utilería..... | 25 |
| l. Staff técnico..... | 26 |
| 2.2.1.3 El guión..... | 27 |
| 2.2.1.4 El Casting..... | 29 |
| 2.2.1.5 El plan de trabajo o break down..... | 30 |
| 2.2.1.6 Programa de prueba..... | 30 |
| 2.2.2 Producción (realización)..... | 31 |
| 2.2.3 Post-producción..... | 35 |

| | | |
|-------------------|---|----|
| CAPÍTULO 3 | GENERALIDADES QUE CONFORMAN LA PRODUCCIÓN DE UNA TELENOVELA | |
| | 3.1 Políticas y procedimientos para la producción de una telenovela (Empresa Televisa)..... | 39 |
| | 3.2 Financiación y modos de producción..... | 43 |
| | 3.3 Departamentos como apoyo a la producción..... | 44 |
| | | |
| CAPÍTULO 4 | PLANEACIÓN Y REALIZACIÓN DE UNA TELENOVELA | |
| | 4.1 Pre-producción..... | 51 |
| | a. Selección de la historia..... | 51 |
| | b. Guión..... | 51 |
| | c. Editor literario..... | 52 |
| | d. Presupuesto..... | 54 |
| | e. Primer tratamiento..... | 56 |
| | f. Casting..... | 57 |
| | g. Diseño de imagen..... | 57 |
| | h. Vestuario..... | 58 |
| | i. Contratación artística..... | 59 |
| | j. Escenografía y ambientación..... | 62 |
| | k. Programa piloto..... | 64 |
| | l. Equipo de producción..... | 64 |
| | m. Plan de producción o Time table..... | 70 |
| | n. Break down..... | 70 |
| | ñ. Solicitud de Servicios..... | 70 |
| | 4.2 Producción o realización..... | 72 |
| | 4.3 Post-producción..... | 76 |
| | 4.4 Problemas más recurrentes en la realización..... | 77 |
| | 4.5 Venta (promoción y publicidad)..... | 79 |
| | 4.6 Rating..... | 85 |
| | 4.6.1 IBOPE..... | 87 |

CONCLUSIONES

ANEXOS

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

El gran desarrollo tecnológico del medio y su rápida difusión fueron los factores principales para que la televisión como medio de comunicación sustituyera a la radio posicionándose como el medio de entretenimiento más importante del mundo contemporáneo.

Abordar el tema de la producción en televisión no es tarea fácil, ya que por su naturaleza se convierte en un medio versátil con la conjugación de la creatividad, la experiencia y los conocimientos del equipo humano en las diferentes etapas de la realización de cualquier tipo de programa: noticioso, de entretenimiento, cultural, de comedia, telenovelas, etc., manteniendo un mismo esquema de producción pero con diferente fórmula, método y sistema de realización, según la empresa donde se desarrolle el programa.

La característica más importante de la producción profesional de televisión es la de conocer la manera más rápida, fácil y amplia de lograr el objetivo que se desea y la de poder encontrar el método más barato y más práctico para ello.

J. Cantú autor del libro *Dirección de producción para cine y televisión*, considera que “sea cual sea la producción habrá que definir, analizar, diseñar, planificar, programar, financiar, ejecutar y explotar” y es el proceso de producción en sus tres etapas: pre-producción, realización y post-producción que se describen a lo largo de este trabajo para conocer desde la concepción de la idea hasta su venta.

Esta tesis descriptiva se funda a partir de la experiencia profesional a lo largo de ocho años en la empresa Televisa, en donde he podido desarrollarme profesionalmente desde 1994 en el área de producción y teniendo la inquietud de transmitir los conocimientos adquiridos a los estudiantes y profesionales que comienzan a trabajar en el medio televisivo, tomando en cuenta que en nuestro país el profesional de la comunicación cuando empieza a incorporarse de manera significativa en los medios, el primer obstáculo al que se enfrentan los que eligieron el área de producción en televisión es la falta de experiencia y en el momento de querer desenvolverse en el campo de trabajo se encuentran en desventaja frente a los ya experimentados.

Por ello es importante resaltar el objetivo principal de este trabajo descriptivo en el cual se da a conocer un panorama general de la estructura y organización como elementos indispensables en la realización de un programa de televisión, así como la importancia que tiene cada miembro del equipo de producción desde el productor, escritor, director, actores, asistentes de producción, etc., en la planeación y realización de un programa.

En la primera parte del trabajo se plantea de manera cronológica el surgimiento de la historia de la televisión mexicana, los diferentes tipos de programas y sus géneros televisivos. En el segundo capítulo se describe el proceso de producción en sus tres etapas: pre-producción, producción o realización y post-producción.

Esta investigación se apoya fundamentalmente en la consulta de documentos bibliográficos y entrevistas realizadas a profesionales de la comunicación, permitiendo reforzar lo documentado, además de darle un toque de actualidad.

En la tercera parte se exponen las políticas y procedimientos para la producción dentro de la empresa Televisa y los departamentos que dan apoyo a la producción.

Como caso específico a tratar en esta tesis, abordaremos en el último capítulo y retomando uno de los géneros de entretenimiento como es la telenovela, todo el proceso de producción desde la concepción de la historia por parte del escritor, los problemas frecuentes que se presentan en la realización de una telenovela, hasta su venta y comercialización pasando por la importancia que tiene hoy en día el fenómeno de la medición de las audiencias o rating.

Cada nueva producción es un nuevo riesgo...

CAPÍTULO 1

ANTECEDENTES

1.1. INICIOS DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

La televisión se define como el sistema electrónico que permite transmitir imágenes a distancia, cumpliendo en la actualidad un papel primordial como medio de comunicación.

Aún cuando los primeros experimentos en el campo de la televisión fueron realizados durante una época en que la radio ya se había consolidado como medio de comunicación y entretenimiento, el surgimiento de la televisión poco a poco se fue posicionando en una sociedad cambiante en la que con tan sólo contar con un aparato televisor en casa, las familias mexicanas podían ver y disfrutar a sus personajes favoritos en la intimidad de su hogar. Es así como la programación radiofónica que había sido establecida una década antes del nacimiento de la televisión es transplantada íntegramente al nuevo medio la televisión... *la radio con imágenes*.

A manera de resumen, se presenta cronológicamente el desarrollo de la televisión en nuestro país.

1934 Este año marca la etapa experimental de la televisión en México, comandados por el Ingeniero Guillermo González Camarena, realizando los primeros ensayos con un equipo rudimentario construido por él mismo.

1935 El presidente Lázaro Cárdenas apoya los experimentos realizados por el Ing. González Camarena, facilitando los estudios de las radiodifusoras **XEFO** (perteneciente al Partido Nacional Revolucionario) y la **XEUZ**, para que ahí se llevaran a cabo dichas pruebas.

1939 El Ing. González Camarena inventó el sistema tricromático,

basado en la descomposición de los tres colores básicos: azul, rojo y verde que patentó en 1940.

- 1942** Se realiza a través de la estación **XHGCI**, la primer transmisión de prueba para la televisión en México, envían la señal por medio del espacio aéreo.
- 1945** Es presentada la primera cámara de televisión construida en México.
- 1946** El 7 de septiembre se inaugura la estación experimental de televisión **XHGCI**, difundiendo 2 programas cada sábado en blanco y negro.
- 1947** Debido a los constantes avances tecnológicos en el ámbito de la televisión, el entonces presidente de la República Miguel Alemán Valdés, decide enviar a dos representantes (Ing. González Camarena y Salvador Novo) a recorrer varios países con el fin de reunir suficiente información de tipo técnico y de contenido, para ponerlo en práctica en nuestro país.
- 1948** La construcción de lo que sería el proyecto Radiópolis, es suspendida para dar inicio al nuevo proyecto denominado: Televisión. Dicha construcción contaba con seis pisos, tres teatro-estudios (con capacidad para seiscientas personas), dieciocho estudios, una torre de 50 metros y como objetivo principal la producción y transmisión de programas para televisión.
Se realiza el primer control remoto de la televisión mexicana.
- 1949** Es otorgada la primera concesión de televisión a la empresa Televisión de México, S.A., representada por el señor Rómulo O`Farril adoptando las siglas **XHTV Canal 4**.

- 1950** El 26 de julio, el Canal 4 empieza a funcionar con emisiones de prueba de las 17:00 a las 19:00 horas.
El 31 de agosto se inauguró de forma oficial la primera televisora de América Latina, **XHTV Canal 4**.
La primera transmisión oficial de televisión es realizada el 1o. de septiembre con el IV Informe de Gobierno del Presidente Miguel Alemán Valdés.
A finales de 1950 se inició la fase experimental de **XEW-TV Canal 2**, propiedad del Sr. Emilio Azcárraga Vidaurreta, dueño también, de la **XEW radio**.
El Canal 2 salió al aire oficialmente el 21 de marzo de 1951.
- 1951** A través del **Canal 2** se realizan las primeras transmisiones en vivo con la serie mexicana de beisbol.
- 1952** Se lleva a cabo la inauguración de Televisión. Surge además la tercer televisora **XHGC Canal 5**, propiedad del Ing. González Camarena con una programación infantil.
- 1954** Se unen el **Canal 5 XHGC** y el **Canal 2 XEW** propiedad de el Ingeniero González Camarena y el Sr. Emilio Azcárraga Vidaurreta.
- 1955** El 26 de marzo se conforma Telesistema Mexicano S.A., con la integración de los Canales 2, 4 y 5. Su propósito era crear una estructura más sólida, benéfica para la industria y con mayores posibilidades de expansión.
- 1956** Fue el año en el que surge el video tape, sistema que permite grabar electrónicamente las imágenes y el sonido. El video tape revoluciona las técnicas de realización televisiva por un lado abarató costos de producción y permitió incorporar elementos del lenguaje del cine a los estudios de televisión y eliminó la posibilidad de errores que eran muy frecuentes con la transmisión de programas en vivo.
- 1959** El 2 de marzo sale al aire la primera transmisión únicamente en la Ciudad de México del **Canal 11 XEIPN** Instituto Politécnico Nacional, con un perfil educativo.

- 1960** En el mes de enero se promulgó la **Ley Federal de Radio y Televisión** regulada por el Estado para operar estaciones de radio y televisión como dueño en el dominio del espacio aéreo y ser el vehículo mediante el cual se recibe la señal de radiodifusión como derecho de la nación.
Regula lo relativo a concesiones, permisos e instalaciones y determina que a través de concesiones se puede realizar la actividad comercial o explotación.
Los medios de comunicación cumplirán con su papel de servicio público resaltando lo siguiente:
*La programación deberá conservar las costumbres, tradiciones e idioma español.
*El Estado regula mediante concesiones las estaciones de televisión para evitar el monopolio.
*Balance en la programación en la que deberán prevalecer los programas nacionales y no los extranjeros.
*Se establece el pago del 12.5% en tiempo por exención de impuestos.
- 1962** El Ing. González Camarena obtiene la patente del sistema de televisión a color denominado “sistema bicolor simplificado” en México, Estados Unidos y otros países.
- 1963** Se transmite el primer programa en color, cabe resaltar que los colores eran muy pálidos y la calidad de imagen no era buena.
El sistema bicolor simplificado competía con el sistema NTSC de Estados Unidos, con el sistema PAL que pertenecía a Alemania e Inglaterra y el sistema SECAM de Francia.
- 1965** Inicio de las transmisiones vía satélite con el “Pájaro Madrugador”, primer satélite espacial estacionario de comunicación.
- 1967** La televisión mexicana se llena de color a través de la programación que ofrecían los Canales: **2, 4 y 5**.

1968 Dos canales más surgen para este año, nos referimos al **Canal 8** (Televisión Independiente de México) con transmisión de prueba patrocinada por un grupo de industriales de Monterrey con señal permanente el 25 de enero de 1969, y el **Canal 13 XHDF**, que cuatro años más tarde es adquirido por el grupo financiero SOMEX, conservando un enfoque cultural, social y formativo.

El 21 de enero inicia la transmisión del programa educativo telesecundaria mexicana en ocho estados del país.

El 31 de diciembre, bajo la administración del Lic. Gustavo Díaz Ordaz, se promulga el decreto donde se estipula el uso de un 12.5% del tiempo total de transmisión de la televisión privada, para mensajes gubernamentales como pago de impuestos.

Para la transmisión de los Juegos Olímpicos la industria de la televisión se ve en la necesidad de decidir qué sistema utilizarán, optando por el sistema NTSC.

1969 El 20 de mayo la empresa Telesistema Mexicano, a través de Cablevisión S.A. obtiene la concesión por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes para operar en la Ciudad de México el primer servicio de televisión por cable operando con los Canales 10 y 17 registrando rápidamente a 450 suscriptores.

El surgimiento de la televisión por cable hace accesible la señal a lugares donde por razones físicas no llegaba como es el caso del Canal de Reynosa que opera desde 1954 como sistema televisión de paga.

1972 En marzo de este año, el entonces presidente Luis Echeverría inaugura la primera estación de televisión en la ciudad de Oaxaca, **Televisión Cultural de México (TCM)** con el objetivo de llegar con sus transmisiones hasta las regiones lejanas y de escasos recursos económicos.
Se fusiona Telesistema Mexicano S.A. y Televisión Independiente de México, para crear la empresa Televisa S.A. de C.V; televisión vía satélite.

1973 Después de varias pláticas, Canal 8 XHTM se une con Telesistema Mexicano y forman Televisa, S.A. de C.V.

La **Televisión Cultural de México (TCM)** pasa a manos de la Dirección General de Servicios de Televisión Cultural de México con el fin de transmitir programas informativos, educativos y de entretenimiento a las zonas marginadas del país.

El 8 de enero la empresa Televisa S.A. de C.V. inicia sus transmisiones.

1977 La Universidad Nacional Autónoma de México y la empresa Televisa firman un convenio en el cual, se compromete la televisora a difundir por las mañanas programas destinados a mejorar el nivel académico.

En el gobierno de López Portillo el trabajo de la **Televisión Cultural de México** pasa a manos de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, cambiando su nombre por el de **Televisión Rural de México (TRM)**.

1979 En este año la **Televisión Rural de México** adquiere el rango de Dirección teniendo la tarea de diseñar programas que eleven las condiciones de vida de los mexicanos.

1980 Para este año la **Televisión Rural de México** trabaja con otro nombre: **Televisión de la República Mexicana** con un claro objetivo de llegar a todos los hogares de los mexicanos con programas que incentivarán: a educar, capacitar, orientar, informar y entretener.

1982 Se crea la **UTEC** (Unidad de Televisión Educativa y Cultural de la SEP).

El **Canal 22** transmite bajo los auspicios de Televisión de la República Mexicana con programas de contenido social y transmisiones de cursos con la idea de llegar principalmente aquellos sectores de escasos recursos.

1983 En este año debido a la reasignación de canales, Canal 8 XHTM cambia a Canal 9 convirtiéndose en canal cultural sin anuncios.

Se crea el Instituto Mexicano de la Radio, Televisión y Cinematografía.

1985 Se da a conocer públicamente la existencia de dos nuevas

filiales de Televisa: **Videovisa**, dedicada a la producción, reproducción y venta de películas videograbadas y **Video Centro**, destinada a rentar en exclusiva el material suministrado por Videovisa.

Se crea la empresa **IMEVISION**, Instituto Mexicano de la Televisión con 2 canales nacionales **7 y 13**.

Se colocan en órbita los primeros dos satélites nacionales de comunicaciones, **MORELOS I y II**.

- 1991** El 23 de septiembre otorgan la concesión del **Canal 40 CNI**, a la empresa Televisión del Valle de México.
- 1992** En el gobierno salinista se pone en venta el **Canal 13 y Canal 7**. También pone en venta el **Canal 22** a un grupo de intelectuales con el propósito de convertirlo en un canal intelectual.
- 1993** Se colocan otros dos satélites, **SOLIDARIDAD I y II** con ello se utilizan tecnologías más avanzadas en transmisiones radiofónicas y televisivas principalmente, con capacidad para ofrecer servicios de telecomunicaciones a todo el territorio nacional y a 23 países del continente americano.
Inician transmisiones de su nueva programación los Canales 7 y 13.
Surge Televisión Azteca tras la inminente privatización de la televisora estatal.
- 1995** El 19 de junio, bajo el codificador VHF, aparecen las primeras emisiones del **Canal de Noticias Internacionales: Canal 40**, presentando una alternativa de televisión durante 24 horas al día.
- 1997** El 5 de septiembre se inaugura el satélite EDUSAT.
- 1998** El **Canal 40** vende el 10 por ciento de su capital a Televisión Azteca.
Televisión Azteca se encargará de comercializar las 24 horas de transmisión en el canal 40.

Es así como en la época de los noventas la televisión mexicana se rige por la competencia real de empresas privadas de televisión: Televisa y Televisión 7

Azteca. Pero actualmente la oferta es aún más amplia con la incorporación del Canal 40 y las tecnologías del satélite directo al hogar.

La industria de la televisión mexicana a través del tiempo plasma el camino del desarrollo con logros importantes de carácter técnico, económico y comercial; alcanza la internacionalización y reconocimiento mundial compitiendo con producciones con un alto nivel de calidad.

Las empresas que producen televisión en México son exigidas y demandadas por un consumidor más crítico, aumentando así la responsabilidad hacia los medios de comunicación masiva.

NOTA: LA BIBLIOGRAFIA QUE SE CONSULTO PARA ESTE APARTADO FUE LA SIGUIENTE:

*Gabino Carrandi Ortiz, TESTIMONIO DE LA T.V. MEXICANA, México, ed. Diana, 1986, 233pp.

*Gutiérrez González Mónica, MANUAL DE PRODUCCIÓN PARA TV, México D.F. ed. TRILLAS, 1997, 159 PP.

*Jorge González Treviño, TELEVISION TEORIA Y PRACTICA, México. ed. Alhambra Universidad, 1992, 167pp.

*Laura Castellot, HISTORIA DE LA T.V. EN MEXICO, México, ed. Alpe, 1993, 545pp.

*María de Lourdes Gama González, EL PAPEL DE TELEVISÁ 200, Tesis Comunicación, México UNAM, 2000, 184pp.

*Mercedes Medina, VALORACIÓN PUBLICITARIA DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISION, España, Ed. Universidad de Navarra, 1998,273pp.

*MEXICO SIGLO XX1 LA HISTORIA DE LA TELEVISION MEXICANA, Enrique Krauze, México, 2000, Televisa.

*Rolando Chávez Moreno, DIRECTRICES PARA UN MODELO DE T.V. SOCIAL, Tesis Comunicación, México, UNAM, 1986, 243pp.

1.2 GÉNEROS TELEVISIVOS

“El gran desarrollo tecnológico de la televisión y su rápida difusión, fueron los factores principales para que sustituyera a la radio como el medio de entretenimiento más importante del mundo contemporáneo”.¹

Los programas que en aquel entonces nos ofrecía la radio: musicales, infantiles, noticiosos y dramáticos los retoma la televisión para darles una dimensión visual.

La clasificación más general en cuanto al contenido de los programas televisivos se establece en géneros; los autores del libro *Manual de producción para TV* mencionan que “el género es la estrategia de presentación de un programa con el que se logra diferenciar y marcar la línea a seguir entre un programa y otro. Es decir, un programa para televisión está conformado por el conjunto de temas, estructuras narrativas y estilos”.²

Los géneros en que se clasifican los contenidos televisivos son:³

INFORMATIVOS

Este género tiene como finalidad recopilar información noticiosa del diario acontecer sobre hechos suscitados a nivel nacional o internacional que se transforma en mensajes que serán difundidos en forma veraz y objetiva, acompañada simultáneamente de imágenes. Puede ser de carácter político, económico, cultural, deportivo, etc.

ENTRETENIMIENTO

Este género tiene como principal objetivo ofrecer diversión y distracción al televidente. La finalidad primordial es como su nombre lo indica entretener a chicos y grandes con propuestas sencillas recurriendo a musicales, dibujos animados, concursos, talk shows, melodramas, telenovelas, series , etc.

ORIENTACIÓN

La programación de este género televisivo conlleva a la exposición de opiniones, interpretaciones, actitudes y juicios acerca de

¹ Maximiliano Maza y Cristina Cervantes, GUIÓN PARA MEDIOS..., México, ed. Alhambra,1994, pág.13

² Mónica D. Gutiérrez y Myrthala Villarreal., MANUAL DE PRODUCCIÓN PARA TV, México, ed. Trillas,1999,pág. 89

³ Ibidem, pág. 89

acontecimientos o hechos de cualquier índole, que en su mayoría están destinados a guiar las acciones de la población para un beneficio individual y social.

INSTRUCCIÓN

Se clasifica dentro de este género a los programas que proporcionan elementos que enriquecen el aprendizaje y por lo general tiendan a proponer cambios de actitud en la población.

1.3 TIPOS DE PROGRAMAS

La televisión nace esencialmente como un medio de entretenimiento, después con el paso del tiempo se convierte en un medio informativo y de entretenimiento encontrando una variedad dentro de su programación.

La clasificación de los programas es de acuerdo a sus características básicas tanto temáticas como de producción:

INFORMATIVOS

Dentro del género informativo los programas que identificamos con mayor claridad son:

- **Noticiarios** Programa de información general, acontecimientos relevantes, con entrevistas, reportajes, enlaces en directo. Sus emisiones son periódicas.

- **Entrevista** Emisiones en las que uno o varios personajes interactúan con preguntas y respuestas acerca de un tema específico.

- **Reportajes** Relato periodístico, acompañado de entrevistas y comentarios sobre el tema a tratar. El reportaje tiene sus orígenes en la búsqueda por proporcionar profundidad al tratamiento de la información noticiosa.
- **Debate** El debate o mesa redonda, confronta los puntos de vista de los invitados sobre un tema; generalmente los invitados son personalidades especializadas en la materia.
Los temas que se abordan son políticos, religiosos, culturales, sociales, etc.⁴

DOCUMENTALES

Es un documento o testimonio sobre un aspecto de la realidad registrado a través de un medio audiovisual. La característica principal de los documentales es que, a diferencia de los reportajes, los temas que se manejan no tienen una vigencia temporal, es decir, no corresponden a la noticia del momento.⁵

CONCURSO

Programas diseñados para la participación del público de forma :

- **Directa** con invitados o concursantes en el estudio o foro de grabación harán uso de sus habilidades y destreza en el juego para llegar a la meta y obtener un premio o reconocimiento.
- **Indirecta** se establece una mecánica de juego en la cual el público desde el lugar donde se encuentre, por ejemplo: su casa, auto, área de trabajo, etc., podrá participar para alcanzar la meta o el premio.⁶

MUSICALES

Reciben el nombre de programas musicales todas aquellas producciones que toman a la música como su eje central.⁷

DEPORTIVOS

Presentan información sobre los acontecimientos deportivos más importantes para la comunidad.⁸

COMEDIA

⁴ Mónica D. Gutiérrez y Myrthala Villarreal., Op.cit., pág. 48

⁵ Ibidem, pág.49

⁶ Loc.cit.

⁷ Loc.cit.

⁸ Gutiérrez y Villarreal., Op.cit., pág 50

Estos programas están dirigidos al público en general con la finalidad de divertir y entretener.⁹

DIBUJOS ANIMADOS

Son aquellas producciones que se realizan utilizando técnicas de animación en computadora representando hechos de ficción a través de historietas. En un principio este género se desarrolló pensando en el público infantil.¹⁰

REALITY SHOW

El reality show es un programa de televisión en donde se muestran la realidad, la cotidianidad, las relaciones interpersonales, el intercambio y la comunicación en situaciones extremas, generalmente los participantes compiten por una recompensa económica.¹¹

FICCIÓN

Estos programas representan situaciones no reales en la pantalla, encontramos una amplia variedad como:

- **Series** Son programas que están pensados y realizados en capítulos; se caracterizan por tener los mismos personajes con historias independientes en cada capítulo y su transmisión es por episodios o temporadas. Cuando se refiere a programas donde los personajes y las historias comienzan y terminan en cada capítulo, pero el tema es el mismo por ejemplo: *Mujer, casos de la vida real*, se habla de series unitarias.
- **Telenovela** Es aquella historia con elementos melodramáticos, dividida en capítulos diarios, cada uno de los cuales termina en un clímax (momento culminante de una obra dramática).¹²

⁹ Mónica D. Gutiérrez y Myrthala Villarreal., Op.cit.,pág. 50

¹⁰ Ibidem,pág.51

¹¹ Boletín de Comunicación Interna., GENTE TELEVISIVA, año 1, Número 1, mayo 2002

¹² Gutiérrez y Villarreal., Op.cit.,pág. 50

Hoy en día la programación que ofrecen las televisoras es diversa, tan solo ajustándose a la barra de programación de la televisión abierta, como los canales de televisión de cerrada o por cable, el espectador marca la pauta para seleccionar lo que quiere ver con solo apretar un botón del control remoto de su televisor.

En lo que se refiere a la planificación propia de la producción en televisión, los distintos programas son quienes imponen su sistema de trabajo, partiendo de determinadas necesidades que marcan una notable diferencia en la realización entre un programa cómico, de un noticiario; un programa de concursos, de una telenovela, etc.

En este caso, la investigación se enfocará al caso específico del género telenovela en el proceso de la planeación y realización.

CAPÍTULO 2

ESTRUCTURA DE UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN

2.1 ¿QUÉ ENTENDEMOS POR PRODUCCIÓN?

“Llamemos producción en televisión al proceso de crear, realizar, elaborar, planificar y organizar una idea mediante procesos determinados que consiguen transformar el concepto hasta llegar a plantearlo en términos reales de audio y video (sonido e imagen)”.¹³

Para Herbert Zettl autor del libro *Manual de Producción de Televisión*, producir significa “buscar que una idea que vale la pena sea representada de una manera efectiva en televisión”.

La producción televisiva parte de una idea que nace en la mente del creador o escritor y que posteriormente le da forma y color logrando crear todo lo imaginable y en ocasiones por qué no, hasta lo inimaginable con la ayuda de la alta tecnología y de los profesionales de la comunicación conformándose a su vez en un equipo homogéneo que comparte un fin común: llevar a la realización un proyecto determinado de principio a fin.

2.2 ETAPAS QUE CONFORMAN UNA PRODUCCIÓN DE UN PROGRAMA.

Encontramos tres etapas básicas en la realización de un programa de televisión:

¹³ Jorge González Treviño, TELEVISIÓN TEÓRICA Y PRÁCTICA, México, ed. Alhambra Universidad, 1992,pág.26

PRE-PRODUCCIÓN
PRODUCCIÓN O REALIZACIÓN
POST-PRODUCCIÓN

Las diferentes fases que conducen a la elaboración de un proyecto, permiten hacerse una clara idea de que el trabajo de producción requiere de una metodología que refleje el gran esfuerzo organizativo de todo el equipo que integra la producción y aquellas personas que participan directa o indirectamente en la acción.

2.2.1 PRE-PRODUCCIÓN

A la primera parte de todo proyecto se le ha denominado **pre-producción**, es la parte previa y de preparación a la realización de un programa, es el primer planteamiento y el más importante del proceso de la producción ya que de su correcta planeación y organización de medios humanos, técnicos y económicos se obtendrán buenos resultados en el momento de la grabación.

Como ya se ha expuesto anteriormente, partimos de un proyecto, una propuesta de programa definido y detallado y que consiste en la descripción del programa especificando su género, a que tipo de público va dirigido, la duración del mismo al aire; dependiendo de su perfil, en que horario será transmitido, la propuesta del reparto y también en este periodo se lleva a cabo la elaboración del presupuesto.

Posterior al análisis se hace una investigación profunda del tema a tratar, teniendo la labor de facilitar y prever las necesidades que se vayan requiriendo y los posibles imprevistos que se generan en el transcurso de la realización.

En ocasiones podemos tener en nuestras manos un proyecto que se desarrolla en otra época a la actual. Hablemos de una historia futurista, o una historia en un contexto del fin de siglo, de los años sesentas por citar un ejemplo; lo que implica una preparación completa para todo el personal que participa en dicha grabación,

desde el productor, el equipo de dirección, escritor, equipo de producción, actores, maquillistas, peinadoras, diseñadoras de vestuario, escenógrafos, el equipo humano que estará en contacto directo con la fabricación del producto. Deberán tener conocimientos generales que enmarcan la época; es como repasar la historia, por un momento es como si volviéramos a la escuela, que nos dará los elementos para reproducir con exactitud las piezas que componen la obra.

Hay que cuidar hasta el más mínimo detalle, saber cómo pensaban en esos años, cuáles eran sus actividades, qué se comía, saber las reglas de buenas costumbres, etc. Ahora bien, si el presupuesto lo permite, la contratación de un experto en el tema será de gran ayuda para la producción.

Si el tópico a tratar es de concurso, un musical, un programa deportivo es necesario contar con la información suficiente que agilizará la realización.

No se puede trabajar con temas en los cuales nuestra información es limitada, la poca preparación se verá reflejada en pantalla.

2.2.1.1 PRESUPUESTO

El presupuesto es parte fundamental para cualquier programa a realizarse desde el proceso de preparación o pre-producción en donde se verá reflejado de manera real el costo del programa y evitar que durante su realización se incrementen los costos y se salga de lo ya presupuestado.

¿Qué se debe tomar en cuenta al elaborar un presupuesto?

Para realizar un presupuesto se tiene que contemplar los gastos que se generen durante el proceso de producción (pre-producción, realización y post-producción) en tres rubros importantes:

Recursos humanos

Hablamos del personal que trabajará en las diferentes etapas: productor, director de escena, director de cámaras, asistentes de producción, escritor,

actores, bailarines, conductores, extras, editor, musicalizador y el personal del área técnica como iluminadores, camarógrafos, jefe de piso, ingeniero de audio, etc.

Recursos técnicos

Los recursos técnicos que se deberán contemplar en éste rubro son todo lo relacionado con instalaciones como foro o locación, alquiler de equipo especial, equipo de iluminación, salas de edición, post-producción, musicalización, etc.

Servicios a la producción

Los gastos necesarios tales como: transportación, viáticos, servicio de alimentación, gastos operativos, gastos administrativos desde la renta de una oficina, papelería, gastos diversos e impresos, vestuario, escenografía, ambientación, utilería, maquillaje, peinados, seguridad, etc.

Herbert Zettl autor del libro *Manual de Producción de Televisión* divide los gastos de producción por categoría sobre la línea y bajo la línea.

Los presupuestos sobre la línea incluyen los gastos del personal creativo (son las personas que están más involucradas en la conceptualización de las ideas) escritores, directores de arte y elenco.

Los presupuestos bajo la línea incluyen los gastos del personal de producción, el equipo técnico y el espacio que se requiere para la grabación del programa como el foro y locaciones.¹⁴

El mayor interés del productor es respetar y ajustarse al presupuesto inicial, no salirse de lo estipulado.

¹⁴ Herbert Zettl, MANUAL DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN, ed. Internacional Thompson, pág.415

2.2.1.2 EQUIPO DE PRODUCCIÓN Y SUS FUNCIONES

Cuando es aprobado el presupuesto, el productor conformará a su equipo de trabajo de acuerdo a las habilidades de cada integrante y cuya función será asignada al área específica. Un buen equipo de producción es mucho más que un conjunto de personas competentes, es un grupo solidario dispuesto a trabajar y resolver conjuntamente los problemas hacia una meta común, respetando el tiempo y el trabajo de todos.

Es importante recordar que el tiempo de grabación en televisión es muy caro, si tenemos todo listo en el momento de correr la escena, los costos no aumentarán y estarán sujetos al presupuesto inicial. La parte fundamental para lograr este objetivo es el equipo de producción.

La determinación de roles en el equipo de producción dependerá del conocimiento, habilidades que cada integrante demuestre y compruebe para facilitar su desarrollo y garantizar eficacia en el trabajo.

a. El Productor

El eje de cualquier programa televisivo es nada menos que el productor. Desarrolla un trabajo de suma importancia, responsabilidad y sobre todo creatividad.

Ser productor significa interpretar varios papeles al mismo tiempo. Para entender mejor el trabajo del productor y la importancia que tiene al estar al frente de cualquier programa, Herbert Zettl del autor del libro *Manual de Producción de Televisión* nos presenta un comparativo con la responsabilidad que tiene un productor ejerciendo la labor del psicólogo, sociólogo, músico, hombre de negocios :

| | |
|---------------------------------------|---|
| PRODUCTOR = HOMBRE DE NEGOCIOS | PARA CONVENCER A LA EMPRESA DE LLEVAR A CABO UN PROYECTO Y VENDERLO EN LO JUSTO. |
| PRODUCTOR = PSICÓLOGO | PARA ENTENDER LAS NECESIDADES QUE TIENE SU EQUIPO DE PRODUCCIÓN DESDE ÁREA TÉCNICA, ACTORES, DIRECTORES Y PÚBLICO. PARA ENCAMINAR HABILIDADES DE CADA MIEMBRO DEL EQUIPO EN UNA SOLA DIRECCIÓN. PARA TRABAJAR BAJO UN MISMO OBJETIVO TRANSFORMANDO LA IDEA CENTRAL EN UN PRODUCTO FINAL QUE TENDRA DIFUSIÓN A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN. |
| PRODUCTOR = SOCIÓLOGO | COMO DEBE IDENTIFICAR LAS NECESIDADES DE UN GRUPO SOCIAL PARTICULAR, QUÉ TIPO DE FACTORES DE LA AUDIENCIA ESTAN RELACIONADOS CON LOS TEMAS COMO LOS HÁBITOS DE CONSUMO DEL COMPRADOR, VALORES Y ESTILOS DE VIDA. |
| PRODUCTOR = MÚSICO | AUNQUE NO SE TENGAN CONOCIMIENTOS DE MÚSICA, ES NECESARIO TENER LA SENSIBILIDAD DE MARCAR LAS PAUTAS MUSICALES EN EL MOMENTO ADECUADO PARA ENRIQUECER Y RESALTAR ESCENAS IMPORTANTES DEL PROGRAMA. ¹⁵ |

La tarea del productor o los productores es estar en la búsqueda constante de ideas que puedan convertirse en proyectos y estos a su vez sean llevados a la pantalla, además son los responsables desde el punto de vista financiero y organizativo, además de los aspectos técnicos y artísticos. Esta ardua labor de coordinación del trabajo en equipo tiene un fin determinado, realizar y presentar un producto de calidad en cuanto a imagen y sonido se refiere.

Roberto Hernández, productor de telenovelas en Televisa como “Tres Mujeres” (1988), “Atrévete a Olvidarme” (2000) considera que... “El productor es la persona que tiene una idea y la cristaliza a través de un programa de televisión. Somos los que jerarquizamos la información que queremos proporcionar al público. En una palabra somos los responsables directos de que un programa salga bien”.

¹⁵ Herbert Zettl, Op. cit., pág.432

Sobre las responsabilidades de un productor afirma que ... “Primero hay que tener un buen banco de ideas e innovar, ése es nuestro fin primordial. Una vez que el proyecto surge, se tiene que checar lo que es el área financiera, buscar la gente idónea para cada puesto... en general el productor es el responsable de toda la producción”.¹⁶

Para ser un buen productor se deben conocer todas las áreas que están inmersas en la fabricación de un programa, conocer qué tipo de servicios se requieren para la elaboración y tener la habilidad para solucionar cualquier problema que se presente a lo largo de la realización.

El productor no está lejos de sentir incertidumbre ante la aceptación o el rechazo (éxito o fracaso) del espectador al conocer su propuesta, ya que no basta con tener una buena idea, una adecuada planeación y control del presupuesto, sino hay que tener la sensibilidad del televidente y sobre todo tener la capacidad de crítica objetiva para su propio trabajo.

El productor diseña el método de producción, él decide si será una transmisión en vivo o pregrabada, si se graba en foro o en locación, etc., planea la logística y proporciona los recursos necesarios al director para que éste haga su labor creativa y no tenga contratiempos en el momento de la realización.

El deber del productor es estar en contacto directo con el :

Escritor: para lograr que interprete y dé sentido a la idea respetando los objetivos planteados por el productor.

Director: para lograr que dé el sentido correcto e intensidad adecuados a cada escena y respetar la línea central de la historia.

Musicalizador: debe estar pendiente de que la música elegida para el programa corresponda a la historia contada, que vista a cada escena y no crear falsos efectos dramáticos.

¹⁶ Roberto Hernández, Productor empresa Televisa, agosto 2002.

"El productor es la persona que se desenvuelve y aprovecha las limitaciones propias del medio, un presupuesto pobre y las pocas facilidades técnicas y humanas, e incluso así saca al aire un producto que sea atractivo, útil o entretenido para los televidentes".¹⁷

Encontramos productores que manejan una misma línea de programas a producir basándose en su experiencia, su gusto por algún tópico o exigencia de la empresa para producir un programa deportivo, telenovela, comedia, etc. Al respecto Raúl Araiza productor y director de cine y televisión con una extensa trayectoria dentro de la empresa Televisa nos comenta cual sería desde su particular punto de vista la diferencia entre un productor de un programa de corte noticioso y un productor de telenovela... "En ambos casos se tiene que organizar todo el trabajo, distribuir las responsabilidades y proveer cualquier problema que pueda suceder. Sin embargo, existe una gran diferencia, pues mientras los que hacemos telenovela tenemos suficiente tiempo para editar, los que tienen la responsabilidad de producir un programa por decir... deportivo y con transmisión en vivo trabajan a la velocidad de la luz editando casi al momento de enviar la nota..."¹⁸

Para José Rendón productor, escritor y director de cine y televisión basándose en una experiencia propia en la que no siempre se consiguen triunfos como productor afirma que ..."la peor dificultad que se enfrenta un productor es perder la seguridad y dejar de creer en si mismo, porque estaría acabado como productor. Siempre es un riesgo el llevar a cabo una idea pero es a lo que te tienes que enfrentar día con día."¹⁹

b. El Director

Como ya se ha mencionado anteriormente, la televisión como medio de comunicación es un conjunto de imagen y sonido, en este sentido se podría decir que la imagen en la pantalla de televisión es informativa y expresiva; en esta ocasión es tarea del director como responsable directo transformar un libreto en mensajes de video y audio eficazmente.

¹⁷ Jorge González T, Op. Cit.,pág.28

¹⁸ Raúl Araiza, Productor y Director empresa Televisa, agosto 2002.

¹⁹ José Rendón Rivera, Productor, Escritor y Director, mayo 2001.

"El director juega a su antojo con el tiempo, puede acelerar y parar el movimiento de sus objetos, es quien da ritmo, velocidad, clima particular a la historia".²⁰ Es quien tendrá que sentir la interpretación para transmitirla a los actores y estos lograr el desenvolvimiento escénico ideal marcado por el ritmo justo que requiere cada escena.

El director conoce de principio a fin el proyecto a realizarse, en ocasiones, se encarga junto con el escritor de realizar una investigación profunda del tema a tratar para comprender, identificar y establecer situaciones dentro de un contexto social, e histórico en caso de requerirlo. Es decir, el director decodifica el mensaje el propósito del programa y el efecto que se intenta producir en una audiencia específica.

Las tareas del director son:

- Tiene la función de dirigir al talento, al equipo de producción y al equipo técnico durante la producción.
- Revisar los libretos cuidadosamente, recrear en su mente escena por escena para visualizar el lugar donde se realizará la acción, qué escenografía se montará, el ritmo de dicha acción, el vestuario que corresponda al momento, elenco artístico, iluminación, etc.
- Propuesta de actores - reparto.

Determinará las locaciones, escenas tomadas de stock, el equipo técnico a utilizar y, sobre todo tener la capacidad para resolver imprevistos en el momento de la grabación e incluso, de ser necesario recurrir a la improvisación.

C. El Escritor

Son muchos los elementos que hacen posible la magia de la televisión. La creatividad es un todo en donde se aglomeran varias actividades para que una emisión llegue a las pantallas y cautive al auditorio. En toda esta unión de talentos, el escritor es un eslabón fundamental.

La mayoría de los proyectos salen de las mentes creativas de los escritores, son ellos quienes moldean una idea que apenas dibuja un productor, crean el mundo

²⁰ Fernando Wagner, LA TELEVISIÓN, Barcelona, ed. Labor, 1972, pág.17

donde viven y se desenvuelven los personajes de la televisión; conocen el lenguaje televisivo para visualizarlo en el guión literario y transforma en guión técnico, el cual se utilizará más tarde en la grabación.

Una vez que se tiene definido qué tipo de programa se realizará, el escritor toma el control en pluma y papel para contar de manera tan extensa como se requiera alguna situación, vivencia, propuesta que llegará mas tarde al espectador.

Otra parte fundamental dentro de la labor de un escritor es la edición o adaptación literaria. Puede existir una historia, novela, obra de teatro en la que esté interesado el productor o la empresa para la que trabaja, en este caso se recurre a la adaptación literaria, tarea que puede desarrollar el propio escritor o guionista, recibiendo el nombre de adaptador.

Un buen guión es la base de partida del proceso de producción. Debe ser una base sólida, adecuado al público al que va dirigido, con la duración requerida para el espacio que se destina en tiempo aire y que aporte todos los datos necesarios para su interpretación, planeación, realización, promoción y publicidad que posteriormente desencadenará la preparación para su venta.

El productor y director trabajan conjuntamente con el escritor marcando el eje central de la historia, supervisando que la historia tenga ritmo, sea ágil, cuidando que los diálogos sean coherentes a la época, entorno social, etc.

d. El Editor

El editor con su creatividad es el encargado de dar forma al programa. Edita las cintas de video con base en el guión y las instrucciones del productor y director.²¹

e. El Compositor Musical

El compositor se encargará de crear el concepto musical del programa.

²¹ Mónica Gutiérrez y Myrthala Villarreal, MANUAL DE PRODUCCIÓN PARA TV, México, ed. Trillas, 1997, pág.70

f. El Miscalizador

El musicalizador es el encargado de insertar la música, los efectos incidentales y ambientales al programa.²²

La labor del musicalizador, es compaginar la imagen con el audio, dándole fuerza e intensidad necesaria para lograr el efecto deseado dependiendo del tipo de programa y género que se trate.

g. Coordinador de Producción

Tiene a su cargo la supervisión de todas las áreas que integran la producción, desde la entrega de libretos, programación de planes de trabajo, solicitud de equipo especial y cualquier necesidad para la realización.²³

h. Jefe de Producción

“Es la autoridad inmediata sobre todos los elementos que se encuentren en el lugar de grabación” .²⁴

Regula el tiempo de ensayo y posteriormente el de grabación, informa los cambios que mejor le convenga a la todo el equipo.

La capacidad para resolver y enfrentar cualquier tipo de problema es esencial, impide que se desperdicie el tiempo planeado y salga a flote la realización.

¿Cuál es la tarea de los **asistentes de producción**?

Su trabajo es de apoyo para la realización de las diferentes etapas de la producción; su tarea es estar al tanto de cualquier necesidad que se presente.

Este apoyo se da de la siguiente manera:

²² Mónica Gutiérrez y Myrthala Villarreal, Op.cit.,pág.71

²³ Francisco Torres Aguilera, TELENOVELAS, TELEVISIÓN...,México, ed. Ediciones Coyoacán, pág. 54

²⁴ Ibidem, pág. 54

i. Asistente Administrativo

Su desarrollo es a nivel de oficina, apoya todo lo relacionado con seguimiento de trámites de tipo administrativo. Se encargará de la nómina y pagos a externos.

j. Asistente de Elenco Artístico

El elenco artístico que participará en la grabación tiene un trabajo de diseño en la fase de la preproducción, el asistente o asistentes en esta área se encargan de complementar la información que solicitan los departamentos de vestuario (en relación con medidas, tallas para la elección o fabricación del vestuario), maquillaje y peinados (definir la imagen física que darán para el proyecto) documentos y datos personales para llevar a cabo la contratación del actor, bailarín, músico, cantante, conductor, etc.

Así como mantener contacto directo con el artista y la producción para establecer acuerdos de interés mutuo. Realiza los llamados, para citar al elenco artístico en el lugar y hora señaladas por el plan de trabajo.

Cuando la grabación ha iniciado el asistente de actores, recibiendo instrucciones del jefe de producción o del director debe tener para la fecha señalada y la hora a sus artistas listos, bien maquillados y peinados, perfectamente vestidos, marcar su entrada a escena y en algún momento recordar señalamientos que en el ensayo el director manifestó.

El buen trato y respeto que se le brinda de parte de la producción hacia el artista se verá reflejado en el agradable ambiente de trabajo.

k. Asistente de Utilería

Se encarga de proveer los elementos básicos manejables dentro de una escena, como cafeteras, alimentos, animales, automóviles, en el caso de un programa de concursos, lo que se presentará dentro del mismo, juegos, etc.

Este trabajo se lleva a cabo en conjunto con el ambientador (al que le corresponde la parte del mobiliario, accesorios para la decoración como cuadros, floreros, específicos, teléfonos en secuencia), el escenógrafo y en su caso si la producción lo requiere del director de arte.

I. Staff Técnico

En la grabación los responsables de operar las cámaras, la iluminación, el audio y el video son el equipo integrado por los técnicos:

El **camarógrafo** es la herramienta del director, es el encargado de traducir en realidad (tomas) los conceptos y acotaciones puestas en el guión. Debe conocer perfectamente la cámara y sus posibilidades al momento de realizar la grabación.

El **iluminador** se encarga de crear y diseñar el ambiente adecuada para cada set con ayuda de la iluminación como su herramienta. El **operador de audio** supervisa que los diálogos se registren limpios, sin ruidos externos, que el volumen sea adecuado y no varíe entre toma y toma.

El **operador de video tape** supervisa la grabación del programa (video y audio), mide los tiempos de cada toma. Cuando el programa es en vivo, el operador se encarga de organizar el material para reproducirlo en el momento en el que el director o productor lo pida.

La coordinación del piso en el momento de la grabación es del **floor manager** o jefe de piso, funciona como enlace entre el director y los camarógrafos.²⁵

Con el equipo de producción completo, el siguiente paso será la programación de juntas técnicas con los responsables de diferentes áreas, además del productor, directores y escritor se deja claro el objetivo, las necesidades y estrategias de

²⁵ Mónica Gutiérrez y Myrthala Villarreal, Op.cit.,pág.71

planeación que deberán seguir; a su vez, se establece un intercambio de ideas y sugerencias que ayudan a la realización.

2.2.1.3 EL GUIÓN

*"El guión o libreto es el rey de cualquier buen proyecto... es el protagonista sin excepción y el que te puede llevar a la cumbre o llega a hundirte..."*²⁶

Todo proyecto parte de un guión, y es aquí donde se conjuga la lluvia de ideas en un formato de audio y video. El escritor imprime su toque personal en cada frase, cada texto que escribe y que en la parte de la creatividad visual en proceso de producción se le añadirán imágenes y sonidos dirigidos a un público determinado. ya que el guión es la parte medular de cualquier proyecto, es donde se encuentra el mensaje decodificado para su realización.

El escritor entrega al productor los libretos terminados, incluyendo información que servirá de guía para todo el personal involucrado en la producción: nombre del programa, a que tipo de público va dirigido, horario en el que se transmitirá, duración del programa, tipo de programa, número de escenas, número de cuartillas.

Después que un guión pasa por la aprobación del productor o responsable del proyecto y es entregado para su realización, se analiza el contenido junto con el equipo de dirección para interpretar y definir tanto el contenido de video como el de audio. Esta labor de visualización del libreto es fundamental para enlistar necesidades de producción que nos serán de gran ayuda para la elaboración del

²⁶ María Zarattini, escritora de telenovelas, abril 1998

presupuesto, la planeación, qué tipo de casting o prueba escénica se tendrá que hacer, colores y texturas para el set, en cuanto a la parte de audio, qué música nos servirá de fondo, a qué efectos especiales recurriremos, etc.

La estructura del guión generalmente es la misma:

ENCABEZADO en la parte superior se destaca información del programa como: título del programa, duración, número de cuartillas, nombre del productor, nombre del director y nombre del escritor.

El libreto o guión está dividido en dos columnas:

VIDEO del lado izquierdo van las acotaciones técnicas en cuanto a video, indicaciones que servirán al director .

AUDIO la columna del lado derecho lleva acotaciones de diálogo, indicaciones técnicas de audio como música y efectos especiales.

(ver ejemplo de libreto anexo1)

“Cuando un libreto se acota adecuadamente resulta bastante útil para dirigir desde la sala de control y en el piso. Aunque no existe una sola forma correcta de acotar el libreto, hay algunas convenciones y estándares. Es evidente que el libreto totalmente concluido de un programa requiere mayor cantidad de indicaciones y precisión que una entrevista dirigida a partir del formato del programa.”²⁷

La referencia anterior de Herbert Zettl en su libro *Manual de Producción de Televisión*, tiene que ver que para cada programa tendrá algunas variantes en cuanto a la estructura del guión, es decir, para las producciones que se realizan en vivo requieren mayor precisión e información que los guiones que se trabajan en programas que se graban y posteriormente se transmiten; cuando se trabaja dirigiendo un programa en vivo, los tiempos reales por cada bloque son importantísimos ya que el director debe respetar cada minuto estipulado en el libreto, cada corte a comercial, las entradas y salidas. Sin embargo si hablamos por ejemplo de las telenovelas, en el momento de la grabación, el libreto es

²⁷ Maximiliano Maza y Cristina Cervantes, GUIÓN PARA MEDIOS...,ed. Longman de México, 1994, pág.124

flexible y puede sufrir ciertas modificaciones en los diálogos, si el director considera necesario, en el replanteamiento de actitudes dramáticas para un personaje sin salirse de la línea psicológica.²⁸

El guión se analiza, se visualiza para extraer la idea básica del programa, el director trabaja posiciones de cámaras, iluminación, audio. Encontramos guiones técnicos (story board y el story line) que refuerzan al guión literario.

- **story board:**

Dentro del lenguaje televisivo el story board es la historia contada en términos visuales a través de secuencias de dibujos para cada escena acompañados de un comentario descriptivo de la acción.

- **story line:**

En el caso del story line, los escritores lo utilizan como herramienta para contar una historia sin recurrir al dibujo para su recreación.

SINOPSIS DEL PROGRAMA.- es el texto breve, el resumen en pocas cuartillas que describe el programa.

2.2.1.4 EL CASTING

De acuerdo a las necesidades del programa a desarrollar y al estudio previo del libreto, el productor y el director realizan la selección del talento artístico: actores, conductores, presentadores, bailarines mediante una prueba actoral .

Es importante tomar en cuenta los siguientes puntos al realizar la prueba de talento:

- Proyección en pantalla.- el talento artístico deberá tener presencia escénica, proyección, facilidad de palabra, el físico, etc.

²⁸ Herbert Zettl, Op. cit., pág.434

- Psicología de personaje.- el director deberá analizar el perfil psicológico del personaje para hacer la elección indicada por ejemplo: en el caso de una telenovela, deberá escoger al protagónico femenino de carácter débil, ingenua, pero al mismo tiempo sensual.

Para un programa de corte juvenil, el conductor deberá ser una personalidad fresca, dinámica para que el público joven logre identificarse.²⁹

2.2.1.5 EL PLAN DE TRABAJO O BREAK DOWN

“El Break down es un desglose detallado de las necesidades de producción, se realiza con el objeto de determinar la mejor secuencia para grabar las tomas y así optimizar costos y tiempos”.³⁰

Es la guía y da orden a la grabación; el plan de trabajo o break down nos permite determinar las necesidades de la producción por ejemplo: talento artístico, utilería, efectos especiales, vestuario, etc.

Normalmente se hace un plan de trabajo por día de grabación eligiendo las escenas que se grabarán por día, posteriormente se anexa a este plan una hoja de llamado con su contenido: fecha, hora y lugar de grabación, si es interior o exterior, el nombre del talento artístico que participará, qué equipo técnico se requiere, la utilería, así como todos aquellos elementos que el productor considere necesarios para la realización.

2.2.1.6 PROGRAMA DE PRUEBA

El programa de prueba o programa piloto se realiza con la finalidad de presentar de manera general el concepto del programa con actores, escenografía,

²⁹ Verónica Tostado, MANUAL DE PRODUCCIÓN EN VIDEO, ed. Alhambra, 1999, pág. 140

³⁰ Ibidem, pág. 130

ambientación, temas musical, tipografía para la autorización del productor o quienes resulten interesados en el financiamiento del proyecto.

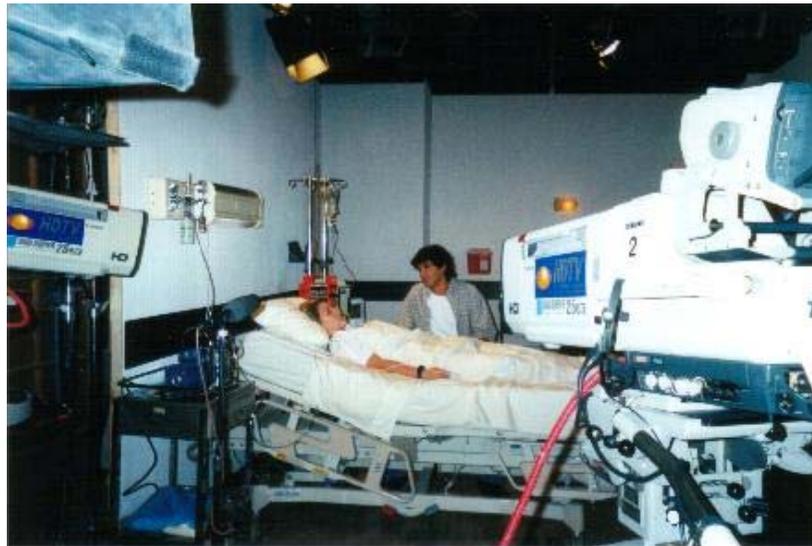
2.2.2 PRODUCCIÓN (REALIZACIÓN)

“La producción es la fase propiamente dicha de realización del programa, basada en la ejecución de las tomas”.³¹

Cuando se siguen los pasos básicos de la pre-producción, deberán ser pocos los problemas que se presenten durante la realización, sin embargo es importante tener en cuenta las ventajas y desventajas que se presentan al grabar en:

FORO O ESTUDIO

- El ritmo de grabación es más ágil y rápido.
- Hay que recrear los ambientes naturales en la medida de lo posible, así como lograr que en los sets, los espacios cobren vida y se ambienten apegados a la realidad.
- Se elevan costos, ya que la escenografía es cara y según las necesidades cada vez que se monta y desmonta un set, los gastos se duplican, lo mismo ocurre con los elementos de ambientación y utilería.



Grabación de la telenovela NIÑA AMADA MÍA en Foro 15

³¹ Raymond Bravo, PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN DE T.V., México, ed. Limusa, 1993, pág.123

EN LOCACIÓN

- Es la grabación o realización en exterior, en ambientes naturales respetando sus condiciones, lo que en ocasiones nos puede limitar y exponer a las inclemencias del tiempo, por ejemplo, una repentina lluvia puede suspender la grabación por varias horas generando tiempo extra de todo el personal o bien, hasta cancelar el plan de trabajo del día, lo que no ocurre cuando se graba en interiores, en este caso en un Foro o lugar que se encuentre condicionado para impedir que ruidos externos se filtren y se tenga que parar la grabación.
- El costo es menor ya que se pagan cantidades menores (comparando lo que cuesta hacer un set para foro), por ejemplo: se paga la renta de una casa, si está amueblada mejor aún y será mínimo lo que tenga que invertirse en ambientación (cuadros, muebles).

EN VIVO

- Se necesita de una excelente organización y buena coordinación tanto en piso, cabina y oficina para tener todo listo cuando se requiera y sobre todo estar prevenidos por si algún imprevisto se llega a presentar.
- Puede haber fallas de imagen y audio.
- Se trabaja bajo presión.



Grabación en Locación Acapulco, Guerrero programa HOLLYWOOD D.F.

PROGRAMA PREGABADO

- La ventaja de un programa pregrabado, a diferencia de uno en vivo, es que se puede controlar la grabación con la repetición de escenas con errores.
- Se aprovechan al cien por ciento los recursos de post-producción.
- La desventaja sería perder la espontaneidad del momento.

Todo el personal que forma parte del proyecto, técnicos, equipo de producción, dirección, actores y el productor por supuesto, con su copia del plan de trabajo en mano hay una presentación general, iniciando el ensayo en frío.

Ensayo en frío: ensayar con anticipación cada escena, el director de escena y el director de cámaras marcan a los actores y a los técnicos su posición, de acuerdo al movimiento escénico. El director de cámaras es el responsable del tiempo real del programa respetando el plan de trabajo, aunque en algunas ocasiones puede cambiar el orden preestablecido de las escenas, en el momento de la acción se decidirá si es más conveniente grabar primero una escena corta y dejar en segundo lugar una escena complicada.

Dramáticamente hablando; en un programa por segmentos es importante grabar por bloque. La grabación de una escena es el resultado de un conjunto de secuencias, que a su vez se traducen en varias tomas y que pueden grabarse fuera de orden justificadamente, según las necesidades de producción, pero en la edición final deberán unirse de acuerdo al ordenamiento que demande el guión.

En el caso de trabajar con un grupo de baile, cantante, muñecos, títeres, etc., se ensaya la coreografía, posiciones de cada elemento, así como ajustar los tiempos para la entrada de las pistas musicales que permite lograr un óptimo resultado en la imagen y el sonido.

Ensayo con Cámaras: El ensayo con cámaras se realiza con la escena montada, con todo listo y en su lugar, el director previamente plantea al staff técnico las tomas por escena que requiere, generalmente los actores están en posición correcta, con el vestuario y maquillaje correspondiente a la escena, la iluminación lista, los micrófonos abiertos.

Todos trabajan a un mismo ritmo, la pauta la marca la constancia de la grabación. Así como lo menciona González Treviño en su libro de *Televisión, teoría y práctica*, que dentro de la producción o realización se conjugan una composición de imágenes en cuanto a unidad, variedad, armonía, balance y ritmo.³²

Debe existir un control de calidad de imagen y audio antes de llegar a la última fase que es la que dará el toque final (la post-producción), se debe cuidar la continuidad narrativa:

1. Entre toma y toma el sujeto o acción mantenga la misma dirección y no la cambie sin motivo aparente.
2. El vestuario, escenografía e iluminación no varíe entre toma y toma.
3. Cuidar que las situaciones, actitudes, reacciones de los personajes sean congruentes entre una secuencia y otra.

Roberto Hernández, productor de telenovelas dentro de la empresa Televisa afirma que la función que ejerce un productor en esta etapa de la producción es el papel de crítico, con una visión siempre general sin perder la objetividad en el trabajo, ya que suele suceder que después de cierto tiempo se cae en la autoconfianza y se descuida la calidad de la imagen, sobre todo que no se respete el objetivo general del proyecto cambiando el mensaje al telespectador.³³

³² Jorge González Treviño, *Op.cit.*, pág.23

³³ Roberto Hernández, Productor empresa Televisa, agosto 2002.

2.2.3 POST-PRODUCCIÓN

“La post-producción es la etapa que comienza una vez que las tomas ya están grabadas. La base de la post-producción es la edición.”³⁴

Hasta este punto, el material grabado no es otra cosa que una serie de imágenes o tomas que por si solas no dicen nada, pero al unir las se convierten en una historia. La parte de post-producción da el último toque al producto, viste visualmente y sonoramente una escena donde sólo tenemos diálogos.

Como lo define Herbert Zettl en su libro *Manual de Producción de Televisión*, la parte de la post-producción hablando de edición consiste en ordenar las fracciones y piezas del material pregrabado en una nueva y más expresiva secuencia.

Este proceso requiere de una comprensión exacta del guión, para así dar el ritmo y tono dramático al programa. Las diferentes etapas de la post-producción son:

a. Calificación del material

Al terminar la grabación se marca cada cinta de video tape con los siguientes datos para llevar un registro preciso (número de cinta, nombre del programa, fecha de grabación y tomas).

b. Edición off line (fuera de línea)

Se trata de un trabajo de precisión, que consiste en la revisión del material y la clasificación de la toma con duración de la misma. con audio. La edición off line es la primera edición sin calidad para ser transmitido.

Cuando se tiene el material pregrabado en las cintas, se procede a una edición

³⁴ Mónica Gutiérrez y Myrthala Villarreal, MANUAL DE PRODUCCIÓN PARA TV, México, ed. Trillas, 1997, pág.131

on line, es decir, no lineal porque la manera de editar es a corte directo con la ayuda de un monitor, grabadora VTR, mezcladora de audio y un controlador de edición.³⁵

c. Edición on line (en línea)

La edición on line es el acabado de calidad para el material grabado dándole orden, ritmo y tiempo.

Los elementos en esta etapa son: disolvencias, efectos digitales, supers.

Este material está listo para ser transmitido.

En ésta área de la post-producción se entrevistó a Socorro Manrique Díaz, editora de la empresa Televisa quien nos dio su comentario sobre esta etapa de producción: "...en la post-producción se desarrolla el acabado final de los programas, completándolos con efectos digitales y titulación. Para ahorrar tiempo en la parte de la edición, se utiliza el código de tiempo (time code*) su uso consiste básicamente en las ediciones electrónicas... los pasos de la post-producción son:

1. El primer paso es calificar el material grabado
2. Hacer transferencias del material grabado a los discos duros de la computadora
3. Se realiza una edición off line con código de tiempo
4. El material es revisado por el productor
5. Se realiza el acabado final con la edición on line
6. El material listo para ser visto por los televidentes pasa por una calificación final que permitirá advertir de brincos de imagen, brincos de audio, errores en la titulación, etc."³⁶

***El time code o código de tiempo consiste en una señal de onda cuadrada codificada en frecuencia de pulsos, la cual va formando las horas, minutos, segundos y cuadros.**

d. Titulaje

³⁵ Herbert Zettl, MANUAL DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN, ed. Internacional Thompson, pág.422

³⁶ Socorro Manrique Díaz, Editora empresa Televisa, agosto 2002

Ahora bien, le toca el turno al titulado, créditos y otros elementos visuales, basándose en colores que resalten, sean agradables a la vista del televidente, la tipografía debe ser legible y debe tener armonía con la imagen.

e. La Música y la Musicalización

En el mundo de la televisión, la música cumple un papel importantísimo, es el complemento de cualquier obra, de cualquier historia; es el compañero inseparable de cualquier programa de televisión, realza y refuerza los momentos de suspenso, amor, alegría, melancolía.

La música es el identificador del programa, le da carácter y personalidad, el espectador –aunque no esté frente al televisor– con tan solo escuchar el tema musical del programa sabe si está por comenzar, si van a corte comercial o si ya terminó.

En esta área el productor y el director deben ser cuidadosos al elegir la música para su programa, ya que una mala elección de la misma puede cambiar el sentido de ciertas situaciones, así como tornar lento y aburrido una emisión al aire.

En televisión existen tres diferentes géneros o factores de sonido: la voz, narración o diálogos, la música y los efectos acústicos (ambientes).

El uso o empleo de cada uno de ellos irá de acuerdo a la intensidad y momento que la tónica general del programa lo indique.

Esto es, la narración no debe estorbar o repetir lo que la imagen está expresando, sino colaborar con ella para una mejor comprensión. Del mismo modo la música y los sonidos especiales -efectos sonoros- no deben aplicarse arbitrariamente para no distraer o saturar con sonidos una escena; sino que han de emplearse en su momento oportuno.

El empleo de la música refuerza el contenido de las imágenes sin distraer la atención, utilizándose como el puente musical o contrapunto solo mientras haya

ausencia de voces, dura más de siete segundos y sirve para terminar introducir, ubicar o separar aspectos de contenido del programa.

Al terminar el proceso de edición, post-producción, el siguiente paso es la **musicalización** e inserción de efectos sonoros, realizando el trabajo de mezcla o enriquecimiento de la banda sonora.

El musicalizador es el encargado de insertar la música, los efectos incidentales y ambientales al programa. Desde esa perspectiva **la música ambiental** se caracteriza porque forma parte del medio ambiente mismo; el sonido del aire, la lluvia, el canto de los pájaros, el ruido de una calle poco transitada, hasta el gran barullo de la gran urbe, etc.

La música incidental por su parte, se caracteriza por ser el elemento que acentúa una escena de acción, de romance, de tensión; así como resaltar las emociones, las reacciones, la personalidad del personaje, cambios de ánimo de actitud.

Juan López ejerce su profesión de musicalizador en la empresa Televisa desde hace 20 años nos comenta “la musicalización sirve para crear falsos dramáticos, por lo que se debe tener precaución en la utilización de la música, ya que de lo contrario puede interferir en la comprensión de los diálogos...”³⁷

³⁷ Juan López, Musicalizador en la empresa Televisa, julio 2000

CAPÍTULO 3

GENERALIDADES QUE CONFORMAN LA PRODUCCIÓN DE UNA TELENVELA

3.1. POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA PRODUCCIÓN DE UNA TELENVELA

En este capítulo hablaremos del régimen y estructura de organización para la realización de una telenovela en la empresa Televisa, S.A. de C.V. y de a su estructura organizativa encontramos áreas básicas que participan en la producción de una telenovela.

Se trabaja sujeto a ciertas políticas y el departamento de la Vicepresidencia de Producción a la que dependen los productores, trabaja de la siguiente manera:

ASIGNACIÓN

El primer paso es asignar al productor responsable de la telenovela, posteriormente se decidirá la extensión de la novela en capítulos de media o una hora, así como la fecha de inicio de grabación.

El productor designado establece el compromiso de ceñirse a las siguientes políticas y procedimientos de producción:

POLÍTICAS:

A. LIBRETOS

1. Los primeros 60 libretos ya editados y listos para ser producidos deberán ser entregados a la Vicepresidencia de Telenovelas Comerciales, a más tardar, un mes antes del inicio de la grabación.

2. Previamente a esta fecha se entregará a la Vicepresidencia de Telenovela Comerciales una sinopsis amplia, lo más apegada a la historia para su aprobación, así como el promedio de personajes, escenas por capítulo, el número y la descripción de los sets principales.

3. Si fuera necesario, se entregará una propuesta para la extensión de la historia.

B. PRESUPUESTO

El presupuesto deberá ser presentado para su discusión y aprobación, al Vicepresidente de Producción y posteriormente al Vicepresidente Administrativo, quien asignará el centro de costos respectivo con el que podrá solicitar servicios y originar nóminas.

C. REPARTO

1. La propuesta de reparto (ternas) será presentada a la Dirección de Contratación para evitar la duplicidad del mismo actor/actriz en diferentes novelas. Por disposición de la Presidencia de la empresa Televisa a partir de 1998 los actores sólo podrán tener un contrato a la vez en caso de participar en una producción de telenovela; sólo de ser aprobado por el productor y el Vicepresidente de Contratación Artística de la empresa podrá participar simultáneamente en dos programas a la vez: telenovela y programa unitario, o dos programas unitarios.

2. Se llevarán a cabo las pruebas necesarias de actuación e imagen de personajes para definir el reparto óptimo.

3. El Productor, en el momento de contratar se hace responsable de la eficacia, puntualidad y disciplina de su reparto, cuidando y definiendo por escrito los permisos de actividades ajenas a la telenovela que considere debe otorgar.

4. No se harán compromisos de pagar sobre sueldos a los actores mediante el ofrecimiento del pago fijo de determinada cantidad de capítulos semanales. Se pagarán únicamente los capítulos en los que intervengan, y basándose en los tabuladores de la ANDA (Asociación Nacional de Actores).

D. EN PRE-PRODUCCIÓN

1. Se firmará de aprobación junto con escenografía, la planta y bocetos (incluidos los colores) de los sets principales de toda la telenovela.

2. Se firmarán de aprobación los bocetos o las fotografías, tanto de Diseño e Imagen, como de Vestuario de los personajes principales.

3. Se presentarán fotos o video de las locaciones principales de toda la novela junto con los mapas de acceso y las autorizaciones para grabar en las mismas de acuerdo al presupuesto.

E. EN PRODUCCIÓN

1. Se establecerá el compromiso de presentar una proyección del gasto mensual de acuerdo al presupuesto global de la novela.

Esta proyección será revisada cada mes para evaluar la correcta aplicación del presupuesto.

2. Las plantas y bocetos (incluidos los colores) de los cambios de sets diarios deberán ser firmados de aprobación dos días antes de su montaje.

3. Los cambios diarios o eventuales de imagen y vestuario de los personajes deberán ser firmados de aprobación en boceto o fotografía dos días antes de la grabación.

4. Los cambios de ambientación y utilería de los sets diarios deberán ser autorizados con firma de dos días antes de su utilización.

5. Las locaciones menores deberán ser vistas, definidas y aprobadas por lo menos tres días antes de su utilización.

6. La autorización de los contratos de los actores deberá ser solicitada con 48 horas de anticipación al trabajo de los mismos.

7. La contratación de actores extranjeros deberá ser solicitada con quince días de anticipación a su participación, para que la dirección de asesoría legal lleve a cabo los trámites necesarios. El productor aportará la documentación indispensable.

F. EN POST-PRODUCCIÓN

1. La edición de cada capítulo terminado, deberá ser entregado inmediatamente a Post-producción.

2. Habrá una tolerancia de quince minutos para que la persona designada por el Productor se presente a supervisar los servicios de musicalización, efectos especiales, video, sincrónicos, titulado, etc.

G. PAGOS A PRODUCCIÓN

Todas las personas que trabajen en producción cobrarán, de acuerdo a los salarios establecidos, únicamente la cantidad de capítulos que tenga la novela, debiendo el Productor definir la cantidad de capítulos a pagar por semana, de acuerdo a las semanas que tenga asignadas para la producción completa.

COMPROMISOS

Se establece la fecha de inicio de grabación.

A. LIBRETOS

Establecer la fecha límite de entrega de los primeros 50 libretos de media o una hora. Es importante remarcar que de debe respetar estas fechas de entrega.

B. DIRECTOR DE ESCENA

Se hará la proposición del Director de Escena para su aprobación por el Vicepresidente de Telenovelas Comerciales.

C. REPARTO

El reparto final será aprobado por el Vicepresidente de Telenovelas Comerciales, el cual se presentará al Vicepresidente de Producción para su aprobación final.

D. FIRMAS AUTORIZADAS

El Productor designará dos personas que puedan comprometerse firmando en su nombre los compromisos con los diferentes servicios y áreas de la Empresa.

E. FECHAS DE INICIO Y TERMINO DE LA GRABACIÓN

Se establece el compromiso de realizar la Telenovela asignada dentro de los límites de tiempo definidos por la empresa, tanto en la fecha de inicio, como en la fecha de termino (FORO Y LOCACIÓN) de acuerdo al número de capítulos iniciales.

F. TIEMPO EFECTIVO

Se establecerá el compromiso de grabar un promedio de TIEMPO EFECTIVO de por lo menos 30 minutos diarios en FORO y 15 minutos diarios en LOCACIÓN.

Este promedio se calculará semanalmente para evaluar el avance de la grabación.

Para la grabación de los TIEMPOS EFECTIVOS anteriores se dispondrá de 9 horas de trabajo efectivo en FORO y 7 horas de trabajo efectivo en LOCACION.

G. PROTECCIÓN DE AIRE

Se establece el compromiso de mantener una protección mínima de DIEZ CAPÍTULOES de media hora o su equivalente, totalmente terminados SIETE DÍAS antes de su transmisión al aire.

Si esta protección mínima llegara a descender, la Empresa designará a un EDITOR.³⁸

3.2. FINANCIACIÓN Y MODOS DE PRODUCCIÓN

³⁸ Fuente Políticas de la Vicepresidencia de Producción, Televisa 2000.

Es importante mencionar las variantes que existen para el financiamiento de una producción.

Una vez que el productor tiene la aprobación del proyecto a realizar con su correspondiente presupuesto, se buscará el recurso financiero. La búsqueda de financiación refuerza la necesidad de disponer de un proyecto lo más elaborado posible, cuando no se cuenta con el capital suficiente.

En televisión las fórmulas más usuales para producir un programa son las siguientes:

- Producción independiente: puede ser de una persona física, el mismo productor del programa; o bien, dinero que provenga de una Empresa privada como es el caso actualmente de las televisoras, o casas productoras que arriesgan una parte de su capital para financiar un producto. En el caso de contar con dinero de una empresa televisora, funcionará a través de la compra de derechos de la obra.

- Coproducción: se establece un acuerdo de coproducción con otras sociedades mediante una tasa porcentual de recursos económicos, se pactará para recibir un porcentaje establecido en el inicio. El acuerdo se sujetará a lugar de grabación, comercialización, composición de equipo técnico.

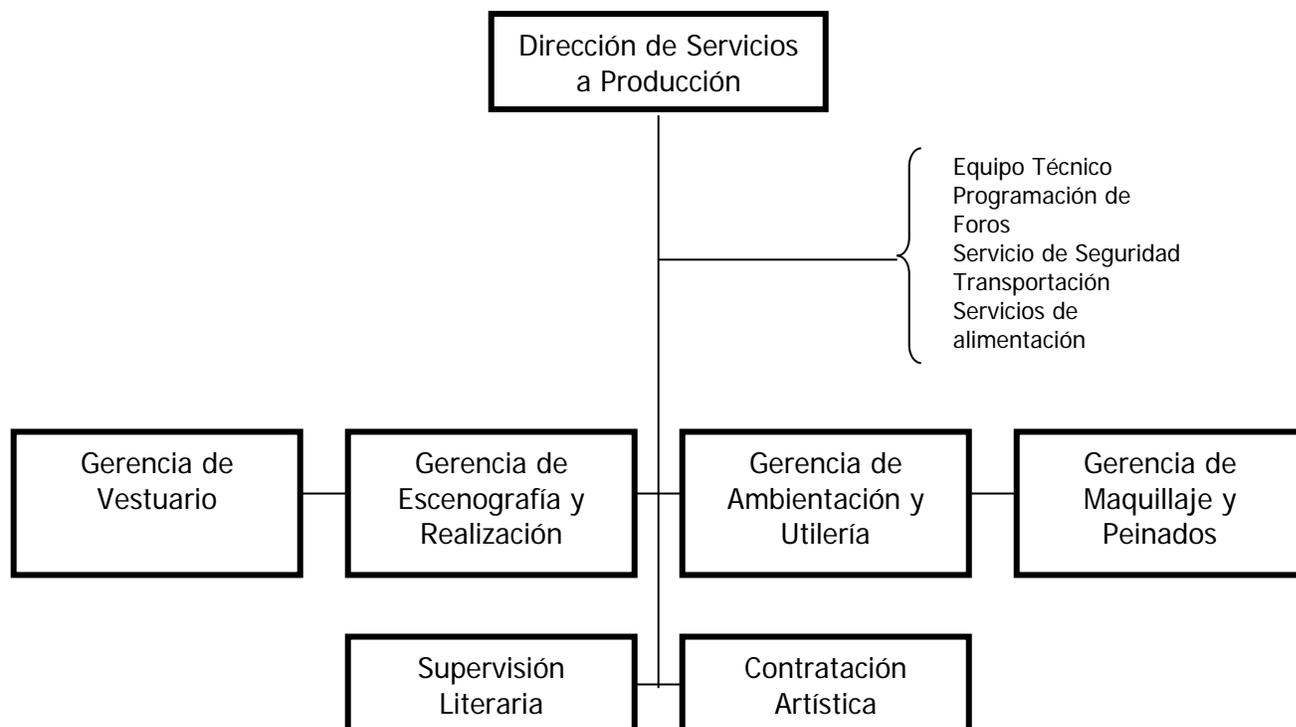
- Producción asociada: la empresa televisora encarga la realización de un programa a una empresa externa. Quien es el socio, no aporta ni un centavo, no arriesga nada económicamente, se encarga de elaborar el proyecto y recibe el apoyo económico por parte de la empresa contratante.

La televisora es la propietaria del programa y posee la titularidad jurídica.

- Patrocinio: se trabajará bajo la fórmula de los espacios publicitarios, esperando obtener beneficios a cambio.

3.3. DEPARTAMENTOS COMO APOYO A LA PRODUCCIÓN

Para la realización de un programa de televisión, la empresa Televisa creó y puso a disposición de los productores departamentos de servicio a la producción; los cuales operan como entidades independientes a la producción, proporcionando servicios de personal capacitado y materias primas para la realización de un programa.



Dirección de Servicios a Producción

Para la producción en foro y producción externa la dirección de servicios a producción otorga los servicios:

- **Equipo Técnico:** disponen de cámaras portátiles, unidades de control remoto, plantas de luz, equipo completo para la parte de iluminación

como filtros, espejos de sol, equipo de audio, equipo de apoyo: gruas tulip, cam mate y sky cam; steady cam, dollys con rieles.

(ver catálogo equipo técnico proporcionado por Televisa anexo 2)

- **Programación de Foros:** para brindar el servicio adecuado para la grabación de diversos programas, la empresa dispone de 16 foros completamente equipados, en cuanto a equipo técnico, área de camerinos, almacén de utilería y vestuario.
- **Servicio de Alimentación:** la dirección asigna al productor una empresa especializada en alimentación para dar servicio comida y café a todo el equipo de producción.

Este servicio pasa periódicamente por un control calidad para supervisar que la preparación de los alimentos cumplan con las normas de sanidad, así como la rapidez y eficiencia en el servicio.

- **Personal de Seguridad:** cuando se graba en exteriores es necesario contar con elementos de seguridad privada para resguardar el área en la cual se está trabajando, así como el equipo técnico.
- **Servicio de Transporte:** es indispensable contar con transporte para el traslado del personal de producción de un lugar de grabación al otro.

Gerencia de Escenografía y Realización

Se encarga de la construcción escenográfica y la realización de todos los sets que intervienen en la grabación de un programa ya sea en foro o en locación.

Está conformado por los escenógrafos, quienes son asignados a cada producción, su tarea es: leer los capítulos e informarse sobre el estilo de programa que se va a realizar; deben facilitar una planta escenográfica con diseños de los diferentes sets que se ocuparán dentro de la realización del programa, en algunas ocasiones pueden apoyar su trabajo con maquetas permitiendo visualizar a escala lo que finalmente será montado en foro o en locación. Esta labor es esencial, ya que la escenografía que se ha creado para la grabación debe contar con las especificaciones de color, de espacio suficiente que permita el desplazamiento de las cámaras entre los paneles y para la colocación de las lámparas de iluminación, el material de apoyo como cromas (ampliación fotográfica de paisajes, árboles, calles) que se colocan en la parte posterior del set como ventanas, puertas y que al abrirse recrea el exterior de una locación preestablecida. Pero sobre todo, que tengan dimensiones reales a la de una casa, un hospital, una oficina, etc.

Se procura evitar sets acartonados e irreales.

(ver planta escenográfica anexo 3)

Gerencia de Ambientación y Utilería

Estas dos áreas se encargan de supervisar y dar el toque final con acabados, adornos, cuadros; visten el lugar, le dan vida y sobre todo realismo y naturalidad al set. Es como si se tratara de una construcción: el escenógrafo entrega la obra negra, el ambientador o el director de arte se encargan de ponerle color, los encargados del departamento de utilería rellenan los espacios vacíos. De esta forma se completa el montaje escénico.

Además de seleccionar y establecer sus elementos según el estilo del programa, estos deben presentar sobre todo las dimensiones adecuadas y estar

correctamente situados en el ámbito del encuadre, un mueble, un micrófono demasiado grande o demasiado pequeño puede resultar pesado, estorbar o bien desaparecer en la toma.

Los encargados de vestir cada set, darle realismo y color son los **Ambientadores y Utileros**.

En un acercamiento a éste departamento entrevistamos a ROSALBA SANTOYO, Directora de Arte y encargada del departamento de Ambientadores de Televisa “Para que una casa se vea linda se recurre a la decoración, algo que en los sets de televisión llamamos ambientación, es decir, darle esa imagen y vida que se ve en cada programa o telenovela y el procedimiento que se realiza dentro de la empresa Televisa es el siguiente: en cuanto el productor tiene la autorización para hacer una telenovela, hablan a este departamento y se les asigna un ambientador. Esta persona recibe los libretos, trabaja en la psicología de cada personaje, entre más información nos proporcionen, más elementos tenemos para ambientar la historia...echamos mano de muebles y objetos decorativos como estatuas, figurillas, además de cuadros, ceniceros, cortinas y todo lo que sirva para decorar. Todo esto lo sacamos de los 3 almacenes que tiene Televisa. Una vez que se usan, se guardan para después reutilizarlos con algunos cambios, por ejemplo, la tapicería o algún otro detalle, se tiene que aprovechar lo más que se pueda. Este departamento trabaja en conjunto con el área de utilería, los utileros básicamente tienen la labor de auxiliar al ambientador en la grabación ya sea en foro o en locación para mover muebles, y en todo lo que surja en el momento de la grabación...”³⁹

Gerencia de Vestuario

El departamento de **Vestuario** se encarga de proporcionar la ropa que usarán todas las personas que aparezcan a cuadro televisivo. Se divide en dos áreas:

- **Diseñadores de vestuario:** diseñan las prendas que vayan de acuerdo a cada personaje según la historia y época.

³⁹ Rosalba Santoyo, Directora de Arte y Jefa del departamento de ambientadores en la empresa Televisa, enero 2003

- **Asesores de vestuario**, auxilian a los diseñadores en el momento de la grabación, están al pendiente de que el actor porte adecuadamente una prenda y corresponda al día de continuidad en la historia.

Gerencia de Maquillaje y Peinados

Este departamento está dividido en las siguientes áreas: maquillaje, peinados, peluquería, caracterización y diseño de imagen artística. Están encargadas de lograr una imagen determinada acorde a las características de los personajes, según la época, posición social y psicología de cada uno.

Mike Salas Coordinador Corporativo de Diseño e Imagen Artística de Televisa explica el funcionamiento del departamento "...es el encargado de crear una imagen especial para cada uno de los actores, así como de mantener en buenas condiciones las texturas de la piel y el cabello, mediante tratamientos capilares y faciales que les son aplicados a los actores que se encuentran grabando cualquier tipo de programa. También diseñan la imagen de un actor dependiendo de su corte y color de cabellos y las características de su cara, resaltando sus mejores ángulos o cambiando su tipo de maquillaje y la manera de aplicarlo..."⁴⁰

Departamento de Supervisión Literaria

En la actualidad es cada vez más difícil asegurar que nuestro producto a transmitir tendrá una buena aceptación y que sea del gusto y agrado del público. Televisa brinda al productor el servicio de asesoría y supervisión literaria elaborando un minucioso estudio de mercado con base en la historia seleccionada especificando debilidades en la historia, situaciones anecdóticas y temáticas de

impacto, observaciones a considerar por capítulo, fortaleza de personajes, el horario para su transmisión; asesoran al escritor para que los libretos cumplan con

⁴⁰ Mike Salas, Coordinador Corporativo de Diseño e Imagen Artística en la empresa Televisa, mayo 2002

la norma que dicta la Secretaría de Gobernación y no se salgan del objetivo primordial que es preservar los valores de las familias mexicanas.

Esta información le servirá al productor y ejecutivos de la empresa para tomar decisiones en el momento en que se deberá elegir el horario a programar dicho programa, canal, y sobre todo reforzar la historia para no correr riesgos en el momento de su transmisión.

Departamento de Contratación Artística

Para la contratación del talento artístico, el departamento de contratación artística ofrece a la producción toda la información actualizada de los actores, cantantes, conductores, bailarines, como: teléfonos, fecha de nacimiento, calidad sindical, etc.

CAPÍTULO 4

PLANEACIÓN Y REALIZACIÓN DE UNA TELENOVELA

En sus inicios la televisión mexicana transmitía programas del género de la comedia, de variedad, musicales, informativos, entre otros. Más tarde se recurre a la telenovela como género de entretenimiento, tema de este capítulo en el cual se abordará la etapa de planeación y realización.

El trabajo de producción es complejo, su labor es más que nada de organización, creatividad y de la expresividad de las obras audiovisuales. El tema a tratar en este capítulo con base en la experiencia y práctica real dentro de una empresa televisiva; de este modo se aportará información precisa respecto al área de producción tomando como caso específico el género Telenovela.

La empresa líder en la producción de Telenovelas desde hace aproximadamente 50 años es TELEVISA, consorcio que a través de la experiencia introdujo al mercado internacional un producto rentable y que marcó la pauta del estilo de hacer telenovelas.

Televisa cuenta en sus instalaciones de San Angel con 16 foros de los cuales 9 están asignados a la producción de telenovelas y los 5 restantes a producción de programas unitarios. Las historias que se producen suelen ser de corte actual, de época, infantiles, musicales, de comedia y de contenido social.

Lo que nos atañe en este capítulo es hablar del proceso de producción de una telenovela actual:

4.1. PRE-PRODUCCIÓN

La pre-producción es la preparación y organización de los elementos que intervendrán en el proceso de producción, en este caso hablaremos de la telenovela.

a. Selección de la historia

Como primer paso el productor y el escritor seleccionan la historia que desean producir para dar paso al desarrollo de la trama a través de un guión dramático.

b. Guión

1. El guión se maneja por capítulo. Según decida el productor y el escritor una historia puede ser contada en 120, 160 o 200 capítulos.
2. Los libretos están conformados por :
 - **Carátula**, de la que se obtiene nombre de la historia, número de capítulo, total de escenas del capítulo, nombre del autor de la obra, nombre del productor y director, nombre del editor literario, nombre de los personajes que participan en el capítulo, lista de sets que se utilizarán en foro y en locación .
 - **Escenas**, desarrollo de la historia contada en escenas en donde encontramos toda la información que ayudará a elaborar nuestro plan de trabajo; se especifica el set en el que ocurre la acción por ejemplo: Int. Casa Uriarte. Recámara Fátima, el día de continuidad dentro de la historia, teniendo utilidad en el área de vestuario, marcan la ropa que viste al personaje por días de secuencia; continuidad, utilería, dirección.
 - **Comerciales**, en cada capítulo se manejarán tres bloques comerciales.

3. Cuando una telenovela es programada para ser transmitida diariamente en capítulos de media hora (30 minutos), la duración del capítulo debe ser de 24 minutos efectivos, incluidos los 2 minutos para créditos de entrada y salida; los 6 minutos restantes son para publicidad.

Para medir los tiempos en televisión se trabaja al igual que en cine por cuartillas, por ejemplo: una cuartilla = 1 minuto, tiempo que el escritor debe contemplar en el momento de desarrollar el capítulo.

4. El escritor entregará al productor: sinopsis larga y corta de la historia y psicología de personajes.

(ver guión telenovela “Atrévete a Olvidarme” anexo 4)

c. Editor Literario

Ximena Suárez, escritora y editora literaria con una larga trayectoria dentro de la industria de la telenovelas comenta lo siguiente “el encargado de crear una historia telenovelera es sin duda alguna el escritor, sin embargo, tiene a un auxiliar muy eficaz que está al tanto del desarrollo de la trama que es el editor literario...”⁴¹

Después de este tratamiento el escritor pasa la estafeta al editor literario quien se encarga de revisar los libretos en cuanto a historia, claridad y coherencia en los parlamentos, supervisar que el escritor siga la línea y perfil de los personajes que sea específico en la sinopsis de la obra y no se salga de la línea con situaciones que no correspondan a la trama.

Los puntos que revisa y corrige el editor literario son:

1. Numerar los días

Esta numeración es importante para marcar el vestuario. Los personajes deben cambiar de ropa cada día y dado que las secuencias se graban por

⁴¹ Ximena Suárez, escritora, julio 2002.

separado, el continuista debe anotar el número del día en que suceden los hechos.

2. Unificar Sets

Muchas veces, el escritor señala un mismo set con diferentes nombres por ejemplo: Recámara Martha, o Cuarto Martha, o Habitación Martha.

3. Personajes

Verificar que en la columna de acotaciones se diga qué personajes están en escena, aunque no tengan parlamentos.

4. Continuidad

Tener cuidado de que el personaje que aparece en una escena no aparezca de inmediato en otra escena ubicada en un lugar diferente, a menos que sea corte directo. La vida de cada personaje en la historia debe llevar un ritmo normal en tiempo y espacio.

5. Vocabulario

Cuidar que cada personaje hable y actúe de acuerdo a la psicología marcada por el autor.

6. Tomas de Ubicación

Las tomas de ubicación deben marcarse cuando: es la primera vez que se ve un set, después de comerciales, en transiciones de tiempo de día a noche y cuando se considere necesario para acentuar el ritmo en la historia.

No deberán marcarse más de seis tomas de ubicación diferentes en cada capítulo de media hora.

Las locaciones no requieren marcar toma de ubicación por ser reales.

7. Transiciones de Tiempo

Cuando las escenas llevan una secuencia lógica de día, tarde y noche se marca CORTE A: entre cada una de ellas. Cuando sucede, por ejemplo que de un día se pase a otro se pone DISOLVENCIA A:

En el caso de que la disolvencia lleve a los personajes a otra época se marca como PASARON 2 AÑOS.

8. Remate de personajes y acción

Cuando el escritor omite las reacciones finales de los personajes el editor literario se encarga de marcar los remates de escenas y personajes.

9. Cortar parlamentos

El parlamento de un actor no debe exceder de cinco líneas, en caso contrario es conveniente intercalar un monosílabo, una pregunta o reacción muy notoria en su interlocutor para acortarlo sin que se pierda el sentido de la frase.

10. Numerar correctamente las escenas

Cuando el capítulo está terminado se numeran las escenas exceptuando comerciales y carátula.

Una vez terminado esta revisión, se entregan al productor y director para comenzar con el primer tratamiento.

d. Presupuesto

Como punto fundamental en todo proyecto tenemos la elaboración o diseño del presupuesto; para este momento el productor sabe con exactitud el total de capítulos que consta la telenovela, información que será de gran ayuda para obtener el costo por capítulo y posteriormente obtener el costo global del proyecto por las tres etapas: pre-producción, realización y post-producción.

A continuación se desglosa cada rubro a considerar dentro del presupuesto:

- Personal de producción.- el presupuesto contempla los honorarios por capítulo del personal que integra el equipo de producción: productor, productor asociado, equipo de dirección, coordinador, asistentes de producción, secretaria, etc.
- Escritor y adaptador literario.- en este rubro se contemplan los honorarios para el escritor o adaptador literario, editor literario o asesor literario.
- Producción musical.- la música incidental creada especialmente para la telenovela está considerada dentro de éste rubro, así como los honorarios del músico y el musicalizador.
- Talento artístico.- se considera dentro de éste rubro al reparto artístico y los servicios del delegado de la ANDA.
- Porcentaje de escenas a grabar en foro y en locación.- para la elaboración del presupuesto es indispensable saber qué porcentaje de escenas se grabarán en foro y los porcentajes para la grabación en locación foránea y en área metropolitana.
- Servicios a producción.- los servicios que se requieren para la grabación como: transporte, elementos de ambientación, la construcción de escenografía, vestuario, artículos de utilería, gastos de oficina (papelería, fotocopias, revelado de material fotográfico, etc.), servicio de alimentación y catering, equipo técnico.

En el caso de realizar ajustes en el presupuesto será en el proceso de la realización cuando van surgiendo gastos que no se tenían contemplados. En ocasiones cuando la historia se ha transmitido y los resultados son positivos se puede tomar la decisión de alargar la historia el número de capítulos que se consideren necesarios, es lógico suponer que el principal afectado será el diseño de presupuesto, por lo que en su debido momento se harán los reajustes a los rubros requeridos .

(ver ejemplo del presupuesto real por capítulo de la telenovela “Atrévete a Olvidarme” anexo 5)

e. Primer Tratamiento

En la etapa de pre-producción es conveniente contar con la mitad de la telenovela escrita, esto permite planear adecuadamente y en términos reales de presupuesto todos los servicios que se contratarán. Cabe señalar que no es requisito indispensable para dar inicio a la preparación de la producción, pero debido a la experiencia se ha comprobado que al contar con 60 capítulos o más en la primera fase permite un control preciso del reparto, la búsqueda de locaciones (scouting) se realiza con tiempo suficiente para establecer contactos directos a los propietarios del inmueble, tramitar los permisos en las delegaciones o municipios a la que corresponda la propiedad, elaborar una carpeta de locaciones completa con fotografías, mapas, dimensiones, etc., el presupuesto se elabora contemplando los planes de trabajo de 50 o 60 capítulos, el riesgo de que nuestro presupuesto se eleve es mínimo ya que se ajusta a cambios, contratiempos, cantidad de equipo especial que deberá contratarse, se puede dejar un margen de gastos que cubran algún faltante, etc.

El productor solicita una primer lectura de libretos a la cual asisten el director de escena, el director de cámaras y el escritor. En esta junta se exponen las necesidades que pueda generar de acuerdo a la historia, también en cuanto a propuesta de elenco para formar el primer reparto estelar, equipo técnico cuántas cámaras se utilizarán, si requieren de filtros especiales para iluminación, equipo especial como grúas, dollys, steady cam, etc.

Estas lecturas de libretos se realizarán posteriormente con los actores que conformarán el reparto, cuantas veces lo considere necesario el productor y director de escena, teniendo la finalidad de ensayar los parlamentos, marcar sea real su actuación. El trabajo del director de escena en esta etapa es lograr que los actores se involucren con la historia y sus personajes.

f. Casting

A partir del primer tratamiento sobre los libretos, podemos saber cuántos personajes intervienen, por cuántos capítulos van a participar en la historia y marcar cuántos personajes protagonizan la trama, cuántos coestelares, los antagónicos, incidentales (los cuales tienen apariciones de un sólo capítulo o varios capítulos pero con un mínimo de diálogo), es importante señalar que a esta clasificación no corresponden los extras, estos son utilizados para crear ambiente y realidad a las escenas y carecen de diálogo.

El "Casting" como se le conoce en el medio de la producción es la búsqueda del reparto, basado en pruebas actorales y de imagen que se realizan a actores y actrices.

El director de escena es quien realiza el casting con cámaras en foro o en locación, según las necesidades que el productor requiera. Se hace una selección de escenas con contenido dramático fuerte donde los actores puedan demostrar su talento y capacidad para interpretar al personaje por el cual esté a prueba.

Cuando se ha concluido con esta prueba y se tiene el reparto completo se trabaja paralelamente con las siguientes fases: el diseño de imagen de los actores, sus pruebas de vestuario y la contratación.

g. Diseño de Imagen

El diseño de imagen consiste en delinear el aspecto en apariencia física del personaje, para después hacerles cambios de color de cabello y corte (siempre y cuando lo requiera el actor), tipo de maquillaje, revisar si será necesario marcar una transición de tiempo (paso de tiempo) en el cual, el personaje mostrará un cambio radical, se tendrá que recurrir a las pelucas, postizos, caracterización (quemaduras en alguna parte del cuerpo, golpes que dejan con el paso del tiempo cicatrices, cambio de nariz, barbilla, transformar el rostro, etc.) en términos generales diseñar una imagen de acuerdo al personaje que marca la historia.



Área de maquillaje y peinados Televisa San Ángel

h. Vestuario

Las modas se imponen dentro de cada telenovela, algunas trascienden, otras pasarán inadvertidas para los telespectadores, sin embargo el objetivo de cada producción es dejar huella. El vestuario que se elige para cada protagonista es preparado con base en muestras de telas, figurines y un collage de lo que está de moda.

Para ello el diseñador se basará en la psicología del personaje que vaya a vestir; dependiendo del presupuesto que se haya asignado para este departamento se definirá la forma de adquisición del guardarropa, puede ser: compra total, patrocinio de alguna marca de ropa o préstamo de ropa y accesorios del propio actor.

El vestuario para televisión es especial, lo que se ve bien a simple vista no siempre se ve bien a cuadro, por lo cual los expertos en esta materia tienen muy claro los siguientes reglas:

- 1.- Algunos colores pueden distorsionarse en pantalla como el blanco y derivados del rojo.
- 2.- No es recomendable utilizar estampados, o con rayas ya que dan un efecto en cámara conocido como el muaré (ruido en la imagen).
- 3.- Evitar mismos tonos en la ropa de los personajes que se pierdan con el entorno.
- 4.- Elegir vestidos strapless es erróneo, dan la apariencia de una mujer topless en tomas cerradas.
- 5.- No materiales brillosos generalmente se saturan y se reflejan en el cuello y barba.
- 6.- Usar joyería grande que provoca ruido con los micrófonos.

i. Contratación Artística

El sistema de contratación actoral dentro de cualquier producción para programas de televisión caso específico telenovela, varia de acuerdo al régimen por el cual dicho artista se maneje, puede ser: de forma independiente, actores que no trabajan bajo ningún estatuto y los actores afiliados a la Asociación Nacional de Actores (ANDA) para los casos de actores suscritos en dicho sindicato y que a su vez funcionan de la siguiente manera:

A) Definiciones convencionales

| | |
|-------------|--|
| “Sindicato” | Llámesse a la Asociación Nacional de Actores. |
| “Empresa” | Será la empresa en la que se opere. |
| “Cliente” | Persona física o moral distinta a la empresa, que contrata o realiza una producción en que intervengan trabajadores actores miembros de la ANDA. |
| “Contrato” | Contrato Colectivo de Trabajo. |
| “Delegado” | La persona o personas miembros de “El Sindicato” que éste designe, para actuar como representantes del mismo en |

los casos y en las condiciones previo contrato estipulado.

“Llamado” Lugar, día y hora en la que la “Empresa” cita, por conducto del “Delegado” a los actores para que lleven a cabo su labor artística”.

B) Sistema de contratación para telenovelas

Para la grabación de telenovelas las formas de contratación son las siguientes, tomando como opción la más conveniente para la “Empresa”.

- + Por Capítulo
- + Por Semana
- + Por Producción

De acuerdo al total de apariciones de un personaje a lo largo de la historia la producción decidirá la forma de pago, si tiene llamado para grabar en un sólo día se le considera pago **Por Capítulo**, en el caso de requerir al actor cuatro o cinco días continuos de grabación, es conveniente realizar su contrato **Por Semana**, para los personajes estelares que tienen más de un 60% de aparición dentro de la historia es conveniente elaborar su forma de pago **Por Producción**, ya que de esta forma se tiene un control y ahorro dentro del presupuesto en el rubro de talento artístico.

En la tabla de tabuladores que se presenta a continuación se pueden observar cuáles son los estimados por parte de la Asociación Nacional de Actores para la producción de Telenovela :

| TABULADORES | 30 MIN. | 60MIN. |
|---|--------------------------|--------------------------|
| ESTELAR (Incluyendo cantantes y actores cómicos) | \$568.00 por capítulo | \$945.00 por capítulo |
| COESTELAR (Exclusivamente Telenovelas) | \$488.00 por capítulo | \$939.00 por capítulo |
| PRIMERA PARTE (Incluyendo cantantes, solistas, bailarines, actores cómicos, coreógrafos y grupos musicales de bailarines cantantes) | \$438.00 por capítulo | \$632.00 por capítulo |
| SEGUNDA PARTE (Incluyendo bailarines de conjuntos duetos cómicos, ayudantes de sketchistas y magos) | \$381.00 por capítulo | \$527.00 por capítulo |
| TERCERA PARTE (Modelos, duetos y tríos de cancioneros y coros) | \$314.00 por capítulo | \$444.00 por capítulo |
| DIRECTORES DE ESCENA | \$406.00 por capítulo | \$628.00 por capítulo |

La producción es quien establece el tabulador asignado al actor tomando en cuenta si es un actor reconocido con trayectoria en el medio y que se cotiza en el más alto que es de estelar, así como la participación e importancia del personaje a representar .

Para el caso de la contratación de extras, los tabuladores se dividen por características físicas y experiencia de la persona a contratar como es el caso de:

TABULADORES

| EXTRA NORMAL | EXTRA ESPECIAL | MODELO | EXTRA CON DIÁLOGO | NIÑOS RECIÉN NACIDO | NIÑOS 1 A 6 AÑOS | NIÑOS 7 A 13 AÑOS |
|--------------|----------------|----------|-------------------|---------------------|------------------|-------------------|
| \$139.35 | \$242.60 | \$456.55 | \$278.60 | \$456.55 | \$242.60 | \$182.60 |

Datos obtenidos del Contrato Colectivo de la Asociación Nacional de Actores 1997-1999.

(ver contrato de la ANDA anexo 6)

j. Escenografía y Ambientación

Ahora nos toca conocer el proceso de diseño y construcción de los entornos adecuados a la producción, esta responsabilidad recae en el escenógrafo y el ambientador.

El escenógrafo presenta la planta escenográfica al productor y director con las dimensiones exactas para cada uno de los sets a ocupar, los colores, acabados que vestirán ya sea una recámara, oficina, cocina, etc.

El trabajo de producción no es mas que la unión del talento, creatividad y esfuerzo de un equipo de profesionales que logran un fin común; en este caso, el ambientador trabaja estrechamente con el escenógrafo para seleccionar los elementos adecuados en cuanto a espacio, estilo y época a representar.



Inicio montaje en Foro 3 Televisa San Ángel



Set Cuarto Hospital Foro 3 Televisa San Ángel Telenovela NIÑA AMADA MÍA



Set Principal Foro 3 Televisa San Ángel Telenovela NIÑA AMADA MÍA

k. Programa Piloto

Para conocer la calidad que se obtendrá del producto que se está preparando es indispensable hacer una presentación en video del contenido del mismo, en este caso la telenovela cuenta con una historia que será contada en transmisiones diarias, deberá captar la atención del público y posteriormente adentrarlos en la historia que se cuenta, para saber si reúne los elementos básicos para alcanzar este objetivo se graba un programa de prueba, o sea un programa piloto con el elenco estelar de la telenovela, se elige (si es que aún no se cuenta con la escenografía definida y montada) un set, en foro o en locación que recree el ambiente propicio y buscado por el productor y los directores de escena y cámaras, así como se cuida la calidad de iluminación apoyada por filtros y equipo especial que muestren en conjunto la esencia del proyecto.

Aunque la última palabra la tiene el público, en el momento en el que sale al aire el programa y con el transcurrir de la historia se sabrá si se logró el éxito o el fracaso. Pero en resumen, esta opción de presentar a la Empresa o Cliente un avance de lo que se está diseñando, una prueba del programa, deja establecido el estilo y creatividad que un productor o director plasma en cada obra.

I. Equipo de Producción

El trabajo que desempeña un equipo de producción consiste en la coordinación necesaria de medios y de personas que intervienen en la realización de una telenovela y las funciones que realiza cada miembro de la producción están sujetas a las necesidades que se requieran.



Grabación en locación de la telenovela **SIEMPRE TE AMARÉ**

El primero en encabezar la lista de producción es el **Productor** y su función es coordinar las actividades de los equipos de realización, técnicos, dirección artística y de cámaras.

El Productor a su vez arma dos equipos, el de dirección y el de producción.

El equipo de dirección lo integran el **Director de Escena** y el **Director de Cámaras** su labor es trabajar en conjunto la etapa de la realización, pero deberán integrarse desde la primer etapa de pre-producción pues tienen la responsabilidad de transformar el guión literario en guión técnico indicando a la producción las necesidades de equipo técnico y participan en la búsqueda de locaciones (scouting) para facilitar el proceso de grabación.

A este equipo pertenece el asistente de dirección de escena y cámaras, trabajando bajo las órdenes del director y en especial el asistente de dirección de escena funge como puente de comunicación entre producción y dirección.

El trabajo del **Continuista** consiste en la recopilación de datos día a día de grabación que permite llevar una secuencia en la historia cuidando que corresponda al día que se está grabando por ejemplo: Int. casa Uriarte. sala se revisa que los colores de las paredes, los muebles, cuadros, objetos de ornamento, deben colocarse en el mismo lugar cada vez que se monte este set, ya que si cualquier elemento que componga el mismo se encuentra fuera de su lugar fijo, rompe la secuencia de las escenas anteriores y posteriores.

Esto mismo sucede con el vestuario y accesorios que los actores visten para cada día dentro de la novela, el continuista lleva un registro minucioso de todo el elenco, de los sets, la iluminación; la persona que lleve este cargo deberá tener una capacidad de observación en los detalles que en ocasiones pasan desapercibidos, pero son fundamentales para la producción.

Coordinador de producción

- es el responsable de las diferentes áreas.
- realiza el presupuesto de equipo especial que requiera de renta.
- solicita los servicios de alimentación, camionetas para transportación cuando se graba en locación, seguridad, tiempo para grabar en foro, tiempo de cabina para la musicalización y post-producción.
- elabora el desglose del libreto.
- elabora los planes de trabajo.
- calendario de actores y publicidad.
- Registra diario los tiempos efectivos de grabación y capítulos cerrados que deberán reportarse diariamente al área administrativa y operativa de la empresa con el fin de llevar el control en cuanto a tiempo y presupuesto asignado a la producción.

Jefe de producción

- coordina la grabación en el piso (foro o locación) llevando junto con el director el orden de grabación establecido en el plan de trabajo o break down.
- supervisa los servicios para el momento de la grabación.
- trabaja en conjunto con el representante de la ANDA para manejar los cortes de los actores por día.

Gerente de Producción

- es el responsable del área administrativa y contratación del personal.
- elabora la nómina de producción.
- supervisa día a día el presupuesto para que los gastos generados por la grabación no rebasen lo establecido anteriormente.
- responsable de la elaboración, tramitación y finiquito de todos los servicios diversos externos que se den para la grabación de la telenovela como: renta de caballos, carretas, servicios de hospedaje, etc.

Jefe de Reparto o Casting

- coordina el casting en pre-producción y recepción de material fotográfico de los actores.
- selecciona el reparto.
- selecciona los personajes incidentales o extras requeridos para la grabación.
- elabora la contratación tanto de ANDA como contratos Independientes de los actores.
- coordina los diseños de imagen.

Asistentes de Producción:

General

- brinda apoyo de manera general a la producción.

Actores

- ya en el momento de la grabación es el responsable del talento artístico desde el momento en que llegan al set, que estén con el vestuario y maquillaje adecuado para la grabación de sus escenas.
- notifica a los actores su llamado .

Utilería

- cotizar y conseguir todos los elementos necesarios por escena, obviamente dentro del rango de utilería (como se explica en el capítulo 3): autos de renta, mascotas, pinturas, etc.
- desglosa por capítulo la utilería necesaria para la grabación.
- coteja diariamente con el director de escena que la utilería requerida cumpla con las necesidades de cada escena según especifique el libreto.
- se encarga de coordinar las necesidades de efectos especiales.

Locaciones o Scouting

- se encargará de la búsqueda de locaciones específicas para las escenas planteadas en la historia.
- establece contacto y relaciones requeridas con las inmobiliarias o dueños de los inmuebles seleccionados para la contratación.
- se encargará de tramitar los permisos correspondientes para la grabación en locación.
- su responsabilidad es entregar al jefe de producción la locación previamente seleccionada en las condiciones requeridas para la grabación, así como al término de la misma entregar al dueño del inmueble que se rentó.

Transporte

- es el responsable de trazar la logística de movimientos de las unidades de producción.

- se encarga de coordinar los llamados de todo el personal que sale a locación.

Coordinador de Prensa y Relaciones Públicas

- responsable de la programación y planeación de las estrategias de promoción y prensa, así como de su debido seguimiento durante el proyecto.
- manejo de Relaciones Públicas con los medios informativos que se manejan en línea directa con la producción.
- elaboración de logística de los eventos especiales de promoción realizados a través de la Telenovela.

Para la etapa de Post-producción el personal que se requiere es el siguiente.

Editor

- se encarga de la edición electrónica de los capítulos terminados de la telenovela.
- responsable de la digitalización de video para la edición (en caso de que no cuente con un asistente de edición).
- calificación del material grabado, libreto de audio y trámites de servicios de edición y post-producción.
- copiado de material a diferentes formatos.

Musicalizador

- selecciona y musicaliza los capítulos.
- lleva el control de la información de temas y tiempos de uso de los mismos capítulos para la elaboración de los créditos musicales.

(ver ejemplo de un organigrama de funciones anexo 7)

m. Plan de Producción o Time Table

Calendarizar las actividades de la producción en orden cronológico y específico de las tres etapas de producción (pre-producción, realización y post-producción) será lo que le llamamos el Plan de Producción o Time Table.

(ver ejemplo del time table anexo 8)

n. Break down

El break down es el desglose detallado de los elementos que se requieren para la grabación en donde se incluyen:

- Número de escenas
- Locación o foro
- Dirección de la locación
- Interior/exterior
- Descripción del set
- Equipo técnico
- Día de secuencia para vestuario e iluminación
- Nombre de los personajes y actores que participan
- Utilería requerida

(ver ejemplo desglose de escenas, hoja de llamado para foro y locación anexo 9)

ñ. Solicitud de Servicios

En el capítulo anterior encontramos los diferentes servicios a producción, los cuales son solicitados en esta etapa previa a la realización de acuerdo a lo que sea requerido. Televisa brinda sus propios servicios a los productores como: foros, unidades móviles, escenografía, para el caso de la post-producción cabinas de audio, salas de edición, cabinas de doblaje, etc., transportación, camerinos móviles, un almacén donde encontramos lo más extenso y variado en utilería, talleres de carpintería, jardinería, herrería, pintura y acabados finos, etc.

En este caso cuando se graba en locación es indispensable contar con los siguientes servicios:

Servicio de alimentación

La jornada de trabajo es de aproximadamente 12 horas y cuando la grabación se ha programado en exteriores, es necesario contemplar servicio de desayuno, comida y cena (según sea el caso) para todo el personal de la producción; además de solicitar servicio de catering que consiste en café, agua, refrescos, galletas y fruta .

Servicio de seguridad privada

Al trabajar en locación se está expuesto a las inclemencias del tiempo, al ruido, aglomeración de curiosos, además de tener en cuenta que el equipo técnico y gripería que es requerido, para la grabación es costosa y delicada por esta razón se solicita el servicio de elementos de seguridad privada para evitar cualquier contratiempo que pudiera presentarse y mantener el orden.

Personal de mantenimiento

El personal de mantenimiento es indispensable para conservar la zona limpia.

Maquillistas y peinadoras

La responsabilidad por parte de las maquillistas y peinadoras es llevar la secuencia en cuanto a peinado y maquillaje de cada personaje.

Transporte y campers

Las camionetas de producción se solicitan de acuerdo al número de personal que se transportará.

El uso que se les da a los campers es exclusivo del talento artístico, ya que es un espacio asignado para el descanso entre escena y escena, para maquillarse y peinarse, así como para cambiarse de ropa.

Equipo técnico y gripería

Para la grabación en locación se requiere de una unidad de control remoto con 3 cámaras, filtros para iluminación, dependiendo de lo que el director de cámaras necesite para apoyo se solicitará un steady cam, dolly cam, grúas, etc.,

Diseñador de vestuario

El apoyo del Diseñador de vestuario es vital, es quien lleva las secuencias del vestuario y supervisa que el personaje vaya vestido de acuerdo a la imagen que se le diseñó anteriormente.

Para grabar en foro se contemplan los servicios anteriormente señalados, a excepción del transporte y campers, ya que cada Foro cuenta con sus propios camerinos.

Tan pronto se tiene todo lo anteriormente señalado damos inicio a la segunda etapa de producción o realización.

4.2. PRODUCCIÓN O REALIZACIÓN

La producción es el momento en el que el equipo se reúne para llevar a cabo la grabación de todo lo planeado en la pre-producción.

Tal vez sea repetitivo pero vale la pena recalcar que para una buena realización, dependemos siempre de un adecuado trabajo de pre-producción.

El tiempo estimado en este periodo es de seis a ocho meses de grabación, Televisa exige a sus productores que produzcan un mínimo de 24 minutos de tiempo real por día, como una medida de control para no excederse de su presupuesto y a su vez presionarlos a que concluyan sus historias dentro del periodo fijado.

La guía en la cual se sostendrá toda producción es el Break Down, y se trabaja de la siguiente forma:

El trabajo se divide en dos áreas, la parte organizativa o de escritorio y la parte de realización. Hablemos del momento de la realización, en donde la creatividad se verá reflejada en video y que los pilares dentro de la realización sin lugar a dudas son los directores de escena y cámaras. Ellos siguiendo el orden programado de las escenas a grabar hacen un primer ensayo en frío – sin cámaras- marcando posiciones de cámaras, posiciones de actores y repaso de diálogos; es frecuente ver que los actores hacen uso del aparato apuntador o chícharo como apoyo para recordar los pies de su texto, pausas, entonación, hacer hincapié en alguna corrección del diálogo que haya considerado necesario el director de escena que

es en este momento en el que dirección puede hacer modificaciones que permitirán una grabación ágil y sin contratiempos.

Los actores se preparan para grabar, se maquillan, peinan y visten; se les colocan sus micrófonos inalámbricos y si el actor lo desea hará uso del aparato apuntador. Ya listos para ocupar sus posiciones en el set, se realiza un segundo ensayo con cámaras y se graba.



El Director Raúl Araiza ensaya una escena en locación de la telenovela TRES MUJERES con el actor Jorge Salinas

Al término de la grabación, el asistente de dirección de cámaras debe marcar las cintas utilizadas con la finalidad de llevar un control de todo el material, entrega el reporte de grabación con el registro de los horarios de inicio y término de la grabación, en caso de haber algún problema ya sea con la escenografía, retraso de algún actor, etc., se detalla el contratiempo, el tiempo efectivo de grabación y el total de escenas grabadas. El objetivo diario de una grabación es concluir con el plan de trabajo, se deben grabar todas las escenas programadas, de no ser así se corre el riesgo de salirse de calendarización, en pocas palabras el presupuesto se puede ver afectado.

La otra parte de la realización llamada organizativa o de escritorio es en la que se elabora diariamente: El break down en el cual se insertará un croquis (en caso de grabar en locación) con la ubicación exacta, se realiza la solicitud de los servicios que se requieren para la grabación del día siguiente, se elabora la contratación artística y en caso de ser necesario para la grabación de alguna escena, se solicitan extras; se desglosa la utilería por escena, al los actores se les da su llamado con hora y lugar.

Toda la información que se genera día a día se vacía en lo que llamamos **lista negra**; acoplado de todas las escenas en la que se marca qué escena se grabó, la fecha de grabación, número de cinta, si hace falta grabar alguna voz en off; en pocas palabras todas aquellas notas que nos permitan en el proceso de la post-producción trabajar sin interrupciones.

Durante este proceso de la realización el productor es quien coordina todos los elementos de producción se mantiene cerca y muy pendiente de la acción, tiene que ejercer su carácter crítico en todo lo que se realiza, es el responsable de transformar una idea en un producto de alta calidad.



Grabación en locación



Grabación en locación

4.3 POST-PRODUCCIÓN

La tercer etapa del proceso de producción que se encarga de dar el acabado final, el que pule y matiza el material que se ha grabado hasta conformar en su totalidad la obra es la post-producción. Este proceso incluye la edición, el doblaje, el titulado, los efectos especiales, sonido y música.

En el proceso de la realización, el director de cámaras y sus asistentes son los encargados de entregar el material en bitácora de las escenas grabadas al editor o equipo de editores que tendrán la tarea de armar con cada escena la historia que se contará, dándole coherencia y ritmo.

Los pasos en esta post-producción son los siguientes:

- 1.- Captura del material en programa AVID.
- 2.- Calificación de material por escena, capítulo y duración.
- 3.- Trimear las escenas, es decir, la escena se ajustan en tiempo según los marca el libreto, por ejemplo: si grabamos una escena con una duración de 30 segundos, pero en libreto marca una duración de 25 segundos el editor elige los cuadros que se eliminarán.
- 4.- Armado de capítulos.
- 5.- Se elabora el libreto de audio; cuando se tiene el capítulo completo se arma el libreto definitivo ya que en el momento de la grabación el director suele hacer cambios en diálogos de los personajes ya sea suprimir o aumentar. El libreto de audio queda tal cual saldrá al aire.
- 6.- El capítulo es entregado en post-producción para corregir errores de imagen y audio; en caso necesario se insertan efectos especiales.
- 7.- El musicalizador trabaja sobre el capítulo poniendo música y efectos de sonido como: un timbre de puerta, canto de un pájaro, lluvia, truenos, etc.

Reglas para la edición:

- 1.- El corte, disolvencia, deben ir al ritmo de la música.
- 2.- Se deberá evitar cualquier disolvencia rápida.
- 3.- Antecede a la primer escena una toma de ubicación para ubicar al televidente.
- 4.- No se corta de toma a toma.

El acabado final al material grabado lo da el musicalizador con la elección adecuada de la música incidental y ambiental para cada escena.

4.4 PROBLEMAS MAS RECURRENTE EN LA REALIZACIÓN

El carácter comercial de la Televisión requiere de un manejo hábil que le permita conservar la rentabilidad económica del medio. La producción de una Telenovela no está exenta de este carácter rentable para la empresa que se trabaje, todo lo contrario es un producto que se traduce en ganancias o pérdidas en caso de no respetar desde el inicio con lo estipulado en tiempo y dinero.

Los problemas más recurrentes que enfrenta un equipo de producción son:

- Retraso en el arranque de la grabación por cualquier motivo como: la llegada tarde de un actor, la escenografía no sea la requerida por el Director, el vestuario que utilizará no este a tiempo en el camerino , si en el libreto está marcado un automóvil del que descenderá un personaje y no ha sido solicitado por producción, etc.
- Los retrasos también pueden ser de carácter técnico: una cámara se sale de registro, la iluminación no es la correcta para la toma, etc.
- Cuando se graba en locación se está expuesto a las inclemencias del tiempo que también en su momento ocasionan retrasos serios.

- Cuando se hace la contratación de los actores generalmente se busca que el actor no tenga compromisos adicionales a la telenovela como puede ser película, obra de teatro, promoción de disco (en el caso de ser cantante) etc., ya que en ocasiones cuando los actores tienen una agenda apretada pone la producción se ve en la dificultad de elaborar el break down.
- En ocasiones cuando se trabaja con dos equipos de dirección y si el productor no ha realizado un trabajo previo con ambos directores en torno a la historia, los problemas pueden ser serios en el momento de la realización, ya que cada director puede tener una concepción diferente de la obra y eso se verá reflejado en pantalla.
Lo mismo ocurre con los actores que no estudian su personaje y tratan de improvisar en el momento de la grabación, el resultado en pantalla es notorio no logran proyectar.
- Cuando no existe la concentración de todo el equipo surgen errores afectando el ritmo de grabación, por ejemplo: si el continuista no anota las secuencias correctas de cada personaje como vestuario, peinado, maquillaje, de dónde viene y a dónde vá, la actitud planteada para una escena, etc., se deberá repetir la o las escenas nuevamente.
- Otro factor que afecta en tiempo es el retraso en la entrega de los libretos por parte del escritor, en el caso de que la historia no esté terminada en su totalidad.

Problemas como estos impiden terminar el plan de trabajo que se trazó originalmente para una jornada de trabajo de aproximadamente 25 a 30 escenas. Si la etapa de producción excede el período de grabaciones sin que se concluya la historia, el productor se verá en serios problemas de presupuesto.

4.5 VENTA (PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD)

La televisión produce y transmite imágenes y sonidos, pero para que el proceso de comunicación llegue a su fin no basta con que las señales sean emitidas, sino que es necesario que el receptor las reciba. Destaca la publicidad como principal fuente de ingresos de la televisión privada, cuya evolución respecto a la manera de dividir en cortes comerciales la transmisión de sus programas la ha llevado a encontrar fórmulas que vinculen correctamente el manejo del entretenimiento en el gusto del público.

El área de ventas es la que define los costos y paquetes comerciales que se ofrecen a los clientes (patrocinadores).

Para el autor del libro *Valoración Publicitaria de los Programas de Televisión* el mercado de la televisión se traduce “en el ámbito del mercado de la información de los productores y servicios con la forma adecuada para ser difundidos por medios y soportes audiovisuales a un público determinado”.⁴²

La oferta y la demanda prevalece en toda empresa televisiva que depende de la venta o comercialización de sus programas para alcanzar la rentabilidad como negocio tal. El método de venta que se emplea es el de Tiempo de Emisión y Espacio: Espacio en televisión es el tiempo televisivo disponible para un programa o anuncio, por ejemplo Televisa maneja espacios publicitarios de 10 segundos como mínimo y 60 como máximo por spot. Al hablar de Tiempos de Emisión nos referimos a los horarios en los que se transmitirá el programa y están clasificados de la siguiente forma:

HORARIO A de las 12 a las 16 horas y de las 24 al fin de la transmisión.

HORARIO AA de las 16 a las 19 horas

HORARIO AAA de las 19 a las 23 o 24 horas

⁴² Mercedes Medina Laberón, VALORACIÓN PUBLICITARIA..., España, ed. Universidad de Navarra, 1998, pág.114

Antes de llegar con los clientes, las televisoras realizan estudios de mercado para conocer cuál es el desempeño y hábito del público que da continuidad a su programación y garantizar de cierta forma al anunciante el crecimiento en su ventas con su producto pautado.

En el caso de las telenovelas la empresa Televisa maneja su programación desde hace algunos años con base en los resultados de hábitos de los televidentes establece el Canal 2 ya posicionado, para telenovelas en los siguientes horarios: de 4 a 5 de la tarde telenovela infantil, de 7 a 8 telenovela de corte juvenil, 8 a 9 la telenovela familiar y en su horario estelar de 9 a 10 de la noche una telenovela que aborde temas fuertes.

Para la venta a los anunciantes Televisa maneja planes según presupuestos y necesidades de sus clientes, así como una serie de opciones comerciales sujetos a gusto del cliente a través de:

MENCIONES

El conductor del programa muestra el producto describiendo sus características y beneficios.

ENTREVISTAS

Los conductores del programa interactúan con el producto e invitan a un especialista a comentar sobre las bondades y beneficios del mismo.

PATROCINIOS Y CORTINILLAS

Asociación del producto o marca con programas que tienen alto grado de penetración en la memoria del televidente, lo cual genera mayor presencia, recordación y exclusividad de marca:

- Patrocinio general
- Patrocinio de inicio
- Patrocinio de final

- Patrocinio de secciones
- Patrocinio de concursos
- Patrocinio de programas producidos especialmente para el cliente
- Cortinilla a corte comercial
- Cortinilla intermedia
- Cortinilla de entrada y / o salida de programa o segmento

PROMOCIONES

Desarrollo de las más variadas promociones para que la marca se integre a los programas con conceptos más dinámicos y dirigidos hacia un mercado meta específico. El resultado es una respuesta inmediata por parte del televidente.

CÁPSULAS

Integración del logotipo del cliente a producto o servicios.

PROGRAMAS DE CONCURSOS

Diseño de concursos especiales para que la marca del cliente sea el centro del mismo, la mecánica gira alrededor de ellos.

PROMOCIONALES VEA

La marca o producto invita a los televidentes a ver un programa que se transmite en un canal específico.

SUPERIMPOSICIONES

La marca o logotipo aparece durante unos segundos en la pantalla mientras se transmite un programa.

ENLACES

Realizamos transmisiones desde distintos escenarios mostrando la marca, producto o servicio.

La promoción se puede definir como la “fórmula motivacional cuyo objetivo es ganar la preferencia del público, en el caso de la televisión la preferencia puede ser por imagen o por programa”.⁴³

La publicidad y promoción es el método que garantiza la proyección en pantalla y aceptación de nuestro producto.

La promoción de los programas va encaminada a motivar al teleauditorio para ver un programa determinado, este tipo de promoción se hace generalmente por el mismo medio y son pequeños avances (generalmente de 30 segundos) de programas previamente seleccionados que se intercalen en los cortes de todos los horarios.

En la producción de una telenovela la campaña de promoción y publicidad es de suma importancia, como lo es cada una de las etapas del proceso de producción. Televisa cuenta con el Departamento de Promoción encargado de elaborar las campañas para el lanzamiento de sus programas no sólo a través de sus canales sino que se apoyan en los medios de comunicación prensa escrita y radio; en el caso de una telenovela los puntos que se toman en cuenta en el momento de crear la campaña de publicidad y promoción son:

OBJETIVOS PUBLICITARIOS

Colocar a la Telenovela en el conocimiento del público por medio de la campaña de lanzamiento mostrando la historia y el elenco.

PROMESA BÁSICA

El compromiso con la Telenovela es generar interés para que el público esté esperando la transmisión del primer capítulo a través de una campaña que involucre el contenido fundamental de la historia, la presentación de los personajes principales y el toque de intriga y suspenso, elementos que generen el impacto ante el auditorio.

⁴³Verónica Tostado, MANUAL DE PRODUCCIÓN DE VIDEO, México, Ed. Alhambra, 1995, pág. 78

PLATAFORMA CREATIVA

La historia se presenta en su etapa de promocional de lanzamiento con tres promos que cuentan la trama, presentan a los actores y comunican la fecha y hora de inicio de la telenovela.

SLOGAN

Se busca un slogan que identifique a la telenovela y la diferencie de las otras; deberá ser una frase preferentemente corta para que se recuerde fácilmente desde las primeras menciones.

El slogan nos permitirá posteriormente, manejarla para su promoción de mantenimiento y de ese modo reafirmar las escenas más relevantes que vayan sucediendo.

LOGOTIPO

Se diseña el logotipo utilizando colores, tipografía legible, en ocasiones se recurre a la animación.

GRUPO OBJETIVO

Se realiza un estudio de audiencias para definir al público al que irá dirigido.

CALENDARIZACIÓN

Se calendarizan las fechas de promoción marcando cuales son los medios y horarios de presentación.

Los medios como la televisión, radio y prensa son considerados en las campañas de lanzamiento debido a su alcance en el público.

A continuación se presenta la campaña de promoción y publicidad diseñada en el año 2001 para la Telenovela “**ATRÉVETE A OLVIDARME**”:

CAMPAÑA DE LANZAMIENTO PARA TELENOVELA

| | |
|--|---|
| Campaña: | “ATRÉVETE A OLVIDARME” |
| Versiones Promocionales: | Promocional #1 Sonidos 30” Promocional #2 Leyenda 60” Promocional #3 Romance 60” |
| Período: | Del 25 de Junio al 10 de Agosto |
| Canales: | 2 y 9 |
| Objetivo: | Generar interés y motivación dentro de nuestro grupo objetivo para que vean el inicio de “ATRÉVETE A OLVIDARME” que se estrenará el próximo lunes 6 de agosto del 2001 a las 17:00 horas. |
| Objetivo de la Pauta Ideal: | El período de actividad está considerado de 6 semanas. |
| Distribución del Servicio Publicitario: | TELEVISIÓN : Canales 2, 4, 5 y 9 RADIO : TELEVISA RADIO PRENSA : NOVEDADES, EXCELSIOR EL HERALDO Y UNO MAS UNO PROTELE |
| Internacional: | MEDIOS IMPRESOS: folletos, posters, promos Trailer. |

Después de la creación de la campaña de promoción, los pasos que se siguen para el lanzamiento son los siguientes:

- a) se graban los promocionales y se procede a pautarlos ten radio, como en prensa escrita y televisión.
- b) se elaboran posters, folletos y artículos de promoción que reforzarán y darán presencia a la telenovela en los medios.
- c) se seleccionan los actores que se presentarán para la promoción en los diferentes medios de comunicación, generalmente se elabora la campaña de promoción con el reparto estelar, protagonistas, antagonistas y personajes de peso dentro de la historia para que hablen de sus personajes, de qué trata la historia con la finalidad de que el público se vaya familiarizando con ellos.
- d) se prepara la fiesta de presentación a los medios para dar a conocer el trailer con las mejores escenas de la telenovela.

Durante las grabaciones de la telenovela se le da seguimiento a través de los medios de comunicación con la presencia de los actores en programas de radio, televisión, entrevistas para periódicos, revistas, etc., con la finalidad de mantener la permanencia en el auditorio.

4.6 RATING

Hoy en día la televisión como medio de comunicación, trabaja en el conocimiento de su audiencia. Como empresa rentable que genera parte de sus ganancias por la venta de tiempo a los anunciantes durante su programación, las televisoras realizan estudios de campo para conocer y determinar el tamaño y composición de la audiencia durante el día.

El conocimiento de la audiencia permite a los responsables de la programación dentro de una televisora, conocer la cantidad y el tipo de gente que se expone a los diferentes programas; además de facilitar la toma de decisiones sobre la continuidad de un programa al aire, los cambios en la programación, ajustes de horarios, etc.

El estudio de la medición de audiencias cumple 3 objetivos principales :

PARA EL CLIENTE Selecciona y ubica adecuadamente los programas con el fin de llegar a diferentes nichos de audiencias.

PARA VENTAS Se utiliza como moneda de cambio para el medio publicitario.

PARA PRODUCCIÓN Nos permite saber cuánta gente nos ve y cuáles son las características de nuestro público.

La herramienta de medición al comportamiento de las audiencias definidas y rentables es **EL RATING**.

La escritora Mercedes Medina define a la audiencia como “un conjunto de personas que en un momento determinado prestan atención, atienden un programa o siguen con asiduidad una programación”.⁴⁴

La audiencia se divide en sexo, edad, preparación intelectual, posición económica, etc., y es parte fundamental en la valoración y evaluación de un programa.

Para un productor de televisión el rating permite saber cuánta gente ve su programa, si gusta o no y en lo que a ventas se refiere los anunciantes pueden elegir el mejor target (blanco o impacto, mercado dirigido) para colocar su producto.

Es importante considerar que los ratings son medidas de cantidad, no de calidad, lo que quiere decir que un programa de alto rating no implica que sea el mejor programa, ni el de mejor calidad, pero sí el que gusta más.

Un programa se mide por el RATING y el SHARE, hemos dicho que el rating mide el comportamiento de las audiencias, y permite saber cuántas personas ven determinado programa de televisión, a qué hora, y en qué canal; el Share nos indica el porcentaje de los encendidos, es decir, cuál es la participación de cada uno de los hogares. El rating y el Share se miden por medio de encuestas diarias y el registro electrónico segundo a segundo.

Un punto de rating equivale al uno por ciento de todos los hogares que constituyen la audiencia potencial, independientemente de que los receptores estén encendidos o no en el momento en que se realiza la medición de audiencia.

⁴⁴ Mercedes Medina Laberón, VALORACIÓN PUBLICITARIA..., España, ed. Universidad de Navarra, 1998, pág.114

4.6.1 IBOPE

Conocido desde hace 11 años como importante empresa líder en la medición de audiencias IBOPE – Institución Brasileña de Opinión Pública y Estadística surge de la asociación de una empresa mexicana con dos líderes internacionales en el ramo: IBOPE Latinoamérica en 1991 y AGB Europa en 1995.

IBOPE es una firma de origen Brasileño que desde 1969 ha sido pionero en la medición electrónica de audiencias en Latinoamérica y esto le ha servido para expandirse a mercados tan importantes como el mexicano, además de otros 11 países en el continente.

Paulino Pinheiro, presidente de IBOPE Media Information; considera a México como mercado estratégico en el ámbito de la investigación mundial, junto con Brasil y Estados Unidos .

A principios de los años noventas, inicia una revolución en la investigación de medios para asegurar la utilización y manejo de la medición electrónica de las audiencias de acuerdo a los más exigentes estándares de calidad europeas y americanas.

En 1991 la metodología que se empleaba para la medición de auditorio era a través de encuestas realizadas casa por casa; pero cuando entra IBOPE a México se torna como parte aguas al instalar en 300 hogares de la Ciudad de México un aparato electrónico de nombre set meter (caja electrónica de medición) por primera vez era factible saber a qué hora se encendía el televisor, en qué horario se veía y los cambios de canal en el minuto exacto en el que ocurrían.

A través del panel continuo y el estudio de ciertos hábitos de un público cautivo cobran relevancia conceptos como alcances y frecuencias, herramientas

indispensables que permiten estudiar para la publicidad detalles de la audiencia alcanzada y el número promedio de impactos generados por los mensajes publicitarios.

En 1993 IBOPE trae a México el primer people meter (sistema electrónico para medición gente) y lo instala en 400 hogares; con este aparato se puede tener a detalle el encendido y los canales que se ven en un hogar, así como saber quién ve la televisión. Para 1994 se amplía la muestra a 530 hogares con la posibilidad de registrar hasta 2 televisores y se instala la primera muestra de televisión pagada con 250 hogares teniendo así mayor precisión en la planeación de medios y en la efectividad publicitaria.

En 1995 se logra tener un monitoreo de verificación para la publicidad. Para 1996 la medición de ratings es en 27 ciudades (1,760 telehogares midiendo de manera simultánea todas las televisiones del hogar).

En el 2001 cuenta con 2,200 telehogares.

IBOPE ofrece los servicios:

- MEDICIÓN DE RATINGS EN TELEVISIÓN
- MONITOREO COMERCIALES Y ANÁLISIS DE COMPETENCIA
- MEDICIÓN DE AUDIENCIA EN RADIO⁴⁵

Sea cual sea el medio elegido por las empresas de Televisión para obtener la información en la preferencia de sus programas, es importante dejar claro que rating no es sinónimo de calidad, el rating marca la preferencia del público por un programa determinado, su seguimiento y fidelidad, pero no garantiza que el producto sea de calidad.

Al hablar de la telenovela, tema central de este capítulo, como un producto de consumo regido en el mercado por el rating como factor decisivo en la

⁴⁵ fuente IBOPE Institución Brasileña de Opinión Pública y Estadística.

permanencia y duración al aire, es importante resaltar que una telenovela en su transmisión puede alcanzar altos niveles de audiencia pero esto no quiere decir que sea de buena calidad (que sea un buena historia, bien contada, con actuaciones impecables, alta calidad en imagen y audio, etc.).

El rating y la rentabilidad son el binomio que determina si un programa es viable o no, por lo que resulta fundamental analizar las necesidades de la Empresa y de la programación. Considerando que la constante exposición de los productos a través de los medios televisivos, aseguran que las diferentes marcas se graben en la mente del teleauditorio.

La empresa Televisa bajo la Dirección de Servicios a Producción realizan diariamente los estudios cuantitativos o llamados ratings de toda su programación, información que es entregada a los directivos de la empresa para su análisis, así como a los productores responsables de cada programa al aire para que estén enterados de la influencia que ejerce en el auditorio dicho programa, si es del gusto del público y a qué escala.

La información de los ratings se maneja de la siguiente forma:

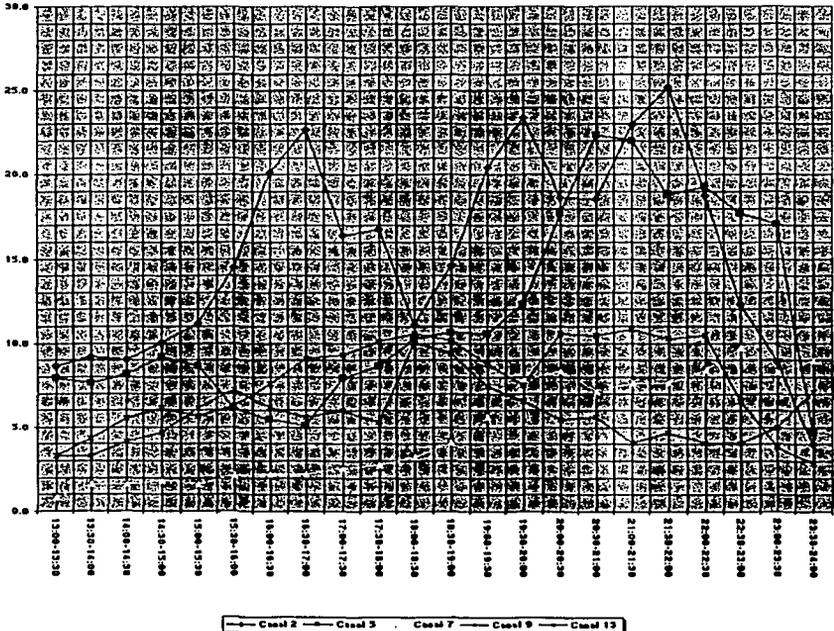
| RATING | COMPARATIVO | ANÁLISIS | REGIONAL |
|---------------|--------------------|-----------------|-----------------|
| DIARIO | PROGRAMAS | MINUTO A MINUTO | NACIONAL |
| SEMANAL | UNITARIOS | TELENOVELAS | VALLE DE MÉXICO |
| MENSUAL | TELENOVELA | MINUTO A MINUTO | GUADALAJARA |
| | | PROGRAMA | MONTERREY |
| | | UNITARIO | |

A continuación se muestran los ejemplos para cada caso:

Reporte Diario Nacional tomando en cuenta el horario de las 13:00 horas a las 24 horas y los canales 2, 5, 9 de Televisa así como los canales 7 y 13 de Televisión Azteca; se marcan los ratings por programa y así como lo muestra la siguiente gráfica se puede realizar un análisis de audiencias a primera vista.

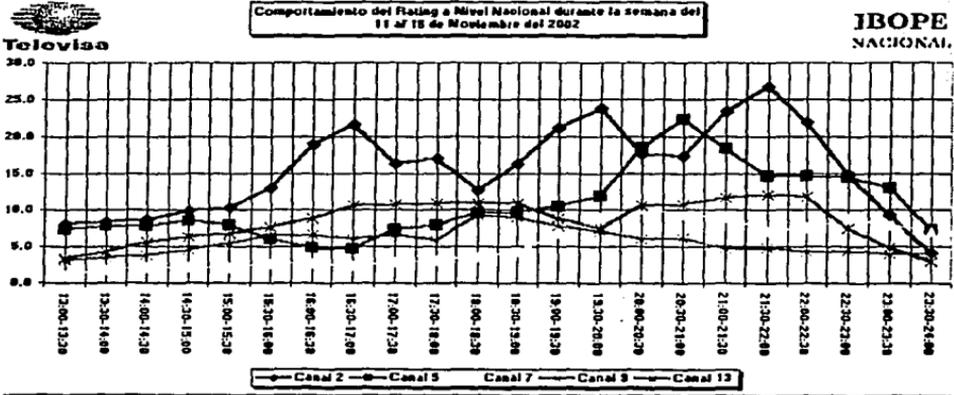


Comportamiento del rating nacional del 18 de Noviembre del 2002



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

REPORTE SEMANAL A NIVEL NACIONAL en gráfica se muestra el comportamiento de la audiencia tomando en cuenta los canales 2, 5 y 9 de Televisa y los canales 7 y 13 de Televisión Azteca.



COMPRARATIVO RATING Y SHARE DE LAS TELENVELAS teniendo como parámetro la medición de la audiencia de las telenovelas en Valle de México, Guadalajara, Monterrey y de manera Nacional las siguientes gráficas arrojan los resultados generales:



COMPARATIVO DE RATING Y SHARE DE LAS TELENVELAS DE TELEVISA DEL 11 AL 15 DE NOVIEMBRE DEL 2002



NACIONAL

VALLE DE MEXICO

GUADALAJARA

MONTERREY



| PROGRAMA | RATING | SHARE | RATING | SHARE | RATING | SHARE | RATING | SHARE |
|----------------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|
| COMPLICES AL RESCATE | 20.3 | 38.6 | 17.7 | 34.4 | 23.2 | 41.4 | 21.9 | 40.9 |
| CLASE 406 | 22.5 | 34.2 | 23.7 | 34.8 | 17.5 | 28.7 | 23.6 | 35.4 |
| ASI SON ELLAS | 17.3 | 24.4 | 18.7 | 25.4 | 8.5 | 12.9 | 14.6 | 20.8 |
| LAS VIAS DEL AMOR | 25.3 | 35.0 | 27.3 | 35.8 | 16.6 | 24.2 | 19.8 | 28.5 |

REPORTE MINUTO A MINUTUO este tipo de reporte muestra claramente el comportamiento de las audiencias empezando con los porcentajes de encendido de televisión SHARE, como porcentaje de quienes ven en ese momento el programa RATING, así como los brincos de canal al momento de que inician los comerciales y cuántas son las personas que regresan al canal para ver el programa.

El siguiente ejemplo es de un reporte minuto a minuto de la telenovela Clase 406 transmitida en Canal 2 con un horario de 19:00 a las 20:00 horas.

REPORTE MINUTO A MINUTO TELENOVELA CLASE 406

LUNES 11 DE NOVIEMBRE DEL 2002

TARGET: Universo

REGION: México

RATING 22.7 %

SHARE 35.0%

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



19:04 18,0% 29,5%



19:05 17,7% 29,1%



19:06 18,1% 29,7%



19:07 18,8% 30,8%



19:08 19,2% 31,6%



19:09 19,9% 32,5%



19:10 20,2% 33,1%



19:11 21,0% 34,1%



19:12 21,0% 34,1%



19:13 20,8% 33,6%



19:14 21,1% 34,2%



19:15 22,3% 35,8%



19:16 22,6% 36,4%



19:17 22,8% 36,5%



19:18 23,0% 36,8%



19:19 22,2% 35,5%



19:20 20,7% 33,2%



19:21 20,7% 33,1%



19:22 21,4% 34,3%



19:23 22,7% 35,8%



19:24 23,6% 37,1%



19:25 23,6% 37,0%



19:26 23,8% 37,5%



19:27 24,1% 37,6%



19:28 24,5% 38,2%



19:29 25,2% 39,2%



19:30 25,1% 38,7%



19:31 25,1% 38,9%



19:32 23,1% 35,7%



19:33 22,5% 34,6%

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



19:34 22,2% 34,2%



19:35 23,2% 35,8%



19:36 24,3% 37,5%



19:37 24,5% 37,5%



19:38 24,7% 37,7%



19:39 25,3% 38,4%



19:40 25,4% 38,5%



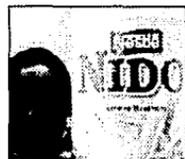
19:41 22,4% 34,1%



19:42 22,1% 33,4%



19:43 23,2% 35,0%



19:44 23,8% 35,9%



19:45 24,3% 36,8%



19:46 24,8% 37,5%



19:47 24,8% 37,3%



19:48 25,2% 37,8%



19:49 24,9% 37,4%



19:50 24,3% 36,4%



19:51 22,0% 32,8%



19:52 22,0% 32,7%



19:53 22,2% 33,0%



19:54 23,8% 35,3%



19:55 23,7% 35,1%



19:56 23,8% 35,1%



19:57 21,9% 32,2%

TESIS CON
FALTA DE ORIGEN



19:58 21,0% 30,9%



19:59 21,5% 31,4%



20:00 23,0% 33,5%



20:01 24,0% 34,7%



20:02 25,3% 36,6%



20:03 24,9% 36,0%



20:04 18,5% 26,7%

TESIS CON
FALTA DE ORIGEN

Así finalizamos este trabajo descriptivo, explicando cada una de las 3 etapas y áreas alternas de la producción de una telenovela en la que una vez más el trabajo humano y en equipo son piezas clave en el desarrollo de un programa de televisión.

CONCLUSIONES

La empresa de televisión, como otras empresas informativas, es un medio de difusión de ideas, opiniones, que produce y transmite imágenes y sonidos.

Al hablar de producción en televisión nos referimos a la creación de un programa desde la idea original hasta su materialización. La práctica distingue entre preproducción o planificación del proyecto que se va a desarrollar, incluidos plazos, presupuestos, etc., producción que es la realización del programa y post-producción que comprende la edición y reproducción.

La industria de la televisión es un campo donde se requiere la especialización, cada actividad y puesto están definidos como es el caso del productor que siempre está en la búsqueda de ideas que se convierten en la mayoría de los casos en proyectos y que estos a su vez se convierten en programas llevados a la pantalla, el escritor plasma en papel sus ideas, sus historias; el actor da vida a un personaje que reúne ciertas características, el director logra que la cámara capte la esencia de los personajes, la atmósfera adecuada en cada set, recurre a la iluminación correcta para marcar en interiores cuando es día, cuando es noche, el escenógrafo diseña los espacios que habitan los personajes de manera real, con calidez, manejando profundidad y diversidad de planos que permiten lucir una iluminación, y así cada persona que forma parte de un equipo de producción, sin olvidar que es un trabajo en equipo, y cada elemento es pieza clave para su desarrollo.

Para lograr equilibrio del programa a realizar, y se debe tomar en cuenta El medio televisivo ha experimentado, desde sus inicios hasta la actualidad, cambios y transformaciones en su estructura de producción y difusión; ya no basta con tener una buena historia, un productor experimentado elenco reconocido, o personas responsables para realizarlo, sino el correcto desarrollo desde la planeación y en la realización de cualquier tipo de programa para la televisión que es lo que se muestra en este trabajo.

Más canales, nuevas empresas, televisión por cable, señal por satélite, la multiplicidad del medio ha hecho que el presente y el futuro de la producción de

programas de calidad televisiva experimente el reto a estar a la vanguardia tecnológica, fuerte competencia por los mejores espacios y por estar en el gusto del público exigente de productos de mayor calidad.

Como profesional de la comunicación, mi interés con este trabajo es dar a conocer a estudiantes y egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación, la importancia que tiene la preparación teórica y práctica en el momento de integrarse y desarrollarse como una pieza más de la gran maquinaria que conforma la industria de la televisión.

En la actualidad el medio de la producción televisiva, busca incorporar a personas capaces en sus equipos de trabajo, que aporten nuevas ideas de comunicación, que aprovechen los recursos para convertirlos en herramientas flexibles que permitan crear programas de alta calidad con alcances y proyección internacional.

ANEXO 1

EJEMPLO GUIÓN PARA TELEVISIÓN PROMOCIONAL TELETÓN

TELETÓN 2002
PROMOCIONAL: D.F-ZÓCALO
TÍTULO: ¡PONTE AGUJETA!
DURACIÓN: 1' 20
GUIÓN: MARTHA OLAIZ



ENCABEZADO

EXT. ENTRADA CRIT-ESCULTURA SEBASTIÁN

SET 1.

LA TOMA ABRE CON ARATH Y MARA,
MOSTRANDO LA ENTRADA DEL
CRIT. (NO HAY NIÑOS HASTA QUE
SE INDICA)

ARATH: Ésta es la entrada al CRIT Estado de México, es uno de los cuatro que con tu ayuda hemos construido.

MARA: El Crit se vuelve grandioso...

MARA: Se vuelve grandioso cada día que recibe citas para mil cien niños.

LA TOMA SUBE MOSTRANDO
MAYOR GRANDIOSIDAD.

CORTE A:

SE INSERTA COMO SI CONTINUARA
LA TOMA DEL MISMO ÁNGULO,
AHORA BAJANDO PERO YA NO
TENEMOS EL CONDUCTOR A
CUADRO. ENTONCES EN EFECTO
DE TIME LAPSE VEMOS COMO
MUCHOS NIÑOS VAN ENTRANDO A
TOMAR SU TERAPIA.

EFECTO: TEMA INSTITUCIONAL.

CORTE A:

ANEXO 2

Para la grabación en locación Televisa cuenta con las Unidades de Control Remoto, las cuales están debidamente equipadas con todos los requerimientos técnicos que permiten realizar grabaciones y transmisión en vivo desde el lugar donde se encuentren ancladas.

Para la realización de una grabación en locación es indispensable contar con:

- Una Unidad de Control Remoto
- Una Planta Generadora
- Un Camión de Iluminación
- Un Camión para transporte de personal técnico
- En caso de requerirse, una Cámara Portátil

Este equipo consta de un Kit Básico con lo siguiente:
Iluminación base, audio, personal para trabajar independiente de la U.C.R.



Televisa

UNIDAD DE PRODUCCIÓN No. 11,12 y 13



| | |
|--------|------------|
| ALTURA | 3.00 MTS. |
| ANCHO | 2.40 MTS. |
| LARGO | 6.00 MTS. |
| PESO | 6.00 TONS. |

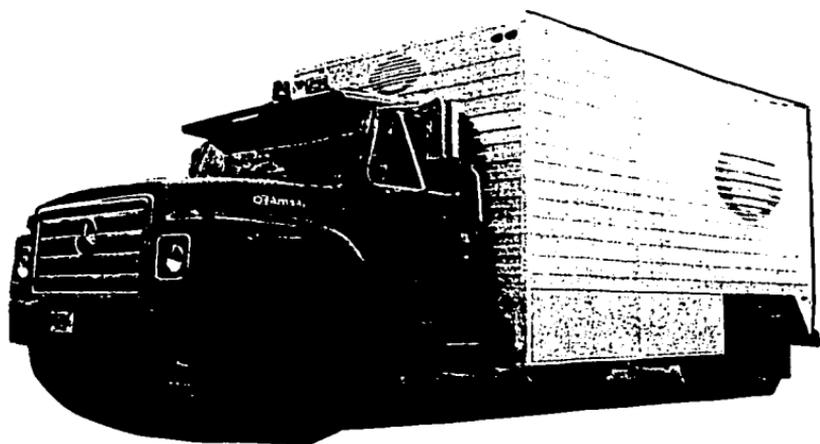
101

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Televisa

UNIDADES AUXILIARES DE ILUMINACIÓN



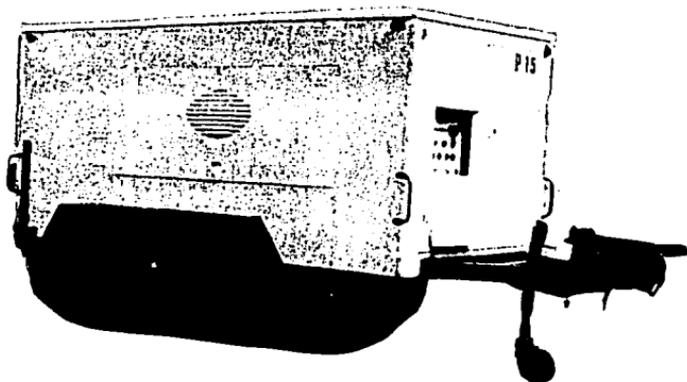
| | |
|--------|-----------|
| ALTURA | 3.55 MTS. |
| ANCHO | 2.45 MTS. |
| LARGO | 8.30 MTS. |
| PESO | 10 TONS. |

102

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



PLANTAS GENERADORAS



TRIFÁSICA

40 KW (100 AMP. POR FASE)
ALTURA 2.40 MTS.
ANCHO 2.10 MTS.
LARGO 4.50 MTS.
PESO 3 TONS.

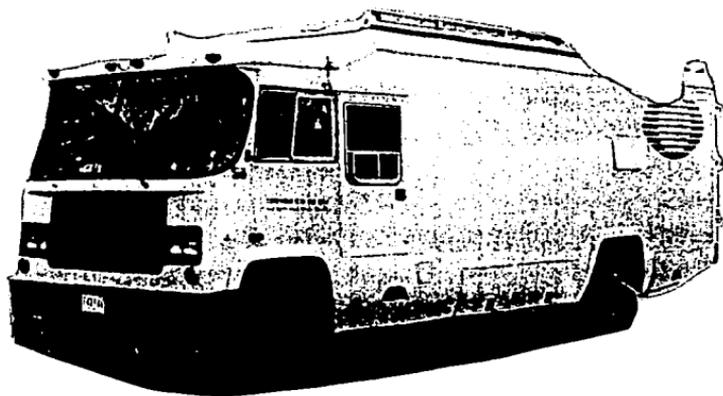
103

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Televisa

UNIDAD DE PRODUCCIÓN No. 16y 17



| | |
|--------|-----------|
| ALTURA | 3.45 MTS. |
| ANCHO | 2.62 MTS. |
| LARGO | 8.00 MTS. |
| PESO | 10 TONS. |

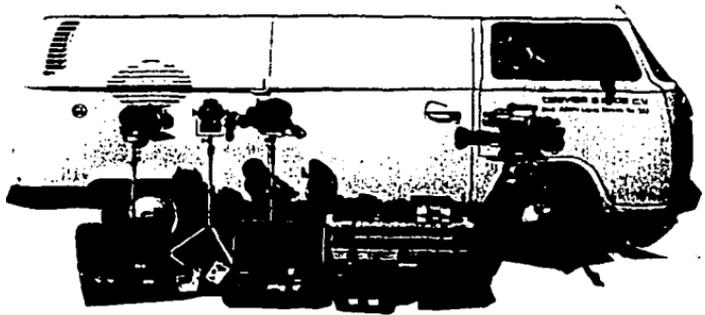
104

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Televisa

PORTÁTILES 11, 12 y 13



**CAMARA BTS LDK-91
GRABADORA VTR PANASONIC MOD. AJ-D320
MONITOREO DE VIDEO**

**ILUMINACIÓN:
UNA MALETA COLORTRAN
UNA MALETA ULTRA LIGT
DOS SUN GUN
TRES PEPPERS 600 WATTS
DOS ESPEJOS DE SOL**

**AUDIO:
CONSOLA DE AUDIO -
SHURE TRES COLORES
UN HAND HELD
DOS LAVALIER**

**PERSONAL:
CAMAROGRAFO
ILUMINADOR
OPERADOR DE
VIDEOTAPE
ING. DE
MANTENIMIENTO**

105
**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Televisa

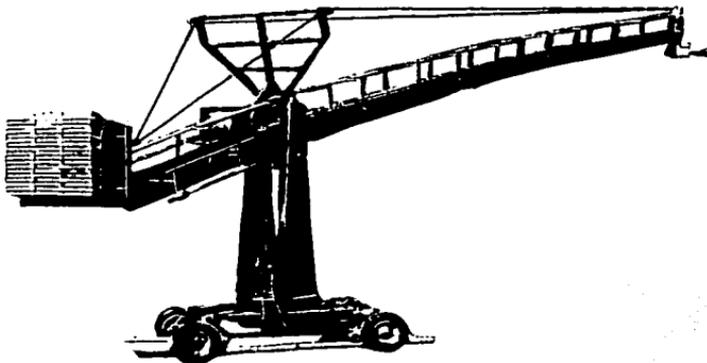
GRÚA SKY CAM

- La Grúa SKY CAM es de operación manual y la cabeza es a control remoto
- La base de ésta grúa es un Dolly o Plataforma con neumáticos y ruedas para riel, tiene una dimensión de 1.30 mts. X 1.60 mts.
- Se instala una cámara portátil
- Tiene un sistema de comunicación del camarógrafo y el operador de grúa
- Los movimientos de la grúa se pueden combinar con el Tilt y Panning del cam remote y a su vez con el zoom del lente de la cámara
- Puede girar horizontalmente sobre su eje 360 grados
- Al efectuar Tilt down con el camremote se logran tomas cenitales
- Su uso es frecuente en eventos masivos, aunque se usa también en telenovelas y unitarios



Televisa

GRUA SKYCAM



LONGITUD 6,8 Y 12 MTS.
2 TRAMOS DE RIEL RECTO
PESO 600 KGM.
CAMARA BTS LDK-91 CON CCU
MONITOREO DE VIDEO
MOVIMIENTO DE PANELO DE 180 GRADOS
MOVIMIENTO DE TILDEO DE 100 GRADOS
PERSONAL:
CAMARÓGRAFO
CHOFER
DOS AYUDANTES GENERALES

107

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Televisa

GRÚA CAM MATE

- Esta Grúa es de operación manual y la cabeza es a control remoto
- Sólo se puede instalar cámaras portátiles
- Es fácil de instalar por su diseño ligero y de menor dimensión
- Los movimientos de la grúa se combinan con el Tilt y Panning del Cam remote y a su vez con el Zoom del lente de la cámara
- Su uso frecuentemente es en Foro y Locación, sobre todo en lugares que no disponen de mucho espacio



Televisa

GRÚA CAMMATE



LONGITUD 6 MTS.
PESO 600 KGM
CAMARA BTS LKD-91 CON CCU
MONITOREO DE VIDEO
MOVIMIENTO DE PANEO 360 GRADOS
MOVIMIENTO DE TILDEO DE 100 GRADOS
PERSONAL:
CAMARÓGRAFO
CHOFER
AYUDANTES GENERALES

109

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Televisa

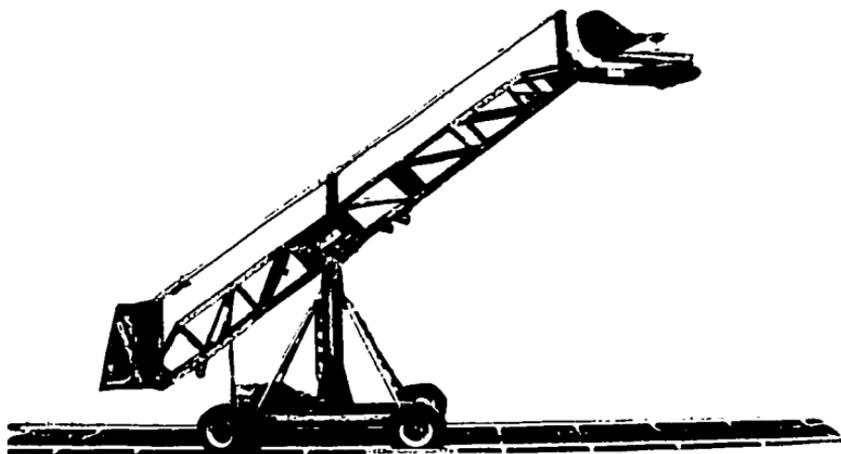
GRÚA TULIP

- Esta Grúa es de operación manual con una base para subir la cámara y el camarógrafo
- Se pueden instalar cámaras portátiles o de estudio
- Es posible realizar movimientos de Travel sobre los rieles o los neumáticos



Televisa

GRÚA TULIP



LONGITUD 6 MTS.
MÁXIMA GARGA 250 KGM.
4 TRAMOS DE RIEL RECTO
CABEZAL DE CAMARA 150MM
CABEZAL DE CAMARA MICHELL TOP
EXTENSIÓN DE CAMARA MICHELL TOP
EXTENSIÓN DE CAMARA 20,30 Y 40 cms

PERSONAL:
OPERADOR TÉCNICO
CHOFER
DOS AYUDANTES GENERALES

111

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Televisa

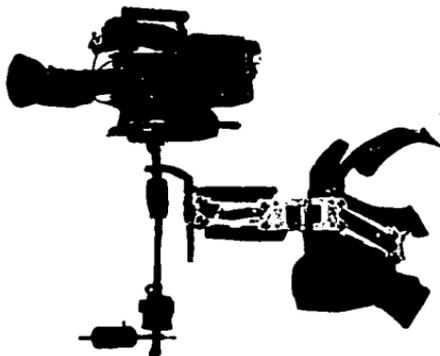
STEADY CAM

- El Steady cam es un equipo para estabilizar los movimientos de cámara
- En sus inicios fue concebido como una cámara acrobática, diseñada para hacer tomas corriendo en superficies irregulares. Su desarrollo fue bajo un simple concepto, tener la cámara libre del uso del tripie, eliminando el montaje al hombro.
- Permite a la cámara moverse con el operador, viendo al mundo como la gente lo ve siendo parte de la acción
- Puede realizar el trabajo que se haría en un tripie, un dolly, una grúa, se logra simular un vehículo en movimiento
- Es posible utilizar el equipo en terrenos irregulares, subir y bajar escaleras, etc.



Televisa

STEADY CAM



ESTABILIZADOR DE CAMARA
CARGA MÁXIMA 17 KGS.
PERSONAL:
CAMARÓGRAFO
AYUDANTE GENERAL

113

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Televisa

DOLLY ELEMACK

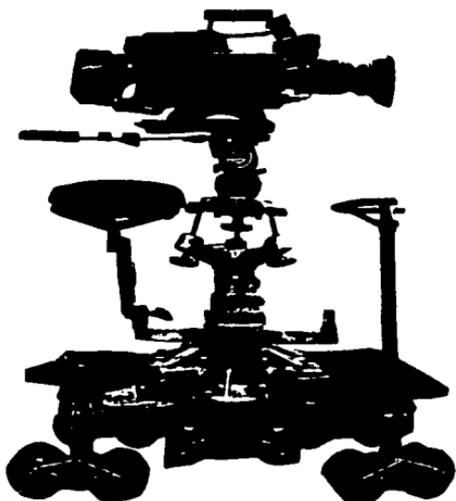
- El Dolly es una plataforma con ruedas para desplazamientos firmes, lentos o rápidos
- Su funcionamiento es de manera hidráulica, puede elevarse la cámara hasta un máximo de 1.75 mts.

114

111

Televisa

DOLLY ELEMACK



CARGA MÁXIMA 250 KGS.
ANCHO DE PLATAFORMA 35.5 A 75 CM.
9 TRAMOS DE RIEL RECTO DE 2.44 MTS.
2 TRAMOS DE RIEL CURVO
ALTURA MÁXIMA 145 CM.
ALTURA MÁXIMA 78 CM.

ACCESORIOS:

1 CABEZAL MITCHEL
3 PLATAFORMAS
1 CABEZAL O'CONNOR 100
1 ELEMACK ADAPTER

PERSONAL:

OPERADOR TECNICO
AYUDANTE GENERAL

115

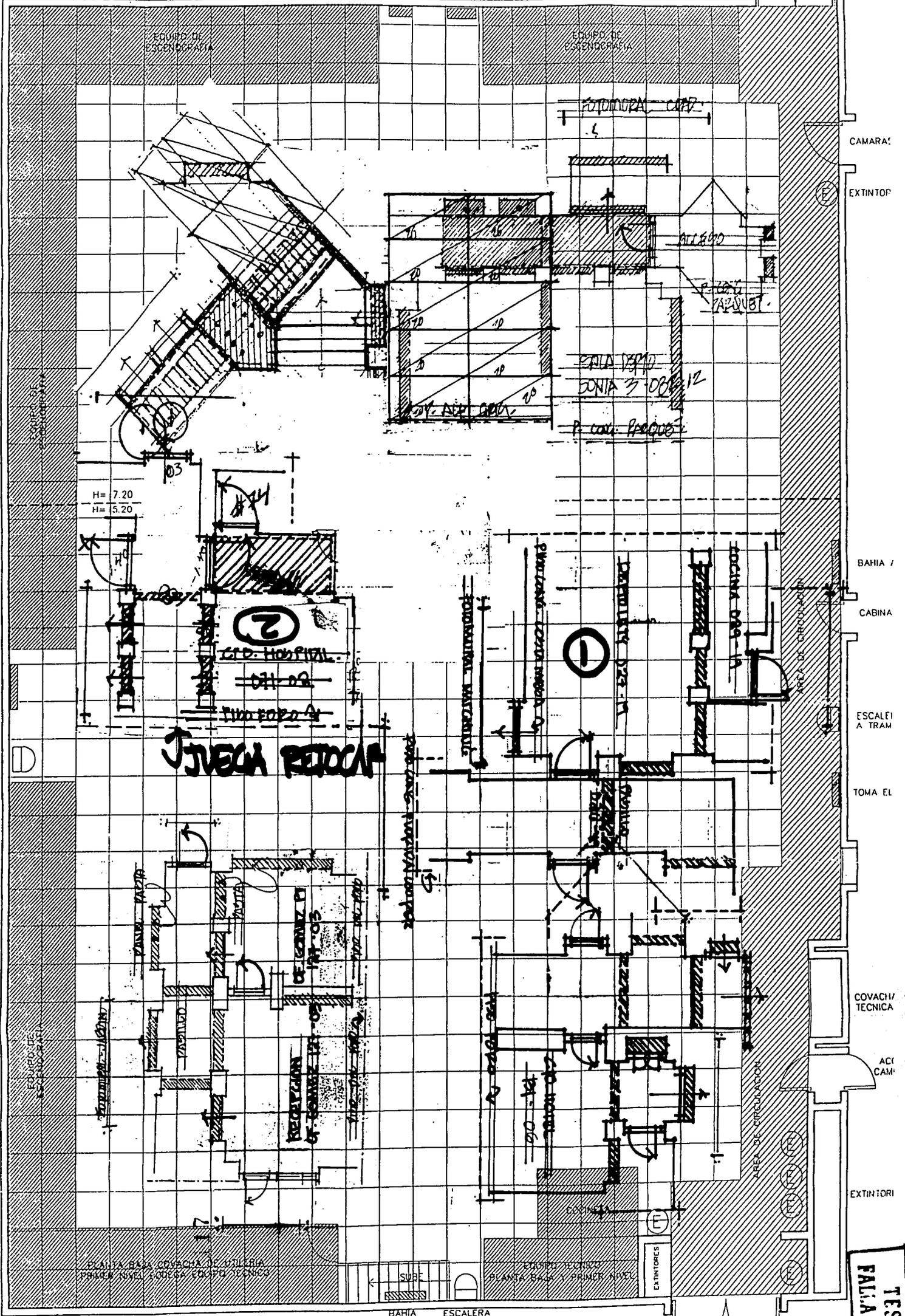
**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

ANEXO 3

PLANTA ESCENOGRÁFICA

116

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



DE A

CAMARA
EXTINTOR
CAMARA
EXTINTOR
BAHIA / CABINA
ESCALERA A TRAMO
TOMA EL
COVACH/ TECNICA
ACC CAM
EXTINTORI

PLANTA BAHIA COVACH DE UTILERIA
PRIMER NIVEL AGRESA EQUIPO TECNICO

BAHIA CONEXION AUDIO ESCALERA A TRAMOYA

ACCESO FOROS SERVICIOS

117

TESIS CON
PALTA DE ORIGEN

PRO AMAI

Produccion OR. EMILIO LASTROBA

Televisa

LISTO: JUVEDO 26 OCTUBRE 2002

ESCENOGRAFIA: ANGELES MARQUEZ - ULISES RUIZ

JEFE DE SERVICIOS: REALIZACION: ARO-ARTURO FLORES - STAFF FORO CUATRO - SR. VICENTE CORIEL

PLANTA

94.

FORO

4

ANEXO 4

ATRÉVETE A OLVIDARME

CAPÍTULO 001

HOJAS 17
ESCENAS 33
DÍA 1 (día y tarde)

ORIGINAL DE CARRILLO, HERNÁNDEZ Y OLAIZ
EDICIÓN LITERARIA IRMA RAMOS

FECHA DE ENTREGA A PRODUCCIÓN _____ FECHA AL AIRE _____

ENTRADA A SUPERVISIÓN LITERARIA _____ DIRECTOR DE ESCENA _____

PERSONAJES

LA GUAPA (ANDREA GUTIÉRREZ)

SANTIAGO GUTIÉRREZ

ROSENDO VERDUZCO

EL GATO FLACO

TOMASA

PATRICIO GONZÁLEZ

GONZALO DEVIN

EL CHANGO

SETS

INT. CUEVA MINA "EL CEREZO"

INT. PASILLO TÚNELES "EL CEREZO" .VIRGEN.NIVEL 300.

ÁNGULO PASILLO TÚNELES "EL CEREZO"

INT. ENTRADA CÍA. REAL DE MINAS

INT. MINA "EL CEREZO". INT. ELEVADOR.

INT. OFICINA ROSENDO. COOP. REAL DEL MONTE.

INT. MESÓN "BUENA VENTURA"

CUARTO PATRICIO EN MESÓN "BUENA VENTURA"

LOCACIONES

SECUENCIA DIFERENTES ASPECTOS DE LAS CALLES (PUEBLO NOCHIZTLÁN)

CAMINO A LA MINA "EL CEREZO"

EXT. ENTRADA CÍA. REAL DE MINAS

EXT. MINA "EL CEREZO". EXT. ZONA DE ELEVADORES.

EXT. MESÓN "BUENA VENTURA"

CAPÍTULO: 001

PRODUCTOR: ROBERTO HERNANDEZ

ATRÉVETE A OLVIDARME

ATRÉVETE A OLVIDARME

CAPÍTULO 001

FADE IN:

PRESENTACIÓN Y CRÉDITOS

CORTE A:

INT. CUEVA MINA EL "CEREZO". DÍA 1

ESCENA 1.

SÓLO LA LUZ DE LA LÁMPARA DE UN CASCO MINERO ILUMINA LA PEQUEÑA CAVIDAD. LA SILUETA DE UN HOMBRE MUY FLACO SE DISTINGUE, TIENE LA PICA EN LA MANO Y, CON OBSESIÓN GOLPEA LA ROCA SÓLIDA; CON UN FUERTE GOLPE DESPRENDE UNA GRAN ROCA ABRIENDO UNA NUEVA CAVIDAD.

SANTIAGO: (VOZ EN OFF) ¡Párale! Párale, Gato flaco! ¡Ahí viene alguien!

EL HOMBRE MIRA EMOCIONADO SU LOGRO, DUDA, PARA LA ACCIÓN Y APAGA SU LÁMPARA.

CORTE A:

INT. PASILLO TÚNELES "EL CEREZO" VIRGEN NIVEL 300. DÍA 1

ESCENA 2.

LA LUZ ES MÁS INTENSA. UN HOMBRE DE UNOS 56 AÑOS Y DE FACCIÓNES FINAS, MIRA EXPECTANTE Y NERVIOSO HACIA EL FONDO DEL TÚNEL. LA CÁMARA RECORRE EL NICHU DE UNA VIRGEN, LA CUAL ESTÁ FUERA DE LUGAR, HAY UN HUECO QUE SE SUPONE TAPA LA ESCULTURA DE LA VIRGEN. SIGUE EL RECORRIDO Y ENCONTRAMOS A SANTIAGO GUTIÉRREZ, INGENIERO RESPONSABLE DEL NIVEL 300 DE LA MINA.

INTERCORTE A:

OTRO ÁNGULO PASILLO TÚNELES "EL CEREZO"

ESCENA 2/A.

DESDE EL PUNTO DE VISTA DE SANTIAGO AL FONDO DEL TÚNEL UNA LUZ SE ACERCA.

EFFECTO SONIDO DE MÁQUINA DE VAGONES.

INTERCORTE A:

INT. PASILLO TÚNELES "EL CEREZO" VIRGEN NIVEL 300. DÍA 1

ESCENA 2/B.

SANTIAGO SE PONE EN CUCLILLAS Y RÁPIDO EMPUJA UNAS HERRAMIENTAS AL INTERIOR DE LA CAVIDAD, DONDE ESTÁ EL FLACO. CON DIFICULTAD MUEVE LA FIGURA DE LA VIRGEN Y VUELVE A TAPAR LA CAVIDAD.

SANTIAGO: (BAJANDO LA VOZ) ¡Deja todo ahí dentro Gato Flaco! Cuando escuches que los vagones ya se fueron, te sales!... Ya es hora del cambio de turno.

SANTIAGO EMPRENDE LA MARCHA PARA TOPARSE CON LOS VAGONES Y, CON

ATRÉVETE A OLVIDARME

NATURALIDAD SALUDA A LA GENTE QUE VIENE EN ELLOS.

CORTE A:

SECUENCIA DIFERENTES ASPECTOS DE LAS CALLES. DÍA 1 ESCENA 3.

UN AUTO JEEP, CONDUCIDO POR UNA MUJER ("LA GUAPA"), VIENE AVANZANDO POR LAS CALLES DEL PUEBLO DE NOCHIZTLÁN, ZACATECAS (LETRERO EN SÚPER AL INICIAR EL RECORRIDO). EN IMÁGENES MUY RÁPIDAS CONOCEMOS EL CARÁCTER SOLITARIO Y POBRE DEL PUEBLO QUE, EN OTROS TIEMPOS, VIVIO UN GRAN AUUGE POR SU RIQUEZA MINERAL.

CORTE A:

CAMINO A LA MINA "EL CEREZO". DÍA 1 ESCENA 4.

UBICAMOS UN PAISAJE ARBOLADO Y BELLO. POR UN CAMINO DE TERRACERÍA, EL JEEP DE LA ESCENA ANTERIOR SE ACERCA A GRAN VELOCIDAD. AVANZA LEVANTANDO UNA DENSA NUBE DE POLVO.

CORTE A:

EXT. ENTRADA CIA. REAL DE MINAS. DÍA 1 ESCENA 5

LA MUJER DEL JEEP TOCA EL CLAXON.

EFECTO: SONIDO CLAXON DE JEEP.

AL NO OBTENER RESPUESTA, LA PUERTA DEL AUTO SE ABRE Y BAJA "LA GUAPA", UNA MUJER ATRACTIVA DE 27 AÑOS. CAMINA DECIDIDA Y CON FUERZA TOCA EN EL PORTÓN.

EFECTO. TOQUIDOS EN EL PORTÓN.

MIENTRAS ELLA ESPERA, LA CÁMARA RECORRE EL ATRACTIVO CUERPO DE LA MUJER. VISTE FALDA Y BLUSA DE ALGODÓN. LA BLUSA TIENE UN SENSUAL ESCOTE, SIN SER VULGAR. EN MEDIO DE SUS SENOS RESALTA EL MANGO DE UNA FINA DAGA. SU ROSTRO ES AGRADABLE, SU PIEL ACANELADA Y LA FUERZA DE SU CARÁCTER LA PROYECTA EN LOS NEGROS OJOS. SE ABRE UNA PEQUEÑA PUERTA. UN TRABAJADOR SE ASOMA Y EN CUANTO VE A "LA GUAPA", INTENTA CERRAR DE NUEVO, PERO LA MUJER SE LO IMPIDE.

HOMBRE ¡Tú no puedes pasar guapal Son órdenes de Don Rosendo!

LA GUAPA (FIRME) ¡A mí nadie me manda, así que no tengo por qué hacer lo que él diga. Vengo a ver a mi padre... (PRUDENTE) ¡Déjame entrar!

ELLA INTENTA ABRIR, PERO EL HOMBRE SE LO IMPIDE.

ATRÉVETE A OLVIDARME

LA GUAPA (CONTROLADA) Si se dan cuenta me echas la culpa.

HOMBRE ¡Mejor vetel Siempre que vienes hay problemas!

LA GUAPA ¡Es urgente que hable con mi padre!

LA GUAPA LOGRA SITUARSE ENTRE LA PUERTA. PERO ÉL LA DETIENE CON SU BRAZO.

HOMBRE (LIBIDINOSO) te aprovechas porque hasta hoy ningún hombre te ha puesto en tu lugar...

LA GUAPA (DESESPERADA) ¡Qué me dejes pasar!

HOMBRE (MORBOSO) Aunque si conmigo fueras diferente, yo podría hacerme de la vista gorda...

EL HOMBRE INTENTA TOCARLE EL ROSTRO. "LA GUAPA" SE ESGRIME, Y CON HABILIDAD SACA SU DAGA Y AMENAZA AL HOMBRE.

LA GUAPA (DEFINITIVA) ¡Ningún agachón como tú se me va a poner, así que hazte a un lado!

CORTE A:

INT. ENTRADA CÍA. REAL DE MINAS. DÍA 1

ESCENA 6.

CONT. DE LA ESCENA 5.
DE UN FUERTE EMPUJÓN, "LA GUAPA" ABRE LA PUERTA Y AVANZA MIENTRAS EL HOMBRE ENOJADO VA AL TELÉFONO. SOBRE LA IMAGEN DE LA GUAPA QUE CAMINA DECIDIDA.

CORTE A:

INT. MINA "EL CEREZO" INT. ELEVADOR. DÍA 1

ESCENA 7.

SE CIERRA LA JAULA Y COMIENZA A SUBIR. SANTIAGO VIENE CON EL GATO FLACO.

GATO F: (CONTRARIADO) ¡Santiago... créeme! Ya abrí un hueco... unos minutos más y nos hubiera dado tiempo de entrar a la mina abandonada...

SANTIAGO Sí, te creo, pero ahora no podemos entrar...

GATO F: (CONFUNDIDO) ¿Por qué no? Dame una buena razón.

SANTIAGO (SERENO) se acabo nuestro turno... .no debemos llamar la atención, Rosendo nos viene pisando los talones.

GATO F ¡Pero necesitamos encontrar el mineral que nos está robando ese traidor, para acusarlo!

SANTIAGO (ESFORZÁNDOSE) No se te olvide que los que no están de nuestro lado están con

ATRÉVETE A OLVIDARME

Rosendo... y los suyos son capaces de matar con tal de salvar su pellejo...

GATO F (COFUNDIDO) Entonces, ¿Qué vamos a hacer? No se lo podemos decir al presidente municipal... porque pues...

SANTIAGO Hablar con don García, por lo que me ha dicho Manuel, es de fiar.

GATO F (PRONTO) ¡Pero si fue García quien puso a Rosendo quesque a administrar la cooperativa!

SANTIAGO (PARA SÍ) Sí, pero te aseguro que no le va a gustar nada saber que Rosendo lo ha estado engañando.

GATO F (CONFUNDIDO) Pos yo no sé si debemos confiar en García, ni se aparece por aquí...

SANTIAGO Pero a él también lo está transando, igual que a nosotros...

AL GATO FLACO SE LE OCURRE ALGO.

GATO F (EUFÓRICO Y SIN CONTROL) ¡Lo tenemos Santiago!... ¡Lo tenemos!... (LO MIRA) ¿Por qué no dobletemos turno? Mientras más pronto lleguemos a la otra mina, mejor!

SANTIAGO (CONTROLADO) ¡Tienes razón!... Ahora sí viene la nuestra! Ese infeliz va a pagar sus abusos y sus crímenes!

SOBRE LA ACTITUD FIRME DE SANTIAGO.
CORTE A:

EXT. MINA "EL CEREZO" EXT. ZONA DE ELEVADORES. DÍA 1 ESCENA 8.

"LA GUAPA" AMENAZA CON SU DAGA A DOS HOMBRES, JULIÁN Y PEDRO, QUE MÁS QUE MINEROS PARECEN MATONES. NO SE ATREVEN A DESARMARLA.

GUAPA (ENÉRGICA) ¡De aquí no me muevo! Y sí su patrón quiere corremme, que venga a sacarme él mismo (SEGURA,) a ver si puedel!...

LA GUAPA SE DISTRAE, JULIÁN LA ABRAZA, ELLA LUCHA POR LIBRARSE.

JULIÁN: (SARCÁSTICO) Aunque no me lo pidiera don Rosendo... Ya te traigo ganas, ¡Maldita machorra!

EFFECTO VOCES, CARCAJADAS Y GEMIDOS DE ACUERDO A LA SITUACIÓN.

"LA GUAPA" LOGRA RASGAR CON SU DAGA EL BRAZO DE JULIÁN. LA JAULA SUBE Y SE ABRE. SALE SANTIAGO QUE, SIN PENSARLO, SE VA EN CONTRA DE PEDRO, Y, EL GATO FLACO, EN CONTRA DE JULIÁN. VARIOS MINEROS SE ACERCAN A

ATRÉVETE A OLVIDARME

SEPARARLOS. JULIÁN Y PEDRO AL OIR EL ESCÁNDALO Y SENTIR LA PRESENCIA DE LOS MINEROS, SE ALEJAN RUMIANDO SU CORAJE. SOBRE LA IMAGEN DE SANTIAGO, "LA GUAPA", EL GATO FLACO Y LOS MINEROS QUE LOS APOYAN.
FADE OUT:

Comerciales

FADE IN

EXT. MINA "EL CEREZO" EXT. ZONA DE ELEVADORES. DÍA 1 ESCENA 9.

(MISMA SITUACIÓN ESCENA ANTERIOR).
LOS ÁNIMOS ESTÁN CALMADOS. SANTIAGO PALMEA PARA AGRADECER SU APOYO A LOS DOS ÚLTIMOS HOMBRES QUE SE RETIRAN, MIENTRAS EL GATO FLACO TRATA DE CALMAR A "LA GUAPA".

GUAPA: (FURIOSA) ¡Cerdos! ¡Criminales! Eso son!
Ya pagarán por todo lo que han hecho!

SANTIAGO (SERENO) Ya cálmate Andrea...
habíamos quedado en que tú no vendrías aquí
para evitar problemas.

"LA GUAPA" NO SABE CÓMO EMPEZAR.

GUAPA (ENVALENTONADA) ¡Sí, papá!... Pero no
podía esperarme a que regresaras a la casa para
decirte que (LO PIENSA)... Mataron a Félix!

A SANTIAGO Y AL GATO FLACO, LA NOTICIA
LES CAE COMO BOMBA.

SANTIAGO (IMPRESIONADO) ¿Cómo que lo
mataron?...

LA GUAPA AFIRMA CON LA CABEZA.
SANTIAGO SE LLEVA LAS MANOS A LA
CABEZA, TRATANDO DE CONTROLAR SU
RABIA. OCULTA SU ROSTRO.

LA GUAPA (ANGUSTIADA POR SU PADRE) Su
esposa fue en la mañana a preguntarme por él...
Dice que anoche Félix le dijo que iba a la junta a
reunirse con nosotros. ... pero que ya no regresó
a su casa.

SANTIAGO LEVANTA EL ROSTRO CON LA
MIRADA PERDIDA Y PROFUNDA RABIA.

SANTIAGO (PROFUNDO) ¡Maldito Rosendo!
(TRANS.) ¿Y qué más?...

EL ROSTRO DE SANTIAGO MUESTRA EL
IMPACTO. FÉLIX ERA ALGUIEN A QUIEN ÉL
QUERÍA. LA GUAPA Y EL GATO FLACO SE
MIRAN.

LA GUAPA (CON DOLOR) Después me avisaron que
ya habían encontrado el cuerpo... Lo fui a ver
papá... (CON HORROR) ¡Lo torturaron!

SANTIAGO SE QUITA EL CASCO Y LO
AVIENTA CON FURIA.

ATRÉVETE A OLVIDARME

PASILLOS TÚNELES "EL CEREZO" VIRGEN. NIVEL 300. TARDE 1 ESCENA 19.

LA VIRGEN ESTA NUEVAMENTE FUERA DE SU NICHU, Y JUNTO A ELLA SE ENCUENTRA EL CHANGO VIGILANDO QUE NADIE LOS DESCUBRA.

EFECTO: EN SEGUNDO PLANO ESCUCHAMOS LOS GOLPES DE PICO QUE EL GATO FLACO ESTÁ DANDO.

SOBRE EL ROSTRO ANGUSTIADO DE "EL CHANGO".

CORTE A:

INT. CUEVA MINA "EL CEREZO" TARDE 1 ESCENA 20.

EL GATO FLACO TRABAJA COMPULSIVAMENTE AGRANDANDO UNA CAVIDAD. (MISMA QUE ESC. 1) DE UN FUERTE GOLPE DE PICO DESPRENDE UN TROZO DE ROCA, SUFICIENTEMENTE GRANDE PARA PODER PASAR. CON EMOCIÓN LIMPIA LA ZONA Y SE ASOMA.

INTERCORTE A:

INT. MINA ABANDONADA "EL PARAÍSO" TARDE 1 ESCENA 20/A.

DESDE EL PUNTO DE VISTA DEL GATO FLACO Y CON LA LUZ DE SU CASCO, VEMOS EL ABANDONO DEL LUGAR.

INTERCORTE A:

INT. CUEVA MINA "EL CEREZO". TARDE 1 ESCENA 20/B.

EL GATO FLACO SE ALISTA PARA ENTRAR A LA MINA RECIÉN DESCUBIERTA. (MISMA QUE ESC. 1)

GATO F: (ENTUSIASMADO PROYECTA) ¡Ya logré entrar, Chango... pon a la virgen en su lugar... voy a ver que encuentro... regresa por mí en una hora!

SOBRE EL GESTO DE ORGULLO DEL GATO FLACO..

FADE OUT:

COMERCIALES

FADE IN

INT. MINA ABANDONADA (EL PARAÍSO) TARDE 1 ESCENA 21.

EL GATO FLACO, CAUTELOSO, CAMINA COMO BUSCANDO ALGO. A UNOS METROS ENCUENTRA LAS GÓNDOLAS (VAGONES PARA CARGA DE MINERAL). LLENAS DE MINERAL. CAMINA OTRO POCO Y MIRA HACIA ARRIBA, DESCUBRIENDO LA ALCANCÍA POR DONDE CAE EL MINERAL QUE ROSENDO SACA DE LA OTRA MINA. TOMA UNAS PIEDRAS, LAS REVISAS.

ATRÉVETE A OLVIDARME

GATO F: (EN VOZ BAJA PERO ENTUSIASMADO,
HABLA CONSIGO MISMO) ¡Ahora sí ya te
tenemos, Rosendol!

SOBRE EL GESTO TRIUNFANTE DEL GATO
FLACO.

CORTE A:

INT. RECÁMARA TOMASA MESÓN BUENA VENTURA TARDE 1 ESCENA 22.

LA GUAPA, DESDE LA CAMA, MIRA
INTRANQUILA A TOMASA QUE SE VE MUY
AFECTADA. EN CONVERSACIÓN INICIADA.

GUAPA ..Pero, ¿qué dijo ese hombre para que te
pusieras así? ¿Quién es o de dónde lo conoces?

TOMASA Se llama Patricio... y dice que es esposo de
la hija de don Gonzalo...

GUAPA: (SORPRENDIDA) ¿De Laura Devin?.

TOMASA AFIRMA. A SU ROSTRO ASOMA UN
GESTO DE DOLOR.

GUAPA: (DURA) ¡Ahora que regrese lo corres, no
quiero aquí gente que tenga que ver con ese
viejo!

TOMASA: (DISIMULANDO SU PENA) Pos yo digo
que es mejor que lo tengamos cerca... así nos
podemos enterar a qué vino...

LA GUAPA SE ACERCA A TOMASA.

GUAPA: (COMPENSIVA) Me imagino cómo te
sientes... sé que la querías mucho...¿cuántos
años hace que no ves a Laura?..

TOMASA BAJA LA VISTA.

TOMASA: (NOSTÁLGICA) Hace casi treinta años...
desde que se peleó con su padre.

LA GUAPA REACCIONA. ALGO SE LE HA
OCURRIDO. CAMINA HACIA LA PUERTA
MIENTRAS HABLA.

GUAPA: ¡Espérame aquí, y vigila. Si oyes que viene
ese hombre, me avisas... ¡Voy a su cuartol!

A TOMASA NO LE GUSTAN LOS MÉTODOS
DE LA GUAPA, Y DISGUSTADA, LA MIRA
IRSE.

CORTE A:

INT. MINA "EL CEREZO" NIVEL QUINIENTOS. TARDE 1 ESCENA 23.

ÁREA DE EXCAVACIONES.

NO ESCUCHAMOS A SANTIAGO, PERO
VEMOS QUE ESTA DANDO INDICACIONES A
LOS BARRENADORES.

ARTEMIO, QUE MANEJA LOS EXPLOSIVOS,
CAMBIA UNA CAJA POR OTRA, SIN QUE
NADIE SE DÉ CUENTA.

CORTE A:

ATRÉVETE A OLVIDARME

INT. MINA ABANDONADA (EL PARAÍSO) TARDE 1

ESCENA 24.

EL GATO FLACO SIN PENSARLO MÁS SE SUBE A LA GÓNDOLA Y DESDE ALLÍ PASA CON DIFICULTAD AL INTERIOR DE LA ALCANCÍA.

CORTE A:

INT. CUARTO PATRICIO EN MESÓN BUENA VENTURA TARDE 1

ESCENA 25.

LA GUAPA ESTÁ ESCULCANDO ENTRE LA MALETA DE PATRICIO; EN UNA DE LAS SOLAPAS DE LA MALETA, ENCUENTRA UNA FOTOGRAFÍA SUELTA DE UN NIÑO DE DIEZ AÑOS, LA VE CON CURIOSIDAD.

INSERT DE FOTOGRAFÍA (DANIEL 10 AÑOS). DE PRONTO UN LIGERO RUIDO LA HACE MIRAR HACIA LA CÓMODA DONDE EL FLORERITO CAE SOBRE LA MISMA CÓMODA, VACIANDO SU CONTENIDO. EL FLORERITO RUEDA, DE UN LADO A OTRO, SOBRE SU BASE MÁS ANCHA.

LA GUAPA SE ESTREMECE, APRENSIVA GUARDA LA FOTO ENTRE SUS ROPAS. CON RAPIDEZ CIERRA LA MALETA Y LA VUELVE A PONER EN EL LUGAR EN DONDE ESTABA Y SE ALEJA HACIA LA PUERTA. ESTÁ A PUNTO DE SALIR CUANDO EL PEQUEÑO FLORERO ESTALLA, SIN CAER AL SUELO.

EFFECTO: ESTALLIDO DE CRISTAL ROTO.

LA GUAPA VOLTEA, BUSCA CON LA MIRADA SI ALGUIEN SE ENCUENTRA ALLÍ. AL DARSE CUENTA DE QUE ESTÁ SOLA, SE ALTERA; NO ENTIENDE QUE SUCEDE.

CORTE A:

INT. MINA "EL CEREZO" NIVEL QUINIENTOS TARDE 1

ESCENA 26.

ÁREA DE EXCAVACIONES.

SANTIAGO PRENDE LA MECHA Y TODOS SALEN CON LA VELOCIDAD ADECUADA PARA PROTEGERSE DE LA EXPLOSIÓN.

SANTIAGO (PROYECTA.) ¡Explosivo!

CORTE A:

INT. ALCANCÍA DE LAS MINAS. TARDE 1

ESCENA 27.

CON DIFICULTAD EL GATO FLACO HA AVANZADO POR LA ALCANCÍA. PEQUEÑAS RÁFAGAS DE LUZ QUE ALCANZA A DISTINGUIR, LE INDICAN QUE ESTÁ POR LLEGAR AL FINAL, TAMBIÉN ALCANZA A ESCUCHAR ALGUNAS VOCES..

EFFECTO: VOCES AMORTIGUADAS EN SEGUNDO PLANO.

SOBRE ÉSTA IMAGEN

CORTE A:

INT. MINA "EL CEREZO" NIVEL QUINIENTOS TARDE 1

ESCENA 28.

ÁREA DE EXCAVACIONES.

ATRÉVETE A OLVIDARME

EN CORTES RÁPIDOS VEMOS A LOS
MINEROS, Y A LA MECHA QUE SE QUEMA
HASTA PROVOCAR UNA FUERTE
EXPLOSIÓN Y UN EXAGERADO DERRUMBE.

EFECTO: SONIDO DE EXPLOSIÓN.

INTERCORTE A:

OTRO ÁNGULO ÁREA DE EXC. NIVEL 500 TARDE 1

ESCENA 28/A.

LOS OJOS DE SANTIAGO SE ABREN
DESMESURADAMENTE POR EL IMPACTO DE
LA EXPLOSIÓN. LUEGO, DE INMEDIATO,
CAMBIAN DE EXPRESIÓN AL COMPRENDER
LA TRAMPA DE ROSENDO.

SE OBSERVA UN FLAMAZO.

CORTE A:

SALIDA Y CRÉDITOS CORRESPONDIENTES

FIN DEL CAPÍTULO 001

| CTA | CONCEPTO | | |
|-----|---|--------------|-------------|
| 176 | SERVICIOS DIVERSOS DE ACTUACION | \$ 18,000.00 | |
| | NOMBRE o GRUPO | HONORARIOS | |
| | CARTAS VESTUARIO | \$ 18,000.00 | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| 178 | GASTOS MENORES DE TALENTO ARTISTICO | \$ 400.00 | |
| | GASTOS MENORES DE TALENTO ARTISTICO | \$ 400.00 | |
| | VIATICOS ACTORES | \$ - | |
| | JORNADA DE VIAJE Y ESTANCIA | \$ - | |
| 179 | 3% FOMENTO A LA EFICIENCIA DE ACTORES | \$ 596.61 | |
| 180 | 3% FOMENTO A LA EFICIENCIA DELEGADO A N D.A. | \$ 18.84 | |
| 181 | 3% FOMENTO ACTIVIDADES CULTURALES ACTORES | \$ 596.61 | |
| 182 | 3% FOMENTO ACTIVIDADES CULTURALES DELEGADO | \$ 18.84 | |
| 100 | TOTAL GRUPO MANO DE OBRA DIRECTA Y TALENTO ARTISTICO | \$ 51,153.96 | |
| 201 | DERECHOS DE AUTOR Y ADAPTADOR | \$ 15,500.00 | |
| | AUTOR | | |
| | JAVIER RUAN | \$ 8,000.00 | |
| | MARIO HERNANDEZ | \$ 8,000.00 | |
| | | \$ - | |
| | ADAPTADOR | \$ - | |
| | ALEJANDRA LEON | \$ 3,500.00 | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| 202 | COPIAS DE LIBRETOS | \$ 300.00 | |
| | MATERIALES | \$ 300.00 | |
| | MECANOGRAFIA | \$ - | |
| 0 | TOTAL GRUPO LIBRETOS Y REGALIAS AUTORALES | \$ 15,800.00 | |
| 301 | PRODUCTOR, DIRECTOR Y ASISTENTES (SE ANEXA PLANTILLA) | \$ 34,622.45 | |
| | PUESTO | NOMBRE | SUELDO |
| | PRODUCTOR | | \$ 3,360.00 |
| | DIRECTOR DE CAMARAS | | \$ 1,332.00 |
| | DIRECTOR DE ESCENA | | \$ 2,576.00 |
| | COORD. DE PRODUCCION | | \$ 1,700.16 |
| | GERENTE ADMINISTRATIVO | | \$ 1,557.32 |
| | JEFE DE PRODUCCION | | \$ 1,004.64 |
| | ASIST. DE DIR. DE ESCENA (FORO) | | \$ 635.00 |
| | ASIST. DE DIR. DE CAMARAS (FORO) | | \$ 635.00 |
| | JEFE DE REPARTO | | \$ 555.52 |
| | RESPONSABLE UTILERIA (FORO) | | \$ 482.00 |
| | JEFE DE LOCACION | | \$ 755.16 |
| | CONTINUISTA (FORO) | | \$ 772.40 |
| | ASIST. ADMINISTRATIVO | | \$ 330.40 |
| | ASIST. DE PRODUCCION (OFICINA) | | \$ 288.00 |
| | SECRETARIA 1 | | \$ 462.56 |
| | MENSAJERO/CHOFER | | \$ 237.44 |
| | CONTINUISTA (LOCACION) | | \$ 772.40 |
| | MUSICALIZADOR | | \$ 1,002.00 |
| | EDITOR 1 | | \$ 1,238.00 |
| | ASIST. DE EDITOR | | \$ 888.00 |
| | DIRECTOR DE CAMARAS(LOCACION) | | \$ 1,030.00 |
| | DIRECTOR DE ESCENA (LOCACION) | | \$ 635.00 |
| | ASIST. DE DIR. CAMARAS (LOCACION) | | \$ 635.00 |
| | ASIST. DE PROD. (ACTORES/LOCACION) | | \$ 257.60 |
| | ASIST. DE PROD. (UTILERIA/LOC) | | \$ 257.60 |
| | RELACIONES PUBLICAS | | \$ 462.56 |

| CTA | CONCEPTO | | |
|-----|--|-------------|--------------|
| 309 | APUNTADOR VOZ | | \$ 1,768.00 |
| | Nº DE PERS. | TABULADOR | TOTAL |
| | 1 | \$ 884.00 | \$ 884.00 |
| | 1 | \$ 884.00 | \$ 884.00 |
| 310 | INTERVENTORES | | \$ - |
| 311 | EXTRAS Y COMPARSAS | | \$ 6,022.00 |
| | Nº DE PERS. | TABULADOR | TOTAL |
| | 10 | \$ 457.00 | \$ 4,570.00 |
| | 8 | \$ 242.00 | \$ 1,452.00 |
| | 0 | \$ - | \$ - |
| 300 | TOTAL HONORARIOS SERVICIOS DE PRODUCCION | | \$ 42,412.46 |
| 501 | ALQUILER DE EQUIPO DE TRANSPORTE | | \$ - |
| 502 | ALQUILER DE EQUIPO TECNICO | | \$ 1,500.00 |
| | Filtros, guas, sleady, rieles, etc. | \$ 1,500.00 | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| 503 | ALQUILER DE EQUIPO TRANSMISOR | | \$ - |
| 506 | CINTAS DE AUDIO | | \$ 840.00 |
| 507 | CINTAS DE VIDEO | | \$ 2,100.00 |
| 509 | ILUMINACION Y MATERIAL | | \$ 500.00 |
| 510 | PREMIOS DE CONCURSO | | \$ - |
| 511 | IMPUESTOS SOBRE PREMIOS DE CONCURSO | | \$ - |
| 513 | PELICULAS | | \$ 500.00 |
| 514 | EFFECTOS ESPECIALES | | \$ 4,000.00 |
| | EXPLOSIONES, VOLCADURAS, STUNT MANS, ETC. | \$ 4,000.00 | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| | | \$ - | |
| CTA | CONCEPTO | | |
| 515 | IMPRESION DE PASES | | \$ - |
| 517 | MATERIALES GENERALES | | \$ 500.00 |
| 518 | ARTICULOS DE MAQUILLAJE Y PEINADOS | | \$ 1,300.00 |
| 519 | FOTOGRAFIA Y SLIDES | | \$ 500.00 |
| 520 | DIBUJOS, CARTONES Y ROLER | | \$ - |
| 563 | SERVICIOS DIVERSOS | | \$ 1,151.00 |
| | Seguridad y mant de la empresa, Medicinas, Consultas, etc. | \$ 1,151.00 | |
| 574 | ARRENDAMIENTO DE INMUEBLES | | \$ 8,125.00 |
| | 1 casa x \$80,000.00 x mes x 5 meses | \$ 2,500.00 | |
| | 2 Fincas o Haciendas x \$90,000.00 c/u x 5 meses | \$ 5,625.00 | |
| 800 | TOTAL GRUPO MATERIA PRIMA Y SERVICIOS DE PRODUCCION | | \$ 21,016.00 |

| | | | | |
|-----|---|--------------|----|------------------|
| 601 | MOBILIARIO Y EQUIPO DE AMBIENTACION | | \$ | 14,000.00 |
| 615 | ARTICULOS DIVERSOS DE ESCENOGRAFIA | | \$ | 12,232.00 |
| 623 | ARTICULOS DIVERSOS DE VESTUARIO | | \$ | 15,000.00 |
| 631 | ARTICULOS DE UTILERIA | | \$ | 5,000.00 |
| 600 | TOTAL GRUPO UTILERIA, ESCENOGRAFIA Y VESTUARIO | | \$ | 46,232.00 |
| 701 | LIBROS, REVISTAS Y PERIODICOS | | \$ | 100.00 |
| 702 | FLETES Y EMBARQUES | | \$ | 50.00 |
| 703 | TELEFONO OFICINA | 1 | \$ | 550.00 |
| 704 | TELEFONO CELULAR | 1 compra | \$ | 47.00 |
| 708 | IMPUESTOS Y DERECHOS VARIOS | | \$ | 1,966.00 |
| | PERMISOS DELEGACION / INTERNACION DE ACTORES | | \$ | 1,966.00 |
| | REGISTRO Y BUSQUEDA DE TITULO / REGISTRO MARCARIO | | \$ | - |
| 709 | PAPELERIA DE OFICINA Y COMPUTO | | \$ | 600.00 |
| 712 | DESPENSA | | \$ | 300.00 |
| 700 | TOTAL GRUPO GASTOS DE OFICINA | | \$ | 3,613.00 |
| CTA | CONCEPTO | | | |
| 801 | CONSUMO DE ALIMENTOS | | \$ | 12,653.00 |
| 802 | HOSPEDAJE | | \$ | 10,765.00 |
| 804 | TRANSPORTES Y PASAJES | | \$ | 265.00 |
| 805 | SERVICIOS PRESTADOS EN LOCACION | | \$ | 5,000.00 |
| 806 | VIATICOS UNIDADES DE CONTROL REMOTO | (PRODUCCION) | \$ | 3,471.00 |
| 808 | RENTA DE VEHICULOS | | \$ | 9,037.00 |
| 809 | LLAMADAS TELEFONICAS (FACTURADAS EN CUENTA DE HOTEL) | | \$ | 500.00 |
| 811 | PEAJES, CUMBUSTIBLES Y LUBRICANTES | | \$ | 203.00 |
| 800 | TOTAL GRUPO GASTOS DE VIAJE Y LOCACIONES | | \$ | 41,894.00 |
| 903 | PROMOCIONES DIVERSAS | | \$ | 3,312.50 |
| | Imagen Corporativa \$530,000.00 | | \$ | 3,312.50 |
| | | | \$ | - |
| 904 | RENTAS DIVERSAS | | \$ | 3,000.00 |
| | | | \$ | 3,000.00 |
| | | | \$ | - |
| | | | \$ | - |
| 931 | PROMOCION PUBLICIDAD | | \$ | 313.00 |
| | PRESNA \$50,000.00 | | \$ | 313.00 |
| 900 | TOTAL GRUPO SERVICIOS DIVERSOS | | \$ | 6,625.50 |

ANEXO 6

CINE

TELEVISION

RADIO

VARIEDADES

CENTRO NOCTURNO

DOBLAJE

MODELAJE

TEATRO

FOTONOVELA



CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO

NUMERO _____

CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO QUE PARA SU APROBACION PRESENTAN ANTE LA ASOCIACION DE ACTORES SECCION DE ACTORES DEL S T P C DE LA R M LA EMPRESA Y EL TRABAJADOR-ACTOR QUE MAS ADELANTE SE CITAN AL TENOR DE LOS SIGUIENTES ANTECEDENTES Y CLAUSULAS

ANTECEDENTES

- 1 LA ASOCIACION NACIONAL DE ACTORES EN UN SINDICATO DE JURISDICCION FEDERAL, CONSTITUIDO PARA LA DEFENSA DE LOS INTERESES DE TODOS LOS TRABAJADORES-ACTORES CON REGISTRO EN EL DEPARTAMENTO DE REGISTRO DE ASOCIACIONES DE LA SECRETARIA DEL TRABAJO Y PREVISION SOCIAL BAJO EL NUMERO 2384
- 2 LA EMPRESA O PATRON BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD MANIFIESTA
- A) OPERAR BAJO LA DENOMINACION DE TELEvisa S A DE C V
- B) ESTA REPRESENTADA LEGALMENTE POR BLVD ADOLFO LOPEZ MATEOS 232 SAN ANGEL INN
- C) CON DOMICILIO EN MEXICANA
- D) Y DE NACIONALIDAD _____
- 3 EL TRABAJADOR-ACTOR BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD MANIFIESTA
- A) TENER EL NOMBRE DE JORGE SALINAS PEREZ
- B) USAR EL NOMBRE ARTISTICO DE JORGE SALINAS
- C) SER DE NACIONALIDAD MEXICANA
- D) CON REGISTRO FEDERAL DE CAUSANTES _____
- E) CALIDAD SINDICAL ACTIVO
- F) FORMA PARTE DEL CONJUNTO DENOMINADO _____
- G) CON DIRECCION Y TELEFONO _____

LAS PARTES CONVIENEN EN ESTABLECER LAS SIGUIENTES

CLAUSULAS

- 1 LA EMPRESA O PATRON CONTRATA AL TRABAJADOR-ACTOR PARA QUE PRESTE SUS SERVICIOS PROFESIONALES EN ATRIVETE A OLVIDARME
- A) CON CARACTER DE ESTELAR
- B) POR UN TIEMPO DE SEMANA
- C) A PARTIR DE 18/08/2001
- D) NOS DE F-OGRAMAS O CAPITULOS (CINCO CAPITULOS) 12,14,15,18,10
- 2 LA EMPRESA O PATRON PAGARA AL TRABAJADOR-ACTOR DIARIAMENTE Y POR CONDUCTO DEL DELEGADO DE LA ASOCIACION NACIONAL DE ACTORES UN SALARIO DE _____
- 3 EN TODO LO NO PREVISTO EN ESTE DOCUMENTO SE SUJETARAN A LO ESTABLECIDO EN EL CONTRATO COLECTIVO DE TRABAJO QUE RIGE LAS RELACIONES LABORALES, ENTRE ESA EMPRESA Y LA ASOCIACION NACIONAL DE ACTORES Y EN CASO DE NO EXISTIR ESTE, A LA LEY FEDERAL DEL TRABAJO, EL USO Y LA COSTUMBRE

MEXICO, D.F., A _____ DE 18 DE AGOSTO DE _____ 2001

EL PATRON O EMPRESA

SECRETARIO DEL TRABAJO Y CONFLICTOS

EL TRABAJADOR-ACTOR

NOTA EN CASO DE QUE EL TRABAJADOR-ACTOR SEA EXTRANJERO, DEBERA ADJUNTAR A ESTE CONTRATO SU DOCUMENTACION MIGRATORIA PARA REALIZAR LA TRAMITACION NECESARIA ANTE LA H SECRETARIA DE GOBERNACION

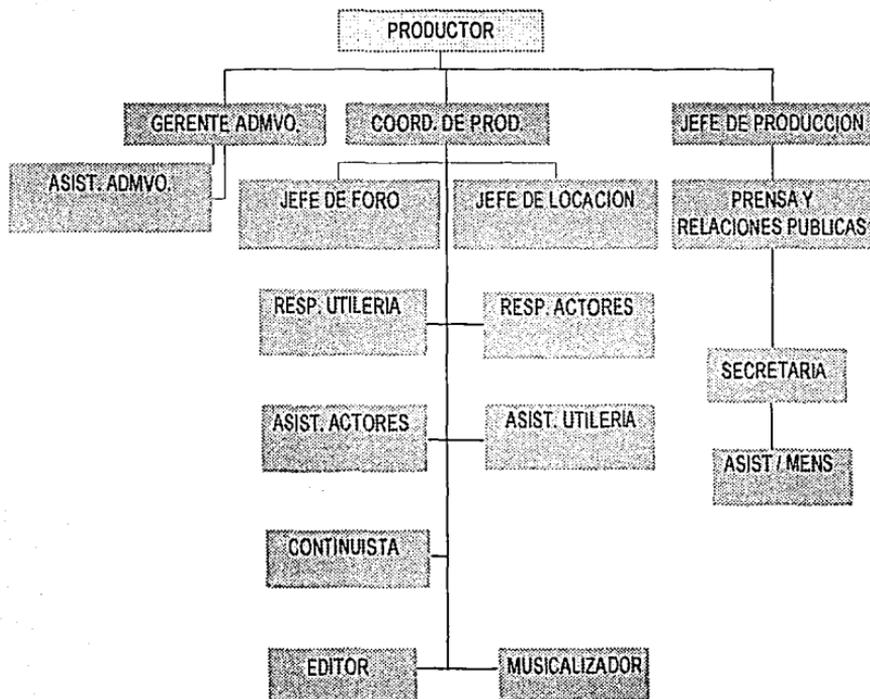
OBSERVACIONES ESTE CONTRATO SERA NULO SI PRESENTA TACHADURAS, ENMENDADURAS, BORRADURAS, ETC

VO BO
ASOCIACION NACIONAL DE ACTORES

ANEXO 7

El equipo de producción está conformada por :

ORGANIGRAMA DE PRODUCCION-TELENOVELA



TIME TABLE
TELENOVELA
"ATREVETE A OLVIDARME "

OCTUBRE - NOVIEMBRE - DICIEMBRE

| LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES | SABADO | DOMINGO |
|------------------------|----------------------|---------------------|---------------------------|----------------------|--------------------------------------|---------|
| 22-Oct | 23-Oct | 24-Oct | 25-Oct | 26-Oct | 27-Oct | 28-Oct |
| PRE PRODUCCION | PRE PRODUCCION | PRE PRODUCCION | CASTING | CASTING | | |
| 29-Oct | 30-Oct | 31-Oct | 01-Nov | 02-Nov | 03-Nov | 04-Nov |
| JUNTA ACTORES | JUNTA DIRECTORES | LECTURA DE LIBRETOS | LECTURA DE LIBRETOS | LECTURA DE LIBRETOS | LECTURA DE LIBRETOS | |
| 05-Nov | 06-Nov | 07-Nov | 08-Nov | 09-Nov | 10-Nov | 11-Nov |
| SCOUTING | SCOUTING | GRABACION PRUEBAS | DISEÑO IMAGEN | DISEÑO IMAGEN | SCOUTING | |
| 12-Nov | 13-Nov | 14-Nov | 15-Nov | 16-Nov | 17-Nov | 18-Nov |
| PRE PRODUCCION | PRUEBAS DE VESTUARIO | GRABACION PRUEBAS | PRUEBAS DE VESTUARIO | PRUEBAS DE VESTUARIO | PRUEBAS CARACTERIZACION | |
| 19-Nov | 20-Nov | 21-Nov | 22-Nov | 23-Nov | 24-Nov | 25-Nov |
| EDICION | EDICION | EDICION FINAL | ENTREGA PRUEBAS | PRE PRODUCCION | PRE PRODUCCION | |
| 26-Nov | 27-Nov | 28-Nov | 29-Nov | 30-Nov | 01-Dic | 02-Dic |
| INICIA MONTAJE EN FORO | MONTAJE EN FORO | MONTAJE EN FORO | MONTAJE EN FORO | ENTREGA SETS FORO | ESCENOGRAFIA Y AMBIENTACION LOCACION | |
| 03-Dic | 04-Dic | 05-Dic | 06-Dic | 07-Dic | 08-Dic | 09-Dic |
| INICIO GRABACION FORO | | | INICIO GRABACION LOCACION | | | |

ANEXO 8

134

"ATREVEVE A OLVIDARME"

F O R O 15

TELEVISA S.A. DE C.V.
 PROD. ROBERTO HERNÁNDEZ V.

LLAMADO:

HORA:

FECHA: VIERNES 01 DE JUNIO DEL 2001

LISTOS A GRABAR..... 10:00 A.M.
 DIRECTOR ALBERTO CORTES 09:00 A.M.
 DIR. CAMARAS. JESÚS ACUÑA 09:00 A.M.
 EQUIPO PRODUCCIÓN..... 09:00 A.M.
 1 AMBIENTADOR..... 08:00 A.M.
 2 VESTUARIO..... 09:00 A.M.
 1 APUNTADOR..... 10:00 A.M.
 2 MAQUILLAJE..... 09:00 A.M.
 2 PEINADOS..... 09:00 A.M.
 1 DELEGADO A.N.D.A..... 09:00 A.M.
 1 CARACTERIZACION..... 13:00 HRS.
 (GOLPES EN SECUENCIA MANUEL)

SETS: CASA NUEVA MANUEL

RECAMARA MANUEL
 SALA Y COMEDOR

LLAMADO ACTORES

| PERSONAJE | ACTOR | MAQ. | LISTOS |
|-----------|------------------|----------|----------|
| ANDREA | ADRIANA FONSECA | 09:00 | 10:00 |
| CECILIO | JOSE CARLOS RUIZ | 13:30 | 14:00 |
| ERNESTINA | MARIAN SEOANE | VIENE DE | LOCACION |
| MANUEL | ALEXIS AYALA | 09:30 | 10:00 |
| SORIANO | EDGAR PONCE | 16:00 | 16:30 |

ANEXO 9

BREAK DOWN PRODUCCION "ATREVEVE A OLVIDARME" TELEVISA 2001

"ATREVEETE A OLVIDARME"

TELEVISA S.A. DE C.V.

PROD. ROBERTO HERNÁNDEZ V.

| CAP | ESC | NOMBRE DEL SET | DIA | CUART | PERSONAJE | EXTRAS |
|--|-----|-------------------------------------|----------|-------|------------------|--------|
| 39 | 7 | SALA CASA NUEVA MANUEL | NOCHE 16 | 5/8 | ANDREA MANUEL | |
| SINOPSIS: ANDREA ESTA CONFUNDIDA, SE REFUGIA EN MANUEL NOTAS: SECUENCIA CON ESCENA 9, ESCENA LIGADA | | | | | | |
| 39 | 9 | RECAMARA CASA NUEVA MANUEL | NOCHE 16 | 1 2/8 | ANDREA MANUEL | |
| SINOPSIS: MANUEL TRATA DE BESAR A LA FUERZA A ANDREA NOTAS: | | | | | | |
| 19 | 16 | SALA CASA NUEVA MANUEL | DIA 9 | 1/8 | ANDREA MANUEL | |
| SINOPSIS: MANUEL LE MUESTRA LA CASA A ANDREA NOTAS: SECUENCIA CON ESCENAS 17,18, 20-1,2 | | | | | | |
| 19 | 17 | PASILLO RECAMARAS CASA NUEVA MANUEL | DIA 9 | 1/8 | ANDREA MANUEL | |
| SINOPSIS: ENTRAN A LA RECAMARA PRINCIPAL NOTAS: SIGUE SECUENCIA | | | | | | |
| 19 | 18 | RECAMARA CASA NUEVA MANUEL | DIA 9 | 5/8 | ANDREA MANUEL | |
| SINOPSIS: MANUEL SE PONE CARIÑOSO , ANDREA LE PIDE QUE SE VAYA NOTAS: SIGUE SECUENCIA | | | | | | |
| 20 | 1 | RECAMARA CASA NUEVA MANUEL | DIA 9 | 1/8 | ANDREA MANUEL | |
| SINOPSIS: ANDREA SE SAFA DE MANUEL Y SALE CORRIENDO NOTAS: | | | | | | |

"ATREVETE A OLVIDARME"

LOCACION

TELEVISA S.A. DE C.V.
 PROD. ROBERTO HERNÁNDEZ V.

LLAMADO:

HORA:

FECHA: LUNES 23 DE ABRIL DEL 2001

LISTOS A GRABAR..... 10:30 A.M.
 UCR #17..... 10:30 A.M. LISTOS
 DIRECTOR ALBERTO CORTES 09:00 A.M. PTA #2
 DIR. CAMARAS, JESÚS ACUÑA 09:00 A.M. PTA #2
 EQUIPO PRODUCCIÓN..... 09:00 A.M. PTA #2
 1 AMBIENTADOR..... 09:00 A.M. PTA #2
 2 VESTUARIO..... 09:00 A.M. PTA #2
 2 UTILEROS..... 08:00 A.M. ALMACEN
 1 APUNTADOR..... 09:00 A.M. PTA #2
 2 SEGURIDAD..... 09:00 A.M. PTA #2
 2 MANTENIMIENTO..... 09:00 A.M. PTA #2
 2 MAQUILLAJE..... 09:00 A.M. PTA #2
 2 PEINADOS..... 09:00 A.M. PTA #2
 1 DELEGADO A.N.D.A..... 09:00 A.M. PTA #2

SETS: HOTEL D.F.
 HOTEL MARRIOTT
 PUERTO MÉXICO #80
 COL. PEÑÓN DE LOS BAÑOS

VEHICULOS: 2 CAMPERS
 4 CAMIONETAS

E. ESPECIAL: DOLLY CON RIELOS

SERV. CAFÉ 09:30 A.M.
 SERV. COMIDA 14:00 HRS.
 SERV. CENA 20:00 HRS.

LLAMADO ACTORES PERSONAJE

ACTOR

PTA#2

MAQ.LOC

LISTOS

| | | | | |
|-----------|------------------|-------|-------|-------|
| ANDREA | ADRIANA FONSECA | VIENE | DE | FORO |
| CECILIO | JOSE CARLOS RUIZ | 09:30 | 10:00 | 10:30 |
| DANIEL | JORGE SALINAS | VIENE | DE | FORO |
| EVARISTA | ADRIANA ROEL | VIENE | DE | FORO |
| LILIANA | YOLANDA VENTURA | 11:00 | 11:30 | 12:30 |
| 20 EXTRAS | SINDICATO | 09:30 | 10:00 | 10:30 |

"ATREVETE A OLVIDARME"

TELEVISA S.A. DE C.V.

PROD. ROBERTO HERNÁNDEZ V.

| CAP | ESC | NOMBRE DEL SET | DIA | CUART | PERSONAJE | EXTRAS |
|---|-----|---------------------------------|----------|-------|---------------------------------------|------------|
| 32 | 7 | INT. SUITE HOTEL DE LUJO D.F. | NOCHE 13 | 8/8 | LULU ROSENDO | |
| SINOPSIS: ROSENDO ESCUCHA INFORMACIÓN VALIOSA DE BOCA DE LULU NOTAS: | | | | | | |
| 61 | 14 | INT. SUITE HOTEL DE LUJO D.F. | DIA 25 | 7/8 | LAURO NATIVIDAD RECOBO | 2 GUARURAS |
| SINOPSIS: RECOBO ES EL JEFE DE LA BANDA, DA INSTRUCCIONES A ROSENDO NOTAS: RENTA DE PISTOLAS | | | | | | |
| 63 | 11A | INT. SUITE HOTEL DE LUJO D.F. | DIA 25 | 2/8 | RECOBO | |
| SINOPSIS: RECOBO HABLA CON LAURO NOTAS: RENTA DE PISTOLAS | | | | | | |
| 25 | 15 | INT. SUITE HOTEL ANDREA DE LUJO | DIA 11 | 8/8 | ANDREA RITA | |
| SINOPSIS: ANDREA HABLA CON SU MAMA PARA DECIRLE COMO ESTA LA SALUD DE MANUEL NOTAS: | | | | | | |
| 28 | 4 | INT. SUITE HOTEL ANDREA DE LUJO | DIA 12 | 1 1/8 | ANDREA RITA | |
| SINOPSIS: RITA DICE A ANDREA QUE TENDRA QUE IRSE CON MANUEL EN OTRO VUELO PUES SU PAPA ESTA MOLESTO CON ELLA NOTAS: | | | | | | |
| 28 | 20 | RESTAURANTE AEROPUERTO D.F. | DIA 12 | 1 2/8 | CECILIO DANIEL EVARISTA RITA | COMENSALES |
| SINOPSIS: DANIEL LE PIDE A CECILIO LO AYUDE A CONVENCER AL ABUELO A QUE REFRENDE LA CONCESIÓN DE LA MINA NOTAS: | | | | | | |

BIBLIOGRAFÍA

- Dietrich Berwanger, **CINE Y TELEVISIÓN A BAJO COSTO**, Ecuador, ed. CIESPAL, 1977, 363pp.
- Gabino Carrandi Ortiz, **TESTIMONIO DE LA T.V. MEXICANA**, México, ed. Diana, 1986, 233pp.
- Fernando Wagner, **LA TELEVISIÓN**, Barcelona, ed. Labor, 1972, 171pp.
- Francisco de la Torre H., **TALLER DE ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN II**, México, ed. McGraw-Hill, 211pp.
- Francisco Torres Aguilera, **TELENOVELAS, TELEVISIÓN Y COMUNICACIÓN**, México, ed. Ediciones Coyoacán, 151pp.
- Guillermina Baena, **TESIS EN 3º DIAS**, México, ed. Editores Mexicanos Unidos, 18ª. Reimpresión, 2000, 100pp.
- Jorge González Treviño, **TELEVISIÓN TEORIA Y PRACTICA**, México, ed. Alhambra Universidad, 1992, 167pp.
- Herbert Zettl, **MANUAL DE PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN**, ed. Internacional Thompson, 558pp.
- Ivano Cipriani, **LA TELEVISIÓN**, Tr. Caterina Molina, España, 166pp.
- Jaime Barroso García, **INTRODUCCIÓN A LA REALIZACIÓN TELEVISIVA**, ed. Instituto Oficial de Radio y T.V., 1989.
- Jon P. Baggaley, **ANÁLISIS DEL MENSAJE TELEVISIVO**, 3ª. ed., México, ed. Gustavo Gili, 1985, 217 pp.
- Laura Castellot, **HISTORIA DE LA T.V. EN MÉXICO**, México, ed. Alpe, 1993, 545pp.
- Lorenc Soler, **LA TELEVISIÓN UNA METODOLOGÍA PARA SU APRENDIZAJE**, Barcelona, ed. Gustavo Gili, 1989, 187pp.
- Luis Diego Pedreira, **LA ESCENOGRAFÍA**, Buenos Aires, ed. Centro Editor de América Latina, 1977, 96pp.
- Miguel Angel Quijada Soto, **LA TELEVISIÓN: ANÁLISIS Y PRACTICA DE LA PRODUCCION DE PROGRAMAS**, México, ed. Trillas, 1986, 109pp.
- Mónica D. Gutiérrez G., **MANUAL DE PRODUCCIÓN PARA TV**, México, ed. Trillas, 1999, 155pp.
- Maximiliano Maza Pérez y Cristina Cervantes, **GUIÓN PARA MEDIOS AUDIOVISUALES, CINE, RADIO Y TELEVISIÓN**, ed. Longman de México, 1994, 399pp.
- Mercedes Medina Laberón, **VALORACIÓN PUBLICITARIA DE LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN**, España, ed. Universidad de Navarra, 1998, 273pp.
- Raúl D´Victorica, **PRODUCCIÓN EN TELEVISIÓN**, México, ed. Trillas, 2002, 109pp.
- Raymond Bravo, **PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN DE T.V.**, México, ed. Limusa, 1993, 211pp.
- Umberto Eco, **COMO SE HACE UNA TESIS**, México, ed. Gedisa, 1986, 267pp.

- Verónica Tostado Span, **MANUAL DE PRODUCCIÓN DE VIDEO**, México, ed. Alhambra, 1999, 277pp.
- Boletín de Comunicación Interna, **GENTE TELEVISIVA**, año 1 Número 1, mayo 2002

TESIS

- Carolina Gallástegui Brambila, **DETRÁS DE LAS CÁMARAS DE UN PROGRAMA EDUCATIVO**, Tesis Comunicación, México, UIA, 1994, 128pp.
- García Nacif, **LA PRODUCCION EN TELEVISIÓN**, Tesis Comunicación, México, UNAM, 1994, 130pp.
- Rosamartha Velasco M., **SISTEMA ORGANIZATIVO INTERNO PARA LA ELABORACIÓN DE PROGRAMAS DE TELEVISIÓN**, Tesis Comunicación, México, UNAM, 1994, 138pp.