

RESUMEN

La necesidad de comunicar y establecer un vínculo entre profesionales de la comunicación y sociedad, motiva la continua producción de programas de televisión de distintos contenidos.

El presente Proyecto audiovisual plantea la concepción, desarrollo y concreción de un programa televisivo de 30 minutos de duración.

El proceso iniciará desde la idea y concepto original, pasando por todas las etapas de producción hasta culminar con un producto listo para ser emitido por una cadena de televisión nacional.

Además, para determinar el contenido y formato del programa, analizaremos el entorno audiovisual que rodea al productor de televisión en el Ecuador, ¿cuál es la tendencia y por quiénes esta determinada? y ¿es posible desarrollar una nueva propuesta para producir en el Ecuador programas de televisión con identidad y calidad? estas preguntas se responderán únicamente si el programa televisivo sale al aire y alcanza los puntos de rating necesarios.

Palabras Clave

Programas de televisión, proyecto audiovisual, etapas de producción, producir en el Ecuador, rating.

INDICE DE CONTENIDOS

Resumen.....	1
Índice de Contenidos.....	2
Agradecimiento.....	5
Dedicatoria.....	6
Introducción.....	7
Antecedentes.....	8
Definición.....	9
Generalización.....	9
Objetivo General.....	10
Objetivos Específicos.....	10
Público Objetivo.....	11
Metodología.....	11
Capítulo 1. Fase de Preproducción.....	12
1.1 Introducción.....	12
1.2 Estructura Base.....	12
1.2.1 Contenidos Generales de la Estructura Base.....	13
1.2.2 Desarrollo Estructura Base.....	15
1.3 Equipo de Producción.....	22
1.4 Equipo técnico e infraestructura.....	23
1.5 Presupuesto referencial.....	24
1.6 Cronograma.....	26
Capítulo 2. Producción y Realización.....	29

2.1	Imagen Gráfica.....	29
2.1.2	Concepto y concreción del Logo.....	30
2.2	Producción de la Imagen Audiovisual.....	33
2.3	Producción de Jingle Original.....	33
2.4	Diseño y montaje de Set.....	34
2.4.1	Iluminación de Set.....	37
2.5	Casting de Presentador o Anchor.....	37
2.6	Producción de Reportajes.....	39
2.6.1	Producción de reportaje: Emprendedor Icono.....	39
2.6.2	Producción de reportaje: Emprendedor Empresarial.....	43
2.6.3	Producción de reportaje: Emprendedor Semilla	46
2.6.4	Producción de reportaje: Emprendedor Innovador.....	51
2.7	Elaboración de Guión Final.....	53
2.8	Filmación de las presentaciones del Anchor.....	58
2.9	Grabación de la voz en off.....	58
Capítulo 3.	Fase de Edición y Postproducción.....	61
3.1	Descarga de material.....	61
3.2	Edición de la voz en off.....	62
3.3	Recopilación y retoque de material gráfico.....	63
3.4	Recopilación y escogitamiento de música de respaldo.....	63
3.5	Edición.....	64

3.5.1 Edición Intro.....	67
3.5.2 Edición Resumen Intro.....	68
3.5.3 Edición reportaje: Emprendedor Empresarial.....	68
3.5.4 Edición avance para salir a comerciales.....	69
3.5.5 Edición entrevistas en las calles.....	69
3.5.6 Edición reportajes: Emprendedores Semilla.....	70
3.5.7 Edición segmento mimo 1 y 2.....	71
3.5. 8 Edición Emprendedor Innovador.....	72
3.5.9 Edición Emprendedor Ícono.....	73
3.5.10 Edición de créditos y agradecimientos.....	74
3.6 Animación de textos y gráficos complementarios.....	75
3.7 Render.....	75
Capítulo 4. Fase de Comercialización y Difusión.....	77
4.1 Estrategia de Comercialización.....	78
4.2 El rol del Productor.....	79

AGRADECIMIENTO

A mi hermano Fernando Correa, por su apoyo y confianza y al equipo de realización que intervino en este proyecto por su entrega y talento.

DEDICATORIA

A mis padres que sin saberlo me inspiraron para elegir mi profesión, A mi esposa, A mi hija Renata por su compañía, apoyo y a todos los emprendedores, a quienes les debemos el crecimiento y desarrollo de este país.

INTRODUCCIÓN

El programa televisivo junto al noticiero y la telenovela son los productos audiovisuales de mayor consumo en la tele audiencia ecuatoriana.

En la actualidad prácticamente cualquier tema o contenido puede convertirse en programa de televisión, así podemos encontrar programas televisivos en casi todos los géneros: programas de comedia, noticiosos, concursos, deportivos, análisis político, análisis económico, variedades, cocina, reality shows, infantiles, farándula, investigación, medicina, belleza, decoración, musicales, ventas de productos, género que amplía mucho más las posibilidades ya que prácticamente cualquier cosa se puede vender por televisión, en fin, todo puede ser llevado a la pantalla chica.

El estilo y la forma de llevar a cabo un programa varía de acuerdo al contenido y presupuesto con el que cuenta la producción, en el Ecuador hay pocos programas que han permanecido por varias temporadas y hoy son referentes de la producción Nacional, el más conocido y de actual emisión nacional es el programa “LA TELEVISION”, idea original y producción del reconocido realizador y político Fredy Elhers, otro programa que cuenta con varias temporadas y que maneja una línea de investigación y reportajes es “DIA A DIA”, que nació entre miembros del equipo original de “LA TELEVISION” que decidieron independizarse y producir su propio programa.

Por otro lado en los últimos años en el Ecuador ha proliferado un género de programa televisivo de cuestionable contenido, sin ningún tipo de respaldo conceptual, y carente de función social o educativa, los denominados programas de farándula o prensa rosa, a pesar de ello cuentan con la mayor audiencia del país, incluso noticieros nacionales han incluido en su estructura segmentos de estas características.

Si bien estos programas no se mantienen permanentemente al aire, son el reflejo de un amplio segmento de la sociedad que no requiere programación que incite a la reflexión, sino por el contrario que la sustraiga de la realidad social.

En medio de estos dos polos existen muchas variantes y opciones para el realizador, encontrar el equilibrio que permita producir un programa con contenido y que aporte al desarrollo del televidente, sin ser aburrido y con altos puntos de rating es el objetivo de todo productor, sin embargo resulta demasiado ambicioso en la práctica ya que al parecer están contrapuestos el contenido con el show y el rating.

Siendo más objetivo este Proyecto Audiovisual busca producir un programa de interés y aporte social con un lenguaje audiovisual moderno y entretenido; “Tierra de Emprendedores”, un programa de alcance nacional que dedicará 30 minutos a los ecuatorianos que son gestores del desarrollo del país gracias a su innovación, esfuerzo, riesgo y talento.

ANTECEDENTES

El Ecuador ha experimentado en los últimos años profundas crisis económicas y políticas, uno de los factores determinantes para la inestabilidad es la falta de empleo ¿A qué se debe este incremento de la desocupación y el estancamiento de la industria y productividad? el presente proyecto no busca responder esta pregunta, ya que la respuesta requiere un análisis histórico complejo, sin embargo una pregunta a la que si es posible acercarse es ¿porqué un gran número de ecuatorianos emprenden con sus propios negocios? intentaremos acercarnos a una respuesta a través de 6 reportajes sobre emprendedores de distintas regiones del país.

La mejor manera de entender al emprendedor es estando a su lado, trabajando con él, acompañándolo en su que hacer diario, conociendo cuál es su pasado, de dónde provienen sus fortalezas, quiénes son su apoyo y colaboradores más cercanos, investigando aprenderemos de ellos, a la vez que producimos los reportajes de “Tierra de Emprendedores”

DEFINICIÓN

“Tierra de Emprendedores” es una expresión que hace referencia a una población conformada por individuos propensos al emprendimiento.

En el marco de un programa televisivo la expresión “Tierra de Emprendedores” es muy visual y evoca imágenes muy concretas sobre una sociedad en desarrollo y trabajo, conformada por hombres luchadores en una tierra fértil y generosa, en términos generales es una expresión positiva que evoca un espíritu nacionalista.

Debe tomarse en cuenta que la expresión “Tierra de Emprendedores” no hace referencia a un espacio o terruño delimitado y tampoco se refiere a un tipo específico de emprendimiento, esta indeterminación permitirá desarrollar segmentos y reportajes en todo un país y en contenidos muy variados sobre el emprendimiento.

GENERALIZACIÓN

Uno de los roles principales que debe cumplir la televisión es aportar al desarrollo intelectual y cultural de una sociedad, sin embargo con la mayoría de productos audiovisuales que se emiten actualmente en la televisión nacional, lo único que se busca es incitar a la violencia a través de enlatados extranjeros que crean una apología del delito, en medio de este panorama,

proponer un espacio de aprendizaje que resalte el espíritu positivo del ecuatoriano es necesario y hasta obligatorio, grandes emporios comerciales del Ecuador, generadores de desarrollo, trabajo y bienestar, nacieron con pequeñas ideas gestadas por ecuatorianos comunes y corrientes que decidieron hacer realidad un sueño, plasmar un ideal y caminar hacia la prosperidad, las historias, vivencias y conocimientos de estos individuos deben ser registradas y transmitidas al resto de la población a través del medio de comunicación mas eficaz y masivo del Ecuador, la televisión.

Además sin que sea un factor determinante, debemos acotar que la ley de comunicación en trámite en la Asamblea Nacional, plantea una nueva distribución de los horarios y programación, fijando un incremento de la cuota de pantalla para la producción nacional en la televisión pública y privada.

Este nuevo espacio sugiere un reto para los realizadores independientes del Ecuador que hemos sido meros espectadores sin cumplir nuestra meta y responsabilidad principal, la de ser protagonistas de la Nueva Producción Nacional.

Argentina, Brasil, Colombia, Perú, Venezuela e incluso Chile, presentan una televisión con identidad y fácilmente distinguible, lamentablemente Ecuador no tiene un lenguaje o estilo propio que lo diferencie y se encuentra rezagado y lidiando una lucha contra el bombardeo de la producción foránea que nos confunde con producciones ajenas a nuestra realidad y que no aportan al desarrollo social de nuestro país.

Lo expuesto son razones suficientes para empezar a producir en el austro del Ecuador, producir televisión ecuatoriana de calidad, con contenido y entretenimiento.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar un esquema de producción teórico - práctico para la producción de un programa televisivo entretenido y de contenidos sociales, económicos y culturales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Producir el programa de televisión “Tierra de Emprendedores”
- Diseñar una estrategia austera de producción con un mínimo de equipo técnico y humano.

- Relacionar los contenidos directamente con la estrategia de comercialización.
- Informar sobre técnicas que viabilizan el emprendimiento.
- Motivar a la mayor cantidad de televidentes a emprender.

PÚBLICO OBJETIVO

- Productores audiovisuales
- Emprendedores
- Futuros emprendedores
- Público en general.

METODOLOGÍA

La producción audiovisual en todos sus géneros, incluso en los más experimentales cuenta con cuatro etapas: **Preproducción, Realización, Edición y Postproducción y Comercialización y Difusión**, saltarse alguno de estos procesos imposibilita avanzar a una siguiente etapa ya que cada fase es consecuencia del trabajo realizado previamente, dentro del desarrollo de estas cuatro etapas existen una serie de ítems que se deben cumplir obligatoriamente y que son imposibles de obviar, además para el presente proyecto se sumaron varias acciones únicas de esta producción que permitieron mejorar la planificación y abaratar costos, dos factores fundamentales que al ser manejados adecuadamente viabilizan la producción, además en el transcurso de las cuatro etapas se analizarán las circunstancias que rodean a un productor en el medio local a través de respuestas simples a las múltiples limitaciones e inconvenientes que se presentan al momento de producir.

CAPITULO 1

FASE DE PREPRODUCCIÓN

1.1 Introducción.

En la etapa de preproducción se escribe en el papel todo lo que en las próximas semanas o meses se convertirá en un producto audiovisual, para mi criterio la etapa de preproducción es la más importante dentro de una producción ya que la calidad del producto final dependerá del nivel de planificación que aquí se implemente.

Para que la etapa de preproducción del programa “Tierra de Emprendedores” cumpla su objetivo, es decir marcar una hoja de ruta para la planificación, vamos a desarrollar 4 puntos principales:

- Desarrollar una estructura base del programa
- Conformar el Equipo de Producción
- Determinar el Equipo técnico e infraestructura que se requiere y con el que se cuenta.
- Armar el presupuesto referencial y cronograma

En resumen estos cuatro puntos nos permiten determinar; el contenido del programa, el tiempo con el que contamos, el equipo técnico y humano y los recursos económicos que requerimos.

1.2 Estructura Base

Un programa de televisión de reportajes se va construyendo sobre la marcha, en el caso de Tierra de Emprendedores lo primero que se definió fue la estructura base del programa.

Por regla general luego de definir la idea principal, el siguiente paso es escribir el guión, sin embargo en este caso resulta ilógico redactar un texto que inevitablemente sufrirá cambios y modificaciones, ya que un programa de reportajes sugiere una investigación constante y con ajustes sobre la marcha, sin embargo también es imprescindible contar con una estructura que nos permita seguir una línea de contenidos y dar los pasos ordenadamente, a eso se refiere la Estructura base, nos permite determinar los segmentos, sus contenidos, el orden, la duración de cada uno, los requerimientos técnicos, el presupuesto referencial a invertir y un estimado del tiempo de producción, esta estructura será la base para la realización del primer guión el cual no podrá escribirse hasta contar con los reportajes culminados.

La Estructura Base no es un guión, es una hoja de ruta inicial que servirá de guía para la producción del programa Tierra de Emprendedores

1.2.1 Contenidos Generales de la Estructura Base.

El emprendimiento se puede generar en distintos niveles económicos y sociales, existen proyectos que empiezan prácticamente de cero únicamente con una idea, también hay emprendimientos que nacen a partir de negocios o empresas paralelas o familiares, algunos emprendimientos son producto de un requerimiento o necesidad específica de un grupo social y existen emprendimientos que satisfacen una necesidad social masiva, son estos precisamente los más exitosos, las razones que motivan al emprendedor también son múltiples, pero para la producción del Programa “Tierra de Emprendedores” resumimos estas diferentes opciones en cuatro tipos de emprendimiento fácilmente distinguibles y por ende accesibles a su análisis.

Primero están los **Emprendedores Empresariales**, que desarrollan su empresa a niveles económicos altos, superan en activos los 500 mil dólares y cuentan con una planta de empleados superior a las 100 personas, además sus productos son de uso masivo y tienen una marca debidamente registrada e impresa en el mercado.

Luego podemos diferenciar a los emprendedores denominados “**Semilla**” porque apenas inician, muchos emprendedores empresariales empiezan como emprendedores semilla pero alcanzan ese siguiente nivel dependiendo del producto o negocio que oferten, así, muchos emprendedores semilla alcanzan niveles de producción mínimos que no superan en activos los 30 mil dólares, cuentan con máximo 3 empleados y no ofrecen productos o servicios de uso masivo.

Nuestro tercer grupo esta conformado por los **Emprendedores Innovadores**, si bien todo emprendedor debe tener la innovación como principio, al momento de emprender, existen empresas y negocios que se destacan no por el nivel de liquides y ganancia que generan sino por la visión distinta y la utilidad diferente que ofrecen con su producto, generalmente no ofrecen productos para satisfacer necesidades básicas y por ende no generan gran cantidad de plazas de trabajo, pero ésta no es una regla, ya que un emprendimiento innovador puede crecer a niveles impensados, prueba de ello son los emprendimientos tecnológicos, sin embargo en el Ecuador este grupo aun no despegas por el nivel de investigación que requiere y por los ingentes recursos que sugiere esta modalidad.

Finalmente para el programa “Tierra de Emprendedores” definimos la participación de un cuarto grupo de emprendedores denominados **Emprendedores Iconos**, son los que por sus acciones y logros en diferentes áreas se han distinguido por convertirse en referentes para el resto de la comunidad, sus logros no son precisamente económicos, es más, se convierten en íconos de una sociedad porque a través de sus éxitos trascienden el plano económico, este tipo de emprendedores son fáciles de distinguir pero también los más difíciles de acceder ya que parte de su éxito se debe a que manejan cuidadosamente su imagen.

1.2.2 Desarrollo - Estructura Base

1- INTRO

Descripción: Clip de imágenes y animaciones relacionadas con el emprendimiento, respaldadas por música inédita compuesta e interpretada con instrumentos autóctonos

Duración: 40 segundos.

2-ANCHOR # 1

Descripción: Presentador o presentadora da la bienvenida e informa sobre los contenidos generales y segmentos que tendrá el programa.

Duración: 40 segundos.

3- RESUMEN INTRO

Descripción: Resumen de los contenidos a desarrollarse durante todo el programa con fragmentos de los reportajes, música y voz en off.

Duración: 40 segundos.

4- ANCHOR # 2

Descripción: Presentador o presentadora da una breve introducción del primer reportaje del programa que empezará con un emprendedor empresarial.

Duración: 40 segundos.

5- REPORTAJE 1

“EMPRENDEDOR EMPRESARIAL”

Descripción: Reportaje sobre un empresario o empresaria que emprendieron con su negocio y empresa, para que el reportaje tenga mayor impacto será ideal buscar un empresario exitoso que haya empezado de cero, es decir que haya logrado el éxito a base de esfuerzo y visión, sin el aporte de capitales familiares ya existentes, el Reportaje sobre el emprendedor Empresarial tendrá la siguiente estructura:

-Historia de vida: A través de una investigación conoceremos su historia de vida es decir, ¿dónde nació? ¿Cómo fue su juventud? ¿nació en un hogar de recursos? Si no ¿cómo hizo para salir adelante? ¿en dónde estudio?, ¿qué tal estudiante fue? ¿cómo hizo para costear sus estudios? ¿qué estudios superiores curso? para desarrollar esta investigación nos valdremos de la entrevista con el emprendedor, con sus padres, hermanos, profesores, vecinos, amigos de la infancia y juventud y se tendrá que pedir a todas estas fuentes material visual que permita graficar las entrevistas, es decir; fotografías y videos, si existieran.

Duración: 2 minutos.

-Historia de su empresa: A partir de este punto nos concentraremos en la historia del emprendimiento que se convirtió en empresa, ¿cómo, cuándo y dónde nació la idea del emprendimiento? ¿se trató de algo casual, o es una tradición familiar? ¿Fue solo su idea o de alguien más? ¿la idea nació de cero o tomó como referencia un negocio similar? después de visualizar la idea, ¿cómo la llevó a cabo? ¿cómo financió su emprendimiento? ¿con qué capital económico y humano empezó? ¿cuáles fueron los más duros inconvenientes que debió superar? ¿estuvo en algún momento a punto de “ tirar la toalla”? al llegar el éxito ¿lo supo manejar de la manera adecuada? esta etapa del reportaje se desarrollará básicamente con el testimonio del emprendedor, además de entrevistas a sus empleados y colaboradores de confianza, proveedores y clientes.

Duración: 2 minutos.

- Proyección al futuro: La parte final del reportaje deberá concluir con un par de reflexiones del emprendedor sobre el complejo pero gratificante mundo del emprendimiento, conocimientos y reflexiones asimilados a través de los años de experiencia, al final deberá quedar en la retina del espectador un mensaje final que promueva e incentive el emprendimiento.

Duración: 2 minutos

6- ANCHOR # 3

Descripción: Presentador o presentadora comenta y resalta brevemente sobre algún momento o reflexión de la entrevista y manda al primer bloque de comerciales.

Duración: 40 segundos.

7- SEGMENTO MIMO # 1

Descripción: Previo al primer bloque de comerciales incluimos un segmento informativo sobre pautas y técnicas formales en el estudio y análisis del emprendimiento, aunque no es posible aprender un método o fórmula que enseñe a emprender, si existen ramas de la economía y sobre todo del marketing que ayudan y sirven de guía al emprendedor al momento de tomar decisiones.

Este tipo de estudios son en su mayoría criterios técnicos que resultan aburridos y difíciles de graficar sobre todo por el limitado tiempo de la televisión, para lograr un análisis correcto de estos temas de una manera amena y entretenida recurriremos a un personaje que aprenderá con nosotros, esta idea puede plasmarse a través de la animación de un personaje en 2D o 3D o con la actuación de un personaje o actor, en este caso optaremos por un actor- mimo que con sus gestos consultará y sacará de dudas a los televidentes.

Escogemos al actor por que resulta menos costoso y requiere menos tiempo, aunque debemos decir que la animación logra mejores resultados.

Duración: 1 minuto.

8- BLOQUE DE COMERCIALES# 1

Duración: 1 minuto.

9- **SEGMENTO MIMO # 2**

Descripción: El segmento mimo se dividirá en dos partes, en la primera dejaremos ideas inconclusas con frases como: “Tras la pausa” o “ luego de los comerciales”, de esa manera generamos expectativa. Además incluir este segmento antes y después de comerciales dinamiza la estructura del programa y permite identificar al programa.

Duración: 1 minuto.

10- **ANCHOR # 4**

Descripción: El presentador o presentadora nuevamente da la bienvenida tras los comerciales y presenta el siguiente reportaje o segmento, en este caso a continuación viene el segmento: Emprendedor Semilla.

Duración: 40 segundos.

11- **REPORTAJES 2**

“EMPRENDEDORES SEMILLA”

Descripción: Luego de haber conocido la experiencia de un emprendedor exitoso es momento de conocer el otro lado de la moneda, es decir al emprendedor que inicia con su negocio o empresa, de esta manera no mantenemos una sola línea de realización y diversificamos los contenidos de manera que podemos cotejar y comparar la realidad de uno y otro, de alguna manera el espectador podrá controlar si las acciones tomadas por el emprendedor semilla son la adecuadas, además con el objetivo de dar mayor relevancia a este segmento de la población, es decir a los nuevos emprendedores, incluiremos dos reportajes semilla de 4 minutos cada uno.

Los reportajes sobre el “Emprendedor Semilla” tendrán la siguiente estructura:

- *Idea de emprendimiento:* Analizaremos a través de la entrevista con el emprendedor semilla ¿cómo nació la idea para su emprendimiento?, ¿cuáles son los inconvenientes que debe enfrentar y cómo los supera a medida que crece su empresa?

además será importante consultar si es su primer emprendimiento, y si no, si ya ha fracasado en un anterior proyecto ¿cómo se supera un proyecto fallido?

Duración: 1 minuto 50 segundos.

- *De empleado a jefe:* este punto será fundamental en el desarrollo de este reportaje, hay que investigar en ¿qué trabajó antes y cuál es la diferencia fundamental entre ser empleado y ser jefe? ya que ésta puede ser una de las características fundamentales que condicionan el éxito o fracaso de muchos emprendimientos.

Duración: 1 minuto 50 segundos.

- *Proyección al futuro:* El emprendedor semilla tiene un largo camino por recorrer y muchos sueños por alcanzar, el reportaje debe abordar las perspectivas a futuro, terminando con un mensaje lleno de optimismo.

Duración total: 8 minutos.

12- AVANCE PARA SALIR A COMERCIALES

Descripción: Terminado el segmento “Emprendedor semilla” viene el segundo bloque de comerciales, para no salir directamente ha comerciales incluimos una denominada “colilla” o avance, que incluirá imágenes e incluso el fragmento más interesante de la entrevista del reportaje final del programa que se supone es el más importante, este avance igualmente cumple tres funciones: dinamiza la estructura, mantiene atento al espectador y pospone e identifica el nombre y la imagen del programa.

Duración: 30 segundos.

13- BLOQUE DE COMERCIALES# 2

Duración: 1 minuto.

14- ENTREVISTAS EN LA CALLES

Descripción: Nuevamente con el fin de no retornar directamente de comerciales, incluimos un segmento de entrevistas en las calles que consiste en preguntas a la gente sobre alguna idea de emprendimiento que quisiera poner en marcha.

Estas respuestas e inquietudes de la gente ha su vez pueden estar ligadas con los temas ha tratarse en el segmento mimo, es decir receptamos las inquietudes de la gente y damos respuestas y guías prácticas a las inquietudes más frecuentes de la ciudadanía.

Duración: 40 Segundos.

15- **ANCHOR # 6**

El presentador o presentadora da nuevamente la bienvenida luego de comerciales e invita a revisar el siguiente reportaje, el Emprendedor innovador.

Duración: 40 Segundos.

16- **EMPRENDEDOR INNOVADOR**

Descripción: Si bien una de las características esenciales de todos los emprendedores es ser innovadores, existen emprendimientos que por su concepto rompen con el esquema tradicional incluso del emprendimiento, generalmente este tipo de innovaciones están relacionados con tecnología o diseño.

Los reportajes sobre el “Emprendedor Innovador” tendrán la siguiente estructura:

- *Idea de emprendimiento:* Las ideas para un emprendimiento innovador generalmente provienen de un proyecto similar o paralelo pero con una aplicación completamente diferente, investigaremos a través de la entrevista con el emprendedor como y donde surgió la idea.

Duración: 1 minuto 50 segundos.

- *Puesta en marcha:* Este tipo de emprendimientos motivan la atención y admiración pero también traen consigo dudas, burlas y pesimismo, es fundamental encontrar a través de las preguntas certeras el mensaje justo de parte del emprendedor innovador.

Duración: 1 minuto 50 segundos.

17- ANCHOR # 6

Descripción: El presentador o presentadora comenta brevemente sobre el reportaje anterior y desarrolla una breve idea acerca del segmento final del programa; el “Emprendedor Icono”, además se despide con el reportaje, invitando a la tele audiencia a sintonizar el programa la próxima semana, en este punto el presentador o presentadora debe despedirse con un lema o frase que identifique al programa.

Duración: 40 segundos.

18- REPORTAJE 3

“EMPREENDEDOR ICONO”

Descripción: El emprendimiento no esta ligado únicamente a los negocios, existen ecuatorianos que han emprendido actividades no convencionales o que se ha convertido en referentes del Ecuador por ser los primeros en alcanzar éxitos y logros en diferentes áreas como el deporte, la cultural, la ciencia, el trabajo social, este segmento estará dedicado a esos ecuatorianos íconos que han influido en el mejoramiento del autoestima colectiva demostrando que, por más difícil que parezca alcanzar una meta, todo es posible, el Emprendedor ícono tendrá la siguiente estructura:

- *Historia de vida:* Este reportaje debe iniciar directamente mostrando el logro más importante alcanzado por el Emprendedor, la entrevista debe concentrarse en conocer cuáles son las motivaciones personales que impulsan su éxito?, ¿cuál es el proceso de preparación? ¿cuál es el precio? ¿sacrificar a la familia, a la pareja, a los amigos? , en fin, el reportaje debe ser sobre todo emocional.

Duración: 3 minutos.

- *Mensaje motivacional:* Es imprescindible que el emprendedor lono finalice el reportaje con un mensaje motivacional, no solo respecto al emprendimiento, debe resaltar además el deseo de superación invitando a los ecuatorianos a mejorar día a día con la premisa y el mensaje positivo y optimista que los ecuatorianos somos capaces de obtener las metas y sueños que nos propongamos.

-Duración: 2 minutos.

19- CRÉDITOS Y AGRADECIMIENTOS

Descripción: Con el fin de marcar hasta el final el objetivo del programa, ocuparemos el espacio televisivo destinado a los créditos y agradecimientos para hacerlo paralelamente con un resumen de las frases más destacadas de nuestros emprendedores, es decir mientras en la parte derecha de la pantalla aparecen los créditos y agradecimientos, en la parte izquierda saldrán fragmentos de las entrevistas con los mensajes más importantes emitidos por los emprendedores.

Duración: 1 minuto.

1.3 Equipo de Producción

El equipo de Producción es la persona o grupo de personas que con sus conocimientos técnicos y sus aportes creativos ponen en marcha la producción audiovisual.

Los audiovisuales de calidad se consiguen precisamente por la manipulación adecuada de dispositivos técnicos y tecnológicos en función de una idea o concepto, cuando no hay un equilibrio entre estos dos componentes, el resultado es un programa con una excelente idea pero con una pésima imagen, o a la inversa , una excelente realización e imagen con muy buena infraestructura pero en función de una mala idea.

El buen manejo de la tecnología o equipo técnico dependen del conocimiento adquirido en la formación profesional y de la experiencia, las ideas y conceptos son también un reflejo de la formación académica pero sobre todo de la creatividad y sensibilidad de los realizadores.

Inicialmente en el caso de “Tierra de Emprendedores” conformamos un equipo de producción de 3 personas que cumplimos múltiples tareas:

Productor General y Comercialización: Fernando Correa

Dirección General, Cámara, Libretos, Entrevistas y Edición: Renato Correa

Cámara, Edición y Postproducción: Ismael Salamea

Más adelante se sumaron más personas a la producción desempeñando tareas específicas que las mencionaré en cada etapa.

1.4 Equipo Técnico e Infraestructura.

Contar con equipo técnico e infraestructura de punta no garantiza una producción de calidad, pero si le sumamos una buena idea podríamos obtener excelentes resultados.

Para el programa “Tierra de Emprendedores” utilizamos infraestructura de última generación y de excelente calidad, cada etapa de la producción requirió de diferentes equipos.

Para realizar las entrevistas y trabajo de campo utilizamos:

Una Cámara Panasonic DVX100 mini dv

Un tripode vogen

Un Micrófono Sony corbatero

Un kit de luces lowel

Un Disco duro externo de 100 Gb

Para la producción en set requerimos de:

Dos Cámaras JVC HDV 110 con disco duro incorporado para la captura digital.

Dos trípodes vogen

Un micrófono inalámbrico

Equipo técnico de Edición y Postproducción

Dos Computadoras I- Mac,
Mini estudio de grabación de audio.

1.5 Presupuesto Referencial

Estoy convencido que lograr una buena idea para un proyecto audiovisual es más complejo que conseguir su financiamiento, sin embargo hay que ser objetivos y tener en cuenta que la producción televisiva requiere de ingentes recursos económicos.

Para el programa “Tierra de Emprendedores” contamos con un presupuesto inicial mínimo ya que la gran mayoría de rubros se financiaron con un esquema de producción alternativo que consiste en el aporte no remunerado de gran parte del equipo de producción, esta participación no remunerada esta condicionada a que, comercializado el proyecto, ese equipo de producción se mantenga a lo largo de la primera temporada cobrando un sueldo mensual previamente acordado, en conclusión, se trata de una inversión colectiva.

Sin embargo hay rubros que no se pueden financiar con el aporte e inversión colectiva ya que son bienes materiales o gastos imprescindibles y de gasto corriente:

Presupuesto Referencial (Estimado)			
Titulo: Tierra de Emprendedores.			
Duración: 30min.			
DESGLOSE			
Cargo	Gasto Corriente	Periodo	Costo
	Arriendo oficina	mensual	\$200

	Construcción de set		\$700
	Viáticos fuera de la provincia	mensual	\$400
Camarógrafo		mensual	\$300
Voz en off		mensual	\$150
Animación			\$250
Mimo		mensual	\$150
Anchor		mensual	\$180
	transporte	semanal	\$50
	Alquiler Espacio Televisivo	Seis meses	\$18.000

En mi experiencia como productor audiovisual esta ha sido la única modalidad de producción que conozco, ya que no existen en el medio (Cuenca) firmas, marcas o empresas públicas o privadas que destinen un presupuesto específico para la producción de un proyecto televisivo, el programa de televisión no es una solución a un requerimiento, es crear una necesidad para un cliente a partir de una propuesta audiovisual concreta.

1.6 Cronograma

Para la realización del primer programa no debían transcurrir más de seis semanas desde la propuesta inicial hasta la concreción del primer capítulo, ese era el plazo máximo, ya que a partir de ese momento inicia la etapa de comercialización que requerirá un tiempo igual o mayor, también se puede adelantar la venta del programa con propuestas escritas o con la visita del productor a los potenciales clientes, pero por lo general en nuestro país los auspiciantes no invierten en un programa de televisión hasta que no lo ven al aire.

Cronograma			
Título: "Tierra de Emprendedores".			
Fase: Realización.			
DESGLOSE			
Actividad	fecha/ inicio	fecha / entrega	Observaciones
Creación de la imagen gráfica	19 de octubre	23 de octubre	
Diseño y conclusión de logo	19 de octubre	23 de octubre	Poner a consideración De Productor General
Producción de la imagen gráfica	26 de octubre	29 de octubre	
Animar logo final	26 de octubre	29 de octubre	

Estructurar el fondo y animación de aplicaciones	26 de octubre	29 de octubre	
Producción de Jingle	19 de octubre	29 de octubre	
Diseño de set	26 de octubre	29 de octubre	
Construcción de set	29 de octubre	12 de noviembre	Hacer pruebas de Impresión
montaje de set	13 de noviembre	13 de noviembre	
Casting de Anchor	28 de octubre	28 de octubre	
Diseño y conclusión de logo	19 de octubre	23 de octubre	
Filmación reportajes	19 de octubre	20 de noviembre	
Edición	21 de noviembre	28 de noviembre	
Angel Renato Correa Parra			27

Grabación de voz en off	25 de noviembre	25 de noviembre	
Filmación con Ancord	25 de noviembre	25 de noviembre	
Descarga de material	26 de noviembre	27 de noviembre	
Edición	27 de	07 de diciembre	

Tener un mes y medio como plazo para la producción del programa Tierra de Emprendedores nos obligaba a trabajar paralelamente en diferentes áreas, iniciamos la producción la última semana del mes de octubre del 2009 es decir el programa debía estar listo la primera semana del mes de diciembre, época alta para la comercialización de paquetes publicitarios.

CAPITULO 2

2. Producción y Realización

Contar con un tiempo o cronograma reducido, un equipo de producción mínimo y un presupuesto incipiente fueron las características de producción del programa “Tierra de Emprendedores”, en esta etapa, la más costosa y demorada debíamos cumplir los siguientes objetivos:

- Creación de la Imagen Gráfica: concepto y definición del Logo.
- Producción de la Imagen Audiovisual: El logo y su aplicación en animaciones, Intro, Transiciones, etc.
- Producción de Jingle Original.
- Diseño, construcción y montaje de Set.
- Casting de Anchor.
- Producción, investigación, entrevistas y filmación de reportajes.
- Elaboración de Guión Final.
- Filmación de las presentaciones del Anchor.
- Grabación de voz en off.

2.1 Imagen Gráfica

La Imagen Gráfica de un programa televisivo no dista demasiado de la Imagen Corporativa de una empresa o marca, pero en el caso de la televisión cumple funciones mucho mas técnicas y específicas.

La imagen corporativa se refiere a cómo se percibe una compañía, es una imagen generalmente aceptada de lo que una compañía "significa" es creada sobre todo por expertos de marketing en conjunto con los de comunicación que utilizan las relaciones públicas, campañas comunicacionales y otras formas de promoción para sugerir un cuadro mental al público. Típicamente, una imagen corporativa se diseña para ser atractiva al público, de modo que la compañía pueda provocar un interés entre los consumidores, crear un hueco en su mente, generar riqueza de marca y facilitar así ventas del producto.

El término Imagen Corporativa se aplica y hace referencia a la corporación o industria y el programa televisivo es únicamente un producto individual dentro de una programación, sin embargo es perfectamente compatible la producción de campañas y productos que promocionen el programa de televisión, en el caso de “Tierra de Emprendedores” nos concentramos en la producción de una imagen gráfica que transmita el concepto y el espíritu del programa, la producción de la imagen gráfica pudo desarrollarse ágilmente gracias a que el nombre del programa estaba definido, lo primero que se puso en marcha fue el diseño del logo del programa.

2.1.2 Concepto y concreción de logo

Generalmente el logo de un programa de televisión, como el logo de cualquier empresa, es producido en función del nombre de la marca o producto estrella, pero existe también la posibilidad de crear una imagen o gráfico que respalde, acompañe o sintetice el significado del nombre, este elemento gráfico puede abrir muchas posibilidades al momento de crear las distintas aplicaciones.

En el caso de “Tierra de Emprendedores” sumamos al nombre un árbol, este elemento se introdujo por la siguiente razón; si bien “Tierra de Emprendedores” no es un programa de asesoría económica, sí busca fomentar la fortaleza y el crecimiento económico del país, el árbol con raíces fuertes y frondoso representa esa fortaleza y crecimiento, no en vano muchas entidades financieras se han valido de este símbolo, también se sumaron dos espirales que rodean al árbol con movimiento ascendente con el objetivo de marcar ese deseo de crecimiento, por medio del editor de gráficos Photoshop

CS3, structure el logo del programa con letras simples sin mayor profundidad ni textura por mi gusto hacia los diseños minimalistas, en el diseño y concreción del logo es conveniente contar con tres o más propuestas y trabajar con un equipo de creativos que aporten desde varias aristas al proceso, sin embargo “Tierra de Emprendedores” nació como una iniciativa de

dos personas y no contaba con el presupuesto para conformar este equipo, al final el diseño fue puesto a consideración del Productor General, con su visto bueno se decidió entre una de las varias propuestas no sin antes sumar varios elementos en la composición final.

PROPUESTAS DISEÑOS



PROPUESTAS DISEÑOS





Inicialmente el logo se diseñó para ser aplicado sobre fondo blanco, pero el azul permitía una mayor riqueza visual, podemos interpretar que el azul es un color relajante y que se utilizó junto al árbol para proyectar vida y desarrollo.

Al final se sumó al logo de “Tierra de Emprendedores” el logo de un auspiciante principal, así se pudo mantener la idea inicial además de satisfacer al cliente que financió el programa, adicionalmente el cliente pidió que se sume un elemento que el MIPRO (Ministerio de Industrias y Productividad) utiliza en otras campañas, un engranaje de una máquina que con su fricción representa movimiento y productividad el cual también fue incluido lográndose un equilibrio bastante aceptable.

En este punto es válido mencionar que una productora o un productor pueden desarrollar toda una imagen audiovisual, creativa, sólida, con concepto y atractiva al televidente, sin embargo, si ésta propuesta no se acomoda a las necesidades de los auspiciantes será modificada al punto de ser cambiada en su totalidad, en el caso de “Tierra de Emprendedores” se pudo mantener la idea original con algunas modificaciones, pero en mi experiencia como productor he debido desechar propuestas de mucho valor con el fin de priorizar la marca o logo del auspiciante principal, esa es una realidad a la que estamos expuestos los productores audiovisuales no solo en esta etapa, sino a lo largo de toda la producción.

2.2 Producción de la Imagen Audiovisual

Definido el logo, la imagen audiovisual avanza ágilmente en su producción y todos los elementos que identifican al programa van tomando forma.

Lo primero fue animar el logo en dos dimensiones mediante el programa de edición de gráficos; after effects, este es un software sumamente versátil que supera con creces el antiguo sistema de edición de gráficos Flash, pertenece al paquete adobe cs4 y se ha convertido en el programa de mayor acogida entre profesionales y amateurs en el campo de la edición.

Para este trabajo conté con la colaboración de un profesional especialista en After effects, Kaloyan Cárdenas, quien concretó gran parte de las animaciones, los movimientos, el volumen o las características de la animación del logo son imaginación y creatividad del animador, no existe un procedimiento establecido que profile el movimiento o determine el ritmo de las animaciones, en el caso del logo de “Tierra de Emprendedores” no requerimos movimientos o efectos complejos, por el contrario el objetivo era dejar la imagen lo más limpia posible.

La animación consistió en un movimiento continuo de los engranajes sobre un fondo azul y la aparición progresiva de los dos logos; el de “Tierra de Emprendedores” y del MIPRO, esta misma animación se replicó en toda la producción.

2.3 Producción de Jingle Original.

Junto la Productor General decidimos invertir en la producción y creación de un Jingle inédito que identifique al programa, sin embargo la falta de productores musicales con conocimientos en el área audiovisual se hizo

visible al no encontrar productores dispuestos a realizar esta labor en la ciudad de Cuenca en un tiempo rápido, por ello debimos recurrir a los servicios de un reconocido profesional de la capital, el músico y productor Ivies Flies, a través de un mail le comuniqué detalladamente las características del producto que requeríamos y el plazo a cumplir, no presentó inconvenientes y me envió el demo en el plazo de una semana.

Lamentablemente los procesos creativos en los que intervienen artistas son propensos a distintas interpretaciones, en el caso de Ivies, interpretó la información enviada de una manera diferente a la explícitamente solicitada y si bien el producto no era de mala calidad tampoco reunía las características que se requerían, finalmente cumplimos nuestro compromiso económico con el músico pero decidimos no utilizar como Jingle principal la producción de Ivies Flies, se utilizó al final para la edición de los créditos.

2.4 Diseño y montaje de Set

Se da por hecho que una productora al iniciar un proyecto audiovisual debe contar con un mínimo de equipo técnico para filmación y edición, si ese no es el caso, la inversión en infraestructura será el rubro más fuerte a solventar, en mi caso cuento con un equipo básico de producción ya detallado previamente, hago esta breve referencia ya que el costo más alto luego del equipo de filmación y edición en un proyecto televisivo es el set de televisión. En el medio nacional podemos encontrar sets de altísima calidad y costo sobre todo en los noticieros de las principales cadenas nacionales.

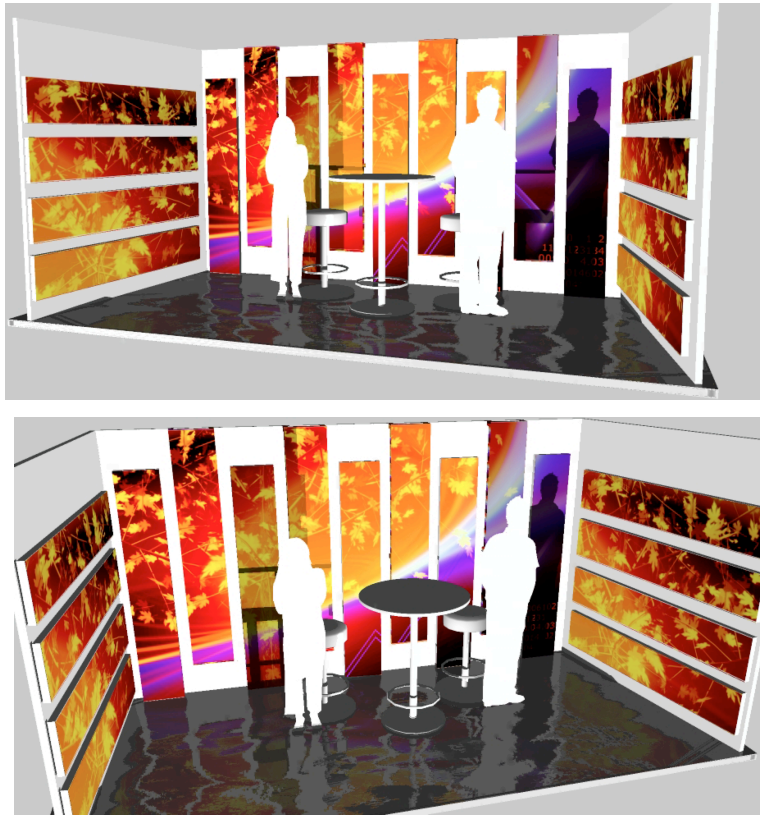
El set de televisión se convierte en la referencia más clara al momento de hacer un estimado del presupuesto con el que cuenta un programa, es decir; gran set - gran presupuesto y set pequeño - pequeño presupuesto, sin embargo el gran set no garantiza un gran programa.

El set de televisión debe aportar a la imagen y credibilidad del programa, muchas veces no recordamos el contenido ni al presentador de un programa que ya salió del aire, pero si el set.

Inicialmente en el caso de “Tierra de Emprendedores” no contábamos con un presupuesto alto para esta área, pero si con ideas que nos permitirían construir un set atractivo y económico, con la colaboración del diseñador de interiores; Juan García, esbozamos un diseño con los materiales más económicos, bastidores de madera con impresiones en lona, el tamaño de los bastidores se acomodó a la locación del set; un espacio que no supera los 2, 50 metros de altura, sin embargo lo principal en estos casos es planificar los tiros de cámara y la apertura del campo de acción, al definir estas características técnicas podremos determinar el ancho y alto del set, se debe además tomar en cuenta que el set se ilumina sobre todo desde arriba con luces cenitales de manera que es imprescindible planificar un margen de distancia entre el borde superior del set y el techo que sostendrá las luces.

El sonido es otro factor a tomar en cuenta, sobre todo al momento de escoger los materiales con los que se construirá el set, como mencione anteriormente el set de “Tierra de Emprendedores” se planificó para ser construido con madera y lienzo, ambos materiales insonorizantes, por el contrario materiales como metales, acrílicos, o fibras de vidrio significan un grave problema para el registro de audio a no ser que se cuente con sofisticados equipos de grabación.

PROPUESTAS SET



Ventajosamente al final pudimos contar con el cliente o auspiciante que también invirtió en la construcción del set, así se pudo agrandar la idea original que en un principio constaba de dos bastidores verticales de 1,90 x 2 con tela de color blanco templada, unidos en un ángulo de 70 grados, sobre cada uno de los bastidores empotrados horizontalmente iban 8 bastidores de 1,70 x 0,30 de esa manera teníamos dos niveles de profundidad, gracias al aumento de presupuesto pudimos extender el set a dos bastidores laterales de 1,90 x 2 con los respectivos bastidores horizontales, de esa manera se amplió el contraplano del anchor y se desplegó un juego de cámaras más interesante.

Sobre los tres bastidores horizontales se imprimieron lonas mate con motivos basados en el logo del programa, ampliando el detalle del árbol y sus ramas en colores opuestos entre cálidos, sepías y grises oscuros.

En el piso se colocó una fibra de color blanco, fácil de instalar y de limpiar, los últimos elementos que se sumaron al set fueron un banco alto de color crema y una mesa circular de madera adquiridos en un mall de la ciudad.

Este tipo de elementos también deben ser parte del diseño integral del set, pero su fabricación representa un importante incremento en el presupuesto, así que debimos acoplarnos a lo que encontramos en el mercado.

2. 4. 1 Iluminación Set

Para la iluminación del set se dispuso 3 luces cenitales de 250 voltios cada una ubicadas en la parte superior, y dos luces de 100 voltios cada una desde adelante y una como back, adicionalmente se ocuparon dos luces frontales de 100 voltios para bañar el rostro del ancord y compensar las luces superiores de manera que no se formen sombras.

2.5 Casting de Presentador o Anchor

Después de tener el set construido y montado procedimos a la realización de un casting para encontrar al presentador o presentadora.

Para el programa “Tierra de Emprendedores” requeríamos un presentador o presentadora con un perfil muy específico, debía ser una persona que proyecte credibilidad sin ser necesariamente una figura pública, preferentemente no debía haber participado en otras producciones televisivas, su edad debía fluctuar entre los 25 y 35 años.

La televisión esta compuesta por audio y video por lo tanto el presentador o presentadora debe mostrar una imagen acorde a las necesidades en ambas áreas, si bien la apariencia no debería ser un factor determinante al momento de elegir un anchor, lo es, son las reglas del juego y debemos acoplarnos a

ellas, sin embargo es mucho más importante que el talento de pantalla proyecte una buena imagen y no solo una buena apariencia, esto significa no solo verse bien sino generar confianza y proyectarla a base de seguridad y personalidad.

Un presentador además debe tener facilidad de comunicar y memorizar información en tiempos cortos, el presentador debe revisar y reinterpretar los textos o guiones que son una guía, muchos talentos de pantalla no tienen la capacidad de improvisación y la mayoría de presentadores restringen su participación a la media hora o cuarenta minutos que dura la grabación de sus presentaciones, así que es indispensable que los textos sean aprendidos lo más textual posible y en poco tiempo.

En general son muy pocos los presentadores que se involucran en la producción de los reportajes, esa es una de las contradicciones de la producción audiovisual, ya que para el espectador el responsable de la producción es la figura visible o talento de pantalla y nadie más.

En medios como Cuenca son muy limitadas las opciones al momento de convocar a un casting, generalmente se convoca a personas vinculadas a la comunicación y las relaciones públicas, además es muy notoria la falta de potenciales presentadores de sexo masculino, mientras que entre las mujeres es más factible descubrir un nuevo talento de pantalla.

También es muy frecuente que las presentadoras de televisión hayan tenido como trampolín una participación en algún reinado.

En el casting de Tierra de Emprendedores participaron 4 mujeres, entre ellas también estuvo una ex Reina de Cuenca que gozo, mientras fue reina de Cuenca, de mucha popularidad y aceptación: Estefany Chalco, además participaron Daniela Martínez, oriunda de la ciudad de Manta y residente en

Cuenca, María Alejandra Valdivieso presentadora de un programa de variedades en ETV Telerama y Valentina Cárdenas, periodista que trabaja en un medio de comunicación radial.

Todas podían acoplarse a la producción de “Tierra de Emprendedores” sin embargo Estefany Chalco fue la escogida por su disponibilidad pero sobre todo por su interés en los contenidos del programa, desde el principio intervino y aportó en la concepción de los reportajes asumiendo mucha responsabilidad y compromiso, cualidades indispensables que junto a la sencillez hacen llevadero el trajín de una producción televisiva, hay que mencionar además que se acomodó al presupuesto luego de una breve negociación.

2.6 Producción de Reportajes

La producción de un programa de televisión no siempre se desarrolla en orden cronológico, por el contrario, casi siempre se empieza por los reportajes de mayor accesibilidad, el segmento que siempre estuvo claro en su forma y contenido fue “Emprendedores Ícono”

2.6.1 Producción de reportaje: Emprendedor Ícono

Para la producción del reportaje Emprendedor Ícono, preparamos una lista general de potenciales entrevistados, previamente resumimos las características que debían reunir estos emprendedores por ser los más reconocidos y los que más se han destacado en distintas áreas, constaron en la lista inicial los siguientes nombres

- Jefferson Pérez
- Rony Nader
- Iván Vallejo
- Poly Ugarte
- Andrés Gómez

- Lenin Moreno
- Santiago Quintero
- Monseñor Alberto Luna Tobar, entre otros

La intención del programa “Tierra de Emprendedores” era alcanzar una cobertura y reconocimiento nacional, para ello debíamos producir reportajes de las cuatro regiones del país.

Decidimos producir el primer reportaje del “Emprendedor Ícono” en la provincia del Pichincha, de esa manera cubríamos esta región y producíamos una nota con un personaje distinto y especial; Santiago Quintero.

El Productor General Fernando Correa residente en la ciudad de Quito contactó a este escalador extremo que hizo noticia y se destacó por haber desafiado a la muerte escalando uno de los glaciales más difíciles y peligrosos del mundo, el K2, aventura que le significó el congelamiento y posterior amputación de parte de sus pies, para la producción de los reportajes pensábamos contar con la participación entusiasta de los emprendedores, sin embargo muchos de ellos son figuras públicas que al alcanzar notoriedad cuidan celosamente su imagen y al ser un programa que aún no se emitía, desconfiaban del manejo de la entrevista, desconfianza generalizada y justificada por la mayoría de los entrevistados debido al trato y manipulación inescrupulosa de las entrevistas pregrabadas por parte de algunos periodistas.

El Internet es definitivamente el mejor aliado para la producción audiovisual, a través del Google pudimos acceder mediante el nombre: Santiago Quintero, a su página oficial, aquí no solo encontramos un completo curriculum del deportista, también descargamos imágenes y fotografías que más adelante serían componentes importantes en la edición del reportaje.

La Red es sin duda una herramienta indispensable para la producción audiovisual, es difícil entender como se producían los reportajes antes de su aparición.

El productor Fernando Correa con amplia experiencia periodística desarrolló una plantilla de preguntas que permitirían seguir una secuencia de ideas, al final no se hicieron muchas de las preguntas planificadas por la misma naturaleza de la entrevista, que se convierte en un camino sin rumbo y lleno de incertidumbres, esa es precisamente la cualidad principal de la entrevista, poder caminar junto al entrevistado por rutas no planificadas, es allí cuando el conocimiento se convierte en la principal motivación y el diálogo puede extenderse hasta encontrar las respuestas justas y adecuadas.

Hoja de Producción			
Titulo: Tierra de Emprendedores.			
EMPRENDEDOR ÍCONO: Santiago Quintero			
DESGLOSE			
Fecha/día/hora	Locación	Equipo técnico	Entrevistado
02/11/2009 17h00 pm	Parque Itchimbia (Quito)	Cámara jvc -Micrófono corbatero con cable extra -Trípode -Luz de 350w -Extensión con acople	Santiago Quintero
PREGUNTAS			

- 1.- ¿Cuándo fue la primera vez que subió a la montaña?
- 2.- ¿Su sueño de niño fue ser escalador ?
- 3.- ¿Qué pensaba su familia y sus amigos respecto a su decisión de escalar montañas?
- 4.- ¿Cuándo tomó la decisión de escalar solo y porque?....
- 5.- ¿Cuál es su mayor referente o influencia?
- 6.- ¿ Cuántos glaciales a escalado y cuál ha sido el más difícil?
- 7.- Cuéntenos cómo fue el momento en que sufrió su accidente, y en qué glacial.
- 8.- ¿A consecuencia de este accidente usted perdió la mitad de sus pies, cómo lo superó?
- 9.- ¿Es verdad que le diagnosticaron que no volvería a caminar?
- 10.- ¿Cómo se levanta una persona luego de recibir ese diagnóstico?
- 11.- ¿Qué les diría a las personas que día a día luchan contra las dificultades, contra las adversidades para salir adelante en el campo profesional, empresarial, social, cultural, etc?
- 12.- ¿Qué se siente cuando se alcanza la cúspide de un glacial?
- 13.- ¿Tuvo miedo de volver a la montaña?
- 14.- ¿Volverá ha intentar ascender a la montaña en la que sufrió el accidente.... si.. porque?
- 15.- ¿Piensa que los Ecuatorianos somos gente luchadora?
- 16.- ¿Qué les diría a las personas que como usted sueñan en grande pero no reciben apoyo?
- 17.- ¿De dónde sale la fortaleza para alcanzar metas, para cumplir objetivos,

para hacer realidad sueños?

18.- ¿Cuál es el sueño que le falta por cumplir ?

2.6.2 Producción de reportaje: Emprendedor Empresarial

Con el mismo esquema del Emprendedor Ícono desarrollamos el reportaje: Emprendedor Empresarial, al tener cubierta la provincia del Pichincha ahora preparamos una lista de empresarios de la ciudad de Cuenca, las posibilidades eran múltiples por el notable desarrollo económico que la industria cuencana ha experimentado, sin embargo decidimos priorizar a los empresarios que han empezado desde cero, es decir que han logrado el éxito de la nada ya que en estos casos el mérito es mucho más grande.

Otras características a tomar en cuenta eran que la empresa sea innovadora y que genere gran cantidad de fuentes de empleo, entre los posibles emprendedores constaban:

- Roberto Maldonado: Gerente Colineal.
- Marcelo Jaramillo: Gerente Indurama
- Lautaro Jetón: Gerente La Italiana
- Juan Carlos Crespo: Gerente Zhumir
- Jorge Eljuri: Gerente Banco del Austro
- Jhonny Heimback: Gerente La Europea
- Alejandrino Moncayo: Gerente Lácteos San Antonio
- Alfredo Peña: Gerente Grupo Graiman
- Patricio Ortíz: Gerente Grupo Ortíz.

Si para la producción de los emprendedores ícono tuvimos inconvenientes, con los empresarios la negativa era casi generalizada, la mayoría de empresarios prefieren mantener un perfil bajo y pasar desapercibidos sobre todo por su seguridad, entre los candidatos quien accedió de mejor manera y con mayor apertura fue el economista Roberto Maldonado, su historia es conocida en el medio ya que éste emprendedor surgió de cero junto a su padre que tenía una pequeña carpintería, hoy genera trabajo para más de 400 personas y tiene sucursales en las principales ciudades del país, en varias ciudades de Latinoamérica y en EEUU.

En el caso de Roberto Maldonado su perfil empresarial es conocido, por lo que tuve varias referencias que agilitaron el plan de producción de la entrevista, el contacto inicial estuvo a cargo del Productor General Fernando Correa que definió fecha y hora para la filmación.

Cada entrevista es una experiencia diferente pero el esquema que se aplica es generalmente el mismo, nuevamente preparamos un listado de preguntas como soporte con el fin de obtener la información requerida en la estructura base, es decir el testimonio acerca de su historia de vida, la historia de su empresa, y la proyección de la misma.

El economista Roberto Maldonado como todo empresario, tiende a tomar las riendas de la situación y encaminarla a su conveniencia ésta entrevista no fue la excepción, ventajosamente esta situación me permitió acceder a hechos

y acontecimientos de su vida que tornaron a la entrevista sumamente amena, interesante y enriquecedora, paso a paso contó sus inicios como empleado de la empresa Indurama y su posterior despido de la misma, hecho que lo calificó textualmente como “ lo mejor que me pudo pasar en la vida”, además destacó el papel de su familia y de sus colaboradores en el éxito de su empresa, todas estas referencias personales nos guiaron para la realización de entrevistas complementarias que reforzarían el testimonio del emprendedor.

Hoja de Producción

Título: "Tierra de Emprendedores"

EMPRENDEDOR EMPRESARIAL: Eco. Roberto Maldonado

DESGLOSE

Fecha/día/hora	Locación	Equipo técnico	Entrevistado
05/11/2009 9h00am	Oficina: Eco. Roberto Maldonado. Parque Industrial Cuenca	Cámara jvc -Micrófono corbatero con cable extra -Trípode -Luz de 350w -Extensión con acople	Eco. Roberto Maldonado.

PREGUNTAS

- 1.- ¿Cómo fue su niñez, fue feliz, con todas las comodidades o tuvo que pasar necesidades?
- 2.- ¿Si su situación económica no fue la mejor, cómo hizo para convertirse en un profesional? tengo el dato que usted estudio en colegio nocturno.
- 3.- ¿Cuál fue su primer empleo?
- 4.- ¿Cómo tomó la decisión de independizarse y poner su propio negocio? y ¿cómo un economista se poner a fabricar muebles?
- 5.- ¿Cómo se amplía una empresa a otras ciudades e incluso a otros países?

- 6.-¿No le asusta saber que de usted dependen 400 fuentes de empleo?
- 7.- En estos tiempos llenos de comunicación y tecnología ¿qué se requiere para ser un emprendedor de éxito?
- 8.- ¿Cuánta importancia tiene saber elegir un buen equipo de colaboradores?
- 9.- Parece que no hay límites para usted, Colineal está en casi todo el Ecuador, gran parte de Latinoamérica y EEUU ¿qué metas le falta alcanzar ?
- 10.- ¿Cuál es el precio del éxito empresarial? ¿debió sacrificar tiempo con su familia?
- 11.- ¿Qué les diría a las personas que día a día luchan contra las dificultades, contra las adversidades para salir adelante en el campo profesional, empresarial, social, cultural, etc. ?
- 12.- Un consejo para los jóvenes emprendedores

2.6.3 Producción y realización de reportaje: Emprendedor Semilla

La Estructura base determinaba que debíamos producir dos reportajes de “Emprendedores Semilla” ya teníamos un reportaje de la capital y un emprendedor del Azuay, lo lógico era conseguir emprendedores semilla de la Costa y El Oriente, lamentablemente el factor económico restringió los viajes a estas provincias de manera que aprovechamos el viaje a la capital para realizar el reportaje de un emprendedor semilla, el Productor General contacto a una gestora cultural que había inaugurado una galería de arte contemporáneo.

Parecería que los temas o contenidos de los reportaje son tomados al azar, pero no es así, responden a un diálogo y a una planificación entre el productor y el director, se analiza la factibilidad y accesibilidad a los entrevistados, el interés que puedan despertar en los espectadores y el complemento dentro de la estructura global del programa, también hay que tomar en cuenta que este es el primer programa de toda una temporada así que debemos prever y guardar notas para posteriores capítulos.

Para la producción del segundo emprendedor semilla decidimos hacer un esfuerzo y viajar hasta Loja debido a la cercanía de esta ciudad y ha que en esta zona se han emprendido interesantes proyectos de carácter social y comunitario en los que intervienen directamente jóvenes universitarios.

La cercanía nos permitía viajar a Loja de madrugada y volver el mismo día abaratando los costos, a esto hay que sumar el buen estado de la vía.

El segundo emprendedor semilla es un proyecto denominado “Palo Santo”, iniciativa de un grupo de estudiantes y profesores de la Universidad Técnica Particular de Loja,” consiste en la producción de esencias a partir de la “Burceraceae graveolens” más conocida como “Palo Santo”, la materia prima se extrae de un bosque ubicado en la parroquia Zapotillo, provincia de Loja, aquí participa activamente la comunidad en el cuidado y recolección de las semillas que luego son tratadas y procesadas en las instalaciones de la UTPL, estas esencias son comercializadas a una corporación internacional de productos de belleza que aseguran la rentabilidad del emprendimiento.

Se puede acceder a toda esta información a través de la página web de la UTPL, www.utpl.com que impulsa varios programas de emprendimiento con la participación activa de la comunidad.

Para este segmento no planteamos una lista de potenciales emprendedores pues las posibilidades son múltiples ya que en este grupo se encuentran la mayor cantidad de emprendimientos, fue de mucha utilidad el aporte de la organización “Impulsar,” entidad sin fines de lucro que nos asesoró sobre estos emprendimientos.

Hoja de Producción			
Titulo: "Tierra de Emprendedores".			
EMPRENDEDOR SEMILLA #1 Galería "Artística- Ecuador"			
DESGLOSE			
Fecha/día/hora	Locación	Equipo técnico	Entrevistado
10/11/2009 15h00pm	Galería: Artística- Ecuador	-Cámara jvc -Micrófono corbatero con cable extra -Trípode -Luz de 350w -Extensión con acople	Natacha Vivar
PREGUNTAS			
1.- ¿Cómo nació la idea de poner una galería de arte? 2.- ¿Es rentable el comercio de arte en el Ecuador? 3.- ¿Es difícil mantener un espacio cultural en nuestro país? 4.- ¿Cómo financió el montaje y alquiler de su galería? 5.- ¿Cuál es su meta profesional?			

6.- Un consejo para los jóvenes emprendedores y para los jóvenes artistas del Ecuador.

Hoja de Producción

Título: "Tierra de Emprendedores".

EMPRENDEDOR SEMILLA # 2: Proyecto "Palo Santo"

DESGLOSE

Fecha/día/hora	Locación	Equipo técnico	Entrevistado
13 /11/2009 10 am	UTPL- Loja	-Cámara jvc -Micrófono corbatero con cable extra -Trípode -Luz de 350w -Extensión con acople	Dr. Omar Malagón Profesor UTPL

PREGUNTAS

- 1.- ¿Cómo nació la idea del emprendimiento "Palo Santo" ?
- 2.- ¿Cuál es el papel específico que desempeñan la Universidad, los Estudiantes y la Comunidad ?
- 3.- Al ser un proyecto que genera recursos ¿cómo se distribuyen las

ganancias?

4.- ¿Es difícil trabajar con comunidades sin una cultura de ahorro y emprendimiento?

5.- ¿Qué es lo más gratificante de aportar al mejoramiento de la calidad de vida de una comunidad?

6.- ¿los jóvenes ecuatorianos son capaces de llevar a cabo grandes proyectos?

7.-Cuál debe ser el papel de la Universidades en la formación de los jóvenes para desarrollar su espíritu emprendedor.

8.- ¿Cuál es el factor más importante a tomar en cuenta al momento de decidir emprender?

9.- Un consejo para los jóvenes emprendedores.

2.6.4 Producción y realización de reportaje: Emprendedor Innovador

Para la producción del reportaje “Emprendedor Innovador” encontramos inicialmente dificultades al momento de estructurar una lista de potenciales entrevistados, ventajosamente gracias a una publicación de la revista LIDERES pudimos acceder a varios reportajes escritos dedicados a emprendedores innovadores y creativos, entre ellos constaban por ejemplo una emprendedora Guayaquileña que ofrecía el servicio de alquiler de un bus festivo más conocido como “Chiva” para celebrar divorcios, o en el Puyo un criadero de tilapia construido en donde antes fue una mina de materiales pétreos, o en la capital, una doctora Quiteña que fabricaba carga bebés con un diseño basado en las tradiciones de las indígenas Ecuatorianas, carga bebés que tiene gran acogida sobre todo entre las mujeres Europeas.

También en esta lista constaba una cuencana que ofrecía cuyes o cobayos como mascotas, la peculiaridad de estos roedores era que habían desarrollado a través de modificaciones genéticas un pelaje abundante transformando a estos animales en lujosas y costosas mascotas, al ser un emprendedor cuencano se facilitó la gestión y pudimos acceder sin ninguna dificultad a una entrevista con Verónica Tamayo, una joven veterinaria que nos abrió las puertas de su Pet Shop.

Hoja de Producción			
Título: “Tierra de Emprendedores”.			
EMPRENDEDOR INNOVADOR: Verónica Tamayo			
DESGLOSE			
Fecha/día/hora	Locación	Equipo técnico	Entrevistado
		Cámara jvc	
Angel Renato Correa Parra			51

	Tienda de mascotas	extra -Trípode -Luz de 350w -Extensión con acople	
PREGUNTAS			
1.- ¿Cómo nació la idea de vender cuyes como mascotas? 2.- ¿Alguien se burló de ti cuando planteaste esta idea? 3.- ¿Con qué recursos montaste tu tienda? 4.- ¿Basaste tu idea en alguna experiencia previa o la tomaste de algún otro país? 5.- ¿Qué les dirías ahora a las personas que se burlaron de tu iniciativa? 6.- ¿Cuál es tu siguiente proyecto? 7.- Un consejo para los jóvenes emprendedores del Ecuador.			

2.7 Elaboración de Guión Final

Todo proyecto audiovisual se elabora a base de un guión, sin embargo como hemos visto en el caso de los programas televisivos de reportajes no es válido redactar desde el inicio un texto final por la naturaleza misma de este género, que en la realización de reportajes y entrevistas da giros imprevistos a la estructura del programa modificando su contenido final, estos imprevistos son además un plus que permite sorprender al espectador y crear mayor interés y expectativa.

Debemos recordar que para la elaboración del Guión Final tomamos como referencia el contenido, orden y los tiempos determinados en la estructura base, sin embargo en el caso de tierra de Emprendedores esta estructura también sufrió algunas modificaciones en su orden y en los tiempos estimados, así, mientras en la estructura base en el ítem número 7 se encontraba el **SEGMENTO MIMO # 1**, este fue intercambiado por el ítem número 12 ; **AVANCE PARA SALIR A COMERCIALES**, esta modificación se dio porque el avance hacía referencia al reportaje final, que en la estructura base se encontraba situado precisamente antes de este reportaje, así que por obvias razones no cumplía el objetivo de despertar intereses en el televidente, después de haber elaborado todas las etapas previas a la producción del guión final y basados en el orden y en los tiempos determinados en la estructura de referencia o estructura base del programa, procedemos a la redacción del guión final que será la guía sobre la que se desarrollará la edición del programa “Tierra de Emprendedores”.

Guión

Programa “Tierra de Emprendedores”

Programa uno

1- INTRO

Duración: 40 segundos.

Descripción: Clip de imágenes y animaciones relacionadas con el emprendimiento, respaldadas por música inédita compuesta e interpretada con instrumentos autóctonos.

2- ESTEFANI CHALCO # 1

Duración: 40 segundos.

Amigos, Amigas, bienvenidos a “*Tierra de Emprendedores*” aquí conoceremos semana a semana como surgieron y crecieron algunas de las empresas y negocios más exitosos del país, ¿cual es la historia de los

emprendedores que en muchos casos de la nada, se han constituido en ejemplo de superación y éxito?, además nuestro programa será la guía que usted necesitaba para iniciar su propio negocio, y si usted ya tiene su emprendimiento, aquí podrá conocer como crecer con el mismo, pero el emprendimiento esta ligado estrechamente a valores y principio universales, nuestros invitados nos compartirán sus vivencias y logros forjados a base de esfuerzo y perseverancia, así que padres de familia no duden en compartir esta media hora con sus hijos, porque aquí conoceremos mucho más que emprendimientos exitosos, conoceremos historias positivas de vida, veamos que tenemos para el programa de hoy.....

3- RESUMEN INTRO

Voz en off : Nataly Siguenza

Duración: 40 segundos.

Hoy en “*tierra de Emprendedores*” lo mejor que le paso es que le hayan despedido de su trabajo, conozca al fundador de la empresa de muebles más grande del Ecuador, las esencias más exquisitas se producen en Loja gracias a un emprendimiento de compromiso social, de plato típico a mascota de moda , llegaron al Ecuador los “cuyes gitsu” y la historia del ecuatoriano que rompió con todos los limites y escaló la cima del mundo sin los dedos de sus pies, todo esto y más aquí en “*Tierra de Emprendedores*” bienvenidos.

4- ESTEFANI CHALCO # 2

Duración: 40 segundos.

¿Qué pensaría de alguien que dice que lo mejor que le ha pasado es que le hayan despedido de su trabajo? ese es el caso del ingeniero Roberto Maldonado que después de quedarse sin empleo decidió emprender junto a su padre, un humilde artesano cuencano, una tienda de muebles, con los años esa tienda se convirtió en la empresa de muebles y decoración más grande del país: Colineal, así que si usted perdió su empleo o busca una oportunidad, este es un ejemplo de que con trabajo y constancia todo es posible en nuestro Ecuador.

5- REPORTAJE # 1 “EMPRENDEDOR EMPRESARIAL”

Duración: 5 minutos

ROBERTO MALDONADO- COLINEAL

6- ESTEFANI CHALCO # 3

Duración: 20 segundos.

Todas las semanas tendremos en nuestro programa, el perfil de estos emprendedores empresariales para descubrir un poco más las claves de su éxito, regresamos luego de la pausa.

7- AVANCE PARA SALIR A COMERCIALES

DURACION 30 seg.

Voz en off femenina : Nataly Siguenza

Al regresar: de plato típico a mascota de moda, llegan al Ecuador los cuyes gitsu y la historia del ecuatoriano que escaló la cima del mundo sin los dedos de sus pies, ya regresamos..

8- BLOQUE DE COMERCIALES# 1

Duración: 1 minuto

9- ENTREVISTAS EN LA CALLES

DURACION 20 seg.

Voz en off: Nataly Siguenza

¿Tienes una idea innovadora? ¿Qué negocio te gustaría emprender?

Respuestas de la ciudadanía en las calles

Voz en off: Nataly Siguenza

Conoce más sobre los emprendedores en nuestro país en

www.emprendeecuador.gov.ec, “Tierra de emprendedores” porque el próximo emprendedor eres tú.

10- REPORTAJES 2 “EMPRENDEDORES SEMILLA”

Duración: 6 minutos

REPORTAJE UNO: “Artística Ecuador”- Galería de Arte

REPORTAJE DOS: “Palo Santo”- Emprendimiento con Compromiso Social

11- ESTEFANI CHALCO # 4

DURACION:30 seg.

Es imprescindible que los jóvenes tomemos la iniciativa al momento de emprender, es nuestra responsabilidad porque tenemos todo un camino por delante, y el desarrollo de nuestro país es nuestro compromiso.

12- SEGMENTO MIMO # 1

Duración: 30 segundos.

Voz en off: Nataly Siguenza

Hey tu... despierta tu espíritu emprendedor

¿Te entusiasma empezar un nuevo proyecto?

¿Logras lo que te propones, a pesar de los obstáculos?

¿Estas dispuesto a asumir los riesgos?

Si respondiste que si, tienes espíritu emprendedor

Si no, no te preocupes puedes desarrollarlo.

13- BLOQUE DE COMERCIALES# 2

Duración: 1 minuto.

14- SEGMENTO MIMO # 2

Duración: 40 Segundos.

Voz en off: Nataly Siguenza

¿Cómo desarrollar el espíritu emprendedor?

Piensa en nuevos emprendimientos

Fijate en tu entorno

¿Qué hace falta?

¿Qué se necesita?

¿Cómo lo mejorarías?

Lee libros y revistas sobre el emprendimiento

Conoce las historias de emprendedores de éxito

Relaciónate con emprendedores

Y por supuesto, continua viendo nuestro programa.

15- ESTEFANI CHALCO # 5

Generalmente cuando escuchamos la palabra cuy o cobayo, la asociamos con el plato típico ecuatoriano acompañado de papas y mote, conocimos a una cuencana que decidió vender cuyes pero no como alimento sino como mascotas, se trata de una joven veterinaria a la que se le rieron cuando decidió emprender con este negocio, hoy cientos de ecuatorianos han decidido adoptar como mascota a este peculiar “cuy gitsu”, veamos este creativo emprendimiento.

16- REPORTAJE 3 “EMPRENDEMIENTO INNOVADOR”

Duración: 4 minutos

PET ZOO- CUYES GITSU

17- ESTEFANI CHALCO # 6

Duración: 20 segundos

Hay que mencionar que estos cobayos de pelo largo provienen de una mezcla de razas y su carne no es de las cualidades nutritivas del común de cuyes, así que no piense en comérselos.

Para despedirnos les tenemos una historia de valor entrega y sacrificio con un ecuatoriano muy especial, se trata de Santiago Quintero, un escalador extremo que perdió los dedos de sus pies debido a un congelamiento.

A Santiago no solo le diagnosticaron que no iba a volver a escalar sino que incluso no iba a volver a caminar sin embargo este joven ecuatoriano rompió todos los límites y no solo que volvió a caminar sino que escaló uno de los glaciales más peligrosos del mundo, nos despedimos con esta nota que nos motiva a romper con todos los límites porque los ecuatorianos somos capaces de alcanzar todas las metas que nos tracemos, nos vemos la próxima esto fue “Tierra de emprendedores”

REPORTAJE EMPRENDEDOR ÍCONO

DURACION: 3min.

SANTIAGO QUINTERO

CRÉDITOS Y AGRADECIMIENTOS

Duración: 1 minuto.

2.8 Filmación de las presentaciones del Anchor.

Las intervenciones del Anchor o presentador se pueden realizar únicamente a partir del guión final, previamente se realizó el Casting en el que fue electa Estefani Chalco, además, el diseño, montaje e iluminación del set estuvieron listos de manera que la penúltima etapa de la producción se pudo realizar sin inconvenientes, se sugirió a la presentadora utilizar un vestuario elegante con colores pastel y sin líneas, de manera que no cause contraste ni interferencia en el contraste de color y luz.

2.9 Grabación de la Voz en off

Cuando un proyecto se produce por primera vez es conveniente hacer casting no solo de presentadora si no también de voz en off, en el medio local

existen locutores y voz en off de excelente registro tanto masculinas como femeninas.

Personalmente creo que la imagen es tan importante como el audio, como veremos más adelante en el proceso de edición, el audio tiene incluso mucha más influencia al momento de encontrar el ritmo o estructura de un reportaje, así mismo la voz en off identifica y genera una imagen integral del proyecto por ello es importante analizar detenidamente a la persona responsable en dar vida a los textos.

En mi experiencia laboral he podido trabajar con muchos profesionales de la locución, cada uno cuenta con un estilo y timbre de voz que lo diferencia, estas son precisamente las características a tomar en cuenta al momento de definir la voz en off para un programa, el estilo y timbre de voz, en especial el estilo, ya que desde hace algunos años el criterio errado de que para ser locutores e incluso periodistas era imprescindible tener voz gruesa, ha sido desechado, gracias a esto el trabajo de locutor se ha ampliado ha personas que nunca antes han trabajado en medios de comunicación pero que tienen las cualidades necesarias para desenvolverse correctamente tras un micrófono.

En general podemos encontrar voces en off y talentos de audio con solo encender la radio, aunque esa también sea una limitación, ya que al igual que muchos actores de teatro no se desempeñan bien en la televisión así mismo muchos comunicadores y locutores de radio no aciertan al momento de grabar para un audiovisual, en la mayoría de casos por falta de costumbre pero sobre todo por desconocimiento, al momento de grabar un audio para un audiovisual el locutor debe intentar transmitir el espíritu de la imágenes y no transcribir lo que esta viendo o leyendo, otra gran dificultad con la que se enfrentan locutores de radio son los tiempos, en radio el locutor tiene la posibilidad de desarrollar una idea sin limite de tiempo, reiterando información, mientras que el lenguaje audiovisual tiene un estricto control y requiere precisión.

Para el programa “Tierra de Emprendedores” contamos con una voz femenina joven y alegre con el objetivo de dar frescura al programa, Nataly Siguenza, licenciada en audiovisuales, cuenta con un timbre diferente y cálido, su experiencia en radio y en anteriores producciones audiovisuales agilitó la grabación que por lo general se desarrolla en pocos minutos, además su participación se ajustó a nuestro presupuesto.

CAPITULO 3

3. FASE DE EDICIÓN Y POSTPRODUCCIÓN

Es necesario reiterar que proyectos audiovisuales como los programas de televisión requieren de un numeroso equipo técnico y humano para una realización idónea, desde el principio he mencionado las limitantes que tuvo la producción “Tierra de Emprendedores” sin embargo esto nunca debe verse reflejado en el producto a emitirse.

La edición del programa no contó con la participación de un grupo de editores, estuvo íntegramente a mi cargo por las razones antes expuestas y porque además debía definir el estilo de los primeros capítulos que servirían de modelo para el editor o los editores que participarán en el resto de la temporada.

Para la edición de los reportajes y para la producción y animación de la imagen gráfica se desarrollaron los siguientes procesos:

- 1- Descarga de material.
- 2- Edición de la voz en off.
- 3- Recopilación y retoque de material gráfico.
- 4- Recopilación y escogitamiento de música de respaldo
- 5- Edición.
- 6- Animación de textos, nombres y gráficos complementarios.
- 7- Render

3.1 Descarga de Material

El proceso de edición inicia con la descarga del material, al contar con una cámara hd con disco duro externo este proceso se simplifica en un 95% .

Antes se debía revisar y descargar el material filmado desde el caset mini dv, para ello se manipulaba la cinta que estaba expuesta a distintos accidentes, desde una falla mecánica en la casetera que causaba el desgaste y rotura de la cinta hasta el borrado total del material filmado por una regrabación accidental, a esto debemos sumar el tiempo que se debía emplear en retroceder, adelantar y reproducir las imágenes.

Hoy este proceso se ha simplificado a la conexión de un cable Fire Ware desde el disco duro externo hasta el computador y el traspaso de los archivos en formato .mov en apenas minutos.

Este tipo de innovaciones tecnológicas significan para el realizador la posibilidad de contar con más tiempo para invertir en procesos creativos, al final se descargaron 180 Gb de material en bruto.

3.2 Edición de Voz en off

Cuando se trabaja junto a profesionales de experiencia la producción de cualquier producto audiovisual se agilita, luego de grabar la voz en off con Nataly Sigüenza procedí a la edición de audio a través del programa Soundtrack Pro, las múltiples herramientas que ofrece simplifican el corte, esto sumado a una grabación ágil resulta en un proceso rápido y entretenido.

Esta agilidad al momento de trabajar es fundamental pues el desgaste de estar sentado por horas frente a un computador no es llevadero si no se cuenta con los elementos necesarios. Previo a la edición de un producto audiovisual de cualquier género, se debe contar con todo el material o insumos audiovisuales, ya que la búsqueda e incluso la producción de imágenes y entrevistas sobre la marcha, causa demora y origina una pérdida de ritmo que se ve reflejado en un audiovisual inconsistente y aburrido, en resumen, lo que resulta aburrido de editar de seguro resultará aburrido de ver.

3.3 Recopilación y retoque de material gráfico.

En la Estructura Base se determina que casi todos los reportajes tienen dentro de su contenido un segmento en el que se revisa la historia que precede al emprendedor, la manera de graficar este segmento del reportaje es mediante fotografías de archivo que muestren al emprendedor en sus inicios.

La mayoría de este material se encuentra impreso en papel fotográfico pegado en álbumes de fotos y en mínima cantidad en formato digital, en el primer caso procedí al escaneo de una gran cantidad de fotografías para su posterior retoque por medio de los programas Adobe PhotoShop cs4 y Adobe Illustrator cs4, diferentes herramientas como el Tampón de Clonar, la pluma o el pincel corrector permiten recuperar material gráfico indispensable para la edición, el proceso consiste básicamente en borrar manchas y recuperar texturas y colores afectados por el paso del tiempo sin perder el envejecido característico de las imágenes antiguas.

En el caso de las imágenes captadas con cámara digital, se utilizan para graficar acontecimientos o hechos recientes relacionados con el emprendedor, el proceso de retoque en este caso se agilita ya que lógicamente obviamos el escaneo y porque en general las fotografías archivadas en formato digital no requieren mayor manipulación.

3.4 Recopilación y escogitamiento de música de respaldo

Con el fin de contar con todos los elementos necesarios para una edición ágil y concreta es indispensable organizar y escoger la música que respaldará los reportajes, una producción audiovisual propia debe contar con un músico de planta que desarrolle la banda de audio inédita, lamentablemente en nuestro medio aun no se ha desarrollado esta rama profesional por lo que es muy difícil contar con un músico con experiencia en producción audiovisual.

Esta limitante obliga a musicalizar los reportajes con sonidos y temas pregrabados, lógicamente para poder utilizar este material se debe contar con los permisos y autorizaciones del autor o autores, sin embargo en Latinoamérica esta cultura de derechos de autor no se cumple al no existir organismos de control, en cualquier caso hasta el momento no se conoce ni

se ha hecho público ningún reclamo por parte de artistas internacionales o nacionales a producciones locales, en el caso de los artistas nacionales incluso muchos se sienten beneficiados ya que esta es una manera de promocionar su trabajo.

Para el programa “Tierra de Emprendedores” utilicé música de autores extranjeros no comerciales en una gama de géneros instrumentales como el Jazz, el New age, el Soul y el Pop.

Artistas como Spyro Gira, Michael Gettel, Brian Mann, Eric Tingstad o la colección de New Age de libre disponibilidad de la disquera “Café del Mar” son artistas a los que permanentemente recurro por su variada gama de sonidos y estilos.

Escoger un tema musical para acompañar una imagen es una decisión subjetiva y difícil de analizar, se trata de un ritmo interno que aflora en el momento mismo de la edición, sin embargo es importante que un realizador cuente con una amplia cultura musical, de esa manera tendrá más posibilidades al momento de escoger el género musical justo para su producción audiovisual.

3.5 Edición

Hasta el momento hemos desglosado todos los elementos necesarios para iniciar el proceso de edición, ahora debemos definir la forma o estilo del reportaje y la estructura del contenido, la forma o estilo tradicional para la edición de un programa de reportajes consta de: imágenes, audio o música de

respaldo, pantallazo del reportero, voz en off del reportero y animación de gráficos y títulos.

En el caso de Tierra de Emprendedores reduje estos recursos de edición al máximo por las dos razones que han sido una constante en la producción: el bajo presupuesto y la idea de producir reportajes diferentes con un lenguaje audiovisual entretenido e innovador.

El estilo audiovisual del reportaje puede variar y se puede modificar, pero la estructura del contenido no, ya que está definida desde el principio por la Estructura Base, en ella se determina el orden de los contenidos e incluso el tiempo de duración de cada segmento del reportaje, al final veremos que la estructura puede variar pero es imprescindible contar con una referencia como punto de partida.

Para definir el estilo de edición debemos saber con que recursos contamos, en el caso de “Tierra de Emprendedores” no tuvimos reportero que haga pantallazo y ponga la voz en off, en estos casos generalmente se hace uso de la voz en off extra femenina, pero para este programa decidimos incluso obviar este elemento.

Esta reducción de recursos técnicos no responde al deseo de ahorrar recursos económicos o por no contar con el presupuesto para esta labor, sino más bien con el deseo de innovar en la forma de edición.

Para remplazar la voz en off decidimos incluir textos que salgan en la pantalla tipados a base de animación, el contenido de los textos son las preguntas realizadas a los entrevistados, teniendo como fondo la animación de logo del programa sobre una base azul, de esta manera una a una salen las preguntas a los emprendedores sobre los contenidos establecidos en la estructura base.

El hilo conductor de los reportajes se establece por las respuestas de los emprendedores, esta forma de estructura supone mucho más trabajo ya que cada pregunta se arma con un sonido o tema musical diferente, además es importante buscar las palabras justas, ya que si bien contamos como referencia con las preguntas propuestas en la etapa de producción, estas deben ser sintetizadas en 4 o 5 palabras de manera que el espectador pueda entender con claridad la pregunta y en el menor tiempo posible.

Debo recalcar que considero indispensable contar con música y sonidos desde el principio para el proceso de edición, de otra manera es imposible determinar el ritmo o estilo ya que los sonidos o temas musicales sugieren el movimiento y la intención de los textos o preguntas animadas.

Este estilo de edición se aplicó en cada uno de los reportajes inclusive en algunos casos se utilizó mínimamente las preguntas ya que estas eran innecesarias gracias a la contundencia de las respuestas y al fluido desenvolvimiento de los entrevistados.

La animación de los textos se realizó por medio del programa Live type que permite dar movimiento a textos y títulos con mucha agilidad, para la edición de las imágenes se utilizó el programa Final Cut Pro versión 6.0, un programa conocido y sumamente versátil.

En mi caso aprendí la edición digital a través del programa Adobe Premier Pro, sin embargo las bondades que ofrece el Final Cut obligan al cambio de soporte, principalmente por la capacidad y rapidez en el manejo de gráficos.

Para el ajuste y masterización de los audios se utilizó el programa Soundtrack Pro, ya que una de las pocas dificultades que presenta el programa Final Cut, es en el audio, en la mayoría de casos no reconoce directamente todos los formatos y solicita permanentemente renders demorando el proceso de edición, por ello es conveniente trabajar paralelamente en los dos programas para la transformación de música, efectos o voz en off.

Las imágenes en su gran mayoría fueron editadas por corte ya que considero al “dissolve” una herramienta innecesaria en este tipo de formatos, lamentablemente su uso recurrente en programas de reportajes causa cansancio en vez de transmitir la sensación de fluidez entre plano y plano.

3.5.1 Edición Intro

La edición del programa se realizó en un solo proyecto y se armó en orden, es decir inicie con la edición del Intro, que se construyó a partir de las imágenes más representativas captadas en la producción de los reportajes sumado a la animación final del logo que se definió previamente en la Producción de la Imagen Audiovisual.

En el Intro además sumé un nuevo elemento con el deseo de enriquecer su estructura, se trata de una voz en off que resume los contenidos del programa y destaca las cualidades de un emprendedor, el texto es el siguiente:

Trabajo, disciplina, constancia, cualidades propias de un emprendedor, derrumbando fronteras, sin miedos, las historias de quienes dedican su vida por alcanzar sus metas, sus proyectos, sus sueños, un país de luchadores en busca de la excelencia, inspirados en una sola bandera, una sola patria, una sola tierra, la “Tierra de Emprendedores”, grandes emprendimientos, la microempresa y los negocios más creativos e innovadores, como emprender tu propio negocio, como ahorrar y en que invertir, asesoría económica y financiera y las historias de vida más inspiradoras, Tierra de emprendedores, porque el próximo emprendedor eres tú... Bienvenidos.

En el capítulo 2, Producción y Realización, analizamos los inconvenientes generados a partir de la producción del Jingle Original, para el Intro no utilizamos este Jingle sino un tema extraído de una colección de la disquera Miramar denominado “Latín Fuego”, el tema incluye una serie de sonidos autóctonos de Latinoamérica y varios ritmos fusionados en una sola canción que permitían explotar al máximo la edición de las imágenes, al final del intro se sumaron las animaciones de los logos del programa y de los auspiciantes.

3.5.2 Edición resumen Intro

Seguido del intro, viene la bienvenida de la presentadora que a su vez da paso al resumen intro, su edición requería un ritmo ágil de manera que se editó por corte tomando las mejores imágenes de los reportajes, sumado a la voz en off y música de la colección “Café del Mar”.

3.5.3 Edición reportaje: Emprendedor Empresarial.

Comenzamos el reportaje Emprendedor Empresarial, con una claqueta que incluye varios elementos: sobre un fondo azul aparece en movimiento el engranaje de la máquina, una foto de archivo del emprendedor en blanco y negro, el logo del programa junto al del auspiciante MIPRO, el símbolo del árbol en movimiento y finalmente el nombre del Emprendedor con letras animadas mediante el programa live type, todos estos elementos fueron fusionados mediante distintas capas con el uso de transparencias y cromas, el resultado alcanzado es bastante equilibrado a pesar de los múltiples elementos que se mezclan, toda esta información permite introducir al espectador con bastante precisión acerca del contenido del reportaje.

Seguido tenemos la primera pregunta realizada a través de animación de textos, nuevamente sobre el fondo azul y con el engranaje en la parte superior, en el centro aparece mediante animación la primera pregunta; ¿Quién es Roberto Maldonado?, al empezar a armar los reportajes en este estilo, pude notar que formular las preguntas de esta manera forzaba una mayor interacción del espectador, ya que es precisamente el espectador quien en voz alta o en silencio debe plantear la pregunta para poder entender el desarrollo del reportaje.

Las preguntas están acompañadas de diferentes efectos de sonido y fragmentos de música que pertenecen a la colección network music, la música y los efectos son cortados cuando empieza la intervención del entrevistado ya que no tiene sentido acompañar con fondo musical la entrevista a no ser que

cause un efecto dramático, pero este no es el caso, de esta manera se desarrolla el reportaje que más adelante incluye entrevistas a colaboradores cercanos al emprendedor, familiares y amigos, las preguntas son en su mayoría las previstas en la hoja de producción, y se utilizó fotografías de archivo que permiten graficar la historia de vida del emprendedor.

3.5.4 Edición avance para salir a comerciales

Al igual que en el Resumen Intro, para la edición del avance para salir a comerciales utilizamos las mejores imágenes de los reportajes que se anuncian en la voz en off, sumándole en este caso un fragmento de la entrevista realizada al emprendedor ícono, Santiago Quintero, con el objetivo de generar mayor expectativa la voz en off anuncia que este ecuatoriano alcanzó la cima del mundo sin los dedos de sus pies.

3.5.5 Edición entrevistas en las calles

Después de comerciales retornamos al programa con una entrevista realizada en las calles para preguntar a la gente en que le gustaría emprender, la pregunta se hace utilizando el mismo recurso de la pregunta animada en pantalla sobre fondo azul pero en este caso también se suma la voz en off.

Lamentablemente resultó difícil obtener respuestas de la gente por su negativa a salir en cámara, para obtener respuestas de emprendimientos innovadores decidimos apostarnos en los predios universitarios en este caso en la Universidad de Guayaquil.

Al final nuevamente una animación de textos con voz en off invita al espectador a buscar más información referente al emprendimiento a través de la página oficial del auspiciante, todas estas animaciones se producen con el programa live type y fueron musicalizadas con un track incluido en el programa Soundtrack Pro.

3.5.6 Edición reportajes: Emprendedores Semilla.

La misma lógica y concepto utilizado en la edición del Emprendedor Empresarial se aplicó en los Emprendedores Semilla, el primer emprendimiento semilla es un espacio artístico implementado por una emprendedora quiteña: “Artística Ecuador”- Galería, en la edición de este reportaje hay que destacar el papel que juega la música.

Por lo general los reportajes en los que se incluyen contenidos artísticos sugieren un tratamiento diferente de efectos visuales y auditivos, en este tipo de reportajes una cámara rápida o un desenfoque se justifican plenamente, así mismo la música con sonidos no convencionales, la intención fue ambientar los espacios con temas musicales alternativos, ventajosamente en plena producción de este reportaje, la emprendedora organizó un evento en su galería, así que se pudieron sumar un par de entrevistas de artistas expositores para consolidar una nota corta de tiempo pero de interesante contenido.

Sin ahondar en análisis profundos sobre el ritmo interno de la edición y las diferentes teorías que existen sobre esta rama de la producción, en la edición de los reportajes se intentó desarrollar los contenidos con tendencia a un crecimiento sostenido en sus acciones e intenciones, de manera que el clímax coincidiera con el mensaje final del emprendedor, para lograr esta sensación audiovisual se acortaron las imágenes en sus tiempos al igual que las intervenciones de los emprendedores.

Seguido y sin la intervención de la presentadora, en el guión final se disponía un segundo emprendedor semilla, se trata de un emprendimiento nacido en la facultad de Industrias Agropecuarias de la Universidad Técnica Particular de Loja- UTPL- que produce un aceite esencial a partir de la semilla del “Palo Santo”.

La edición del reportaje se enfocó en criterios de los Técnicos Universitarios responsables del proyecto, la contraparte del mismo le compete a varias

comunidades del cantón Zapotillo, Provincia de Loja de donde se extrae la materia prima.

Lamentablemente la lejanía de esta comunidad no permitió acceder a entrevistas de los comuneros, principales beneficiados por el proyecto, para graficar su participación se utilizó material fotográfico proporcionado por los coordinadores del proyecto.

En este reportaje es posible visualizar con claridad el diferente uso que se le puede dar a un tema musical y su importancia en el desarrollo de los contenidos, en el emprendedor anterior se utilizaron varios temas que marcaban el ritmo de los cortes, en este caso se utilizó un solo track que fue previamente editado para aprovechar al máximo sus diferentes tramos y ritmos, con la edición del audio se buscó que el clímax de la canción coincidiera con el mensaje principal del emprendedor y que el final de la imágenes se complementara con el fin del track, ya que es diferente terminar el reportaje con el fin de la banda de audio a terminar con un fade out.

3.5.7 Edición segmento mimo 1 y 2

Los emprendedores semilla no tuvieron una introducción por parte de la presentadora pero si un comentario posterior que complementó el contenido y el objetivo de estos reportajes, inmediatamente y por corte pasamos a la edición del segmento Mimo.

Previamente se explicó el objetivo que cumple este segmento que se divide en dos partes; la primera que se emite luego de los emprendedores semilla y antes del segundo corte a comerciales y la segunda parte después de comerciales.

Inicialmente se manejó la posibilidad de producir este segmento con el uso de croma, sin embargo para alcanzar resultados aceptables con este recurso técnico se requiere un trato prolijo de iluminación, el mismo que no era posible implementar, ya que gran parte de las luces estaban dispuestas en el set, sin embargo utilizamos el mismo principio de croma pero con un manejo diferente.

El mimo fue personificado por Carlos Gallegos, actor con larga experiencia en esta rama que interpreta a un aprendiz que recibe técnicas básicas de emprendimiento en interacción directa con la voz en off femenina que durante el segmento es su guía didáctica, para desarrollar este personaje no construimos un nuevo set, únicamente ubicamos al mimo delante de un fondo

azul que fue iluminado con relativa uniformidad, la intención no era lograr un efecto de profundidad, únicamente ambientar un espacio en donde la postproducción predominaría, además de los movimientos y gestos del mimo el segmento se construyó con la voz en off, música cómica y animación de textos y gráficos, fue de suma importancia planificar con el actor los movimientos que realizaría con sus manos y rostro ya que estos tendrían estrecha relación con los textos y gráficos que aparecerían animados en el fondo azul.

En este caso para la animación de textos ya no se utilizó el programa live type, para lograr los movimientos requeridos utilizamos el programa after effects, la música se tomó de la colección network music- shockwave seven, además la voz en off recibió instrucciones específicas sobre la intención alegre y divertida que debía transmitir en sus grabaciones.

3.5. 8 Edición Emprendedor Innovador

Después de comerciales y de los mimos uno y dos, retomamos los reportajes con el emprendedor innovador, esta vez luego de una breve introducción de la presentadora, modificamos levemente la estructura por las características diferentes del emprendimiento.

Empezamos con la portada o animación de introducción y de inmediato con un clip de música e imágenes editadas estilo reportaje de modas, pero no un reportaje de modas común y corriente, se trata de una colección de ropa y bisutería dedicada a una mascota muy peculiar, el cobayo.

La propietaria de esta sui géneris “pet shop” es Verónica Tamayo una joven emprendedora que después de cursar sus estudios universitarios de veterinaria decidió montar un negocio de mascotas, ha base de investigación pudo acceder a un tipo de cuy o cobayo que gracias a una modificación genética desarrolla gran cantidad de pelo en el roedor, el reportaje se editó por corte con el uso de las preguntas animadas y nuevamente la música fue el elemento que definió el carácter divertido del reportaje, además en la edición se enlazaron las diferentes locaciones en las que se filmó el reportaje; la tienda, el criadero y la casa de uno de los clientes o propietarios.

3.5.9 Edición Emprendedor Icono

Después del emprendedor innovador la presentadora da paso al emprendedor ícono y despide el programa, este reportaje resultó ser el mejor estructurado y el más motivante al momento de la edición.

El reportaje resume un momento de la vida de Santiago Quintero, un escalador quiteño que sufrió la amputación de los dedos de sus pies por un congelamiento al intentar alcanzar la cumbre del K2 en los Himalayas, en este reportaje es palpable el rol dramático que cumple la música al momento de contar una historia, además las imágenes inéditas proporcionadas por el mismo deportista al equipo de producción, permitieron editar un reportaje con alta carga emotiva.

El Reportaje inicia directamente con la pregunta; ¿Qué se siente alcanzar la cima del mundo?, de este modo, desde el principio la edición se encaminó a estructurar una historia motivante, intentando explorar el lado más sensible del emprendedor.

Una diferencia marcada con los otros reportajes es que se eliminaron las preguntas, no hicieron falta, ya que el reportaje se desarrolla básicamente con

la voz en off del entrevistado como hilo conductor, intercalada con imágenes de la entrevista, cuando Santiago Quintero menciona el accidente que le costo la mutilación de parte de su cuerpo, montamos fotografías inéditas de su convalecencia las mismas que logramos recuperar de un reportaje gráfico producido por una revista española, las fotografías fueron escaneadas y retocadas en Photoshop para luego animarlas en el final cut, también se utilizaron varias fotografías y videos de los diferentes ascensos y cumbres alcanzadas por este extraordinario ecuatoriano.

El final del reportaje culmina con un plano de Santiago Quintero en la cumbre del K2 sosteniendo la bandera del Ecuador que lleva inscrita con marcador “todo es posible luchen por sus sueños”, este plano resume el espíritu, objetivo y contenido del programa “Tierra de Emprendedores”.

3.5.10 Edición de créditos y agradecimientos

Después del reportaje del emprendedor (cono inmediatamente por corte aparecen los créditos, tradicionalmente los créditos aparecen por dissolve por corte o deslizándose desde la parte superior de la pantalla sobre algún fondo en movimiento o animación, sin embargo en el caso de este programa quisimos reforzar hasta el final los mensajes de los emprendedores, para ello extrajimos los fragmentos más relevantes de las entrevistas, dividimos la pantalla en dos de manera que en la parte izquierda corrieran los mensajes de los emprendedores mientras a la derecha aparecían, mediante fundidos continuos, los nombres de todo el equipo de producción y los agradecimientos.

3.6 Animación de textos y gráficos complementarios

Hasta este punto el programa “Tierra de Emprendedores” cumple con las principales etapas de producción y permite visualizar el contenido y estilo de realización, como último ítem a implementar en la nave de edición se encuentra la animación de nombres y gráficos complementarios.

Primero animamos a través del programa after effects la base del nombre, esta animación tiene relación directa con la cromática y con los elementos utilizados en el resto de la producción.

Para esta animación se utilizó el fondo azul, el árbol y el engranaje, elementos presentes en toda la imagen gráfica, el movimiento de la animación es sencillo de manera que no llame la atención, tomando en cuenta que la animación cumple por sobre todo, un rol estético, los nombres fueron animados en el programa Live Type, utilizando el estilo de letra “Futura”.

3.7 Render

Renderizar es un término usado en la jerga informática para referirse al proceso de generar una imagen desde un modelo, este término técnico es manejado sobre todo por los animadores cuando se refieren a visualizaciones en una computadora, más específicamente en 2D y 3D, la renderización es un proceso de cálculo desarrollado por un ordenador.

La traducción más fidedigna de la palabra render es *interpretación*, así podría decirse que en el proceso de renderización la computadora *interpreta* la escena o las escenas en tres dimensiones y la plasma en una imagen bidimensional.

En el caso de “Tierra de Emprendedores” fue posible visualizar en tiempo real el acabado final del programa gracias a un buen soporte de edición, el tiempo de *render* depende en gran medida de los parámetros establecidos en los materiales y luces, así como de la configuración del programa de renderizado.

El resultado del render son imágenes nítidas y secuencias fusionadas en compendios o punto mov, el punto mov final de “Tierra de Emprendedores” tuvo una duración total de 28 minutos con 37 segundos, incluidos comerciales.

CAPITULO 4

4. Fase de Comercialización y Difusión

Al cursar mis estudios universitarios aprendí que las producciones cinematográficas y televisivas están compuestas por tres grandes capítulos: Preproducción, Realización o Producción y Postproducción, sin embargo creo que ha este esquema hay que sumarle un cuarto capítulo igual de importante y que no debe estar incluido dentro de la postproducción ya que se lo debe considerar como una etapa independiente y estratégica por su relevancia; La Comercialización y Difusión.

Un proyecto audiovisual que no se pone a consideración de un público o espectador no cumple el ciclo de comunicación y retroalimentación indispensable para poder hacer un balance o valoración de la propuesta audiovisual, es precisamente en medida de esa información emitida por el receptor que un productor puede ampliar su visión acerca de su trabajo y de su perspectiva de crecimiento como realizador y productor audiovisual.

El nivel de una producción audiovisual es directamente proporcional con el nivel económico y cultural de una sociedad, en el Ecuador son conocidas las condiciones de producción que deben soportar los realizadores, y mucho más en medios como Cuenca, en donde incluso el financiamiento publicitario para radio es ínfimo, no se diga para televisión.

Esta realidad responde a la falta de una cultura de producción audiovisual en donde los financistas desconocen por completo de los costos que implican una producción cinematográfica o televisiva, en Cuenca resulta casi imposible acceder a marcas o empresas interesadas en pautar publicidad a no ser que el contenido sea para venta de sus productos.

En medio de esta realidad, ¿cómo financiar un programa de las características de “Tierra de Emprendedores”? ¿cuál es la estrategia? incluso las empresas públicas de la región, lo único que buscan con sus campañas es promocionar a la autoridad en pos de una reelección y no prevén en su presupuesto de comunicación auspiciar este tipo de iniciativas.

En muchas ocasiones he llegado a la conclusión que es un camino sin salida, probablemente los productores hemos fallado al no poder producir programas televisivos de alto rating que seduzcan a todo tipo de inversionistas, mientras esto cambie y aparezca esa producción- éxito en rating (si ésta es realmente la razón del problema) tendremos que buscar la manera de sacar a flote nuestros proyectos, en mi caso se abrió una posibilidad a través de una alianza estratégica con un reconocido periodista residente en la capital, el Productor Fernando Correa, entre los dos decidimos sumar esfuerzos y aprovechar capacidades y talentos.

En la Capital es indiscutible que la centralización posibilita un mayor abanico de posibilidades de financiamiento ya sea a nivel público como privado y fue precisamente esa la posibilidad que aprovechamos para buscar financiamiento.

4.1 Estrategia de Comercialización

Partamos de un punto vista práctico, cualquier empresa o entidad pública o privada que desea invertir en publicidad lo hace con el fin de obtener algún beneficio a cambio, buscar quien o quienes serian los principales beneficiados o interesados en difundir temas como el emprendimiento es el primer punto a definir a la hora de armar una estrategia de comercialización.

El contenido de “Tierra de Emprendedores” estuvo desde el principio enfocado a despertar el espíritu nacionalista del Ecuatoriano, así que intuimos que el Gobierno Nacional podría sumarse a este esfuerzo por promover el emprendimiento, para ello redactamos un proyecto que recogió los principales

objetivos del programa y una ficha técnica que incluía el medio tentativo en el que se difundiría además de costos de producción y equipo de realización, a esto sumamos varias copias del primer programa.

Si bien la primera opción de auspicio que manejamos era el Gobierno Nacional, debíamos pensar en una segunda opción, así que redactamos también el proyecto para la banca y para varias cooperativas, algunas de estas entidades financieras promocionan diferentes programas que facilitan el acceso a créditos y podrían reforzar sus campañas publicitarias con la publicidad o incluso con un segmento dentro del programa, en este sentido nunca estuvimos cerrados a la posibilidad que un auspiciante condicionará su aporte económico a cambio de publireportajes camuflados como reportajes dentro del programa.

Definidos los frentes a los cuales acudir, el productor coordinó citas con los diferentes departamentos de comunicación para a través de sus directores canalizar la propuesta hacia instancias superiores.

4.2 El rol del Productor.

Si bien a lo largo de este proyecto no se ha mencionado la labor ni el rol específico de los miembros del equipo de realización, es importante relevar la labor que cumple un productor dentro de una producción local, antes que nada debemos recalcar que este trabajo de comercialización le compete exclusivamente al Productor Ejecutivo, el Realizador definitivamente no debe cumplir estas funciones, puede hacerlo y de echo en nuestro medio lo hace, pero no es lo correcto, el estrés y la tensión que genera la gestión económica y la comercialización bloquean el desarrollo creativo del realizador, al final cumple las dos funciones a medias, por ello es fundamental contar con un productor o un grupo de productores que realicen esta labor manteniendo una permanente coordinación con el director.

En el caso de Tierra de Emprendedores el Productor Ejecutivo; Fernando Correa, participó desde el principio del proyecto siendo el principal generador de la idea y concepto original de la producción, pero existen producciones en las que el productor se suma sobre la marcha e incluso al final, cuando a culminado la producción y existe un producto tangible para ofrecer, en estos casos el mismo productor se convierte en el primer cliente al que se ofrece el proyecto, al que finalmente se suma, estrategia que el Productor replica con entidades públicas y privadas buscando su participación económica o financiamiento.

Ahora, en el caso de “Tierra de Emprendedores” el productor fue el principal promotor del proyecto, así que impulso la gestión hacia varios frentes recibiendo acogida por parte del Ministerio de Industrias y Competitividad que mantenía un programa de apoyo al emprendimiento, ventajosamente el MIPRO no modificó el concepto y la forma del programa de manera drástica, prueba de ello es que gran parte de los reportajes producidos para el piloto se utilizaron en la emisión del programa, las modificaciones y cambios estuvieron dirigidos sobre todo hacia la imagen gráfica, en resumen, sin el trabajo y gestión del productor general, todo el proceso creativo, la realización y toda la producción no tendría sentido.

La gestión del Productor se facilitó gracias a que es una figura pública y reconocida por su labor periodística, de otro modo es prácticamente imposible acceder con proyectos audiovisuales a entidades públicas y privadas, esa es una realidad que debe cambiar, ya que un proyecto debe contar con apoyo por su valía y aporte al crecimiento de un grupo social, independientemente del productor que lo represente.

Dentro de la nueva ley de comunicación se prevé una mayor cuota de pantalla para la producción nacional, factor que obligaría a las cadenas televisivas a entablar convenios con productores independientes ya que en la cadena de difusión, el medio de comunicación prácticamente no aporta en ningún sentido para la distribución de proyectos audiovisuales, por el contrario impone una serie de filtros antes de aprobar el proyecto que finalmente no se emite si no se ha cancelado previamente la totalidad del costo por arriendo del espacio.

En la producción del reportaje acerca de las esencias a base de “Palo Santo”, uno de los principales técnicos y promotores del proyecto menciona como mensaje final a los emprendedores que es básico contar, previo a emprender, con un mercado potencial definido que requiera el producto o servicio ya que este elemento “tira” del resto, cabe entonces la pregunta; ¿qué es lo que la gente necesita o quiere ver?

Esta es la pregunta que día a día nos planteamos los realizadores ecuatorianos, para encontrar esa respuesta probablemente se deba formular un proyecto de investigación con un equipo multidisciplinario conformado por comunicadores, productores, sociólogos y más, aunque, al final la magia de la televisión simplemente imponga sus reglas.

