



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS**

**MI EXPERIENCIA LABORAL COMO PARTE DEL EQUIPO DE
PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA DE TELEVISIÓN "EL RETADOR"
2021**

INFORME ACADÉMICO

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADA EN LITERATURA DRAMÁTICA Y TEATRO**

**PRESENTA:
LAURA SOTO PÉREZ**

**ASESOR:
MTRA. ESPERANZA YOALLI MALPICA LÓPEZ**

**SINODALES:
MTRA. ROSA MARÍA GÓMEZ MARTÍNEZ
LIC. MIGUEL ANTONIO DEL CASTILLO PAREDES
MTRA. BRICIA MARÍA DE JESUS OROZCO PEÑA
LIC. JOSE ROBERTO SERRANO GUTIERREZ**



CIUDAD UNIVERSITARIA

AGOSTO, 2023



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

A Juan Antonio Arvizu V., por haberme invitado a formar parte del equipo de producción del programa *El Retador*.

A José Franciso Benítez, Alva Villatoro y Sandra Solís, por su invaluable amistad, sin su ayuda me habría perdido muy fácilmente en la burocracia televisiva.

A la Mtra. Esperanza Yoalli Malpica por haber aceptado orientarme en este proceso.

Al Dr. Juan Soto Ramírez por haberme proporcionado referencias bibliográficas y material digital de gran utilidad.

A todos los profesores del Colegio de Literatura Dramática y Teatro quienes, con su ejemplo y gran sabiduría, hacen de la UNAM una gran institución de la que ahora soy orgullosamente egresada.

A mis padres Carmen y Gerardo, a quienes además de agradecerles, les dedico este trabajo.

DS.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
1.- APROXIMACIONES AL FENÓMENO TELEVISIVO	9
1.1 Estudios sociales sobre la televisión	10
1.2 Historia de la televisión en México	16
1.3 Televisa	22
1.4 Formatos televisivos	24
1.5 Programas de concursos	26
1.6 Legislación	27
2.- LA PRODUCCIÓN Y SUS ETAPAS	28
2.1 La producción	28
2.2 La preproducción	29
2.3 La producción o desarrollo	29
2.4 La postproducción	29
3.- DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	30
3.1 Idea original	30
3.2 Mecánica del concurso	31
4.- EL PRESUPUESTO	32
4.1 Gastos directos e indirectos	39
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DE LA ETAPA DE PREPRODUCCIÓN	39
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DE LA ETAPA DE PRODUCCIÓN	60
DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DE LA ETAPA DE POSTPRODUCCIÓN	72
CONCLUSIONES	75
BIBLIOGRAFÍA	78
GLOSARIO	80
ANEXOS	82
Calendario general	82
Rider técnico	83
Diagrama de flujo de llegada de participantes	87
Calendario de foro	88
Escaleta	89

INTRODUCCIÓN

Como egresada de la carrera de Literatura Dramática y Teatro he encontrado en la televisión una fuente de trabajo; en un principio como actriz de algunos programas unitarios y posteriormente en el campo de la producción, mismo que ejerzo en la actualidad. El siguiente documento detalla mi experiencia laboral como parte del equipo de producción del programa de Televisa *EL RETADOR*.

EL RETADOR es un programa de concursos producido por Rubén Galindo y Marcelo Strupini (ambos productores con una amplia trayectoria televisiva provenientes del ámbito cinematográfico), el cual se planeó para ser televisado los domingos de agosto, septiembre y octubre del 2021 en un horario considerado estelar o triple “A” en el argot televisivo. Se trata de una competencia de: canto, baile e imitación. A grandes rasgos la mecánica es la siguiente: existen tres “campeones” (artistas con trayectoria que ha ganado previamente un concurso de talento) para cada una de las disciplinas mencionadas con los que se inicia el programa y cada domingo llegarán tres “retadores” por disciplina que intentarán quitarle el puesto a los campeones. Los jueces deberán evaluar la participación de cada retador y decidir si pueden competir por el puesto; una vez que tienen el aval de los jueces, se enfrentarán y el público en foro votará por la actuación que consideren la mejor. Hay una serie de condiciones y reglas que deben cumplirse y que además le dan dinamismo al programa, las cuales se analizarán a detalle en el capítulo dedicado a la descripción del proyecto.

Recibí la invitación a incorporarme en este proyecto por parte del Productor Asociado Juan Antonio Arvizu, el cual tuve el gusto de conocer en el Teatro Centenario Coyoacán cuando formábamos parte de GQ Producciones. Si bien ya antes había incursionado en el mundo de la televisión, como menciono al inicio de este trabajo, nunca había sido en la parte de la producción. Acepté el puesto como su asistente y de inmediato me di a la tarea de empezar a estudiar el formato del programa y leer todo lo relacionado con la producción de televisión, de la cual solo tenía conocimientos teóricos básicos, por citar un ejemplo, en una de mis clases de actuación para cine y t.v., aprendí a usar el apuntador (dispositivo utilizado para poder escuchar el diálogo y repetirlo sin tener que memorizarlo) a través del uso de un reproductor portátil de cassette y unos audífonos en un salón de clases, es decir, sin haber estado nunca en un foro.

Cine, radio y televisión conforman la tríada en la cual el egresado puede incursionar al tratarse de medios de comunicación. Según información publicada en la página web de la Dirección

General de Administración Escolar de la UNAM (DGAE) en la sección de oferta académica, el campo y mercado de trabajo es:

El licenciado en Literatura Dramática y Teatro es capaz de concebir y realizar proyectos con impacto artístico, desempeñarse como: investigador, docente, dramaturgo, director, actor, productor, crítico teatral y gestor cultural, entre otros. Además tiene la capacidad de interactuar permanentemente con otros campos profesionales, así como generar aportaciones al conocimiento del arte escénico a través de sus distintas manifestaciones.

Los ámbitos laborales en los que se desempeñan los profesionales en Literatura Dramática y Teatro son: educativo (como docentes en todos los niveles educativos); cultural (como administradores y gestores en instituciones gubernamentales, casas de cultura, museos, entre otros.); investigación (como investigadores en universidades, institutos y centros de investigación); artístico (como actores, directores, dramaturgos, productores, diseñadores, críticos, locutores y conductores en diferentes medios de comunicación: cine, teatro, televisión, radio y medios impresos). (https://escolar1.unam.mx/planes/f_filosofia/Lit-dram.pdf).

Podemos complementar esta información con la proporcionada en la página de la Facultad de Filosofía y Letras, en donde menciona que:

La Licenciatura en Literatura Dramática y Teatro estudia la actividad teatral en su conjunto. Su propósito es el estudio y creación del arte escénico desde diferentes perspectivas: la literatura dramática, la investigación histórica, la investigación teórica, la actuación, la dirección, la dramaturgia y la producción teatral. (teatro.filos.unam.mx).

En cuanto al campo laboral, los egresados trabajan como: “gestores, directores, actores, productores, diseñadores o asistentes” (teatro.filos.unam.mx).

Existen tres trabajos de titulación del Colegio de Literatura Dramática y Teatro (CLDyT) relacionados con la experiencia laboral en la industria televisiva, el primero es de 1990, de María Antonia Enriquez Arreola, titulado *Balconeando el balcón en teatro, cine y televisión*,

cuyo planteamiento es revisar los principios básicos de la producción en cine, teatro y televisión a un nivel técnico. El segundo es del 2003, de Ana Rosa Marín Pavia, titulado *Análisis comparativo sobre la función del Productor en la Producción Teatral y en la Producción Televisiva*, en el cual describe la función del productor teatral y televisivo para después hacer la comparación y puntos de encuentro entre un ámbito y el otro. El tercero es de 2010, de Montserrat Ubeda Araiza, *La producción televisiva como campo de trabajo del egresado de la Licenciatura de Literatura Dramática y Teatro*, en el cual analiza el plan de estudios, el perfil del egresado de la carrera y los conocimientos adquiridos durante la misma, aplicados al campo televisivo.

En los tres trabajos se establece que la industria televisiva y/o cinematográfica es un campo más en el que el egresado del CLDyT se desempeña, ya sea de manera permanente o eventual, pero también externa la preocupación por la falta de materias en donde se impartan conocimientos que realmente sean de utilidad.

El objetivo de este trabajo es detallar las actividades que se realizaron durante el proceso de preproducción, producción (grabación) y post producción de un programa de televisión con un formato de concursos, el cual podrá ser consultado como referencia para los que quieran incursionar en este medio como complemento a la teoría, ya que contiene actividades concretas que se realizaron día con día, incluye el formato del presupuesto que utiliza Televisa, el cual es el mismo para cualquier tipo de programa que se quiera realizar, entre otras actividades que no se encuentran en libros de producción.

En el primer capítulo, titulado *Aproximaciones al fenómeno televisivo* se busca dar un panorama general de la industria, destacando la importancia que la televisión ha tenido en la segunda mitad del siglo XX y lo que va del XXI. En el primer apartado denominado *Estudios sociales sobre la televisión*, se hace una breve revisión sobre cómo abordar un tema tan complejo de acuerdo a tres grandes ejes temáticos que identifican los autores Francesco Casetti y Federico Di Chio, reconocidos teóricos del cine y la televisión, poniendo especial énfasis en los estudios culturales, los cuales se centran en el estudio de los medios masivos de comunicación y la cultura, citando a autores como David Morley, Carlos Monsiváis y otros autores que hablan desde otra perspectiva como: Roman Gubern y Guilles Lipovetski. En el segundo y tercer apartado *Historia de la televisión en México*, y *Televisa*, se dan los antecedentes históricos tanto de la llegada de la t.v. a México como de Televisa, que es una de las empresas de telecomunicaciones más importantes de Latinoamérica productoras de

contenido audiovisual. La información referente al capital de la empresa y las ganancias netas, fueron tomadas del sitio oficial de la empresa <https://www.televisair.com/es-ES/reports-and-filings/annual>, el cual es de consulta pública. En los últimos tres apartados: *Formatos televisivos*, *Programas de concursos* y *Legislación*, se explican los diferentes tipos de programas que existen y sus formatos, las especificidades de un programa de concursos y la legislación actual que los regula.

El segundo capítulo se titula *La producción y sus etapas*, en las cuales se reconocen las tres etapas fundamentales de todo proyecto como son la preparación (preproducción) la ejecución (producción) y el cierre (postproducción), para ello me he apoyado en dos autores: Marisa de León, reconocida académica especialista en producción teatral, y Herbert Zettl, profesor emérito del departamento de comunicación audiovisual de la Universidad de San Francisco quien ha publicado numerosos manuales técnicos sobre la producción televisiva.

Los capítulos 3 y 4 corresponden al desarrollo del informe, se describe el proyecto y se explica por qué se toma como base el formato de presupuesto diseñado por Televisa para la ejecución de cualquiera de sus programas, conforme a ese orden, se irán describiendo cada una de las actividades realizadas durante las etapas de: preproducción, producción y postproducción.

En las conclusiones se incluyen los aprendizajes de esta experiencia y cómo lo relaciono con la formación académica que tuve en la Carrera de Literatura Dramática y Teatro.

Los anexos son los documentos referente al programa como: el *rider* técnico, calendario general y otros documentos que pueden ser de interés. Las fuentes consultadas se podrán encontrar en el último apartado de este trabajo.

Finalmente se adjuntan un pequeño glosario con los términos que utilicé en inglés, los cuales decidí dejar de esa forma ya que son los que se utilizan en el campo de trabajo.

Para el sistema de citas y referencia bibliográficas se utilizó el estilo MLA y la metodología empleada en este informe fue la de una investigación documental, es decir se obtuvo la información de fuentes escritas, la cual fue realizada en la Biblioteca Central de Ciudad Universitaria, para cubrir los dos primeros capítulos. También se utilizó el portal de tesis en línea de la UNAM https://tesiunam.dgb.unam.mx/F?func=find-b-0&local_base=TES01, el cual consulté para ver la cantidad de tesis que se habían hecho en el Colegio de Teatro referentes a la producción en televisión. De la página del Centro Universitario de Ciencias Sociales y Humanidades de la Universidad de Guadalajara se obtuvo la transcripción fiel del Informe de

Salvador Novo y Guillermo González Camarena,
http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/16-17_1993/195-239.pdf.

Para los capítulos correspondientes al desarrollo, se utilizó un método empírico, es decir, registré mi experiencia, detallando todas las actividades realizadas en el día a día durante todo el proyecto, identificando estas actividades posteriormente conforme a las tres etapas de la producción.

CAPÍTULO 1

1.- APROXIMACIONES AL FENÓMENO TELEVISIVO

A Fernando Wagner y Enrique Ruelas se les conoce por su amplia trayectoria en el teatro nacional y también por ser los fundadores, junto con Rodolfo Usigli, del CLDyT. Tanto el maestro Wagner, como el maestro Ruelas, trabajaron para la televisión en algún momento de su carrera, ya sea dirigiendo, escribiendo, actuando e incluso, en el caso del maestro Ruelas, como Director de Teatro del canal 4 en el año 1951, el cual más tarde sería parte de Telesistema Mexicano, que a la postre se convertiría en lo que hoy conocemos como Televisa. En su libro *La televisión, técnica y expresión dramática*, Wagner destaca lo importante que ha llegado a ser la televisión en la vida moderna y narra su experiencia en este medio, en donde trabajó como director de teleteatros y telenovelas. Afirma que una de las principales carencias de este medio, es la comunión que el teatro tiene con su público:

Por desgracia la televisión no puede crear mundo poéticos como el cine. El paisaje con su tonalidad definida, las grandes masas de seres humanos en movimiento, de caballos, de ganado, forman, definitivamente parte del filme. El teatro también logra impactos dramáticos al emplear masas humanas con sus reacciones dentro de un marco escénico fuerte, gracias a rampas, escaleras, plataformas, a una iluminación que da vigor al movimiento.

Todo esto le está vedado a la televisión. Aunque se aumente el tamaño de la pantalla, aunque se mejore la recepción, aunque el color ayude notablemente a crear la atmósfera, la dimensión misma de la televisión tal como se proyecta en nuestras casas es por todos los conceptos menor (18).

Sin embargo es consciente del poder que tiene, al ser un medio que está al alcance de millones de personas en todo el mundo y reconoce que es un medio perfectible, propone, en el año 1970 y desde su formación artística, escribir buenas historias, con personajes reales, evitando los argumentos trillados y el cliché de la figura blanca o negra (26).

Miguel Sabido, dramaturgo, productor, investigador teatral (por citar algunos) es otro egresado del CLDyT que incursionaría en la televisión y cuya preocupación fue dignificar el

medio con una serie de programas y telenovelas educativas, consciente de que para algunos sectores, la televisión era el único medio disponible. Es así que en 1982 propone a transmitir el Festival Internacional Cervantino en lo que él llamaba *la redistribución de los bienes culturales* (en entrevista con Ricardo rocha sobre la cultura)¹, es decir, hacer llegar esta “alta cultura” a toda la gente: mineros, personal de servicio y todo aquel sector de la población que no tuviera acceso a un evento cultural.

Uno de los objetivos de este capítulo es señalar la importancia de la televisión, de la que nadie es ajeno, que todos hemos visto en mayor o menor medida a lo largo de nuestra vida y que además es una fuente de trabajo para egresados del CLDyT, por lo que hacer una revisión sobre lo que se ha escrito de este medio es importante.

1.1.- Estudios sociales sobre la televisión

Como objeto de estudio la televisión resulta ser un tema con muchos enfoques, escuelas, autores, que resultaría imposible citarlos todos en este informe. En el libro *Análisis de la Televisión* de Francesco Casetti y Federico Di Chio se hace una clasificación de los estudios a partir de la definición del objeto a estudiar, en este caso la televisión puede ser vista desde tres grandes núcleos temáticos: la producción, la oferta televisiva y el consumo (21).

Dentro de estos ejes temáticos se inscriben áreas de estudio:

PRODUCCIÓN

- Aspectos tecnológicos del hecho de hacer televisión: que tienen que ver con el estudio del fenómeno electromagnético que hace posible ver la televisión y su evolución a lo largo de la historia, ya que, la forma de verlo actualmente no es la misma que cuando se inventó. Este aspecto no se abordará en este informe.
- Aspectos económicos-empresariales del hecho de hacer televisión: lo explica como el estudio de la organización de las empresas televisivas, este punto si se analizará en la segunda parte cuando explique brevemente la lógica financiera para la asignación de presupuestos en Televisa.
- Aspectos culturales y sociales del hecho de hacer televisión: cita, entre otros ejemplos, los procesos culturales que se ponen en marcha.

¹ Entrevista disponible en el canal de Youtube “Rocha Informa” fechada el 10 de noviembre de 2021.

- Aspectos político-institucionales del hecho de hacer televisión: pone como ejemplo las formas de control político sobre los medios, la cual se menciona en el punto 1.2 y 1.3 respectivamente, Historia de la Televisión en México y Televisa. La legislación que regula la actividad es otro componente de este núcleo temático y se menciona en el punto 1.6 de este informe.

OFERTA

- Programas: analiza su estructura, analizados en los puntos 1.4 y 1.5.
- Programación: es el estudio del modo que se organiza la parrilla de cada canal, en la segunda parte de este trabajo, está contenida una breve explicación de cómo Televisa organiza su programación.
- Mercado: la gente a la que van dirigidos ciertos programas, de igual manera, en la segunda parte del trabajo, se explicará a qué público está dirigido EL RETADOR.

CONSUMO

- Índices de audiencia: la cantidad y composición social-demográfica de la gente que ve determinado programa, este punto es de suma importancia para Televisa, ya que de eso depende la programación.
- Elecciones de consumo
- Modalidades de visión
- Procesos de comprensión
- Procesos de valoración
- Efectos
- Dietas de medios

En cuanto a los instrumentos de análisis con el que cada estudioso medirá o analizará el fenómeno televisivo, acorde a su disciplina y eje temático, los divide en seis grupos, citando ejemplos de las herramientas:

REGISTRO

- Audímetro; el cual es una aparato que se conecta a los televisores y sirve para medir la audiencia, es decir, el canal que se sintoniza y por cuánto tiempo, este instrumento es de vital importancia para las televisoras, ya que generan una serie de datos con los cuales ellos toman decisiones.
- Indicador de reacciones inmediatas

- Diarios de consumo
- Historias vitales
- OBSERVACIÓN
- Observación participante
- INTERROGACIÓN
- Entrevistas
- Conversaciones
- Cuestionarios
- Test
- INVENTARIO
- Análisis de contenido
- RESUMEN
- Esquemas de análisis textual
- RELACIÓN
- Categorías
- Modelos interpretativos

Finalmente, advierten que, estas clasificaciones, a su vez se pueden mezclar y es así como hay: áreas de investigación, identificando y describiendo 11:

- Medición de audiencias
- Estudio de las actitudes
- Medición de la apreciación
- Estudio de las motivaciones
- Registro de las acciones inmediatas
- Análisis multivariado
- Investigaciones sobre estilos de vida
- Etnografías del consumo
- Análisis de contenido
- Análisis de los textos televisivos
- Estudios culturales

Los Estudios Culturales son un campo multidisciplinario cuya investigación se centra en todas las actividades que se realizan en sociedad y que comúnmente son definidas como cultura y

la relación de los individuos con dichas actividades dependiendo de su: edad, estrato social, nivel de educación, etc. También estudian la influencia que tiene la televisión como medio masivo de comunicación en la cultura. Son varias disciplinas las que convergen en dichos estudios iniciados en Inglaterra en la década de los 50. Antropólogos, lingüistas, psicólogos, pedagogos y sociólogos, han debatido sobre la influencia del cine y la televisión.

Uno de los autores claves es David Morley, quien estudiará a fondo a las audiencias televisivas, es decir cómo y porqué elegimos cierto contenido sobre otro y cómo interpretamos los mensajes emanados de este medio dependiendo de la cultura y otros determinantes sociales de los individuos.

En el capítulo *Los marcos teóricos* de su libro *Televisión, audiencias y estudios culturales* reconoce que los primeros estudios que se hacen sobre la influencia de la radio, el cine, la prensa y posteriormente la televisión, provienen de la llamada Escuela de Frankfurt y su principal tesis que relaciona el éxito del fascismo en la sociedad alemana de los años 40 debido a los mensajes enviados a través de los medios de comunicación:

Esta tesis reflejaba la caída de la sociedad alemana moderna en el fascismo, caída que se atribuyó en parte al relajamiento de las ataduras y las estructuras tradicionales, y se le consideró como un fenómeno que dejó a las personas atomizadas y expuestas a influjos externos, ante todo a las presiones de la propaganda masiva de líderes poderosos, cuyo instrumento más eficaz fueron los medios de comunicación de masas (Morley, 73).

Morley advierte que este primer enfoque dota al mensaje de un poder absoluto sin tomar mucho en cuenta la voluntad del que recibe estos estímulos o mensajes:

En esta idea iba implícito un modelo “hipodérmico” de los medios, a los que se atribuía el poder de “inyectar” una ideología represiva directamente en la conciencia de las masas (Morley, 74).

Este primer aproximamiento fue cuestionado muy rápido por la escuela norteamericana, que reconoce que entre el mensaje y el receptor existe un camino de codificación en donde no significa lo mismo para todas las personas:

La tesis “pesimista” de la escuela de Francfort acerca del vínculo entre “sociedad de masas” y fascismo, y del papel de los medios en la cimentación de ese vínculo, resultó inaceptable para los investigadores norteamericanos. Según ellos, la tesis “pesimista” imaginaba un impacto demasiado directo e inmediato de los medios sobre sus audiencias; llevaba demasiado lejos la idea de la desaparición de todas las estructuras sociales intermedias que se levantaban entre los líderes / medios y las masas; y no reflejaba apropiadamente la naturaleza pluralista de la sociedad norteamericana... (Morley, 74).

Con estas dos posiciones se empieza a perfilar lo que el autor llama *paradigma normativo*, el cual estudiará por un lado el mensaje y por el otro a la audiencia:

De manera más general, se puede decir que, operando dentro de este paradigma, los diferentes estilos y estrategias de investigación se pueden caracterizar entonces como una serie de oscilaciones entre dos puntos diferentes, a veces opuestos, de esa cadena de comunicación y comando: por un lado, los estudios basados en el mensaje, que pasaron de un análisis del contenido del mensaje, al de los efectos que este ejercía en la audiencia; y, por el otro, los estudios basados en la audiencia, que atendían a las características sociales, al ambiente, y después, a las necesidades que el mensaje creaba en la audiencia (Morley, 76).

Reconoce además un nuevo paradigma, el *interpretativo* el cual se centra en los sentidos sociales de la comunicación:

Sólo recientemente se ha montado en el campo de la investigación una ruptura conceptual con este paradigma, una ruptura que procuró entender la comunicación no ya con arreglo a las funciones sociales ni a los efectos conductales, sino a los sentidos sociales (Morley, 76).

Como parte de este nuevo paradigma está la teoría de de los *Usos y gratificaciones*, los cuales se pueden resumir de la siguiente manera:

Este enfoque destacó el importante hecho de que cada miembro de la audiencia massmediática puede usar e interpretar cualquier programa de un modo por completo diferente del que pretendía transmitir el comunicador, y aun diferente de los demás miembros. Destacó, así, el papel de la audiencia en la construcción del sentido (Morley, 82).

Con este pequeño resumen pongo de manifiesto que, tanto los mecanismos que se accionan al hacer televisión, es decir, a la hora de elegir un contenido que creemos puede interesar al público, como aquellos que se accionan en el momento de estar viendo determinado programa y darle sentido, son muy complejos y su estudio es más propio del campo de la sociología que del teatro, sin embargo considero fundamental su estudio y reflexión.

En Latinoamérica los estudios culturales están fuertemente arraigados, autores como Jesús Martín Barbero y Néstor García Canclini poseen una extensa bibliografía que puede ser consultada para entender más sobre la cultura en América Latina. En México, Carlos Monsiváis fue un escritor que gustaba de hacer crónicas de lo cotidiano, entendiéndolo también como cultura, en donde se incluía el ritual de: escuchar la radio, ir al cine y ver la televisión, todas estas, actividades que se realizaban en familia y en prácticamente todos los estratos sociales.

En su libro *Aires de familia: cultura y sociedad en América Latina*, podemos ver una serie de 7 ensayos en donde varios están dedicados al cine, tema que además lo apasionaba, y cómo a través de sus películas más icónicas se fue creando una identidad nacional. En cuanto a la televisión, dedica el ensayo *Lo entretenido y lo aburrido: la televisión y las tablas de la ley*, destaca que esta nueva actividad revolucionó la vida cotidiana volviéndose parte de la rutina, ver televisión, ya sea por aburrimiento o por gusto, será un componente muy importante de la vida y por lo tanto de la cultura moderna. Destaca el poder que el estado tiene sobre la industria en nuestro país y como la televisión nos introduce a una modernidad global, dictada por la política nacional, que decide programar series norteamericanas, en donde muchas veces lo que se ve poco tiene que ver con la realidad de la gente que sintoniza un programa en donde ve a una familia de clase media y que al apagar el televisor y salir a la calle su realidad es totalmente diferente.

En un enfoque similar, Roman Gubern en *El eros electrónico*, habla también de una aldea global, en donde se crea una dependencia económica y cultural, la cual empieza desde las agencias de noticias, en donde muchas veces el idioma preponderante es el inglés, en donde se construye un imaginario planetario común, que incluye desde la homogeneización del vestido, del fast food o de la música popular (Gubern, 63).

Por su parte, Lipovetski en *La pantalla global*, sentencia:

Gracias a la transmisión electromagnética de imágenes a distancia, el mundo exterior y lejano es percibido inmediata y simultáneamente por millones de personas. Inmediatez, omnipresencia, simultaneidad: la pequeña pantalla ha puesto a los seres humanos en contacto con el ancho mundo que se ha quedado sin fronteras y, según la célebre expresión de McLuhan, se ha convertido en una “aldea global” (Lipovetski, 219).

Esta “aldea global” es nuestro contexto actual, a través de toda la tecnología que tenemos disponible ahora, estamos al tanto de eventos que suceden a miles de kilómetros, no podemos olvidar que esto comenzó con la pequeña pantalla.

1.2.- Historia de la televisión en México

Para entender las condiciones actuales de este medio es necesario hacer un poco de historia y entender el porqué de la controversia; la cual se genera desde el momento en que la televisión llega a nuestro país y se pone en manos de capitales privados, con agendas propias, esta concesión la hace el entonces presidente Miguel Alemán, como lo indica Claudia Fernández en su libro *El tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*:

Tanto la fundación como el crecimiento inicial de esta industria dependió en gran medida de la voluntad y los caprichos del gobierno, en particular del presidente Miguel Alemán Valdés (1946 – 1952). La decisión más importante en la historia de la televisión en México –que sería una industria manejada por la iniciativa privada y no por el Estado- había sido tomada por Alemán, dos años antes de que la primera estación comenzara sus transmisiones...(51)

Esta simple decisión, es decir, que la televisión en México haya nacido comercial, habría de definir el rumbo de la misma. Hablar de la historia de la Televisión mexicana es hablar de: un apellido, una empresa y el medio predecesor: es decir de: Azcárraga, Televisa y la radio.

La radio y la televisión comparten el mismo principio: ondas electromagnéticas viajando en el aire, por eso su historia está tan íntimamente ligada. La radio llega a nuestro país en 1919 con la instalación de la primera estación de radio experimental en Monterrey, la Tárnava Notre Dame TND, en honor a su creador el ingeniero Constantino de Tárnava. Sin embargo, la fecha oficial es en 1921, cuando se transmite el primer programa de radio desde la planta baja del Teatro Ideal de la Ciudad de México a cargo de los hermanos Gómez; Adolfo y Pedro y Francisco Barra Villela y 1923, cuando se inaugura la primera estación de radio comercial, la CYL, la cual existe en la actualidad como la XEB, “La B grande de México”, perteneciente al Instituto Mexicano de la Radio. Posteriormente empezaron a surgir estaciones por todo el país, a medida que los recursos económicos lo permitían al tratarse de un medio muy caro debido a lo que supone su infraestructura. Ya que el estado nunca desarrolló una estrategia para el debido crecimiento de una industria estatal radiofónica, debido, en parte, a la convulsión política vivida a principios de los años 20, bajo la presidencia de Álvaro Obregón, en donde la prioridad era garantizar la legitimación política tras años de lucha de la Revolución (Morales Escobar 6); la inversión privada fue fundamental desde sus inicios, tal como Fernando Mejía Barquera lo señala en su tesis *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (orígenes y desarrollo)*:

Cuando en México se habla de las ganancias que obtienen las estaciones de radio y televisión comerciales, suele ponerse un énfasis muy marcado en aquello que está generalmente aceptado como la fuente fundamental de los ingresos de estas empresas: la venta del tiempo de la estación”. Tiempo en el cual diversas empresas anunciantes pagan varios miles de pesos para promover la rápida venta de las mercancías que producen. (82)

Emilio Azcárraga Vidaurreta fue el empresario de la radio más importante del país, fundó la XEW en 1930 y conocía muy bien el negocio de “vender el tiempo al aire” a las marcas para publicitar sus productos; en un principio, tanto en la radio como posteriormente en la televisión, las marcas producían estos programas a través de agencias de publicidad, con lo

que la fuente de ingresos provenía de la venta del espacio arriba descrita y de la renta del estudio, set o espacio junto con el equipo y técnicos que se encargarían de hacer posible la emisión.

Los primeros programas fueron de corte musical, noticiosos, deportivos y con fines propagandísticos. Cuando se cubría algún evento político, eran en su mayoría en vivo desde los estudios de la estación y, cuando la tecnología así lo permitió, se empezaron a hacer enlaces desde el lugar del evento. Posteriormente a final de los años 40, se empezaría a utilizar el disco de acetato para grabar los programas, con lo que, además podían ser vendidos. En 1941, Emilio Azcárraga V. junto con Clemente Serna Martínez fundan Radio Programas de México (RPM), la empresa que empezó a explotar el uso de discos de acetato para grabar programas radiofónicos. Es así que cuando aparece la televisión debió ser de los pocos que entendió el potencial y que contaba con el capital necesario para desarrollar este nuevo medio, aún más costoso que la radio.

Un poco antes de que se fundara la RPM, la televisión en México ya había llegado en el año de 1939, gracias a los experimentos realizados por Guillermo González Camarena, actor muy importante en el desarrollo de la t.v. en nuestro país ya que, desde su laboratorio, en la calle Havre #74 de esta ciudad, el cual, construía receptores, cámaras, antenas y demás dispositivos que hacían posible el fenómeno televisivo; además de patentar en México y en Estados Unidos, la televisión a color. Es desde su laboratorio-domicilio que en el año de 1946 hace la primera transmisión experimental desde el cuarto de baño de su casa, inaugurándose así la primera estación, la XE1GC, la cual transmitía los sábados programas de entrevistas, emisiones que de ninguna manera eran bajo la forma que hoy las entendemos ya que sólo pudieron ser captadas por 60 aparatos receptores que, entonces había en la ciudad tal y como se señala Mónica Salud Álvarez en su tesis *Análisis socio jurídico de los medios masivos de comunicación* (pag. 11).

Sin embargo, la fecha oficial que marca el inicio de la t.v. en México es 1949, fecha en la que se otorgó la primera concesión al empresario poblano Rómulo O'Farril (quien también conocía el negocio de la radio ya que tenía la XEX, originalmente del estado cuya concesión le fue otorgada en el año 1947) y a su empresa "Televisión de México, S.A." bajo las siglas XHTV canal 4, y que transmitiría en el año de 1950 el cuarto informe de gobierno del entonces presidente Miguel Alemán.

Aunque la primera concesión se otorgó en el año de 1949, en 1944 el Industrial Cecilio Ocón, en sociedad con Lee De Forest intentaron obtener la primera concesión ante la Secretaría de Comunicaciones y Obra Pública (SCOP), solicitando al entonces presidente Ávila Camacho (1940-1946) vía telegrama fueran favorecidos. Según la tesis de Mejía Barquera, tenían el plan para establecer una planta manufacturera de aparatos receptores; sin embargo y por razones de la legislación mexicana, relativa a las comunicaciones eléctricas, se establecía claramente la prohibición de otorgar concesiones a extranjeros. El mismo Azcárraga hizo lo propio en 1946, poco tiempo antes de que terminara el periodo presidencial de Camacho, sobra decirlo, sin éxito, y en ese mismo año funda Televisión Asociada, una organización latinoamericana con la cual se pretendía ejercer cierta presión para la obtención de concesiones.

Este cambio de poder, como sucede a la fecha, hizo que todos esos proyectos importantes no se pudieran concretar meses antes del término de un mandato, así que fueron heredados a la siguiente administración. Cuando Miguel Alemán llega a la presidencia en 1946, no se había definido aún el rumbo que tomaría aquella industria, y en 1947, bajo la presión de intelectuales del país encarga un informe detallado en donde quiere saber cómo opera la t.v. en Estados Unidos, Gran Bretaña y Francia, que ya contaban con una industria desarrollada para la época: el informe Novo.

Ahora bien, como gente de teatro resulta casi poético que fuera precisamente Salvador Novo uno de los primeros críticos del modelo comercial de televisión. En el año en que el presidente solicita el informe, Novo se desempeñaba como jefe del Departamento de Teatro del Instituto Nacional de Bellas Artes, instituto creado por decreto presidencial del 31 de diciembre de 1946 y que presidía Carlos Chávez. Paralelo a su cargo como jefe del Departamento de Teatro, también fue nombrado presidente de la Comisión de Televisión del instituto. Es así como en 1947, junto con González Camarena inician el viaje hacia Gran Bretaña, Estados Unidos y Francia, con el fin de dar las especificaciones tanto técnicas como para comparar los modelos de operación, entre el modelo del Reino Unido (el cual era un monopolio en manos de estado pero sin intenciones comerciales o fines de lucro) y el modelo comercial estadounidense.

Las conclusiones de Novo sobre la conveniencia de usar un modelo basado en el monopolio o un modelo comercial fueron muy claras; sugería seguir el camino de la Gran Bretaña y advertía los peligros de un modelo comercial, en la primera página del informe, divide a la población en una pirámide cuya base es la población menos ilustrada, en una proporción de 50%, el centro como la población con conocimientos medios o aquellos que poseen un poco

más de cultura, en una proporción del 40% y el 10% restante, sería la élite, esa clase muy culta y educada, entonces dice:

Apoderarse de esta pirámide es la meta de la radio y televisión en todos los países. Pero los fines que se sirven mediante tal apoderamiento son –como los métodos- radicalmente diferentes entre el método comercial y el sistema del monopolio. Al comerciante le importará fundamentalmente llegar con sus programas a la base más ancha, que es la que le garantiza el máximo de compradores. Acaso insensible, pero siempre seguramente, procurará sumar y sumir en el vasto fondo de la pirámide social a todo el público, mientras, como se jacta de hacerlo, gratifica el “gusto”, o lo halaga, de las mayorías. Cuando haya logrado la meta de que toda la población del país emplee el jabón Palmira, habrá también, lateralmente, logrado que se crea en la belleza de la música y en la verdad de las palabras en que ha envuelto las pastillas de su jabón; porque los programas con los que “vende” su mercancía son simplemente el envoltorio de esa mercancía, y no aspiran a otro propósito...Se trata de cantidad; no de calidad, ni es programas, ni en auditorio. (Corona Berkin, 205).

Con referencia al modelo de monopolio utilizado en la Gran Bretaña, destaca que su financiamiento proviene del impuesto que pagan todos aquellos que posean un aparato receptor por lo que se cuentan con suficientes recursos que son administrados por un cuerpo de gobernadores encargado de proporcionar información, ilustración y entretenimiento; con lo que concluye:

El monopolio tiene, pues, una misión específica, y cuenta con una dotación suficiente. Pero también, por una parte, se halla desvinculado del Gobierno, y por la otra, se somete a las condiciones sindicales ordinarias para la contratación de sus empleados y de sus artistas, escritores, productores y músicos. No es, ni una entidad arbitraria frente al “talento” artístico ni una sumisa agencia gubernamental frente a la autoridad del Estado, circunstancia

esta última que la libra y redime de toda contingencia política en su operación, y de toda sospecha de partidismo frente a su público. (Corona Berkin 208)

Los resultados del Ing. González Camarena fueron que, técnicamente, el modelo americano tenía una mejor calidad y por consiguiente el que convenía adoptar a la hora de importar aparatos receptores a México.

Con este informe en las manos, el presidente decidió adoptar todas las medidas técnicas sugeridas por González Camarena y desechar las consideraciones de Novo que se inclinaba hacia un modelo parecido al del monopolio del estado en la Gran Bretaña con la BBC y es así como otorga la primera concesión a un particular. Según las fuentes consultadas, fue una sorpresa que esta primer concesión se le diera a O´Farril, ya que, Azcárraga Vidaurreta la había solicitado años atrás; incluso, en el libro de Claudia Fernández, menciona que Rómulo, habría sido un prestanombres del entonces presidente; sin embargo esta petición no podía ser ignorada y a finales de 1950 se le otorga a Azcárraga la concesión, con lo que surge en 1951 el canal 2, bajo las siglas XEWTV, que tendría a Emilio Azcárraga Vidaurreta como concesionario; ese mismo año, se le otorga a Guillermo González Camarena la concesión para dejar de operar como “experimental” y nace el canal 5, XHGC. Estos dos canales, posteriormente junto con el canal 4, conformarían en 1955 Telesistema Mexicano (TSM), el cual en diciembre de 1972, se fusiona con el canal 8, Televisión Independiente Mexicana, de la familia Garza Sada de Monterrey para crear la Empresa Televisión Vía Satélite, S.A., mejor conocida como Televisa, con Emilio Azcárraga Milmo al mando.

En cuanto a la televisión estatal y canales culturales, se desarrollaron de manera muy precaria, con muy poco presupuesto, tal es el caso de canal 11, que inició sus transmisiones, según su página oficial, el 2 de marzo de 1959, operado por el Instituto Politécnico Nacional; a pesar de haber sido pionero en la materia no tendría mucha relevancia en la población al menos en los primeros veinte años desde su creación. En 1971, tras un intento fallido por “nacionalizar” la televisión, después de los debates orillados por diferentes instancias, entre ellas la UNAM, al advertir que se estaba frente a un monopolio (televisa operaba los canales 2, 4, 5, 9 y se veía en la mayor parte del territorio nacional) cuyos programas además eran de muy mala calidad, en 1972 el estado compraría a particulares el canal 13, naciendo así el primer canal estatal que después sería una cadena conocida como IMEVISIÓN, Instituto

Mexicano de la Televisión, que operaría los canales 7, 13 y 22 de la televisión abierta de la Ciudad de México.

1.3.- Televisa

Herederas de la programación de TSM, esta nueva televisora transmitía y producía telenovelas; género que nació en 1958 con la primera telenovela *Senda prohibida*, programas de variedades como *Siempre en Domingo*, conducido por Raúl Velasco que duraría décadas, noticieros como *24 horas* con Jacobo Zabludovsky, todos ellos programas controvertidos que, sin temor a equivocarme, hemos visto en mayor o menor medida en algún momento de nuestras vidas. Al igual que lo ocurrido con los avances tecnológicos de la época que permitieron grabar programas radiofónicos en discos de acetato, en la televisión aparece en el año de 1960 el video tape, lo cual permite no solo vender las retransmisiones de ciertos programas, sino supone un avance muy grande con respecto a la forma de producir estos programas. Con la edición, se pueden ir grabando las tomas “buenas” en uno o varios días e ir armando el material. Es así como se producirían las telenovelas y otros programas en esta nueva televisora. Dándole la oportunidad de retransmitirlas.

A nivel empresarial, en 1976 comienza la expansión internacional de Televisa, funda junto a un grupo de inversionistas en Estados Unidos Spanish International Network (SIN), de la cual formaría parte Univisión, televisora con la que intentaría conquistar el mercado hispanoparlante en Estados Unidos, pero por problemas legales en aquel territorio, perdería a principio de los años 80. También lanzan en territorio estadounidense en 1979 Galavisión, empresa de televisión por cable. Con ECO, agencia internacional de noticias comienza transmisiones en Europa y Fonovisa, empresa dedicada a distribución y venta de discos en español. Algunas de ellas ya extintas y otras operantes a la fecha.

Es en la década de los 80 y 90 cuando Televisa vive su “época de oro” exportando sus telenovelas y otros programas por todo el mundo, con poca competencia hasta el punto de considerarla nula, es vista en todos los países de habla hispana creando además programas con los que se identificaría toda una generación. Para finales de los 90, entra en la escena nacional TV Azteca, la cual había sido televisión del estado, quien competiría en los primeros años con telenovelas muy importantes que marcaron un parteaguas y con noticieros que prometían ser diferentes, es el caso de la telenovela *Mirada de mujer* y *Hechos*, su programa nocturno de noticias. Fue una época considerada como de “guerra de televisoras”. Fueron

tiempos en los que tuvieron que recurrir a nuevas fórmulas con el fin de recuperar el terreno perdido. Comienza entonces un periodo en donde empiezan a adquirir licencias de programas con éxito probado en otras partes del mundo, tal es el caso de la producción de *Big brother*, *Fear factor*, *La voz*, los cuales tuvieron gran éxito.

Televisa es en la actualidad la empresa más importante de habla hispana en Latinoamérica, productora de contenido audiovisual que a lo largo de su historia ha ido aglutinando las variantes que ofrecen las telecomunicaciones y su espacio radio eléctrico; en palabras comunes y según su informe anual del 2020, es además un importante operador de Cable en México y un sistema líder de televisión de paga vía satélite, además de poseer otros negocios como: casinos y sorteos, distribución de largometrajes, distribución de publicaciones, editorial, fútbol; y marca como negocios no consolidados la fusión con Univisión, la cual se hizo realidad a principios de 2022. En su informe de resultados del último trimestre del 2021, reporta ventas netas por \$103,521.8 millones de pesos ² una cifra que no cabe en las calculadoras básicas; además de estas ganancias estratosféricas, emplea a más de 43,000 personas, según el portal Statista en su artículo “Número de empleados del Grupo Televisa 2010-2019”, publicado el 7 de septiembre de 2021, “... al cierre del ejercicio 2020, finalizado el 31 de diciembre de dicho año, el grupo mediático mexicano, Grupo Televisa S.A.B, contaba con una plantilla de 43,000 trabajadores...”³

Actualmente tiene sus oficinas corporativas en Santa Fe; en las cuales se concentra el área Legal y de Recursos Humanos; Televisa Chapultepec y San Ángel fungen como centros productores de los diferentes programas; mientras los programas de noticias y deportivos son producidos en Chapultepec, en San Ángel se producen las telenovelas, programas unitarios, programas de concursos y los de la barra cómica; cuenta con 15 foros, bodegas de vestuario, utilería, talleres de carpintería, el centro de diseño de imagen y un edificio de producción en donde se encuentran a las oficinas de los diferentes productores además de albergar el Centro de Educación Artística de Televisa (CEA).

Es así como en Televisa San Ángel y Chapultepec, se producen más de 86,000 horas de contenidos para la televisión abierta y la televisión de paga; según el informe anual del 2020,

² <https://www.televisair.com/es-ES/reports-and-filings/annual>

³ <https://es.statista.com/estadisticas/612746/numero-de-empleados-del-grupo-televisa-sab/#:~:text=Al%20cierre%20del%20ejercicio%202020,empresa%20de%20medios%20el%20a%C3%B1o>

en donde también reportan un incremento del 20% anual en audiencia en el canal 2, que lo atribuyen al éxito de sus producciones.

La programación de televisa está dividida por canales, el canal 2, *Las estrellas* el cual está considerado como el más visto, ofrece una programación variada que abarca los programas de corte informativo, deportivo, barra cómica, programas de variedades, programas de concursos y telenovelas; las cuales han sido sujeto de numerosos estudios sociales y, aunque han sido muy criticadas ya que están llenas de clichés con historias elementales, muchos de nosotros tenemos algún tipo de referencia y lejos de desaparecer, son productos que se van ajustando a los cambios y nuevos gustos, siguen siendo una parte muy importante de la programación actual. El canal 4, *Foro TV*, el cual está enfocado a noticias; canal 5 el cual es de corte infantil, por lo que, en el día transmiten caricaturas y series para adolescentes, y por la noche tienen programas de humor y series para adultos; canal 9 el cual en su mayoría hacen retransmisiones de programas del canal 2 y de otros países.

1.4.- Formatos televisivos

En la televisión hay que distinguir en primer lugar si un programa es real o ficticio; es decir, si se trata de un programa de noticias, entrevistas, o si es una telenovela. Una vez reconocido este primer elemento, los programas se pueden dividir según su estructura específica; con lo cual tenemos los siguientes géneros:

REALIDAD

Informativos:

- Entrevistas
- Noticieros
- Reportajes
- Debates

Entretenimiento:

- Transmisión de eventos deportivos
- Programas de concursos
- *Talk shows*

FICCIÓN

Entretenimiento:

- Telenovelas
- Teleseries
- Programas de comedia

Los noticieros, normalmente son en vivo es decir, están ocurriendo en el mismo momento que se están televisando; desde un set con material de apoyo como cápsulas, enlaces, reportajes los cuales hay que tener previamente preparados, en este tipo de programas, el productor al aire es de suma importancia, es la persona que está en la cabina desde donde se lanza la señal y él va dictando los cambios de escena, por así decirlo, con segundos de anticipación, él le dice al *switcher* que hay que tener preparado el video con las imágenes que ilustrarán lo que el conductor está diciendo en ese momento, el marca la entrada y la salida de dichos videos, anticipa el corte a comercial, la entrada al aire, etc.

Los programas de entrevistas, debates, reportajes, no necesariamente son en vivo, pueden ser grabados, para lo cual hace falta el formato, es decir, la idea y la estructura de la misma. Sobre ese formato, se podrá escribir el guion para su posterior realización. El formato base de un reportaje es: un presentador, el cual le habla al espectador e irá narrando el tema del que hable el reportaje, con material de apoyo, puede ser un video o entrevistas.

En cuanto a las telenovelas y/o teleseries, éstas siempre se graban de forma no continua, es decir, teniendo la historia, se hace un plan de trabajo en donde se construyen previamente los foros y se eligen las locaciones, así por día se trabajarán todas las escenas de foro, posteriormente todas las locaciones para así explotar al máximo los recursos, al final, la edición armará este material para darle continuidad.

Por formato se entiende entonces que es la idea plasmada en un guion en donde se diga paso a paso la ejecución del programa; ejemplos de formato son:

- *La Máscara*
- *Bailando por un sueño*
- *La voz*

Todos ellos detallan cómo debe ser la escenografía, la iluminación, los segmentos, las reglas, etc. Con el fin de que pueda ser ejecutado en otra parte y otros actores con el mismo resultado visual.

1.5.- Programas de concursos

Los programas de concursos se inician en la radio y de ahí migran a la televisión y según Claudia Benassini, en el capítulo titulado *PERFECTAMENTE BIEN CONTESTADO*⁴ tienen una estructura muy definida:

- Emisiones estructuradas sobre la base de entretenimiento que exigen una serie de habilidades y destrezas que son premiadas de acuerdo con el desempeño relativo frente a otros jugadores. (Benassini, 111). En los casos de programas de preguntas y respuestas es el concursante frente al conductor quien tiene las respuestas.
- Consta de dos tipos de público: el asistente al estudio y el televidente.
- Poseen las características de redundancia, modulación y fragmentación narrativa, explicándolo de la siguiente manera:

Redundancia, manifestada en la similitud de la estructura propia de cada programa. Modulación, manifestada en dos niveles: por un lado, cada segmento que integra un programa muestra la combinación de variación e identidad que confieren una dependencia relativa a cada programa. Por último, fragmentación narrativa como producto de la modulación y de las necesidades de adaptarse a las leyes del mercado vía los espacios publicitarios: cada segmento del concurso tiene una determinada duración que debe ser respetada por el discurso mismo. (Benassini, 113).

Además de esta estructura, poseen lo que ella llama, la tradicional dicotomía: ganar / perder, con la que el público tanto se identifica mediante un mecanismo mencionado por Fernando Wagner en *La televisión, técnica y expresión dramática*, el cual podemos aplicar para este tipo de programas; se trata de lo que Freud describe como *Personajes psicopáticos del teatro* en donde hay una identificación con el héroe o protagonista y sufre o goza a través de él sin ponerse realmente en riesgo, tan intenso como sean sus impulsos reprimidos (20); es por eso que hay gente que aplaude o salta de su asiento al conocer al ganador, con el que previamente se había identificado con mas o menos emoción.

⁴ Frase tomada del programa de concursos Dr. I.Q. televisado en los años 50's y 60's basado en un formato Estadounidense con el mismo título.

En cuanto a las motivaciones de los concursantes, Benassini sugiere que el mecanismo que se encuentra detrás es el de la recompensa, el participante se siente satisfecho de haber ido a un estudio de televisión, de haber salido en la televisión, del gusto de ganar en el caso de que así sea, de obtener la recompensa económica, o el de ser reconocido por algún familiar.

1.6.- Legislación

Cualquier actividad comercial está sujeta a una regulación por parte del estado; en el caso de la radio y la televisión, además de vigilar la competencia derivada de dicha actividad, protege un “bien nacional” es decir, el uso del espacio aéreo (de igual importancia que el marítimo o terrestre) en el que viajan las ondas, además de proteger el derecho a la información.

La primera ley que regula el uso de este espacio y de las empresas dedicadas a este tipo de comunicaciones, fue la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, aunque desde la llegada de la radio a México se iniciaron los esfuerzos para crear una legislación.⁵ Expedida el 08 de enero de ese año por el entonces presidente Adolfo López Mateos,⁶ en la cual, en resumen establece que le corresponde a la nación el espacio por el cual se propagan dichas ondas y solo bajo su consentimiento se podrán dar concesiones para su operación (art. 1º. 2º. 3º.); establece además que estas dos industrias constituyen una actividad de interés público cuya protección nuevamente estará bajo la vigilancia del estado (art. 4º.); debido a su función social, el contenido de los programas deberá ser; de acuerdo con el artículo 5:

“..i. Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

ii. Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

iii. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

iv. Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales...”⁷

⁵ “...Así, el marco normativo de los medios de comunicación electromagnéticos tiene como génesis la Ley de Comunicaciones Eléctricas, de 1962; la Ley de Vías Generales de Comunicación y Medios de Transporte, de 1931; la Ley General de Vías de Comunicación, de 1932, y la Ley de Vías Generales de Comunicación, de 1940...actualmente, la Ley está vigente, pero lo referente a la radio y a la televisión pasó a formar parte de la norma específica que es la Ley Federal de Radio y Televisión, de 1960...” tomado del artículo “Antecedentes cronológicos de la Ley Federal de Radio y Televisión” autora Vanessa Díaz.

⁶ Presidente del 1 de diciembre de 1958 al 30 de noviembre de 1964.

⁷ <https://www.memoriapoliticademexico.org/Efemerides/1/08011960.html>

El artículo 6º se refiere a la vigilancia del estado a través de organismos para el cumplimiento de lo relacionado con el artículo 5º. Por último (art. 7º) prevé ayudar a aquellas estaciones que tengan la potencia suficiente para ser captadas en el extranjero para poder así difundir la cultura mexicana.

Esta ley, con las reformas hechas con el paso de los años, estuvo vigente hasta 2014, fecha en la que por decreto oficial DOF: 14/07/2014 se expide la Ley de Telecomunicaciones y Radiodifusión del Estado Mexicano, que es la que actualmente regula la industria.⁸

CAPÍTULO 2

2.- LA PRODUCCIÓN Y SUS ETAPAS

2.1.- La producción

Es muy importante definir la naturaleza del trabajo que se hace en la televisión, la cual consiste en la constante elaboración de proyectos; muy similar a lo que sucede en el teatro en donde la labor se centra en la realización ya sea de una temporada, festival o en el caso de la televisión, una serie, telenovela, programa o noticiero.

Por definición, un proyecto es una serie de actividades temporales realizadas en grupo, con el objetivo de producir un producto, servicio o resultado. Es por eso que aprender a gestionar un proyecto se vuelve fundamental para cualquier persona dedicada a la producción ya sea de cine, teatro o televisión.

La producción es el proceso mediante el cual se planea, desarrolla y entrega cualquier tipo de producto o servicio. En mi experiencia es el arte de proveer todos los recursos materiales y hacer las gestiones necesarias para poder concretar una idea. Como cualquier proceso cuenta con una serie de pasos muy bien identificados con actividades muy concretas que nos van llevando paso a paso.

Herbert Zettl reconoce tres etapas fundamentales para la producción televisiva:

Sin importar si usted forma parte del equipo técnico o del no técnico, o si trabaja con un gran equipo de producción o de manera individual, siempre se

⁸ http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014

estará envuelto inevitablemente en alguna o en todas las fases de producción: preproducción, producción y posproducción. (Zettl, 4).

Mismas etapas que identifica Marisa De León en su libro *Espectáculos escénicos, producción y difusión*.

2.2.- La preproducción

El primer paso es la planeación, es la etapa en donde surge la idea y se empieza a planear alrededor de esa idea, por lo que es fundamental tenerla por escrito, muy bien definida. Alrededor de esa idea se empiezan a asignar recursos humanos, es decir, el grupo de profesionales y el rol que cada uno tendrá durante el proyecto; los recursos materiales, es decir cuantificar, poner precio para saber si se cuenta con ese capital y, por último, el tiempo, definir cuándo tiene que estar listo y fijar plazos; sin este punto, todo queda en el limbo y resulta muy difícil avanzar. De forma muy rudimentaria y empírica, estos primeros pasos, que forman parte de la planeación, es lo que comúnmente se conoce en el mundo del espectáculo como preproducción.

2.3.- La producción

Cuando ya se tienen todos los recursos necesarios para ensamblar el producto o la idea, lo que sigue es la ejecución; es decir, mostrar el producto. En el caso del teatro equivale a la temporada teatral, en el caso de la televisión es lo que se conoce como “el aire”, es decir el momento en el que el programa es visto por el público para los programas que son en vivo y para los programas que no lo son, es el inicio de las grabaciones. Esta etapa es la que conocemos como producción; es la etapa de control del proyecto ya que, además de ejecutarlo hay que observar su comportamiento, es decir, la recepción por parte del público, ente fundamental en cualquier espectáculo. Función a función, programa a programa, hay que controlar que sea lo que se tiene planeado y hacer las adecuaciones necesarias sobre la marcha.

2.4.- La postproducción

El cierre del proyecto es tal vez una de las etapas menos valoradas, sin embargo hay una serie de tareas igual de importantes. Cerrar un proyecto supone dejar las cuentas claras, entregar

el teatro en las mismas condiciones en las que fue recibido, disponer si todo el material generado: vestuario, escenografía se va a guardar, donar, reciclar, destruir, etc. También es el momento de evaluar si fue un proyecto exitoso o no; evaluación que tiene que ver muchas veces con el dinero y otras no, saber en qué se puede mejorar para el siguiente programa o temporada teatral; en fin, es un paso igual de importante.

Cabe mencionar que en la televisión la postproducción tiene otra connotación y su proceso forma parte, muchas veces, del aire y tiene que ver concretamente con el área que se encarga de elaborar la versión final del programa, forman parte de este proceso: la edición, la musicalización, los créditos, efectos especiales si es que los hubiera, doblaje o subtítulos, etc. A continuación, describiré todas esas gestiones que se hicieron para poder sacar el programa de televisión EL RETADOR al aire; para lo cual es necesario dividir el proceso en las etapas antes mencionadas.

La preproducción se inició en el mes de enero del 2021 con el desarrollo de la idea y la asignación del presupuesto paralelamente. En el caso de la televisión, y más concretamente en Televisa, el área comercial es la que decide sobre los espacios al aire y junto con el área de programación planean el tipo de contenido con base en estudios de audiencia. Estos estudios segmentan los horarios, los canales y detectan, por ejemplo, que, para un día domingo, la gente gusta de ver programas de concursos. Así es como contactan a los productores que tengan experiencia en este tipo de programas para que preparen el proyecto. Dentro de esta lógica, al proyecto se le asignó un horario considerado estelar: 8:30 pm los domingos por el canal de las estrellas.

CAPÍTULO 3

3.- DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

3.1.- Idea original

La idea del programa es del productor Rubén Galindo, quien en los últimos años de su carrera se ha caracterizado por producir programas de concursos entre los que destacan: *Bailando por un sueño*, *Bailando por la boda de mis sueños*, *Parodiando*, etc.

El Retador en un programa de concurso de: baile, imitación y canto en donde la idea es que la competencia inicie con un campeón por disciplina que defenderá su trono cada programa de entre una terna de tres aspirantes o concursantes. Los jueces serán los encargados de

elegir a dichos concursantes para que puedan retar al campeón, quien decidirá si acepta el reto y de ser así, enfrentarse en un duelo “a muerte” en donde el público deberá elegir la presentación que hayan considerado la mejor.

3.2.- Mecánica

La mecánica del concurso no es otra cosa que la traducción de la idea original en los pasos que se deben de seguir, la cual incluye las reglas del concurso, considera la opción de que un participante se retire o decida no seguir participando, lesiones, empates, etc.; así como también el total que puede ganar cada participante.

La siguiente mecánica es una transcripción fiel del proyecto presentado por el productor:

En este formato los campeones son personajes protagonistas. Llamamos “Campeón” a un artista que gracias a su talento ganó algún *reality* o competencia de relevancia y ese triunfo sigue en la memoria de la audiencia.

El programa arranca con 3 campeones:

Campeón de canto, Campeón de baile, Campeón de imitación; cada uno se sienta en trono de su disciplina y arranca con una bolsa inicial de 100 mil pesos.

Los Campeones deberán defender su lugar en el trono y el dinero en su bolsa. Por cada programa que logren mantenerse en el Trono, su bolsa recibirá un incremento de 100 mil pesos. Pudiéndose llevar cada uno un premio total de hasta 900 mil pesos, si logran seguir en el Trono hasta el octavo programa, que marca la Gran Final.

Cada semana llegarán tres diferentes Aspirantes en cada disciplina con el objetivo de convencer con su talento al Jurado, conformado por tres grandes estrellas.

El Jurado tiene la misión de elegir al mejor como *El Retador* de la noche, y solo ése tendrá la oportunidad de enfrentarse al campeón de su disciplina para intentar arrebatarle el Trono y el dinero que lleva acumulado.

Los Campeones no podrán ver ni oír nada sobre sus Retadores, por lo que no sabrán si se enfrentan a una persona, una pareja un grupo, ni sus edades, pudiendo enfrentar desde un niño hasta un adulto mayor.

Antes de conocer a su Retador, cada Campeón tendrá que tomar una decisión: irse a casa con la mitad del dinero en su Bolsa Acumulada o arriesgarlo todo en un duelo a muerte.

El ganador de ese duelo se queda con el Trono y todo el dinero en la bolsa acumulada. El perdedor se va con las manos vacías.

Para ayudar a cada campeón a tomar esta decisión, aparece el informante, un personaje que les recordará datos de su situación actual y les dirá en qué les ayudaría el dinero que podrían llevarse, ya sea si se retiran con la mitad del dinero acumulado o si luchan por sumar a su Bolsa los 100 mil pesos de la noche.

Además, les ofrecerán un seguro con información sobre su retador. Esos seguros tienen un costo económico que, de ser aceptado, serán descontados del dinero de su bolsa acumulada.

El precio de los seguros puede ir de 5 a 60 mil pesos, dependiendo de lo importante de la información que revelen.

Después de que el informante le haya dado su ayuda, el campeón tendrá que tomar una decisión: abandonar el programa con la mitad del dinero o seguir y enfrentar al retador. Si elige ir al duelo a muerte, podría sumar a su bolsa acumulada los 100 mil pesos que hay esa noche, o perderlo todo.

CAPÍTULO 4

4.- EL PRESUPUESTO

El presupuesto es la herramienta administrativa mediante la cual se planea, organiza y ejecuta cualquier Proyecto; nos permite definir todos los componentes y procesos del proyecto, cuyo objetivo es organizarlo y controlarlo; es el punto de partida, uno de los primeros pasos que hay que definir y al que hay que apegarse durante todo el proceso.

Hay muchas formas de elaborar un presupuesto y casi siempre se parte de lo general a lo particular, es decir, se establecen las categorías generales como son, en este caso en específico: escenografía, vestuario, actores (conductores y/o participantes en este caso), gastos de nómina, gastos de promoción, etc., para después detallar cada categoría hasta tener subcuentas; siguiendo el ejemplo antes citado, podríamos decir que de la cuenta de Nómina existen las subcategorías de: personal de planta, personal de freelance, personal sindicalizado, etc.

Al momento de elaborar el presupuesto es muy importante saber la fuente del financiamiento; en qué momento se puede disponer de dichos fondos y de qué manera se comprobarán dichos gastos.

Como política corporativa, se toma como base presupuestal el asignado al productor en su programa anterior de similares características; en este caso, se tomó en cuenta la partida presupuestal para el programa de PEQUEÑOS GIGANTES. Una vez teniendo el qué (programa de concursos) y el cuánto (partida presupuestal similar al programa anterior de características similares), se tiene que establecer la fecha en las que se tendrá que grabar para lo cual hay que contratar previamente el foro por el tiempo necesario, ni un día más ni un día menos, ya que los costos tanto de la televisión como del cine son muy elevados por lo que, la correcta planeación hará que el gasto sea el adecuado.

En Televisa, la Dirección Administrativa es la encargada de manejar el recurso financiero; ellos asignan un equipo de administrativos quienes serán los encargados de autorizar todos los presupuestos, los pagos, y todo lo referente con la declaración de impuestos. Se habilita un centro de costos, el cual es una referencia numérica con la que se identificarán todos los gastos relacionados al proyecto. Cabe mencionar que nunca hay flujo de efectivo, todo se hace a través del equipo administrativo por medio de formatos en donde se autorizan los gastos, periódicamente o a solicitud de los productores se podrán tener reportes de lo que hasta el momento se ha gastado en cada rubro y el restante. Con base en esta información, se podrían ir tomando decisiones importantes si es que una de las cuentas está por quedar en ceros y resulta que el proyecto apenas comienza.

Una de las primeras tareas que se tuvo que definir fue la revisión del presupuesto y hacer los ajustes necesarios con las variantes de este Proyecto.

El presupuesto enviado por el área administrativa y sobre el cual se tuvo que trabajar y revisar rubro por rubro, se conformó de la siguiente manera:

DIRECTOS DE PRODUCCIÓN

PAGO A TERCEROS

TALENTO MUSICIAL

- Salario músicos programas grabados
- Salario músicos programas vivos
- Tiempo extra musical
- Complemento contractual gastos Sindicato Único de Trabajadores de la Música y el Espectáculo (SUTME)
- Cuotas SUTME previsión social
- Pistas y partituras
- Desplazamientos músicos
- Fomento a la eficiencia de músicos
- Fomento a las actividades culturales músicos
- Producción musical

TALENTO ARTISTICO

- Talento artístico Asociación Nacional de Actores (ANDA)
- Tiempo extra talento artístico
- Cuotas Anda, Previsión Social
- Cuotas de transito extranjeras
- Delegado ANDA
- Tiempo extra delegado ANDA
- Gastos menores de talento artístico
- 3% Fomento a la eficiencia de actores
- 3% Fomento a la eficiencia delegado ANDA
- 3% Fomento actividades culturales actores
- 3% Fomento actividades culturales delegado

SUELDOS

- Tiempo extra
- Ayuda para gastos
- Seguro social

- Aportaciones Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (NFONAVIT)
- Sistema de ahorro para el retiro
- Incapacidad pagada
- Impuesto estatal sobre nóminas
- Anticipo a cuenta del remanente distribuible
- Anticipo adicional del remanente distribuible PA
- Anticipo adicional del remanente distribuible
- Anticipo adicional del remanente distribuible PV
- Anticipo adicional del remanente distribuible TC
- Anticipo adicional del remanente distribuible VD
- Anticipo adicional del remanente distribuible VA
- Anticipo adicional del remanente distribuible VP
- Anticipo adicional del remanente distribuible OPV
- Anticipo adicional del remanente distribuible CO
- Anticipo adicional del remanente distribuible GRAT EXT

OTROS HONORARIOS FREELANCE

- Personal de producción
- Director de escena
- Tiempo extra director de escena
- 3% Fomento a la eficiencia Dir. de esc.
- 3% Fomento a las actividades culturales Dir. de esc.
- Cuota ANDA Dir. de esc.
- Reportero (corresponsales y reporteros)
- Apuntador voz
- Extras y comparsas
- Cronistas, conductores y locutores

DERECHOS

- Derechos de transmisión
- Derechos de repetición de programas

- Derechos de uso y sincronización
- Derechos de interprete Asociación Nacional de Intérpretes (ANDI)
- Regalías autor por repetición

IMPUESTOS Y OTRAS CONTRIBUCIONES

- Impuestos sobre permisos de concurso
- Supervisión Radio, Televisión y Cinematografía (R.T.C.)
- Impuestos y derechos varios

PREVISIÓN SOCIAL

- Vales de comida
- Habilitación de comedor (despensa)

PAGOS POR SERVICIOS DE PRODUCCIÓN

MANTENIMIENTO

- Mantenimiento equipo técnico
- Mantenimiento de equipo de transporte
- Mantenimiento de equipo de cómputo

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

- Campañas de promoción y publicidad
- Presentación a clientes de prensa

COSTO DE PRODUCCIÓN (AMBIENTACIÓN, UTILERÍA, ESCENOGRAFÍA, VESTUARIO)

- Ambientación
- Escenografía
- Artículos de tlapalería y ferretería (escenografía)
- Vestuario
- Utilería
- Utilería desechable
- Alquiler de utilería
- Utilería flores
- Maquillaje, peluquería y caracterizaciones
- Fotografía y *slides*

- Dibujos, cartones y *roler*

GASTOS DE VIAJE

- Servicios prestados en locación
- Viáticos
- Consumo de alimentos
- Transportes y pasajes
- Llamadas telefónicas y luz
- Hospedaje
- Peajes, combustibles, lubricantes y estacionamiento
- Renta de vehículos
- Consumo de alimentos producción

GASTOS DE OFICINA

- Botiquín
- Papelería de oficina y computo
- Impresiones
- Copias
- Libros, revistas y periódicos
- Pasajes locales
- Mensajería, correos y telégrafos
- Consumibles para computadora

ARRENDAMIENTOS

- Arrendamiento inmuebles
- Rentas diversas
- Alquiler de equipo técnico
- Renta de vehículos para secuencia
- Alquiler de helicóptero
- Arrendamiento de transporte para locaciones

SERVICIOS

- Honorarios a otros profesionales

- Servicios de seguridad
- Servicios de televisión restringida
- Teléfono directo
- Teléfono celular
- Telefonía nextel
- Fletes y embarques (alquiler de equipo de transporte)
- Conducción de señales
- Seguros y fianzas
- Servicios administrativos
- Interventores
- Internet

MATERIAS PRIMAS

- Cintas de audio
- Cintas de video
- Iluminación y material
- Premios del concurso
- Películas
- Efectos especiales
- Impresiones de pases

MATERIALES

- Combustibles y lubricantes
- Materiales generales
- Art. De aseo y limpieza
- Lámparas de iluminación

VARIOS

- Atenciones

LIBRETOS

- Derechos de autor y adaptador
- Asesoría literaria

CARTAS VESTUARIO

- Cartas vestuario (servicios directos de actuación)

PAGOS INDIRECTOS

AMBIENTACIÓN

- Ambientador hora
- Utilero
- Utilero domingo
- Utilero turno
- Utilero hora extra

AUDIO

- Sis. Sonorización Apogee Turno
- Sistema Sonorización Meyer Turno
- Máquina Multitrack

4.1.- Gastos directos e indirectos

Este presupuesto se compone de dos grupos principales que son: Pagos Directos y Pagos Indirectos; el primero se refiere a aquellos servicios cotizados por la producción; el segundo, son aquellos pagos que se cargan a servicios prestados por la misma empresa como el pago del foro, el pago al personal técnico, a maquillistas, vestuaristas, que son departamentos fijos de Televisa.

El productor asociado es quien generalmente se encarga de revisar el presupuesto, el cual se tiene que entregar en tiempo y forma para la autorización; una vez que se encuentra autorizado, los fondos se irán liberando paulatinamente.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DE LA ETAPA DE PREPRODUCCIÓN

Como se puede apreciar, este presupuesto está dividido en categorías y subgrupos relacionados a aspectos concretos; por sí solo detalla todos los recursos con los que se deberá de contar para poder armar el programa; así que bajo este esquema, detallaré el proceso y los ajustes que se hicieron para poder asignar los recursos suficientes en la etapa de preproducción.

TALENTO MUSICAL

La música es un elemento fundamental en cualquier espectáculo y en este programa en particular una de las bases. Se decidió tener una orquesta en vivo lo que supuso la cotización de todos los subgrupos que componen esta categoría. Antes de seguir con la descripción de cada uno de ellos es importante hacer notar que muchos de estos puntos tienen que ver con el Sindicato Único de trabajadores de la Música, el SUTME. Televisa tiene acuerdo con varios sindicatos de trabajadores dedicados a las artes, por lo que muchas de estas contrataciones son parte de un contrato colectivo de trabajo.

Un contrato colectivo de trabajo es el convenio celebrado entre uno o varios sindicatos de trabajadores y uno o varios patrones, o uno o varios sindicatos de patrones, con objeto de establecer las condiciones según las cuales debe prestarse el trabajo en una o más empresas o establecimientos.

Esto supone que el pago al trabajador lo hará el sindicato y la empresa, en este caso Televisa, pagará al sindicato todos los conceptos referentes a previsión social, desplazamiento de músicos, fomento a las actividades culturales y demás prestaciones establecidas en el contrato colectivo de trabajo.

Una de las primeras negociaciones que se tuvo que hacer fue la contratación de la orquesta, la cual se hizo a través del SUTME. La orquesta contratada fue la de Pepe Zavala, con la que se estableció el primer contacto en el mes de febrero; se definieron todas las obligaciones contractuales dentro de las que hay que destacar los horarios para ensayos y grabaciones. Este punto es muy importante ya que, si bien está considerado dentro del presupuesto; el tiempo extra es algo que ningún productor quiere pagar a menos que sea absolutamente necesario. Como miembro de la producción, con base en esta información, hay que planear bien los llamados y cuidar de citarlos y cortarlos a una hora que no genere horas extras.

PISTAS Y PARTITURAS

Para poder tocar los temas en vivo, es necesario la elaboración de partituras, las cuales tienen un costo aparte, este rubro forma parte de la preproducción y la producción, ya que su realización se tendrá que hacer antes de iniciar el primer programa y una vez que inicien las grabaciones. Por parte de la producción hay que estar al tanto de la negociación económica

que se hizo ya que, por regla general, el músico hará lo que le pidamos, pero tal vez exista algo que el considere no incluido en el precio pactado en un principio.

El personal asignado por parte de la producción que fungió como nexo con los músicos, entregó la siguiente información para la elaboración de las partituras: nombre del tema, autor y la versión exacta que el cantante interpretará, se encargó de organizar las reuniones virtuales con cada participante para que el músico conociera el tono del aspirante. Una vez que se tuvo esta información se elaboraron las partituras correspondientes.

Las pistas musicales son una guía, se usan como guía para el cantante; en este caso, se realizaron como apoyo a la orquesta. La realización de estas pistas se hace en un estudio por lo que hay que prever ese gasto y organizar la sesión de grabación. El proceso que se sigue es muy parecido que con las partituras, hay que entregar la misma información.

PRODUCCIÓN MUSICAL

Este punto se refiere a los honorarios que el músico cobra por su conocimiento; es el asesoramiento que dará durante todo el proceso en lo que a música se refiere, él decide el arreglo musical para cada tema.

TALENTO ARTÍSTICO

En este rubro, al igual que el talento musical, el Sindicato Nacional de Actores ANDA está previsto para el pago de los contratos colectivos de trabajo. Sin embargo, fueron pocas las personas contratadas bajo este esquema al tratarse de un programa cuyo talento principal son los concursantes y no son actores. La contratación de los jueces se hizo por medio de Cartas Vestuarias, otro rubro aparte previsto en la parte final de los pagos directos del presupuesto. En la preproducción lo que se tiene que definir es cuántas personas entrarán dentro de este esquema de pago, teniéndose que cuidar los mismos aspectos que con los músicos, es decir; establecer los horarios de ensayo, el horario de las grabaciones y a partir de qué horario se estaría generando el pago del tiempo extra.

SUELDOS

Este punto se refiere al pago del equipo de trabajo a través de nómina, es decir, personal contratado por Televisa y que pertenece al Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio Similares y Conexos de la República Mexicana SITATYR. En la preproducción se elaboró un organigrama con la cantidad de colaboradores necesarios para esta etapa y la plantilla con salarios; dicha plantilla, como parte del presupuesto, está sujeta a aprobación por parte de la administración de la empresa.

Cabe mencionar que existen a su vez; plantilla de producción y post producción. Cada una detalla los puestos, salarios y funciones con lo que se van requiriendo para cada etapa y se tiene que aprobar desde un inicio como parte de la planeación, aunque la aprobación y liberación de fondos, es decir los pagos, se van haciendo conforme los plazos fijados por el equipo administrativo.

PLANTILLA DE PRE PRODUCCIÓN

Se consideró un equipo de 14 colaboradores de los cuales, algunos iniciaron desde enero, tal es el caso de los Productores, otros se fueron incorporando paulatinamente.

- Productor Ejecutivo (Rubén Galindo)
- Asistente
- Productor Ejecutivo (Marcelo Strupinni)
- Asistente
- Secretaria
- Productor Asociado
- Asistente
- Coordinadora General de Producción
- Jefe Administrativo
- Coordinadora de Servicios
- Jefe de Servicios
- Coordinadora de Producción Musical
- Jefe de Producción Transporte
- Mensajero

PLANTILLA DE PRODUCCIÓN GRABACIÓN

Parte de esta plantilla, se sumó a la de preproducción conforme se acercaba la fecha de grabación, muchos de estos puestos tenían que empezar a trabajar con antelación como en el caso de la escritora y los encargados de los contenidos, aunque en algunos casos y dependiendo de la administración, sus pagos se fueron liberando en ciertas fechas.

- Director de Cámaras
- Asistente de Director de Cámaras
- Plecas
- Director Artístico

- Director de Escena
- Escritora
- Guion
- Ventas
- Coordinador de Producción Ventas
- Coordinadora de *Back Stage*
- Coordinador de Piso y Área Técnica
- Coordinador de Utilería
- Jefe de Utilería
- Asistente de Producción General
- Asistente de Producción
- Coordinación de Contenidos
- Contenidos
- Coordinación de Realización
- Realizadores
- Coordinadora de Talento
- Jefe de Producción Artístico
- Jefa de Producción Artístico
- Coordinación de Ensayos
- *Coach* de Baile
- *Coach* de Canto
- *Coach* de Imitación
- Prensa
- Coordinación de Redes Sociales y Diseñador

CASTING (parte de preproducción, parte producción)

- Coordinación de *Casting*
- Asistentes de *Casting*
- Coordinadora General de Participantes
- Asistentes de Participantes

PLANTILLA DE POST PRODUCCIÓN

Esta plantilla también se tuvo que plantear desde un inicio, es decir desde la preproducción. El editor o post productor, recibe las cintas con el material grabado y junto con el productor, director, escritor, deberán escoger aquellas tomas que consideren mejores para empezarlas a juntar en una sola “línea temporal”. En este caso, la continuidad es muy importante, es decir, se tiene que cuidar mucho que al hacer este ensamble la sensación no sea de un corte abrupto o de un “salto” en donde en el escenario de una toma o corte a otro, aparezcan cosas que antes no estaban ahí. Es sin duda un proceso muy minucioso ya que ellos son los que entregarán la cinta final o máster, el cual, como si se tratara de una película, deberá ser una sola pieza que contenga: una cortinilla, es decir, una inserción gráfica con el nombre del programa, los créditos iniciales, las menciones a patrocinadores, en este caso en específico se grabaron en las semanas en las que el programa salió al aire y el editor tenía que intercalarlas con el máster en donde, previamente considerado en el guion, la conductora decía que era el momento de ir a un mensaje de los patrocinadores, todo esto acompañado del audio final, es decir, ya *masterizado* y la música de entrada y salida junto con los créditos finales.

Esta nómina se compone de los siguientes puestos y ellos comenzaron a trabajar desde la producción hasta semanas después de que el programa termina de salir al aire, en este caso, desde el 10 de junio (inicio de grabaciones en foro) en donde se tenían que ir elaborando los masters programa por programa; hacer las inserciones de publicidad posterior al 15 de agosto (fecha en la que el programa comenzó al aire) de la misma forma, programa por programa, hasta las semanas posteriores al 03 de octubre (fecha de salida del programa del aire):

- Coordinador General de Post
- Asistente de Post
- Coordinador Musicalizador
- Musicalizador
- Editores
- Asistentes de Editores

OTROS HONORARIOS FREELANCE

No todos los colaboradores de este proyecto fueron contratados bajo el esquema de nómina, algunos de ellos cobraron por honorarios. Lo que supone para una empresa pagar de esta

forma es un ahorro en cuotas de personal; es decir, no se paga seguro social y la empresa solo corre con el gasto del ISR.

En lo que se refiere a sueldos la labor de equipo de producción en esta etapa consiste en verificar que todas las personas estén contratadas; en caso contrario iniciar su proceso junto con el área de Recursos Humanos, que al igual que el equipo administrativo, son parte de Televisa y no del equipo de producción de proyecto.

En el caso de los que prestan sus servicios por honorarios, hay que pedir antes sus altas de Hacienda para ver que efectivamente puedan cobrar de esta manera.

DERECHOS

Los derechos se refieren a las lo que se tiene que pagar a toda obra que está protegida por el autor en la Ley Federal del Derecho de Autor; son una parte muy delicada ya que, de no hacer los pagos correspondientes, se pueden generar problemas legales. Este rubro cita los siguientes pagos de derechos:

DERECHOS DE TRANSMISIÓN

Son los costos de las licencias para producir y transmitir programas de televisión de eventos deportivos, formatos, especiales y musicales, etc.

DERECHOS DE REPETICIÓN DE PROGRAMAS

Se refiere a los costos que hay que dar a los ejecutantes de la música por el uso, explotación y comunicación pública de sus ejecuciones contenidas en los diversos programas de Grupo Televisa y sus afiliadas.

DERECHOS DE USO Y SINCRONIZACIÓN

Se refiere concretamente al pago de los derechos de los temas musicales; toda obra está protegida por el autor ante las instituciones correspondientes y su uso debe estar autorizado previamente cubriendo la cuota fijada por cada editorial musical que tenga los derechos. En esta etapa de preproducción, se tuvo que hacer el ejercicio matemático de establecer cuántos temas se tendrían que utilizar en total y asignarles una media de costo (información que los productores ya conocían) para poder presupuestarlos.

El ejercicio fue de la siguiente manera:

3 campeones por programa; los cuales solo utilizarían un tema y 9 participantes aspirantes a retadores; los cuales utilizarían 2 temas; uno para presentarse ante los jueces y otro para enfrentar al retador; ya que solo uno de los tres aspirantes ganaría el derecho de enfrentar al campeón, los temas que se utilizarían por segmento o categoría eran 5; por lo que

multiplicado por: canto, baile e imitación, daba un total de 15 temas con una media de \$2,500 USD por tema.

DERECHOS DE INTERPRETE ANDI

Según la información contenida en la página web de la Asociación Nacional de Intérpretes, un intérprete es un actor o cantante que deja su imagen o voz en un material susceptible de repetirse y la réplica de su trabajo es la que causa el derecho de una regalía por la explotación de su voz o imagen.

REGALÍAS AUTOR POR REPETICIÓN

Son los gastos generados por el uso o explotación en la transmisión de repeticiones de los programas basados en obras literarias del autor afiliado a la Sociedad General de Escritores de México (SOGEM) contenido en los diversos programas de Grupo Televisa y sus afiliados.

IMPUESTOS Y OTRAS CONTRIBUCIONES

Este rubro se refiere principalmente al pago de los Impuestos sobre permisos de concurso y supervisión por parte de la R.T.C.; Radio, Televisión y Cinematografía, unidad gubernamental administrativa, encargada de supervisar los contenidos de radio, televisión y cinematografía para su clasificación, transmisión, comercialización y distribución.

Los programas de concursos deben tramitar un permiso ante la dirección general de la RTC, hay que cubrir el costo de este permiso, así como el pago del interventor que dará fe y legalidad en cada programa.

Toda la información referente a lo que hace la RTC así como lo previsto para la autorización de los programas de concursos se encuentran en el siguiente enlace: <https://rtc.segob.gob.mx/>.

El permiso de gobernación se tramitó en el mes de marzo, es un documento que debe detallar: la mecánica del concurso, la temporalidad del mismo, las bases, el monto del premio y cómo será entregado; sin este documento no se puede empezar a publicitar el concurso, el número que se asigne, deberá estar presente en todo el material gráfico y deberá ser mencionado cuando se trate de menciones ya sea televisivas o radiofónicas. Esta licencia o número, depende de un trámite administrativo que, generalmente, tarda unas semanas; por lo que hay que usar la leyenda: “permiso de gobernación en trámite”.

Al tratarse de un programa en donde el premio es dinero en efectivo, se generan impuestos ante la Secretaría de Hacienda SHCP. Por lo tanto, para poder recibir el premio, los ganadores tenían que estar inscritos, es decir, tener un RFC. Al tratarse de un programa que tuvo concursantes extranjeros se tuvo que seguir un trámite que también involucraba al Instituto Nacional de Migración INM, ya que, al entrar como turistas, no pueden recibir pago; por lo que se tenía que hacer su cambio de calidad migratoria de turistas a residentes temporales con derecho a recibir honorarios.

La producción en este sentido tuvo que fungir como nexo entre el departamento legal, el cual nos informó de los trámites a realizar en caso de que un extranjero ganara algún premio y el concursante, debiendo solicitar todos los documentos además de explicarle cómo sería la entrega de su premio.

En cuanto al interventor, se tuvo que prever equipo de cómputo para que pudieran levantar las actas programa a programa así como un espacio de trabajo.

PREVISIÓN SOCIAL

Este rubro considera los gastos de alimentación del *crew*. Se solicitó una cierta cantidad de vales para que las personas elegidas por la producción, pudieran tener 5 vales de comida de forma semanal.

PAGOS POR SERVICIOS DE PRODUCCIÓN

Se considera el mantenimiento que se le dará al equipo usado por cada producción y considera: el equipo técnico del foro: iluminación, audio, inmueble, etc.; las camionetas utilizadas por la producción para el transporte del personal en caso de hacer *scoutings* y en este caso en específico, para hacer la siguiente ruta con los participantes: aeropuerto-hotel-televisa-hotel-aeropuerto; así como el mantenimiento del equipo de cómputo que la producción solicita al inicio de una producción; el cual deberá ser entregado al término de la misma.

PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

Este punto es muy importante ya que la televisión existe gracias al pago de pautas publicitarias. La publicidad ha cambiado mucho en los últimos años con las redes sociales y cada vez es más amplia la presencia que se debe tener en cada medio, por lo que una

campaña bien ejecutada que contemple todos los medios posibles y cuyo contenido sea el adecuado y resulte interesante es fundamental.

Televisa Digital es el departamento encargado específicamente en tener presencia en los medios digitales, encargándose de crear cuentas en *facebook*, *twitter* y otros canales que ellos consideren importantes para publicitar todos los programas.

En el caso de campañas publicitarias como tal, es decir, la realización de comerciales, son adjudicadas por medio de concurso a agencias de publicidad.

El departamento de Compras, a quienes hay que solicitarles todo lo que se necesite adquirir fuera de Televisa, es el encargado de dar a conocer las agencias con las que se ha trabajado y ellos se encargan de contactarlas, darles el *brief* (sesión informativa) de lo que se necesita y hacer la junta con tres agencias que ellos consideren las idóneas para que presenten sus ideas de promoción y posteriormente elegir a aquella que realizará los promocionales o comerciales. La agencia ganadora se encarga de la planeación y producción de los mismos y lo que hay que coordinar como producción, son los tiempos en los que se pueden hacer estas grabaciones.

Este acercamiento con las agencias comenzó dos meses antes de la salida al aire del programa, es decir a mediados del mes de junio. Balassa fue la agencia que, a juicio del Productor, logró con su propuesta comunicar la esencia del programa. Ellos presentaron su plan de producción para la elaboración de 3 piezas o comerciales, el cual consistía en un día completo de filmación.

COSTO DE PRODUCCIÓN (AMBIENTACIÓN, UTILERIA, ESCENOGRAFIA, VESTUARIO)

Este rubro considera todo el material necesario para la realización del espectáculo en sí.

AMBIENTACIÓN

Son aquellos elementos que se utilizan para acompañar a cada número musical interpretado por los participantes, en este caso, se decidió que las pantallas proyectaran material gráfico por lo que no hubo mucho en este rubro.

ESCENOGRAFÍA

El diseño escenográfico es un elemento fundamental tanto para el teatro, cine o la T.V. surge junto con la idea. Para el programa, los primeros elementos que fueron surgiendo fueron los siguientes:

- Pasarela: es uno de los elementos fundamentales de la propuesta de escenografía, pues en ella desfilarán los jueces en el programa 1; los nuevos concursantes que

llegarán semana con semana y será el lugar en donde el campeón verá por primera vez a su retador y decidirá si acepta el reto o no.

- Trono: elemento central, es el lugar en donde se presentarán a los campeones, pero que no deberá estar a la vista durante todo el programa y estará cubierto por un mecanismo de pantallas gigantes que abrirán y cerrarán simulando el mecanismo de una puerta corrediza y sólo se mostrará en tres momentos:
 - Al principio del programa, cuando la conductora presenta al campeón de cada disciplina.
 - Cuando ya se tenga al retador (elegido de entre una terna de tres participantes) un co conductor le dirá cuánto dinero tiene acumulado, cuánto se podrá llevar en caso de que decida retirarse, cuánto podrá acumular para el siguiente programa en caso de ganar y aclararle que, en caso de que pierda el duelo, no solo perderá el trono, sino que no se llevará el dinero acumulado hasta ese momento.
 - Al final del duelo a muerte por disciplina, en donde se anuncia al nuevo campeón, el cual deberá tomar posesión del trono.
- Botonera: elemento con el cual el campeón decidirá si acepta el reto o no, la cual deberá estar cerca del trono y que consiste en dos botones colocados de forma elevada uno a cada lado, uno significa que Sí (botón verde) el otro que No (botón rojo).
- Cilindros: es otro de los elementos fundamentales ya que será de donde salgan los participantes, es el elemento que contiene la propuesta fundamental del programa que es: mostrar al público quién es la persona que se cree capaz de retar al ganador sentado en el trono y que nadie sabe si se trata de una mujer, niño, grupo, dueto, etc.
- Área para jueces: el área designada para los tres jueces se decidió que debía estar elevada, de forma frontal al escenario.

El diseño estuvo a cargo del productor del programa quien definió los elementos arriba citados junto con un diseñador de Televisa, quien se encargó de la elaboración del plano arquitectónico y del *render*, el cual es un video animado que muestra exactamente cómo quedará el escenario y resulta un documento visual fundamental a la hora de ofrecer el

programa a los patrocinadores ya que de esta manera tendrán una visión exacta del programa.

Una vez que todos los diseños quedaron aprobados, la construcción de la escenografía estuvo a cargo de los talleres de la empresa y ya que las pantallas resultaban un elemento fundamental en la propuesta, se contrató al proveedor para la renta de todas ellas.

Derivado de la construcción de la escenografía se tienen los gastos del rubro de: Artículos de tlapalería y ferretería, utilería, ya sea la construcción de la misma o la renta.

MAQUILLAJE, PELUQUERÍA Y CARACTERIZACIONES

Los gastos que se consideran en este rubro corresponden a los honorarios cobrados por el departamento de Maquillaje, peluquería y caracterización, el cual, con base en las características del programa, enviará la cotización del personal que considere necesario para cubrir los llamados durante la temporada que dure el programa.

GASTOS DE VIAJE

Por las características del programa para este rubro tuvo que asignarse una cantidad importante del presupuesto y al igual que con el pago de los derechos musicales, se tuvo que hacer el ejercicio de la cantidad de personas que debían viajar para cubrir cada programa. Para las tres categorías debían venir tres solistas, duetos, o grupos, no todos residentes de la Ciudad de México, se tuvo que considerar entonces que la mitad serían nacionales y la mitad extranjeros asignando 7 mil pesos para los primeros y 20 mil para los segundos. Como es lógico, el traer a personas de otros estados o países, se tiene que considerar: hospedaje, viáticos, consumo de alimentos y transporte.

En este punto, describiré cómo fue el proceso de *casting* y cómo se fueron solicitando los servicios contenidos en este rubro.

CASTING

El *casting* se realizó de manera virtual para lo cual se habilitó una plataforma digital en donde todo aquel que quisiera concursar, debía registrarse. La plataforma empezó a funcionar desde principios del mes de febrero y fue un servicio que se subcontrató. Se mantuvieron varias reuniones con el proveedor para la realización del sitio; para lo cual uno de los primeros elementos que se tuvieron fue el diseño, el cual consiste en el título del programa, que simula tener en cada letra unos pequeños reflectores que dan la sensación de ser un anuncio luminoso.

La información que contenía la plataforma es:

- Aviso de privacidad: el cual; por disposición oficial deberán contener todas las páginas en la web que recolectan o pidan datos personales. El área legal fue la encargada de redactar dicho aviso; por parte del área de producción, se tuvo que estar monitoreando que efectivamente en la página se desplegara correctamente.
- Permiso de gobernación: el cual tienen que tramitar todos los programas de concursos que se transmitan por radio y televisión ante la secretaría de gobernación.
- Bases del concurso: se redactó el documento en donde se explicaba en qué consistía el concurso, así como los premios y la forma en la que se tenía que subir el video de los interesados.

El trabajo por parte del área de producción fue el monitoreo de dicha plataforma; verificar que: el sitio cargara correctamente y sin demoras considerables; que el diseño fuera el aprobado previamente así como su correcta visualización (proporción correcta, sin recortes, etc.); que cada apartado anteriormente citado, estuviera cargado en la parte correspondiente y sin faltas de ortografía; que los videos se pudieran cargar de manera correcta y sin demoras considerables o mensajes de error.

Una vez que la plataforma estaba trabajando de la manera esperada; se empezó a hacer una depuración de los videos, se fueron escogiendo aquellos que, a juicio de los productores, Rubén Galindo y Marcelo Strupini, (encargado de la selección de los participantes), mostraran algo interesante.

Con los videos que cumplían con las características deseadas, se procedió a hacer un *casting* virtual con el participante y, por parte de Televisa, un panel conformado por: productores, *couch* vocal, coreógrafo, productor musical, coordinadora de participantes, coordinadora de derechos musicales. Para la adecuada realización de este *casting*, se buscó un lugar que tuviera la disposición de horario, la capacidad para albergar a todas las personas convocadas antes citadas y la capacidad técnica para poder hacer el enlace virtual; a este respecto se contó con el apoyo de los ingenieros del área de sistemas y se hicieron las pruebas correspondientes para verificar que el enlace de zoom funcionara de la manera correcta, una vez que se tuvieron las confirmaciones de horario, lugar y requerimientos técnicos, se contactó a los participantes para dar los horarios, el enlace del *casting* y pedirles que prepararan algunos números a evaluar.

Una vez que se tuvieron a los participantes, el mayor trabajo consistió en hacer la parrilla del programa, es decir, asignar el programa en el que actuaría cada participante. El criterio que se siguió fue tratar de hacer un balance, es decir, repartir a los concursantes más fuertes y evitar que tres fuertes estuvieran en el mismo *show*.

En este punto, la coordinadora de participantes fue el canal de comunicación entre ellos y la producción del programa, sólo ella los contactaba para informarles sobre los pasos a seguir: fecha en la que deberían viajar, los temas musicales que usarían para sus presentaciones, si contaban o no con vestuario, algún antecedente médico o alergias que pudieran agravarse durante su estancia, el clima de la ciudad y la ropa conveniente para su estancia, en fin, toda aquella información importante; para lo cual, elaboró un documento detallado que contenía el nombre completo, la nacionalidad, acompañantes en caso de aplicar, fecha de nacimiento, teléfono, correo electrónico, número de pasaporte, visa americana (en caso de que su vuelo tuviera que ser escalado), si contaban con la vacuna COVID, tema musical, vestuario y en caso de contar con él, las fotografías para su evaluación por parte del área correspondiente.

El *casting* estuvo dirigido a países hispanoparlantes, por lo que los concursantes elegidos tuvieron que viajar desde: Perú, Chile, Ecuador, Colombia, Estados Unidos, Puerto Rico y España por lo que una vez que se tuvo la parrilla y la fecha en que cada participante tenía que viajar, se elaboró una ruta crítica semanal, es decir, un documento con todas aquellas acciones que debían hacerse semana con semana.

Se comenzaron a cotizar los vuelos y se eligieron los hoteles en donde deberían hospedarse los concursantes, por un lado, y los campeones, por el otro; recordemos que la mecánica del programa consiste en que los campeones no saben quiénes serán sus retadores, por lo que nunca debían coincidir, ni siquiera en las instalaciones de Televisa, así que se diseñaron los horarios y espacios para cada uno de ellos.

Antes de describir la mecánica de la llegada de campeones y concursantes, describiré como se tienen que solicitar los servicios de viaje, hospedaje, viáticos y alimentos en Televisa.

Estos servicios se hacen a través de la agencia de viajes de la empresa, el proceso es el siguiente: se solicita el servicio deseado a través del sistema interno de atención SOI (sistema operativo integral), en la sección de viajes, se llena un formato para la solicitud de compra de boletos en donde hay que indicar la fecha, número de vuelo, el horario y la cotización. Se fue muy específico en las observaciones, se detalló que los vuelos comprados debían incluir todos los impuestos y considerar una o dos piezas de equipaje y en algunos casos, instrumentos

musicales para evitar el pago de alguna tasa o tarifa extra por los participantes en el aeropuerto. En el caso de que fueran más de dos boletos de avión por reservación en vuelo nacional o en el caso de vuelos internacionales, se tiene que llenar un formato previo de autorización dirigido al área de administración de la producción con la ruta, costo total del viaje y motivo; la cual, una vez aprobada, habrá que adjuntar al formato de SOI en los casos que aplique. Una vez que la agencia completa el proceso de compra, envía los boletos electrónicos y ellos se encargan de generar la orden de compra correspondiente. El mismo procedimiento aplica para los casos de servicios de hospedaje y alimentos.

La mecánica para la llegada de campeones y concursantes quedó de la siguiente manera:

- Llegada de campeones: los tres campeones de cada disciplina debían llegar el 3 de junio; misma fecha que los primeros aspirantes. Se les asignó un transporte especial para su llegada al aeropuerto para dos de ellos; en el caso de los hermanos Kozelchic campeón de baile elegido y previo campeón del programa Pequeños Gigantes que viajaban de Estados Unidos y para Pavel Arámbula campeón de imitación y previo campeón del programa Parodiando procedente de Culiacán Sinaloa; para el campeón de canto, Oscar Cruz ganador de *La Voz México* se le envió transporte a su domicilio en Zacatlán de las Manzanas, Puebla.
- Registro de campeones en el hotel: se eligió el Hotel Krystal Insurgentes para lo cual se hizo un *scouting* previo para ver si el lugar cumplía con las siguientes necesidades: habitaciones cómodas, traslados hacia Televisa de no más de 20 minutos, restaurante en las mismas instalaciones y que formara parte de la red de hoteles que tienen convenio con la empresa; cabe mencionar que este traslado debía hacerse cada vez que un concursante ganara el programa.
- Llegada de concursantes: los primeros participantes debían llegar en la misma fecha que los campeones por lo que la lógica fue la misma, transporte aeropuerto-hotel y en algunos casos transporte domiciliario-hotel. El hotel elegido fue el Galerías Plaza San Jerónimo, para lo cual se siguieron los mismos pasos para su contratación que en el caso del Hotel Krystal.
- Calendario de actividades: se elaboró el calendario; mismo que debía ser semana con semana; en donde el flujo de actividades consistía en:

DOMINGO: Llegada al hotel, prueba COVID, la cual en un principio estaban programadas para realizarse en el servicio médico de la empresa, pero posteriormente se decidió que la doctora y paramédicos contratados para la producción, llevaran las pruebas a ambos hoteles y las realizaran en una habitación y con esto evitar el desplazamiento de los concursantes a su llegada (domingo); lectura y firma de reglamentos, los cuales fueron previamente redactados por la producción y establecían el comportamiento que debían tener los participantes; la obligación de cumplir con los horarios de ensayos; el uso de cubrebocas y careta en todo momento y la imposibilidad de salir del hotel en sus ratos libres. Cabe mencionar que tan solo en este punto hay una serie de actividades que se debían coordinar tal es el caso del transporte; hacer la solicitud y asignación de las camionetas; entregar el itinerario a la persona de producción y el chofer que se encargaría de ir por los concursantes o campeones; hacer la solicitud un día antes a servicio médico de las pruebas que se debían tener y entregarlas en el hotel a primera hora así como los insumos necesarios (mesas extras, material de curación, etc).

LUNES Y MARTES: traslado a Televisa a las 8:00 hrs., para el caso de los aspirantes, desayuno a su llegada (media hora aproximadamente), después clases y/o grabaciones de capsulas en los salones del CEA; para lo cual previamente se hizo la solicitud y la asignación de los espacios que se podían ocupar. Los campeones desayunaban en el hotel y su traslado a Televisa se programó para las 13:00 hrs., comida a su llegada (misma media hora), clases y grabación de cápsulas por la tarde.

MIÉRCOLES: Ensayo general por la mañana para aspirantes, mientras los campeones estaban en clase y por la tarde para los campeones, mientras los aspirantes tomaban sus clases correspondientes.

JUEVES: Grabación, el llamado se estableció a las 8:00 am; para lo cual debían salir del hotel a las 7:00 am.

VIERNES Y SÁBADO: Regreso de participantes no seleccionados y cambio de hotel de los nuevos campeones (en caso de haberlos).

GASTOS DE OFICINA

Todos los insumos necesarios para la oficina se solicitan a los administradores de la producción, para otros gastos como el caso de la copias e impresiones, las cuales son de uso común para toda la empresa, van asociados al centro de costos.

ARRENDAMIENTOS

Para este rubro casi no se consideraron fondos salvo el apartado dedicado al arrendamiento de transporte ya que, como apoyo, se tuvo que tramitar una cuenta UBER con el fin de tener un plan alternativo en caso de tener una mayor demanda de movilización del personal y las camionetas no fueran suficientes.

SERVICIOS

Los servicios suponen aquellos gastos que se generan para poder llevar a cabo una actividad, en este caso, en este apartado se tiene para considerar el pago de personal que no está contratado por la empresa, por ejemplo, el pago de la seguridad para foro y camerinos, los cuales se hacen a través de empresas especializadas, el pago de paramédicos y ambulancia, los cuales por protección civil deben estar presentes en todas las grabaciones.

El foro debe contar con el servicio de internet, para lo cual se debe cotizar la instalación de nodos o puntos de acceso a la red. La producción debe verificar que estos puntos funcionen ya que la conectividad y comunicación es fundamental. Otros servicios de comunicación considerados en este apartado son el pago de telefonía.

El trabajo de los interventores se considera un servicio y su pago deberá estar contemplado en este rubro.

MATERIAS PRIMAS

Son todos aquellos materiales que son fundamentales para la realización de algo; en este caso, la compra de las cintas de video, audio, material eléctrico, etc. También se mandaron a diseñar y posteriormente realizar los trofeos que se entregaron a los ganadores en el último programa. El gasto que se hizo para la impresión de los gafetes de acceso al foro estuvo considerado en este apartado. La producción tuvo que hacer una lista con la gente que debía tener dicho acceso y hacer entrega de esta acreditación. Este punto es muy importante, ya que, de lo contrario, el foro se podría llenar con gente que no tiene participación en el proyecto entorpeciendo así las labores en el día de la grabación.

Los efectos especiales se deben tener contemplados desde el inicio, ya que, como parte del espectáculo y por experiencias anteriores, siempre se terminan usando, tal es el caso de la compra de pirotecnia y máquinas de humo, efectos muy socorridos.

Dentro de esta categoría está previsto el pago de los premios del concurso, el cual promocionaba una bolsa de hasta \$900,000.00 por categoría a aquel participante que lograra

mantenerse en el trono hasta el final, es decir, se tuvo que firmar una fianza ante SEGOB que aseguraba el pago por parte de la producción a los tres ganadores de \$2,700,000.00 MXN.

MATERIALES

En la compra de materiales está prevista la compra de artículos de limpieza, los cuales se le tienen que proporcionar al personal que esté encargado de ello. La compra de las lámparas de iluminación está contemplada en este rubro y su compra es responsabilidad de la producción.

VARIOS

- Atenciones: se refiere a aquellos gastos realizados en efectivo y que se utiliza para pagar alguna cuota, un ejemplo es el costo que pudiera derivar de estacionarse en la calle.

LIBRETOS

El libreto es una obra escrita que se utiliza como guía para los actores ya sea de una obra teatral o cinematográfica. En el caso de un programa de televisión, debe existir un libreto que además de indicar a cada uno de los conductores sus líneas, lo estructure por bloques, cada bloque debe tener una medición exacta en cuanto a minutos, ya que, de la suma de dichos bloques, resultará el tiempo parcial del programa, al cual hay que tener en cuenta que se le añadirán las pautas publicitarias, dando como resultado, el tiempo final del programa. Esta medición debe ser exacta, ya que, las pautas publicitarias están por contrato y no pueden omitirse, al igual que no pueden omitirse partes del programa ya que si se hiciera esto, el resultado no tendría sentido para el espectador. Este documento comúnmente recibe el nombre de escaleta y contiene el tiempo que debe durar cada bloque.

Es así que la escritora estructuró el programa de la siguiente manera:

- **Primer bloque**
- Presentación y bienvenida de los jueces por parte de la conductora
- Se menciona la disciplina y manda a VTR (video previamente realizado) de campeón de disciplina
- VTR
- Se presenta al campeón y recuerda la bolsa o premio
- Se le recuerda al campeón que esa noche habrá tres concursantes y lo manda a la zona de silencio

- La conductora presenta al primer aspirante
- VTR
- Baile
- Comentario de los jueces y al término los manda a *backstage*
- Conductora presenta a los segundos aspirantes
- VTR
- Baile
- Comentario de los jueces y al término los manda a *backstage*
- Conductora presenta a los terceros aspirantes
- VTR
- Baile
- Comentario de los jueces, invita a los otros dos aspirantes y se hace la decisión por parte de los jueces de elegir al retador
- Manda a los aspirantes no seleccionados a *backstage*
- Manda a los retadores a *backstage* para cambio de vestuario
- Se manda a co conductor con el campeón para hacer la mecánica en donde le dice cuánto dinero hay y si quiere participar o no
- Participante decide si participar y dependiendo de esa decisión baja al escenario con conductora
- La conductora le presenta a su retador
- El retador lanza el reto al campeón y éste contesta si accede a enfrentarse o no
- El retador presenta su número
- El campeón presenta su número
- Con ambos en el escenario la conductora pide al público vote
- Le entregan el sobre con los resultados
- La conductora pide comentario a jueces
- Conductora da el resultado de las votaciones
- Hace subir el trono a los nuevos campeones y despide a los participantes no ganadores
- Se inicia otro bloque con la siguiente disciplina siguiendo esta misma estructura.

Además de esta información, la escaleta, deberá contener la duración exacta de cada punto, como se puede apreciar en los anexos.

Como parte del guion del programa surgió la idea de insertar un VTR que no es otra cosa que un video tape, es decir, se grabarían unos videos para hacer la presentación de los participantes, los cuales debían realizarse a su llegada.

La realización de estos videos supuso una producción aparte, es decir, se tuvo que asignar un equipo de realizadores, equipo técnico, un foro, la elaboración de un guion, hacer la logística para su realización (la cual se tuvo que insertar dentro de la logística general y calendario de llegada de participantes) y la postproducción del material, el cual debía estar listo cada jueves.

DERECHOS DE AUTOR

Es el pago que se hace a la escritora quien protege su obra ante la Sociedad General de Escritores de México (SOGEM).

- Asesoría literaria

CARTAS VESTUARIO

Este concepto se refiere al pago de servicios directos de actuación, dicho pago no pasa por ningún sindicato y se considera una negociación directa entre el actor y la empresa.

Para la elección del talento principal; una conductora y tres jueces, se llevaron a cabo varias juntas con los productores del programa y el director del área comercial, el Lic. Eduardo Clemesha. Se tomaron en cuenta factores de popularidad, disponibilidad y precio. Uno de los primeros nombres que surgió fue el de María León para ser la conductora; debido a su carrera musical y teatral, se buscaba a alguien que la gente tuviera muy presente; sin embargo, las negociaciones no prosperaron.

Siguiendo esta línea de contar con alguien que fuera fácilmente reconocida por la gente y hasta cierto punto “querida”, se pensó en Consuelo Duval, por su carrera como comediante; fue así que se iniciaron las negociaciones para su contratación.

En el caso de los jueces, desde el principio se tenía claro que se quería contar con Lucero y Mijares, ambos con una reconocida trayectoria artística.

El último nombre en sumarse a la lista fue Itatí Cantoral, quien es muy reconocida por los papeles de villana que ha desempeñado a lo largo de su carrera en las telenovelas de Televisa. Una vez que se conformó al Talento, comenzaron las negociaciones contractuales, para lo cual el área legal de Televisa es la encargada de elaborar los contratos y establecer todas las prestaciones que tendrán y que el área de producción deberá tener muy en cuenta y proveer; por ejemplo:

- Acompañantes: el número de personas con los que podrán ingresar a las instalaciones, ya sean familiares, representantes y/o asistentes personales; para lo cual se tendrán que tramitar las acreditaciones correspondientes y generar los lugares de estacionamiento. En el trabajo de producción, no hay detalles pequeños o insignificantes, tal es así que no generar una acreditación o un lugar de estacionamiento, por muy simple que parezca, puede llegar a generar desde retrasos en los días de ensayo y/o grabación, hasta conflictos con el artista; de igual manera, si este tipo de prestaciones u observaciones no están dentro del contrato y surgen como petición de manera posterior, se tendrá que tener el tacto ya sea para hacer la concesión o rechazar dichas solicitudes y hacerle ver al artista que no es obligación de la empresa.
- Alimentos: el número y tipo de comidas a las que tendrá derecho en los días de grabación tanto para él como para sus acompañantes. La producción deberá tener esta información para poder proporcionar lo que por contrato está establecido; en caso de que por escrito no se tenga el conocimiento del tipo de alimentos, se deberá siempre hablar con el artista y preguntar qué es lo que prefiere o proporcionarle la lista de los alimentos que habitualmente se sirven en la empresa y saber si tiene alguna petición especial.
- Vestuario: normalmente Televisa cuenta con un departamento encargado en el diseño de imagen, quienes asignan diseñadores a cada artista y junto con el productor hacen las primeras propuestas; sin embargo, muchos de ellos prefieren especificar en el contrato que ellos se harán cargo de su imagen y negociar así un pago extra por este concepto. Esta información es vital ya que de ahí se derivan acciones como: citar al artista a pruebas de vestuario o en el caso contrario, tramitar el ingreso y salida del vestuario que traiga de manera personal el artista.
- Horarios para ensayos: en este apartado, se tendrá que especificar las fechas y horarios en los que al artista se le podrá contactar; derivado de esto, se tendrá que tener claro el calendario de cada uno de ellos para evitar programar ya sea ensayos, entrevistas, sesiones fotográficas, etc., sin la disponibilidad o sin estar establecido en el contrato; de igual manera, si se llegara a tener una negativa para alguna actividad

que si se encuentra pactada, tener el tacto para hacerle ver al artista que es parte de sus obligaciones.

PAGOS INDIRECTOS

Los pagos indirectos son aquellos que no se cargan de manera directa al presupuesto y se refieren a los servicios del foro, ellos envían un presupuesto en donde desglosan: el personal asignado al proyecto, el costo que tendrá dicha plantilla por programa y a partir de cuándo hay que hacer el pago de horas extras, también está considerada la renta del equipo técnico y sus operadores.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DE LA ETAPA DE PRODUCCIÓN

Una vez que se aprobó el presupuesto, el cual sirve de guía de trabajo, se comenzó la etapa de producción, es decir, se comienza a ejecutar el plan de trabajo, se empiezan a aprobar la compra de materiales para vestuario, la realización de la escenografía; preparación del foro y finalmente se inician las grabaciones de los programas.

Esta etapa abarcó desde mediados del mes de mayo hasta el 30 de julio, día en que concluyeron las grabaciones.

A continuación, describiré las actividades que se llevaron a cabo en esta etapa segmentada por grupos, similares a las del presupuesto.

MÚSICA

MÚSICA EN VIVO

Como vimos en la etapa de preproducción, se hizo la contratación a través del SUTME de los músicos de la orquesta que tocaría en vivo en los 8 programas. El siguiente paso, consistió en ir entregando las canciones a interpretar conforme se iban confirmando los participantes para la elaboración de los arreglos y partituras, lo que corresponde a la producción musical.

DERECHOS MUSICALES

En el caso de los derechos musicales; la producción no hizo el trámite de forma directa; se hizo vía correo electrónico con el encargado de hacer dichas gestiones dentro de Televisa; el proceso fue de la siguiente manera:

- La coordinadora de participantes enviaba a la coordinadora musical, la lista de los temas de los participantes.

- La coordinadora musical, concentraba la información en un documento organizado por programa y disciplina; en el cual venía el nombre de cada canción, el compositor y la editorial.
- El departamento encargado de los derechos musicales en la empresa hace la solicitud formal ante las editoras y responde si se puede usar el tema y el costo del mismo.

En este punto, se tuvieron que tomar decisiones importantes ya que; en el casting inicial, estaba contemplado un imitador de John Lennon y otro de Arjona a los cuales se les tuvo que cancelar su participación ya que, los derechos musicales de ambos artistas fueron negados.

GRABACIÓN DEL TEMA INSTITUCIONAL

El tema del programa fue una composición de José Cantoral y la producción estuvo a cargo de Eduardo Salvatierra. Una vez aprobado este tema, se decidió que Lucero y Mijares serían los que lo interpretarían. Se tuvo una llamada telefónica con las disqueras de ambos respectivamente para ver los términos de su participación y derechos de la canción. Una vez que quedaron claros todos los temas legales, se buscó la fecha para hacer la grabación en los estudios de Televisa.

Además de cuadrar las agendas de ambos, para el día de esta grabación, se tuvieron que contratar servicios básicos de catering en el estudio, así como los accesos. Una vez concluida la grabación de las voces, se tuvieron que hacer horas de estudio para la postproducción del tema, todos estos gastos considerados en el presupuesto inicial.

Todo este proceso fue documentado por el departamento encargado de las redes sociales, con el fin de recolectar material suficiente y subirlo a las distintas cuentas del programa.

FORO

Un foro es un espacio cerrado, aislado acústicamente y con una altura considerable para la colocación de equipos de iluminación, es además un espacio manipulable al 100% al tratarse de una “caja negra”.

Una vez contratado el foro, el responsable nos hizo llegar un calendario en el que se contemplaban cuatro semanas de trabajo previas a la grabación del primer programa, siete semanas de grabación y una semana considerada para desmontaje.

Este calendario se estructuró de la siguiente manera:

- Comienzo del montaje: es la entrada de la producción al foro, una de las primeras cosas que se tienen que montar son los puntos de apoyo, por lo que se contrataron *riggers* (personal externo pagado por honorarios) para la colocación de estos puntos.

Este punto es muy importante ya que tiene que ser personal altamente especializado y certificado, por lo que hay que estar muy seguros de contratar a un proveedor que cumpla con dichas características. Como parte del equipo de producción hay que verificar que además de cumplir con lo antes mencionado, la cotización y su pago sean aprobados por el área administrativa.

Al tratarse de un proveedor externo, hay que tramitar los accesos, tanto del personal como del equipo, por lo que hay que enviar un memorándum detallando la fecha y hora de entrada, los nombres y el equipo a ingresar.

- Entrada de escenografía: la elaboración de la escenografía se hizo en los talleres de Televisa conforme a diseño y su entrada se hizo en la fecha prevista, hay que verificar el número de piezas que entra y el estado de las mismas contra un inventario, el escenógrafo es quien recibió y verificó con los constructivos que todo estuviera completo.

Además de la escenografía, se tuvieron que considerar la construcción de las siguientes áreas:

- Gradas: con un diseño ascendente, se consideraron 70 lugares
- Área para consolas o *house* esta área se ubicó de frente al escenario en la parte superior de las gradas
- Construcción de sala de monitores, esta sala se diseñó para que los productores pudieran tener todas las señales de las 16 cámaras, ahí también se ubicó al operador del *prompter*
- Sala para entrevistas
- *Backstage*: Se construyó una cámara negra, con algunos elementos escenográficos, en su mayoría anuncios luminosos referentes al programa, desde donde se harían las menciones de publicidad de algunos productos, también se utilizó para entrevistas rápidas de los participantes
- Camerino para cambios rápidos: se ubicó justo detrás de los cilindros, por donde salían aquellos concursantes
- Privado para invitados especiales
- Oficina para la interventora de gobernación
- Se consideró un área para la prensa

- Comienzo de montaje área Técnica, iluminación y audio: el montaje de este equipo técnico, así como el de las pantallas, se hizo una vez que toda la estructura de la escenografía estuvo lista, personal del foro fue el encargado en cuanto a iluminación y audio se refiere, las pantallas las colocó el proveedor de las mismas, el cual se encarga de tener a un responsable para su correcta configuración y operación, cabe mencionar que este pago lo hace el proveedor.
- Ajustes y entrega del foro: se hizo el día que estaba calendarizado y fueron 10 días antes de la grabación del primer programa. Este tiempo se utiliza para empezar a hacer pruebas de cámara, y todas las pruebas correspondientes de audio, iluminación, etc.
- Sonorización e inicio de ensayos: se programaron 4 días antes del inicio de las grabaciones.
- Inicio de grabaciones: el inicio fue el estipulado en calendario, en este sentido no se tuvieron mayores contratiempos y en ningún momento se puso en riesgo la fecha de arranque.

Para los días de ensayo y grabación, se tuvieron que contratar los siguientes servicios:

- Personal de seguridad: el cual debía controlar el acceso al foro, paramédicos y ambulancia.
- Servicio de café para elenco y equipo técnico: estos servicios se tienen que contratar con tiempo y se tiene que ser muy específico con los alimentos solicitados, cabe mencionar que, como parte de los acuerdos con el sindicato al que pertenecen los trabajadores técnicos del foro, hay que tener un servicio de café, galletas y agua desde la hora del llamado y hasta el término del mismo.

RIDER TÉCNICO

A medida que avanzaba el montaje de todos los elementos escenográficos, se empezó a conformar un *rider* técnico, es decir una lista de todos los equipos necesarios para poder operar el show; cantidad de luces, consola de audio, consola de luces, etc. Esta lista es necesaria para cualquier presentación, es un documento sumamente importante por lo que entre más detallado sea es mejor, en él se debe de indicar la cantidad de los equipos que se requieren, la marca, el modelo y muchas veces la alternativa.

El director de cámaras tuvo que ir a foro y elegir el tipo de cámaras y su colocación, se decidió tener una grúa, la cual situaron a un lado de las gradas y cuya estructura fue de dos pisos, este elemento fue con proveedor externo; se colocó también una cámara a nivel de piso montada sobre un riel y 11 cámaras proporcionadas por el foro.

El iluminador siguió un proceso similar y tuvo que ver el foro con la escenografía al 70% para poder hacer su diseño de luces y requerimiento técnico. En cuanto al ingeniero de audio, no fue necesario seguir el mismo proceso ya que desde las primeras juntas en donde se establecieron el número de personas a interactuar cada programa, el número de músicos se dio una idea de la consola a utilizar.

El *rider* del programa se podrá consultar en la sección de anexos.

Hay que verificar que la cotización enviada, se ajuste a lo que en la etapa de pre producción se contempló.

VESTUARIO

El diseño de vestuario estaba inicialmente contemplado tanto para el elenco como para los participantes, sin embargo, tanto la conductora como los jueces, acordaron que ellos se harían cargo de su propio vestuario.

Debido a la mecánica del programa, en donde se contaba con muy poco tiempo para poder realizar el vestuario de los concursantes ya que, si bien se sabía de antemano quienes vendrían, la mayoría no vivía en la CDMX, así que la idea de confeccionarlo sin hacer la toma de medidas, por parte de vestuaristas, era muy arriesgado y se optó por confeccionar el de aquellos participantes que no contaran con opciones propias.

En el *casting* que se realizó vía zoom, se les pidió que lo hicieran lo más parecido posible a una presentación, para que se pudiera evaluar si podían hacerlo con sus recursos o había que considerar agregar elementos y empezar a solicitarlos.

UTILERIA

La idea en un principio era tener a un director artístico, el cual se encargaría de “vestir” cada número musical, es decir, elegir elementos para su “representación” en los casos que así considerara, esto con el fin de darle mayor dinamismo al programa, dependiendo de la canción y de lo que hablara, podrían existir elementos escenográficos; sin embargo, esta idea se desechó para darle todo el juego a las pantallas.

CASTING

La elección de los participantes fue tarea fundamental, el director de *casting*, tuvo que conformar a los 72 artistas, ya fueran solistas o grupos. La parrilla, es el acomodo que el director hizo una vez que los concursantes estaban confirmados; cabe mencionar que en la elección hay que considerar siempre tener suplentes o *back up* por cualquier eventualidad. Conforme se fue confirmando la asistencia y el número de programa en el que concursarían, se fueron haciendo todos los arreglos necesarios, el flujo que se siguió fue el siguiente:

- Confirmación de asistencia
- Envío de pasaporte y, en los casos de menores de edad, pasaporte del tutor.
- Reunión vía zoom con equipo de producción para tomar diferentes acciones, las cuales detallo a continuación:
 - Coordinadora musical: la reunión consistía en que el participante entregara la lista de los temas que pretendía utilizar para poder hacer la solicitud de los derechos musicales.
 - *Couch* vocal y productor musical: en esta reunión la maestra de canto evaluaría si el tono de su voz era el adecuado para la canción que sugería cantar y para la elaboración de las partituras y pista la cual una vez realizada, se le enviaba al participante.
 - Coordinadora de vestuario: el participante debía mostrar el vestuario que elegía para hacer su presentación, en caso contrario, la coordinadora le indicaba cómo tomarse las medidas para la elaboración del mismo.

CALENDARIO DE GRABACIONES

El calendario de grabaciones contempló las fechas en las que se debían grabar los 8 programas; los cuales por logística de llegada, salida de participantes y ensayos, no podían ser de forma continua, así que se programó grabar un programa cada semana, los días jueves, y tener una semana de preparación para dar paso a que los participantes: llegaran a la CDMX, se instalaran en el hotel, tuvieran uno o dos días en los que los maestros tenían que evaluar la calidad de los números que habían presentado en el casting por si había que hacer algún ajuste, realizar las cápsulas con las que se iban a presentar, las cuales también necesitaban: un tiempo de realización y un tiempo de postproducción, es decir, la unión del material

grabado en una secuencia lógica que cuenta la historia de los participantes unido en un video ya musicalizado. El calendario originalmente quedó de la siguiente manera:

- Programa 1: semana del 07 al 11 de junio, grabación jueves 10 de julio
- Programa 2: semana del 13 al 18 de junio, grabación jueves 17 de junio
- Programa 3: semana del 20 al 25 de junio, grabación jueves 24 de junio
- Programa 4: semana del 27 al 02 de julio, grabación jueves 01 de julio
- Programa 5: semana del 04 al 09 de julio, grabación jueves 08 de julio
- Programa 6: semana del 11 al 16 de julio, grabación jueves 15 de julio
- Programa 7: semana del 18 al 23 de julio, grabación jueves 22 de julio
- Programa 8: semana del 25 al 30 de julio, grabación jueves 29 de julio

Debido a que uno de los jueces tuvo que someterse a una intervención quirúrgica de último momento, se tuvo que adecuar el calendario debiendo terminar en la misma fecha ya que los tiempos de foro, postproducción y salida al aire ya estaban pactados. Se tuvieron que grabar 3 programas en una semana, con lo cual el equipo de producción asignado exclusivamente a la atención de los participantes, tuvieron que dividirse para la llegada de nuevos participantes mientras había actividades con los participantes próximos a grabar en Televisa. Dicho ajuste quedó reflejado de la siguiente manera, para mayor referencia el cambio está en el primer anexo:

- Programa 1: semana del 07 al 11 de junio, grabación jueves 10 de julio
- Programa 2: semana del 20 al 25 de junio, grabación jueves 24 de julio
- Programa 3: semana del 27 al 02 de julio, grabación jueves 01 de julio
- Programa 4: semana del 01 al 06 de julio, grabación lunes 05 de julio
- Programa 5: semana del 04 al 09 de julio, grabación jueves 08 de julio
- Programa 6: semana del 11 al 16 de julio, grabación jueves 15 de julio
- Programa 7: semana del 18 al 23 de julio, grabación jueves 22 de julio
- Programa 8: semana del 25 al 30 de julio, grabación jueves 29 de julio

Las dos acciones que marcaron el inicio de las grabaciones del programa fueron la llegada de los concursantes del primer programa y los ensayos generales.

LLEGADA DE PARTICIPANTES

Los participantes escogidos para formar parte del programa 1 llegaron a las instalaciones de Televisa conforme a la fecha prevista en los calendarios de preproducción, o cronograma

general, es decir, el jueves 3 de junio y las actividades que se tuvieron que hacer previo a su llegada fue:

- Conformar un equipo de producción que estuviera a cargo de ellos y que tenía que quedarse en los hoteles designados, este equipo se encargaría de recibirlos en el aeropuerto, llevarlos al hotel, entregarles todos los documentos para firma, verificar que hicieran la prueba COVID, comunicar al equipo los resultados de dichas pruebas, encargarse de llevarlos a Televisa todos los días a sus clases y regresarlos al hotel.
- Verificar los itinerarios de vuelo, y confirmar el transporte terrestre en el caso del campeón de Puebla quien radica en Zacatlán, Puebla y el transporte designado para el aeropuerto.
- Confirmar con los dos hoteles que las reservaciones estuvieran propiamente hechas y contar con los cupones suficientes para cubrir las comidas que pudieran hacer ahí.
- Confirmar los salones del Centro de educación Artística (CEA) con servicios de: agua y gel antibacterial como parte del protocolo COVID.

GRABACIÓN DE CÁPSULAS

El guion tenía contemplado que la presentación de los participantes se haría por medio de un video, el cual tenía que grabarse a la llegada de los aspirantes a las instalaciones de Televisa.

ENSAYOS GENERALES

Una vez que se entregó el foro, es decir, que toda la escenografía, equipo técnico, gradas, *backstage*, *control room*, etc., estaban montados en su totalidad, se programaron las pruebas de: pantallas, luces, mecanismos, audio, cámaras y grúa. Comprobada la funcionalidad de todos los elementos técnicos se programaron los ensayos generales, los cuales se llevaron a cabo en las siguientes fechas:

- 4 y 5 de junio, se llevó a los participantes a reconocimiento de foro
- 7 de junio se hizo la sonorización o prueba de audio, en donde se verifican que todos los equipos funcionen y tengan los niveles adecuados
- 8 de junio ensayo general

El llamado es un documento de una hoja que sirve para citar a la gente en cierto día, a cierta hora en cierto lugar, este documento debe llevar un encabezado en el que se especifique el nombre de la producción, el programa a grabar, el foro o lugar de grabación; posteriormente se desglosan las áreas que tienen que atender al llamado ese día junto con el horario en el

que deben llegar. Como parte del equipo de producción, hay que confirmar todas las áreas de servicio y dar el llamado un día antes a todas las áreas involucradas, es decir: personal del foro, personal de servicios: mantenimiento, vigilancia, servicio de alimentos, en caso de requerir, camerinos, los cuales deben estar limpios y abiertos a la hora citada, personal de producción, ambulancia y/o paramédicos. Así mismo se debe verificar que los accesos a actores y personal externos esté confirmado, para lo cual hay que mandar un memo al área correspondiente con el llamado.

Conforme a la mecánica previamente establecida para que los concursantes y aspirantes nunca se juntaran; en la mañana se programaron los ensayos en foro de los aspirantes, por disciplinas: baile, canto e imitación. El llamado del ensayo general quedó de la siguiente manera:

GRABACIONES

Conforme al calendario elaborado en la etapa de preproducción, la grabación del primer programa se hizo el 10 de junio, para lo cual se siguió una mecánica muy similar a la planeada para los ensayos generales, es decir, se entrega el llamado un día antes a todas las áreas que deben estar presentes en foro.

Hay ciertas actividades que no están en el llamado y que se tienen que verificar el día de la grabación:

- Dar llamado a público en este caso conformado por extras
- Asignar asientos para invitados especiales
- Verificar la llegada de los servicios
- Indicar a los servicios de alimentación su posición.
- Camerinos abiertos y limpios, en caso contrario llamar al personal de mantenimiento, de igual manera, dar la orden por la comunicación general que se encuentran listos.
- Llegada de ambulancia
- Verificar la limpieza del foro

Conforme al llamado del día de grabación, tanto las áreas de servicio, personal de foro, personal *freelance* (director artístico, operador de *prompter*) debíamos llegar a las 8 am, para la lectura de la escaleta y para que la directora de escena hiciera cualquier otra observación

de última hora. Es muy importante esta junta ya que el objetivo es aclarar cualquier duda y estar todos muy claros de las funciones a realizar ese día.

En los llamados, hay que distinguir muy bien entre la llegada al sitio y el “listos”, este último se refiere a la hora en la que ya están todos en sus puestos y, valga la redundancia, listos para empezar, es decir, la conductora y jueces ya deben estar en foro completamente maquillados y con la ropa asignada, los primeros participantes ya deben estar en *backstage* listos para empezar, para lo cual, el personal de producción debe estar con ellos y saber el orden y darles la señal para que entren a tiempo, todo el personal de foro en sus puestos, etc.

Una vez comenzada la grabación, los productores deciden si las tomas se cortan (es decir, se descartan porque no quedan bien) o si la toma es buena, se aprueba y por lo tanto “queda”. Los productores desde el control room se comunican de manera directa tanto con la directora de escena como con el director de cámaras y deciden si la toma se repite y desde qué punto. El asistente de dirección o el mismo director deberán tener claridad de cuántas tomas e ir marcando en el libreto para posteriormente poder editar el material. De la misma forma en la que los productores debían estar en comunicación con los directores de escena, cámaras y *floor manager*, el equipo de producción debe estar en comunicación por medio de radios para poder actuar de manera eficaz.

Conforme se iban realizando los bloques y se iba conociendo al ganador de cada disciplina, el equipo de producción debía ir haciendo los arreglos necesarios para regresar a los participantes no seleccionados, es decir, hacer los ajustes a las reservaciones de vuelo para el día siguiente. De forma paralela, se fue redactando el acta de hechos para la Secretaría de Gobernación, para dar fe de la legalidad del concurso, para lo cual, se tenía que verificar el porcentaje de votación del ganador y que este resultado se generara de forma automática por medio del sistema elegido para la votación. Cabe mencionar que en esta ocasión y de forma excepcional, el interventor no asistió a las grabaciones, esto debido a la contingencia sanitaria, por lo que, la coordinadora de producción, junto con el área legal, tuvieron que redactar dichos documentos con la siguiente información:

- Fecha y lugar del evento
- Hora de inicio de las grabaciones
- Nombres del panel de jueces

- Nombres del campeón y concursantes, para lo cual, al final de cada bloque, los participantes debían presentar su identificación oficial y dar fe que estaban participando en el programa por voluntad propia, que conocían las bases del concurso y que estaban de acuerdo con las reglas
- Porcentajes con el que había ganado cada participante, para lo cual se debía anexar el reporte generado por el sistema de las votaciones
- Registrar paso a paso el desarrollo del concurso

Debido a la temporalidad del programa, es decir, que se trataba de un programa grabado que saldría al aire una vez concluida su realización, se tuvo mucho cuidado con el manejo de las redes sociales de todos los implicados en el proyecto, la instrucción hacia todos los implicados en el proyecto fue que no podían hacer mención de su participación hasta que el programa saliera al aire.

En cuanto a la prensa, se tuvo que tener un manejo similar, en las grabaciones de todos los programas, se hizo una cobertura de los medios, los cuales debían ir publicando conforme a las fechas en que los programas debían salir al aire.

CAMBIOS EN LA MECÁNICA INICIAL

El área comercial, decidió en el programa 3, hacer un cambio de mecánica, esta consistió en eliminar la parte en donde el informante vendía a los participantes “seguros” los cuales eran información adicional a los campeones sobre sus retadores para ayudarlos a decidir si se enfrentarían o no.

Al eliminarlos para los programas posteriores, por considerarlos confusos, se tuvieron que hacer los siguientes cambios:

- Cambios en el permiso de gobernación: se tuvo que hacer la modificación a la mecánica original.
- Grabación de tomas: ya que dichos seguros se habían vendido en el programa 1 y 3, se decidió editar las partes en donde los concursantes hicieron la compra y en el caso del programa 3, en donde la conductora hizo mención del seguro, se tuvo que grabar esa toma al finalizar el programa 4; para lo cual se tuvo extender el llamado de la conductora, solicitar el vestuario del programa anterior y dejarla exactamente igual (trabajo de continuidad).

El cambio más importante consistió en modificar la forma en la que se elegiría a los ganadores del último programa, ésta sería por voto electrónico en el tiempo real de la emisión, lo que supuso lo siguiente:

- Grabar 6 posibles finales: en el duelo final entre retador y campeón, se tuvieron que hacer las tomas de ambos como campeones por disciplina, este cambio, se notificó a los participantes el mismo día de la grabación.
- Creación de la página para la votación el día de la emisión del programa final: se tuvieron que preparar las cortinillas con la información de la página en la que se podía votar; se tuvieron que hacer pruebas de conectividad y de los resultados.
- Cambio en el permiso de gobernación: se tuvo que hacer el cambio en el escrito original, en el cual se tenía que especificar muy bien cómo se obtendría el resultado para dar fe del ganador.
- El día de la transmisión, se tuvieron que entregar los materiales grabados con los dos finales y correr el correcto, una vez que se tuviera al ganador.
- Modificación en la toma final: la toma final del programa no podía ser la de los conductores subiendo al escenario junto con los ganadores, ya que, si bien se pudieron grabar los 2 finales alternos para cada disciplina, se decidió no hacerlo para el final ya que con esto se extendería el llamado.

PUBLICIDAD

Los promocionales del programa debían salir al aire un mes antes del estreno del programa, este tiempo es el que se marca comúnmente en la publicidad, el cual establece que, una promoción demasiado anticipada no funciona pues cae en el olvido y una promoción tardía no cuenta con el tiempo suficiente para interesar al público. Tomando en cuenta esto, la fecha en la que se decidió grabar los promocionales fue un mes y quince días antes del estreno televisivo, ya que las piezas debían estar producidas en su totalidad un mes antes. La producción, estuvo a cargo de Balassa, la agencia responsable; ellos llevaron la mayoría del equipo necesario y solo solicitaron que el foro estuviera operando como en un día de grabación es decir tenía que estar iluminando y con todos los mecanismos funcionando, por lo que hubo que cotizar con el foro ese día de trabajo extra así como llevar a los campeones de las tres disciplinas con los que arrancaba el programa, los cuales ya habían sido sustituidos por los concursantes, esto generó gastos extras de: boletos aéreos, hospedaje, transporte y

alimentación ya que se tuvo que traer de Estados Unidos al campeón de baile, de Sinaloa al campeón de imitación y de Puebla al campeón de canto.

En este punto es importante mencionar que los participantes no recibieron pago alguno por su participación, la cual fue voluntaria por lo que tampoco hubo pago por hacer los promocionales y la negociación desde un inicio se orientó en el sentido de beneficio y promoción para los mismos intérpretes, quienes aceptaron con la condición de tener los gastos de viaje pagados.

Para la publicidad impresa se consideraron:

- Revistas de mayor circulación a nivel nacional, se consideró una página entera
- Espectaculares, se eligieron puntos estratégicos de la ciudad
- Publicidad en autobuses

Para lo cual se debía tener el diseño gráfico aprobado, para que posteriormente se hicieran las adecuaciones de acuerdo con a las especificaciones para cada medio.

Se decidió que la presentación del programa a los medios se hiciera dos semanas antes del estreno televisivo, se tuvo que organizar un evento vía zoom, debido una vez más a la contingencia sanitaria. Para este evento, se contrató el foro 7, el cual es muy pequeño y normalmente se usa para este tipo de grabaciones. Se tuvieron que hacer pruebas de conectividad a cargo del ingeniero responsable del foro, ya que se estarían conectando 15 medios aproximadamente. La encargada de los medios de comunicación tuvo que pactar el orden en el que cada medio haría las preguntas. Este evento, se transmitió en vivo a través de las redes sociales y tuvo cobertura de otros medios para su publicación en prensa y mención en programas de revista y dedicados a este tipo de información.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES DE LA ETAPA DE POSTPRODUCCIÓN

Esta etapa comienza una vez que la grabación de los programas finaliza, todas las actividades realizadas en esta etapa estuvieron encaminadas a la promoción del programa. El equipo de edición comenzó a trabajar en el master final de cada programa conforme se terminaban de grabar, en este proceso al cual también se le conoce como postproducción, es en donde se edita, musicaliza y se agregan todas las cortinillas al programa, es decir, todos los gráficos como los créditos de entrada y salida, el nombre de la conductora, bolsa acumulada, etc.

También se tenían que incluir en dicho máster las menciones pagadas por las marcas, las cuales compraron un espacio dentro del programa para el anuncio de sus productos.

MENCIONES PAGADAS

El programa promete tener cierto rating al inicio del proyecto, el cual resulta interesante para las marcas que quieren posicionar sus productos, por lo que compran menciones pagadas dentro del programa; para lo cual se designó el área de *backstage* el cual fue un espacio dentro del foro que se acondicionó para hacer este tipo de grabaciones en las que la conductora, Sofía Escobosa se encargaba de hacer la mención del producto. Conforme se iban cerrando la venta de estos espacios, se fueron grabando dichas menciones, las cuales, se editaron para finalmente incorporarlas al *máster* final del programa.

Algunos espacios se vendieron previo a la salida del programa al aire, otros, se vendieron a la par de la transmisión, por lo que, hubo que contratar un foro alternativo; mismo que se utilizó para la rueda de prensa; y dejarlo exactamente igual al utilizado para las grabaciones del programa.

ENTREGA DE PREMIOS

La entrega de los cheques se fue haciendo de forma paulatina, es decir, cada vez que un concursante decidía retirarse con la bolsa acumulada, se iniciaba el trámite. Esto supuso la intervención del departamento legal ya que, algunos de los ganadores eran extranjeros, se tuvieron que hacer los trámites correspondientes, los cuales duraron varios meses. En el caso de la entrega de los premios a los ganadores del último programa, el trámite se inició al día siguiente de la emisión del programa.

ENTREGA DE FORO

El desmontaje empezó conforme al calendario que se menciona con anterioridad, es decir, al día siguiente del término de la grabación, se comenzó con el área de gradas, *house* y demás espacios que no eran necesarios para la transmisión en vivo, se decidió esperar unos días para desmontar el escenario principal y *backstage*, por si se tenían que repetir tomas o hacer alguna entrevista final. En esta etapa es muy importante definir si la escenografía entra en resguardo, es decir, se desmonta y almacena con el fin de usarla después, lo cual supone generar el memorándum correspondiente o si la escenografía ya no se utilizará y podrá ser reciclada por el departamento correspondiente.

CIERRE DE PRESUPUESTO

Este cierre lo hace el administrativo encargado del programa, tiene que verificar que no exista ninguna cuenta más por pagar ya que una vez cerrado el centro de costos, no se puede generar ningún pago, por lo que es importante pedir a cada área que confirme que todas las cuentas están pagadas.

CONCLUSIONES

La televisión es un medio controvertido al que el estudiante de teatro incursiona temeroso por muchas razones, en mi caso fueron dos: la primera, el cuestionarme sobre la pertinencia de entrar en un medio que ha sido menospreciado y criticado desde el aula y la segunda, el desconocimiento técnico de un medio que se compone en su mayoría de tecnología especializada.

La inclusión en este trabajo de una rápida revisión sobre la historia de la televisión y los estudios que sobre ella se han escrito me pareció fundamental para entender un medio que seguirá en controversia, pero el cual es también una herramienta muy poderosa que en las manos adecuadas es capaz de realizar productos de excelente calidad.

Esta experiencia me permitió reflexionar sobre lo que el egresado de la carrera de teatro tiene que aportar al medio televisivo. El estudiante de teatro, desarrolla una sensibilidad muy particular y personal sobre la condición humana, sus emociones, sus conflictos y sus alegrías; a través de historias escritas hace décadas, siglos o milenios, reconocemos lo que nos une como sociedad y distinguimos aquellos sentimientos o actitudes que van en contra de la misma. El teatro nos permite seguir escuchando y viviendo esas historias que interpelen a cada uno de formas y a niveles muy distintos. El teatro es vivir, sentir y reflexionar en cada función. Esta sensibilidad transportada al medio televisivo permite desarrollar argumentos claros en donde se pueda explotar el momento emotivo o dramático que el director y/o productor quieran, para hacer su historia interesante.

Teatro y Televisión tienen en común, el trabajo con emociones y tienen con cada obra o programa un mensaje que desean transmitir, aunque los procesos son completamente diferentes. En el teatro, técnicamente hablando, se presenta una obra terminada frente a un público función con función, cuya duración puede ir de 20 a 120 minutos aproximadamente (aunque las hay de más extensas) sin la posibilidad de parar en caso de que un actor no recuerde su siguiente línea o si la puerta que debe abrir para entrar a escena se atasca durante la representación. La televisión puede contar sus historias en este mismo tiempo o lo puede hacer en una serie de 80 capítulos de una hora de duración cada uno, en donde todo está muy controlado y no hay mucho margen para la improvisación salvo que así esté planteado desde un principio, para lo cual se vale de formatos que involucran la realidad, como en el caso de los concursos.

Para poder llevar estas historias al público, la producción en ambos ámbitos es fundamental y requieren esfuerzos similares. Se trata de juntar todos los recursos tanto materiales como humanos que permitan que el espectáculo o la representación, se lleve a cabo de la mejor manera posible. Uno de los aprendizajes que tuve de esta experiencia es en lo referente a las condiciones laborales de una empresa como Televisa. En el teatro a ciertos niveles, e incluso en compañías grandes, los contratos de trabajo son verbales con la promesa de algún día firmar y tener claridad sobre las condiciones en las que uno está siendo contratado. Este punto pudiera parecer insignificante pero es lo que muchas veces quiebra el espíritu del recién egresado que después de un tiempo trabajando “de palabra” necesita cierta seguridad económica. Así que proveer a todos los participantes de un proyecto de un sueldo y condiciones claras de trabajo me parece que es una de las principales responsabilidades de un productor ya sea de teatro, cine o televisión. Es la ventaja que tiene uno al trabajar en una empresa que ofrece un contrato y un sueldo desde el principio, eliminando la incomodidad de un contrato verbal.

Antes de incursionar en el medio de la televisión, yo también tenía mis prejuicios y tenía la firme convicción de que todos los programas de concursos estaban arreglados y los ganadores estaban escogidos desde el principio, en este proyecto no hubo tal arreglo. El objetivo de los productores era emocionar a la audiencia con una competencia real en la que el ganador fuese escogido por gente común, para lo cual el equipo de producción trabajó para seleccionar a la gente que tuviera la calidad necesaria en cada disciplina y así poder tener un espectáculo interesante, el cual se revistió con todos los elementos de producción que detallo en el cuerpo de este informe.

Cualquier espectáculo que se presente debe tener un perfecto equilibrio entre producción (como los elementos visuales que lo acompañan tales como: vestuario, maquillaje, ambientación, iluminación) y calidad discursiva, sin embargo, en la televisión esto no basta ya que existe un tercer elemento muy poderoso que no existe en el teatro que es: la edición. Este armado complejo que hace el editor junto con el productor, como si se tratase de un rompecabezas es lo que finalmente llegará al público. Una vez que el programa quedó editado y conforme se transmitía domingo a domingo, pude constatar que esa emoción que existió en el “en vivo” no logró pasar la pantalla, lo cual creo que es un reto con cada producción que se planea, el producto final debe ser interesante al público, con la calidad adecuada y debe ser capaz de poder transmitir lo que se genera en el momento.

En cuanto al reto tecnológico, tuve que familiarizarme con todos los equipos técnicos y el movimiento propio de un foro, en este sentido, busqué información en manuales y recurrí a los técnicos para que me ayudaran a entender el funcionamiento de: cámaras, consolas, micrófonos, etc., con lo cual, se hace evidente que un profesional de la producción, ya sea de: teatro, cine, televisión, conciertos, debe tener conocimientos técnicos y estar siempre al tanto de las nuevas tecnologías.

Si bien, el objetivo del CLDyT no es formar profesionales de la producción, y menos a un nivel tan especializado como lo es la televisión, considero fundamental diseñar talleres de producción en donde el alumno adquiera conocimientos técnicos reales y actualizados en un set de t.v., o de cine y en cabinas de radio; ya que con esto, tendrá herramientas que lo ayuden a insertarse mejor en estos ámbitos, en los que seguramente en algún momento de su vida profesional tendrá acceso, incluso se podría pensar en una colaboración más cercana con T.V. UNAM para la creación y producción de contenido nuevo.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez Rodríguez, Mónica Salud. "Análisis socio jurídico de los medios masivos de comunicación." Diss. Facultad de Derecho, UNAM, 1985. *TESIUNAM*. Web.
- Beltrán Ramos, Alma Evelyn. "Plan de estudios del Colegio de Literatura Dramática y Teatro de la Facultad de Filosofía y Letras de la UNAM." Diss. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2016. *TESIUNAM*. Web.
- Benassini, Claudia. "Perfectamente bien contestado. Los programas producidos por la televisión mexicana." *La metamorfosis de la TV*. Ed. Claudia Gómez Mont. México: Universidad Iberoamericana, 1995. 109-115. Print.
- Casetti, Francesco and Federico Di Chio. *Análisis de la televisión, instrumentos, métodos y prácticas de investigación*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1999. Print.
- Corona Berkin, Sarah. "La Televisión: informe de Salvador Novo y Guillermo González Camarena. Entre Melón y Sandía." *Comunicación y Sociedad (CEIC, Universidad de Guadalajara)*, num. 16 -17, septiembre 1992 – abril 1993, pp. 195 – 239. Web.
- De León Cevallos, Marisa. *Espectáculos Escénicos. Producción y Difusión*. México: CONACULTA, 2013. Print.
- Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona: Tusquest Editores, 1995. Print.
- Enriquez Arreola, Maria Antonia. "Balconeando el balcón en teatro, cine y televisión." Diss. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 1990. *TESIUNAM*. Web.
- Fernández, Claudia and Paxman Andrew. *El Tigre. Emilio Azcárraga y su Imperio Televisa*. México: Grijalbo. Print.
- Gómez Mont, Carmen, comp. *La metamorfosis de la TV*. México: Universidad Iberoamericana, 1995. Print.

- Gubern, Roman. *El eros electrónico*. México: Editorial Taurus Santillana, 2000. Print.
- Lipovetsky, Gilles and Serroy Jean. *La pantalla global, cultura mediática y cine en la era hipermoderna*. Barcelona: Editorial Anagrama, 2009. Print.
- Marín Pavia, Ana Rosa. "Análisis comparativo sobre la función del Productor en la Producción Teatral y en la Producción Televisiva." Diss. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2003. *TESIUNAM*. Web.
- Mejía Barquera, Fernando. "La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (orígenes y desarrollo)." Diss. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 1981. *TESIUNAM*. Web.
- Monsiváis, Carlos. *Aires de familia; Cultura y Sociedad en América Latina*. Barcelona: Anagrama, 2000. Print.
- Morales Escobar, Alfonso. "Una relación perversa, conflictos, negociaciones y acuerdos entre gobierno y radiodifusores en México (1923-2003)." Diss. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, 2008. *TESIUNAM*. Web.
- Morley, David. *Televisión, audiencias y estudios culturales*. Buenos Aires: Amorrortu Editores, 1996. Print.
- Wagner, Fernando. *La televisión, técnica y expresión dramática*. Barcelona: Editorial Labor, 1972. Print.
- Ubeda Araiza, Montserrat. "La producción televisiva como campo de trabajo del egresado de la licenciatura de Literatura Dramática y Teatro." Diss. Facultad de Filosofía y Letras, UNAM, 2010. *TESIUNAM*. Web.
- Zettl, Herbert. *Manual de producción de televisión*. México: CENGAGE Learning, 2010. Print.

GLOSARIO

BACK STAGE: se refiere a la parte trasera del escenario, en televisión se usa comúnmente para denominar a lo que ocurre “tras bambalinas” es un área que se utiliza mucho para hacer entrevistas a los actores antes de su salida al escenario, denota la preparación y trabajo que hay detrás de cada producción.

BREAK: es el plan de trabajo para la grabación.

BRIEF: se le denomina a la junta que se tiene para leer el plan de trabajo y asegurarse que todas las áreas estén enteradas de los cambios de última hora o simplemente para saber si hay alguna duda y sobre algún punto.

CASTING: es la traducción de audición

CONTROL ROOM: es la sala de control

CREW: es el equipo de trabajo

COUCH: es la traducción para instructor

FLOOR MANAGER: es un puesto en la televisión que se podría traducir como el Regidor, es decir aquella persona que dice que es lo que se va a grabar y en el momento en el que se debe hacer

FREELANCE: se utiliza para referirse a las personas que son parte del proyecto mas no de la empresa, un trabajador independiente, al cual le han contratado para uno o más proyectos en específico

HOUSE: se refiere al lugar en donde físicamente están todas las consolas y desde uno puede ver el escenario de frente

PROMPTER: es un dispositivo que se utiliza para que el conductor del programa lea el guion, es parecido a una cámara y se posiciona frente al presentador

RENDER: es una representación gráfica en 3d que muestra el resultado de un modelo

RIDER: se refiere a la lista de requerimientos técnicos necesarios para una presentación

RIGGER: es la persona encargada de montar la estructura sobre la que se colocarán los equipos de iluminación y sonido

SCOUTING: es el reconocimiento que se hace de un lugar para conocer las necesidades que surgirán al llevar a cabo algún evento en algún lugar determinado

SLIDES: es la traducción de diapositivas

STAGE: escenario

TRACK: pista musical

VTR VIDEO TAPE RECORDER: se refiere al material grabado, en el caso de este proyecto se refería a las capsulas grabadas de los participantes en donde se les podía conocer un poco mejor

Rider Técnico

EQUIPO TECNICO "EL RETADOR"

FORO 5

VIDEO

- 11 cámaras
- Periféricos:
 - 2 steady inalámbrico con teradek
 - 2 grúa con control
 - dolly furio
 - cam remote

- 4 lentes gran angular.
- 20 plasmas de 42" para periferia back stage y producción
- 6 ingestas (program, previo y 4 esclavas)
- 3 monitores 42" HD de foro para cabina de productores
- 2 monitores de 42" para house
- 1 plasma de 70" para prompter
- 1 Kairon c/ operador
- 1 Abeka con 4 canales
- 1 play out para grabaciones, con operadores en foro.
- Sistema EVS para repeticiones
- 1 protools
- 2 espejos para prompter para cámara de foro
- 1 teleprompter sistema lnews
- 4 lentes largos 72 X para cámara de foro

AUDIO

- 4 chicharos independientes – productores con talento
- Microfonía para: 3 jueces, 1 conductor, 1 co-conductora back stage, talento y participantes dependiendo a su desarrollo en el escenario es lo que utilizarán (diademas, micro de mano, micro escondido etc)
- Sistemas y monitoreo en foro (monitores de piso, sistemas lineales a tramoya etc. Dependiendo a diseño de foro)
- 1 chicharo phonak

EDICIÓN Y POST PRODUCCIÓN

- 4 equipos para editar en final cut o premiere.
- 1 Work Space en el XSAN en San Angel
- 1 sistema online en post producción sábado y domingo para post producir y correcciones de calificación y envío de pistas para foro.
- 1 cabina de audio para los días jueves viernes y sábado. Más musicalización de cápsulas lunes y martes.
- Corrección de color Baselight.

ILUMINACIÓN

- Convencional y robótica **según diseño.**
- Backstage según diseño

ESTRUCTURAS

- Truses según diseño de iluminación (negras)

Rider de iluminación

		RIDER ILUMINACIÓN TELEVISIVA							
		EL RETADOR							
CIUDAD	C. D. M.X.								
LUGAR	FORO 5 (SAN ANGEL)								
MONTAJE	17 DE MAYO								
ENSAYO									
EVENTO	14 DE JUNIO								
PRODUCCIÓN	RUBÉN GALINDO								
						232			
ROBÓTICA									
Equipo			Origen			Watts			
CANTIDAD	Descripción	Marca	Chapultepec	San Ángel	Renta	Carga Unit.	Carga Total		
22	REFLECTOR AURA	MARTIN		22		400	8800		
32	REFLECTOR SOLA SPOT PRO FILE 1500	HIGH END	6	26		1500	48000		
46	REFLECTOR SHARPY BEAM	CLAY PACKY		46		400	18400		
20	REFLECTOR SHARPY WASH	CLAY PACKY		20		1500	30000		
40	REFLECTOR MOZART	TMB		40		1500	60000		
20	REFLECTOR NX1	CHAUVET		20		200	4000		
18	REFLECTOR SOLARIS FLARE	TMB		18		100	1800		
20	REFLECTOR VL3500 WASH	VARI LITE	20			1500	30000		
30	REFLECTOR MAC 101	MARTIN	8	22		200	6000		
12	REFLECTOR BAR 10	GLP				200	2400		
12	REFLECTOR BAR 20	GLP		12		200	2400		
4	SEGUIDOR SUPPER TRUPPER 2500 T.MEDIO C/SILLA	TRUPPER		4		2700	10800		
2	MAQUINAS HAZE DF 50	DIFUSION		2		1000	2000		
						CARGA ROBÓTICA	224600		
CONVENCIONAL									
Equipo			Origen			Watts			
CANTIDAD	Descripción	Marca	Chapultepec	San Ángel	Renta	Carga Unit.	Carga Total		
							0		
							0		
						CARGA CONVENCIONAL	0		
CONSOLAS									
Equipo			Origen			Watts			
CANTIDAD	Descripción	Marca	Chapultepec	San Ángel	Renta	Carga Unit.	Carga Total		
2	CONSOLA GRAND MA2 FULL SIZE	MA LIGHTING	1	1		500	1000		
3	NPU	MA LIGHTING		X		500	1500		
							0		
						CARGA CONVENCIONAL	2500		
PANTALLAS									
Equipo				Origen			Watts		
CANTIDAD	Descripción	Medida	Pitch	Marca	Chapultepec	San Ángel	Renta	Carga Unit.	Carga Total
1	PANTALLA - A	4.61 x 1.73 m	6 mm			X	7.9753	1920	1920
2	PANTALLAS - B,C	3.46 x 1.73 m	6 mm			X	11.9716	1440	2880
1	PANTALLA - BACK RETADORES	9.22 x 2.30 m	6 mm			X	21.206	5120	5120
2	PANTALLAS - PRINCIPAL A,B	6.34 x 1.73 m	6 mm			X	21.9364	2640	5280
1	PANTALLA - PRINCIPAL C	6.34 x 2.30 m	6 mm			X	14.582	3520	3520
1	PANTALLA - D	4.61 x 2.30 m	6 mm			X	10.603	2560	2560
1	PANTALLA - BACK JUECES	9 x 2 m	3 mm				X		0
1	PANTALLA - PISO	3 x 18 m	3 mm				X		0
								CARGA PANTALLAS	21280
								CARGA TOTAL	248380
ESTRUCTURAS (Foro)									
Equipo			Origen						
CANTIDAD	Descripción	Marca	Chapultepec	San Ángel	Renta				
	(SEGÚN DISEÑO)								
VEHÍCULOS									
Equipo			Origen						
CANTIDAD	Descripción		Chapultepec	San Ángel	Renta				
1	CAMIÓN DE CARGA (Freightliner)			X					

EL RETADOR

PANTALLAS



PROPUESTA EQUIPO TELEVISIVA

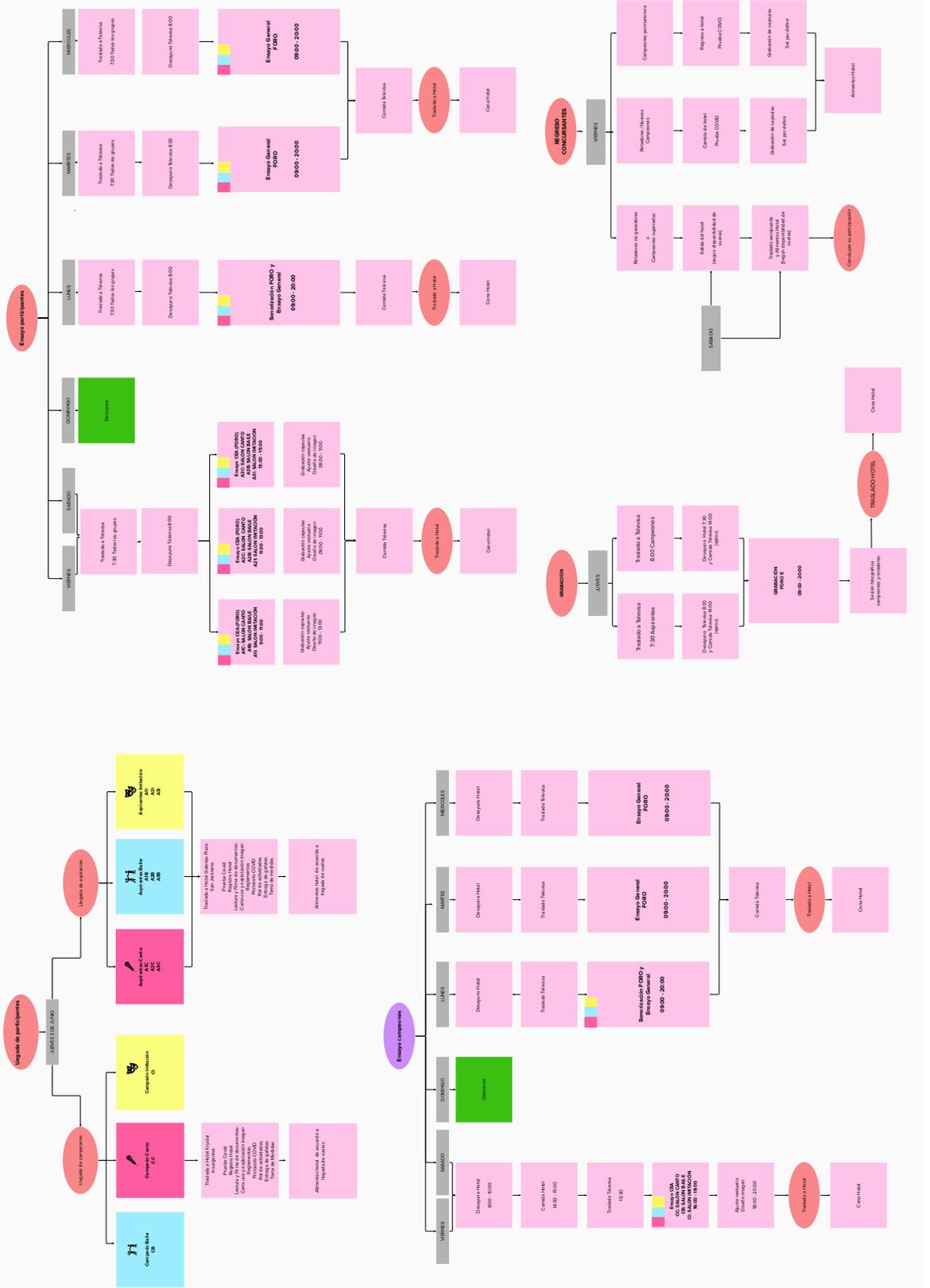
DESCRIPCIÓN	Medida en m			Medida en m ²	Total m ²	Cantidad de módulos			Total de módulos	TOTAL módulos	Resolución	Pitch	San Ángel	Chapultepec	Renta	
PANTALLA A	4.61	x	1.73	7.9753	41.1529	8	x	3	24	124	768 x 384 px	6 mm	x			
PANTALLA B	3.46	x	1.73	5.9858		6	x	3	18		576 x 384 px	6 mm	x			
PANTALLA C	3.46	x	1.73	5.9858		6	x	3	18		576 x 384 px	6 mm	x			
BACK RETADORES	9.22	x	2.3	21.206		16	x	4	64		1536 X 480 PX	6 mm	x			
PRINCIPAL_A	6.34	x	1.73	10.9682	47.1214	11	x	3	33	142	1056 x 288 px	6 mm	x			
PRINCIPAL_B	6.34	x	1.73	10.9682		11	x	3	33		1057 x 288 px	6 mm	x			
PRINCIPAL_C	6.34	x	2.3	14.582		11	x	4	44		1056 x 384 px	6 mm	x			
PANTALLA D	4.61	x	2.3	10.603		8	x	4	32		768 x 384 px	6 mm	x			
BACK JUECES	9	x	2	18	72	-	x	-	-	-	-	3 mm			x	
PISO	3	x	18	54		-	x	-	-	-	-	-	3 mm			x
TOTAL:					160.2743											

Todos los rider's fueron proporcionados por el área técnica.



EL RETADOR DIAGRAMA DE FLUJO LLEGADA DE PARTICIPANTES Y PARTICIPANTES PRIMER PROGRAMA

FLOW KEY



Calendario de montaje foro

TABLA DE TIEMPOS "EL RETADOR" FORO 5	
Time table	
MAYO- JUNIO	FORO 5
Miércoles 12 mayo	Comienza montaje "EL RETADOR" / Entrada de riggers
Viernes 14 mayo	Entrada escenografía.
15 al 28 de mayo	Seguimiento Montaje escenografía y proveedores.
24 de mayo	Comienzo Montaje área Técnica.(ilum, audio)
Martes 1 junio	Ajustes y entrega de foro
Lunes 7 junio	Sonorización e inicio de ensayos EL RETADOR
8 y 9 junio	Ensayos
Jueves 10 de junio	Inicio de grabación "EL RETADOR"

Este documento fue proporcionado por el área de foros.

Escaleta

PROGRAMA 06						
GRAB. 15 DE JULIO/EL RETADOR						
1	HORA	DURACIÓN	ACUMULADO	EVENTO	OBSERVACIONES	DISCIPLINA
0	20:00:00	00:00:05	00:00:05	CORTINILLA OPPO		
1	20:00:05	00:00:05	00:00:10	VOZ EN OFF PRESENTA A CONSUELO		
2	20:00:10	00:02:00	00:02:10	CONSUELO DA BIENVENIDA Y SALUDA JUECES	JUECES BAJAN POR CILINDRO	
3	20:02:10	00:00:10	00:02:20	CONSUELO MENCIÓN OPPO		
4	20:02:20	00:00:30	00:02:50	CONSUELO MENCIONA DISCIPLINA Y DA PIE VTR CAMPEÓN DE BAILE		
5	20:02:50	00:00:50	00:03:40	VTR CAMPEÓN BAILE - BUNKERS		
6	20:03:40	00:01:30	00:05:10	CONSUELO PRESENTA CAMPEÓN / RECUERDA BOLSA		
7	20:05:10	00:01:00	00:06:10	CONSUELO MENCIONA ASPIRANTES DE BAILE Y MANDA A CAMPEÓN A ZONA DE SILENCIO	AUDIFONOS CAMPEÓN	
8	20:06:10	00:00:10	00:06:20	CONSUELO PRESENTA ASPIRANTE 1 - CEEJAY GIRLS		
9	20:06:20	00:01:00	00:07:20	VTR 1 CEEJAY GIRLS	PANTALLA, VOZ EN OFF, PASARELA	
10	20:07:20	00:01:30	00:08:50	BAILE 1 CEEJAY GIRLS	CANCION GET UR FREAK	
11	20:08:50	00:03:00	00:11:50	COMENTARIO DE JUECES / CONSUELO LO MANDA A BACKSTAGE	Hablan tres jueces	
12	20:13:20	00:00:10	00:13:30	CONSUELO PRESENTA ASPIRANTE 2 - CERBERO		
13	20:13:30	00:01:00	00:14:30	VTR 2 CERBERO	PANTALLA, VOZ EN OFF, PASARELA	
14	20:14:30	00:01:30	00:16:00	BAILE 2 CERBERO	CANCION ARRASANDO	
15	20:16:00	00:03:00	00:19:00	COMENTARIOS DE JUECES / CONSUELO LO MANDA A BACKSTAGE	Hablan tres jueces	
16	20:11:50	00:01:30	00:13:20	CONSUELO DA PIE A BERTH QUE ENTRA A BAILAR CON CERBERO		
17	20:19:00	00:00:10	00:19:10	CONSUELO PRESENTA ASPIRANTE 3 - JONATHAN Y PAULA		
18	20:19:10	00:01:00	00:20:10	VTR 3 JONATHAN Y PAULA	PANTALLA, VOZ EN OFF, PASARELA	
19	20:20:10	00:01:00	00:21:10	VTR CHOCOLATE. BERTH CON TELÉFONO OPPO.	VTR SORPRESA EN PANTALLAS Y TELÉFONO OPPO	
20	20:21:10	00:01:30	00:22:40	BAILE 3 JONATHAN Y PAULA	CANCION PA LOS RUMBEROS	
21	20:22:40	00:03:00	00:25:40	COMENTARIO DE JUECES	Hablan tres jueces	
22	20:25:40	00:00:30	00:26:10	CONSUELO LLAMA A CEEJAY GIRLS Y CERBERO PARA DECISIÓN		
23	20:26:10	00:00:30	00:26:40	CONSUELO VENDE PARA PRÓXIMO BLOQUE ELECCIÓN DE RETADOR BAILE Y MANDA A SOFIA PARA BACKSTAGE		
24	20:26:40	00:00:30	00:27:10	SOFIA EN BACKSTAGE MANDA A CORTE	MENCION FARMACIAS DEL AHORRO	
25	20:27:10	00:00:45	00:27:55	BUMPER OFF		
26	20:27:55	00:00:10	00:28:05	CORTINILLA COCA COLA		
27	20:28:05	00:06:00	00:34:05	*****CORTE 1*****	FIN BLOQUE 1	0:34:05
28	20:34:05	00:01:00	00:35:05	CONSUELO ABRE BLOQUE 2 Y RETOMA ELECCIÓN DE RETADOR BAILE		
29	20:35:05	00:03:00	00:38:05	JUECES ELIGEN RETADOR DE BAILE	Hablan tres jueces	
30	20:38:05	00:00:30	00:38:35	CONSUELO DESPIDE ELIMINADOS A BACKSTAGE Y MANDA RETADOR A CILINDRO		
31	20:38:35	00:00:20	00:38:55	CONSUELO PRESENTA AL INFORMANTE.		
32	20:38:55	00:03:00	00:41:55	INFORMANTE YA EN EL TRONO Y HACE DINÁMICA		
33	20:41:55	00:00:30	00:42:25	BACKSTAGE EN RETADOR		
34	20:42:25	00:01:00	00:43:25	CARA A CARA RETADOR Y CAMPEON	PRESENCIA LOGO OPPO	
35	20:43:25	00:00:10	00:43:35	CONSUELO INICIA DUELO BAILE		
36	20:43:35	00:01:30	00:45:05	BAILA BUNKERS	CANCION CAN CAN MUSIC	

37	20:45:05	00:01:30	00:46:35	BAILA RETADOR	CANCION PRESENCIA LOGO OPPO	
38	20:46:35	00:00:45	00:47:20	CONSUELO PIDE VOTACION DE PÚBLICO	15 segundos de votación con teléfono OPPO	
39	20:47:20	00:00:30	00:47:50	CONSUELO PIDE SOBRE CON RESULTADOS		
40	20:47:50	00:03:00	00:50:50	CONSUELO CON SOBRE EN MANO PREGUNTA A JUECES POR QUIÉN IRÍAN	Hablan tres jueces	
41	20:50:50	00:01:30	00:52:20	CONSUELO DA RESULTADOS, DESPIDE AL RETADOR, MANDA A CAMPEÓN A TRONO / MENCIONA LA BOLSA ACUMULADA		
42	20:52:20	00:00:20	00:52:40	CONSUELO DA PASO A RONDA DE CANTO		
43	20:52:40	00:00:10	00:52:50	CONSUELO DA PIE VTR CAMPEÓN DE CANTO - IRLANDA VALENZUELA		
44	20:52:50	00:01:00	00:53:50	VTR CAMPEON DE CANTO - IRLANDA VALENZUELA		
45	20:53:50	00:00:30	00:54:20	CONSUELO PRESENTA A CAMPEÓN Y RECUERDA BOLSA ACUMULADA		
46	20:54:20	00:00:30	00:54:50	CONSUELO MENCIONA ASPIRANTES DE CANTO Y MANDA A CAMPEÓN A ZONA DE SILENCIO	AUDIFONOS CAMPEÓN	
47	20:54:50	00:00:10	00:55:00	CONSUELO PRESENTA ASPIRANTES 1 - LAURA DE FREITAS		
48	20:55:00	00:01:00	00:56:00	VTR 1 LAURA DE FREITAS	PANTALLA, VOZ EN OFF, PASARELA	
49	20:56:00	00:01:30	00:57:30	CANTO 1 LAURA DE FREITAS	CANCION I HAVE NOTHING EN ESPAÑOL	
50	20:57:30	00:03:00	01:00:30	COMENTARIO DE JUECES / CONSUELO LOS MANDA A BACKSTAGE	Hablan tres jueces	
51	21:00:30	00:03:00	01:03:30	CONSUELO PRESENTA ASPIRANTES 2 - DIANA VILLAMONTE		
52	21:03:30	00:03:00	01:06:30	VTR 2 DIANA VILLAMONTE	PANTALLA, VOZ EN OFF, PASARELA	
53	21:06:30	00:03:00	01:09:30	CANTO 2 DIANA VILLAMONTE	CANCION ALL BY MYSELF	
54	21:09:30	00:03:00	01:12:30	COMENTARIO DE JUECES / CONSUELO LOS MANDA A BACKSTAGE	Hablan tres jueces	
55	21:12:30	00:00:10	01:12:40	CONSUELO PRESENTA ASPIRANTES 3 - ANGÉLICA VARGAS		
56	21:12:40	00:01:00	01:13:40	VTR 3 ANGÉLICA VARGAS	PANTALLA, VOZ EN OFF, PASARELA	
57	21:13:40	00:01:30	01:15:10	CANTO 3 ANGÉLICA VARGAS	CANCION LA CIGARRA	
58	21:15:10	00:03:00	01:18:10	COMENTARIO DE JUECES	Hablan tres jueces	
59	21:18:10	00:00:30	01:18:40	CONSUELO LLAMA A LAURA DE FREITAS Y DIANA VILLAMONTE PARA DECISIÓN		
60	21:18:40	00:00:30	01:19:10	CONSUELO VENDE PARA PRÓXIMO BLOQUE DECISIÓN DE JUECES Y MANDA A SOFÍA		
61	21:19:10	00:00:20	01:19:30	SOFÍA HACE MENCIÓN OPPO Y MANDA A CORTE	OPPO BACKSTAGE	
62	21:19:30	00:00:45	01:20:15	BUMPER OFF		
63	21:20:15	00:00:10	01:20:25	CORTINILLA RESTONIC		
64	21:20:25	00:06:00	01:26:25	*****CORTE 2*****	FIN BLOQUE 2	0:52:20
65	21:26:25	00:01:00	01:27:25	CONSUELO ABRE BLOQUE 3 Y RETOMA ELECCIÓN DE RETADOR CANTO	ENTRA PRENSA Y DIGITAL	
66	21:27:25	00:03:00	01:30:25	JUECES ELIGEN RETADOR DE CANTO		
67	21:30:25	00:00:30	01:30:55	CONSUELO DESPIDE ELIMINADOS A BACKSTAGE Y MANDA RETADOR A CILINDRO		
68	21:30:55	00:00:15	01:31:10	CONSUELO PRESENTA INFORMANTE / DINÁMICA STEREN	MENCIÓN STEREN	
69	21:31:10	00:00:20	01:31:30	CONSUELO PRESENTA AL INFORMANTE / BERTH EN TRONO		
70	21:31:30	00:03:00	01:34:30	INFORMANTE YA EN EL TRONO Y HACE DINÁMICA		
71	21:34:30	00:00:30	01:35:00	BACKSTAGE EN RETADOR		
72	21:35:00	00:01:00	01:36:00	CARA A CARA RETADOR Y CAMPEON	PRESENCIA LOGO OPPO	
73	21:36:00	00:00:10	01:36:10	CONSUELO INICIA DUELO CANTO		
74	21:36:10	00:01:30	01:37:40	CANTA IRLANDA VALENZUELA	CANCION MENTIRA	
75	21:37:40	00:01:30	01:39:10	CANTA RETADOR	CANCION	
76	21:39:10	00:00:45	01:39:55	CONSUELO PIDE VOTACION DE PÚBLICO	15 segundos de votación con teléfono OPPO	
77	21:39:55	00:00:30	01:40:25	CONSUELO PIDE SOBRE CON RESULTADOS		

78	21:40:25	00:03:00	01:43:25	CONSUELO CON SOBRE EN MANO PREGUNTA A JUECES POR QUIÉN IRÍAN		
79	21:43:25	00:01:30	01:44:55	CONSUELO DA RESULTADOS, DESPIDE AL RETADOR, MANDA A CAMPEÓN A TRONO Y MENCIONA LA BOLSA ACUMULADA		
80	21:44:55	00:00:20	01:45:15	CONSUELO DA PASO A RONDA DE IMITACIÓN		
81	21:45:15	00:00:10	01:45:25	CONSUELO DA PIE VTR CAMPEÓN DE IMITACIÓN - NOELIA CALLE		
82	21:45:25	00:01:00	01:46:25	VTR NOELIA CALLE		
83	21:46:25	00:01:00	01:47:25	CONSUELO PRESENTA CAMPEÓN / RECUERDA BOLSA / MANDA A CAMPEÓN A ZONA DE SILENCIO	AUDÍFONOS CAMPEÓN	
84	21:47:25	00:00:30	01:47:55	CONSUELO VENDE ASPIRANTES DE IMITACIÓN PARA PRÓXIMO BLOQUE Y MANDA A SOFÍA PARA MENCIÓN		
85	21:47:55	00:00:20	01:48:15	SOFÍA EN SET CORNER HACE MENCIÓN OPPO	MENCION SET CORNER	
86	21:48:15	00:00:45	01:49:00	BUMPER OFF		
87	21:49:00	00:00:10	01:49:10	CORTINILLA COCA COLA		
88	21:49:10	00:06:00	01:55:10	*****CORTE 3*****	FIN BLOQUE 3	00:28:45
89	21:55:10	00:01:00	01:56:10	CONSUELO ABRE BLOQUE 4 Y RETOMA PRESENTACIÓN DE ASPIRANTES IMITACIÓN		
90	21:56:10	00:00:30	01:56:40	CONSUELO MENCIONA ASPIRANTES DE IMITACIÓN	ASPIRANTES EN CILINDROS	
91	21:56:40	00:00:10	01:56:50	CONSUELO PRESENTA ASPIRANTE 1 - CHRIS ESCOBEDO	IMITA A LUIS MIGUEL	
92	21:56:50	00:01:00	01:57:50	VTR 1 CHRIS ESCOBEDO	PANTALLA, VOZ EN OFF, PASARELA	
93	21:57:50	00:01:30	01:59:20	IMITACIÓN 1 CHRIS ESCOBEDO (LUIS MIGUEL)	CANCION AHORA TE PUEDES MARCHAR	
94	21:59:20	00:03:00	02:02:20	COMENTARIO DE JUECES / CONSUELO LO MANDA A BACKSTAGE	Habian tres jueces	
95	22:02:20	00:00:10	02:02:30	CONSUELO PRESENTA ASPIRANTE 2 - KARLA DELFIN	HACE VOCES	
96	22:02:30	00:01:00	02:03:30	VTR 2 KARLA DELFIN	PANTALLA, VOZ EN OFF, PASARELA	
97	22:03:30	00:01:30	02:05:00	IMITACIÓN 2 KARLA DELFIN (HACE VOCES)	CANCION MIRAME	
98	22:05:00	00:03:00	02:08:00	COMENTARIO DE JUECES / CONSUELO LO MANDA A BACKSTAGE		
99	22:08:00	00:00:10	02:08:10	CONSUELO PRESENTA ASPIRANTE 3 - RAY PEDRAZA	IMITA A PEDRO FERNANDEZ	
100	22:08:10	00:01:00	02:09:10	VTR 3 RAY PEDRAZA	PANTALLA, VOZ EN OFF, PASARELA	
101	22:09:10	00:01:30	02:10:40	IMITACIÓN 3 RAY PEDRAZA (PEDRO FERNÁNDEZ)	CANCION EL AVENTURERO	
102	22:10:40	00:03:00	02:13:40	COMENTARIO DE JUECES	Habian tres jueces	
103	22:13:40	00:00:30	02:14:10	CONSUELO LLAMA A KARLA DELFIN Y CHRIS ESCOBEDO PARA DECISIÓN		
104	22:14:10	00:00:30	02:14:40	CONSUELO VENDE ELECCIÓN DE RETADOR Y MANDA A BACKSTAGE CON BERTH		
105	22:14:40	00:00:30	02:15:10	BERTH EN BACKSTAGE HACE MENCIÓN DIGITAL Y MANDA A CORTE	MENCION DIGITAL OPPO	
106	22:15:10	00:00:45	02:15:55	BUMPER OFF		
107	22:15:55	00:06:00	02:21:55	*****CORTE 4*****	FIN BLOQUE 4	00:26:45
108	22:21:55	00:01:00	02:22:55	CONSUELO ABRE BLOQUE 5 Y RETOMA ELECCIÓN DE RETADOR	ENTRA PRENSA Y DIGITAL	
109	22:22:55	00:03:00	02:25:55	JUECES ELIGEN RETADOR DE IMITACIÓN		
110	22:25:55	00:00:20	02:26:15	CONSUELO DESPIDE ELIMINADOS A BACKSTAGE Y MANDA RETADOR A CILINDRO	RETADOR A CILINDRO	
111	22:26:15	00:00:20	02:26:35	CONSUELO PRESENTA AL INFORMANTE.		
112	22:26:35	00:03:00	02:29:35	INFORMANTE YA EN EL TRONO Y HACE DINÁMICA		
113	22:29:35	00:00:30	02:30:05	BACKSTAGE EN RETADOR		
114	22:30:05	00:01:00	02:31:05	CARA A CARA RETADOR Y CAMPEÓN	PRESENCIA LOGO OPPO	
115	22:31:05	00:00:30	02:31:35	CONSUELO INICIA DUELO IMITACIÓN		
116	22:31:35	00:01:30	02:33:05	IMITACIÓN NOELIA CALLE (YURI)	CANCION YO TE PIDO AMOR	
117	22:33:05	00:01:30	02:34:35	IMITACIÓN RETADOR -	CANCION/ PRESENCIA LOGO OPPO	
118	22:34:35	00:00:15	02:34:50	CONSUELO PIDE VOTACIÓN DE PÚBLICO	15 segundos de votación con teléfono OPPO	
119	22:34:50	00:00:30	02:35:20	CONSUELO PIDE SOBRE CON RESULTADOS		

120	22:35:20	00:03:00	02:38:20	CONSUELO CON SOBRE EN MANO PREGUNTA A JUECES POR QUIÉN IRÍAN	
121	22:38:20	00:02:00	02:40:20	CONSUELO DA RESULTADO DE LA VOTACION	
122	22:40:20	00:00:30	02:40:50	CONSUELO DESPIDE AL PERDEDOR Y PROCLAMA AL CAMPEÓN	
123	22:40:50	00:00:40	02:41:30	CONSUELO MENCIONA LA BOLSA ACUMULADA	
124	22:41:30	00:00:30	02:42:00	CONSUELO LLAMA A LOS OTROS CAMPEONES (CANTO Y BAILE)	
125	22:42:00	00:01:00	02:43:00	CONSUELO RECUERDA LA BOLSA ACUMULADA DE CADA CAMPEÓN	
126	22:43:00	00:01:00	02:44:00	CONSUELO DESPIDE A JUECES QUE SUBEN A SALUDAR AL ESCENARIO	TEMA INSTITUCIONAL PRESENCIA LOGO OPPO
127	22:44:00	00:00:30	02:44:30	CONSUELO VENDE SIGUIENTE PROGRAMA	
128	22:44:30	00:00:40	02:45:10	DESPEDIDA	
129	22:45:10	00:01:00	02:46:10	VENTA VTR SIGUIENTE PROGRAMA	
130	22:46:10	00:01:00	02:47:10	CREDITOS	
131	22:47:10	02:47:10	02:47:10		FIN BLOQUE 5 0:25:15

Este documento fue elaborado por la especialista en contenido Vanina Bossa Sare.