



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

Facultad De Humanidades Y Educación

Escuela De Comunicación Social

Artes Audiovisuales

Trabajo Especial de Grado

“EN TRES VISTAS”

**PRODUCCIÓN DE UN MAGAZINE DE CORTE MUSICAL PARA SER
TRANSMITIDO MEDIANTE INTERNET**

Trabajo de Grado presentado por:

Miguel ESCOBAR RUÍZ

Patricia FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ

Francelis GONZÁLEZ VALERO

Tutor:

Keyla BERNAL

Caracas, mayo 2014

AGRADECIMIENTOS

Diez semestres vinieron y se fueron más rápido de lo que uno imaginaría que eso pudiese pasar, con experiencias varias, unas dulces y otras no tanto. Pero si de algo estoy seguro es que de todas quedó un aprendizaje y de eso mucho que agradecer.

Primero quiero agradecer al único que hizo posible que llegará el día en el cual esto se escribiera, Dios. Agradezco que cambiara mi vida y me diera la oportunidad de asistir a mi adorada UCAB. Además me puso siempre en camino bueno y me llevo de la mano al transitarlo, gracias infinitas por no abandonarme jamás y darme las herramientas para afrontar los retos y superarlos exitosamente, aunque se que ahora es que vienen más.

Segundo, pero igual de importante que el primero, agradezco a mi mamá, María Fernanda Ruiz, quien ha dado su vida entera por mí, por mi bienestar, por mi carrera y mi futuro. Quien siempre me dijo “quiero que seas un hombre Feliz”. Madre incansable y única a la que jamás cambiaría por nada ni por nadie. Gracias mamá porque sin tus consejos, amor y ayuda no hubiese llegado a esto.

Agradezco enormemente a mi padre putativo quien ha visto en mi algo y que incansablemente ha hecho hasta el último esfuerzo por pulirlo. Quien me ha dado todas las oportunidades posibles para crecer como persona y salir adelante por un futuro mejor. Quien dedica día a día aparta un rato para darme un consejo y preocuparse por mí. Gracias de verdad, jamás olvidare sus palabras “La humildad y la sencillez son virtudes que pocos tienen” y “Cada quien hace su trabajo, haz el tuyo”. Enseñanzas que llevo en la vida y el corazón.

A mi padre por su amor, consejos, llamadas y buena vibra que me ha dado a lo largo de esta travesía, para que busque hacer de ese viaje una experiencia única e inolvidable. ¡Gracias viejo!

A todos los profesores, y no profesores también, que estuvieron a lo largo de la carrera y dejaron su conocimiento en mi formación para hacer de mi una mejor persona y un profesional.

Pero en especial agradezco a mis tres profesores, mentores y grandes amigos Keyla Bernal, Carlos E. Ramírez K y Juan Carlos García, quienes con sus consejos, jaladas de oreja, amistad, conocimiento y cariño me encaminaron y me mostraron que

es lo que quiero hacer el resto de mi vida. Gracias infinitas a dios por haberos puesto en mi camino.

Enormes gracias a Andrea Otero, compañera, amiga, novia. Quien día a día busca la manera de alegrarme, ayudarme y acompañarme en el camino que es la vida apoyándonos mutuamente.

A mi querida Patricia Fernández, amiga, compañera de tesis con quien he compartido la experiencia de realizar este proyecto. ¡Gracias ,muchas y grandes, por todo!

A todos mis amigos Ángelo Freda, Carlos Suarez, Jonás Cordero, Eduardo León, Javier Muñoz, Jhonder Pincay, Jorge Luis Hernández, Sergio Barreto, Sebastián D'alessandro, Francelis González y muchos, muchos, más que lamentablemente no tengo espacio para colocar en este escrito pero que sin ellos este camino no hubiese sido tan especial y agradable como ha sido, y espero que así siga siendo.

Miguel Escobar.-

“Si puedes soñarlo puedes hacerlo, recuerda que todo esto comenzó con un ratón.”

Walt Disney

Son muchas las personas que me brindaron su apoyo y ayuda incondicional en esta recta final de mi vida universitaria. Siento que las palabras escritas en esta página no son suficientes para expresar lo agradecida que estoy con cada uno de ellos por tenerlos a mi lado.

A mis padres. Con todo mi amor, siempre estaré agradecida de corazón por todo el esfuerzo y sacrificio que han hecho para verme llegar lejos, por motivarme cuando la meta parecía inalcanzable, por sus consejos y por ser mi apoyo incondicional. Gracias por creer en mí y en mis sueños.

A mi hermano Alejandro. A pesar de que estas lejos, te quiero agradecer por ser mi maestro, por compartir tu experiencia y guiarme en todo momento. ¡Gracias por tener tanta paciencia conmigo!

A Ismael. Por ser mi mejor amigo, por alentarme con amor a seguir adelante en todo momento. Gracias por estar allí en las buenas, en las malas, en los traspasos y en las madrugadas, Gracias por enseñarme a amar la música. Gracias por ser mi inspiración para este proyecto.

A mis compañeros de tesis, Francelis y Miguel por recorrer este camino junto a mí. ¡Muchas gracias, chicuelos!

A nuestra tutora Keyla Bernal. Por creer en nuestro proyecto y guiarnos hasta llegar a la meta.

Me gustaría agradecer enormemente a la familia Mendonça, a los chicos de Aphelium, Rocío, Marco, Yamir, Richard, María Valeria, Svet, Stephanie, Fabiana, Beto, Sara y Emilia por su constante apoyo. De igual manera quiero agradecer a El Teatro Bar y a todos los chicos que formaron parte del equipo de producción de En3Vistas por su inmensa colaboración.

¡Muchas gracias!

Sinceramente

Patricia Fernández.-

A *Dios*, por ser mi universo, todo lo que hago es para ti, gracias por haberme acompañado a lo largo de toda mi carrera, sin ti, esto no hubiera sido posible. Siempre será tu voluntad.

A *mi mamá*, que me dio la vida y estuvo siempre a mi lado apoyándome en todas mis decisiones. Lo logramos, y ahora es que faltan metas por cumplir.

A *mi Papá Pedro*, por aceptarme con humildad y responsabilidad como su hija. Ahora después de cinco años todos los viajes hasta la universidad y todas las horas de clases dan sus frutos. Gracias por saberme guiar en todos los momentos de mi vida.

A *mis hermanos, Dani y Pedrito* que también son parte de esta primera meta, por haber estado ahí siempre que los necesite. Tomen de esto lo más importante: “Dios no nos da metas que no podamos cumplir”.

A *mi abuelita Elodia*, el amor a mi carrera comenzó gracias a ti, estaré eternamente agradecida. Ahora, con más propiedad cumpliré tu sueño.

A *Joaquín, el amor de mi vida*, por tu amor, por tu paciencia, por tu apoyo, por darme la paz que necesito, gracias porque contigo puedo ser YO.

A *Jessi y Nathy*, que estando en diferentes menciones, constantemente estuvieron ahí para ayudarme e hicieron de esta etapa una de las especiales de mi vida.

A *mis compañeros de tesis, Migue y Paty*, por haber confiado en mí y brindarme todo el apoyo para culminar esta meta.

A *mi tutora Keyla Bernal*, por aportar siempre no uno, si no muchos granitos de arena para la elaboración de este trabajo y por todas tus enseñanzas desde el comienzo de la carrera.

Y a todas aquellas personas que aunque no están expresamente en esta página formaron parte de esta meta.

¡Miles de gracias!

Francelis González.-

ÍNDICE GENERAL	PÁGINA
INTRODUCCIÓN	10
CAPITULO I	
MARCO TEÓRICO	12
1. Streaming Vídeo	12
1.1 La nueva televisión	12
1.2 Características de <i>YouTube</i> como plataforma de Streaming	15
2. El Magazine	18
2.1 Características del magazine	18
2.2 El magazine musical en Venezuela	21
CAPITULO II	
MARCO METODOLÓGICO	28
1. Planteamiento del problema	28
1.2 Justificación	28
1.3 Delimitación	29
1.4 Objetivos	29
1.4.1 Objetivo general	29
1.4.2 Objetivos específicos	29
2. Manual de Producción	30
2.1 Duración del programa	30
2.2 Público al que va dirigido	30

2.3	Horario del programa	30
2.4	Plataforma de distribución	30
2.5	Racional del programa	32
2.5.1	Sinopsis	32
2.5.2	Descripción	32
2.5.3	Estructura del programa	33
2.5.4	Propuesta de Arte	35
2.5.5	Propuesta de Fotografía	38
2.5.6	Tratamiento de la imagen	39
2.5.7	Propuesta de sonido	43
2.5.8	Propuesta de montaje	44
2.5.9	Propuesta de dirección	45
2.6	Lista de requerimientos	47
2.7	Presupuesto	49
2.8	Análisis de costos	53
2.9	Plan de Producción	57
2.9.1	Preproducción	57
2.9.2	Producción	58
2.9.3	Postproducción	58
2.10	Plan de Rodaje	60
2.11	Cuestionario	61
2.12	Storyline del programa piloto	62
2.13	Storyline de media temporada	63
2.14	Guion técnico	66
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		67
REFERENCIAS		71

GLOSARIO DE TÉRMINOS	74
ANEXOS	15

I. INTRODUCCIÓN

“Si algo nos ha enseñado la comunicología latinoamericana es que tecnología, cultura y sociedad van de la mano”.
C. Scolari

Con la llegada del Internet y el inicio de la Era Digital, el mundo de las comunicaciones se ha ido transformado. El mundo audiovisual no es ajeno a esos cambios y debido a eso, muchos de sus medios más emblemáticos, como lo es la televisión, han tenido que ir adaptando sus formatos a diferentes públicos y a diferentes plataformas.

Uno de los formatos nuevos que surgen a raíz de este cambio es el de *Streaming video* que, como su nombre lo indica, son programas hechos para ser transmitidos en Internet y pueden ser consumidos a través de dispositivos móviles. Estos programas tienen como característica principal su corta duración, esto se debe a que se debe mantener a la audiencia cautiva y evitar que cambien a otro medio.

El *Streaming video* está siendo, cada vez más, una buena opción de entretenimiento para llegar a una audiencia joven. Por otra parte, una ventaja de este tipo programas está en que los costos de producción son menos y gracias a la inmediatez de la tecnología pueden llegar a muchas audiencias permitiendo un mayor valor por la reproducción rápida del contenido.

El mundo de la música también ha aprovechado los espacios que les brindan los medios audiovisuales para promocionarse y es por eso que nacen programas como *Abbey Road* o *Sesiones con Alejandro Franco*, a través de los cuales, las bandas o músicos se presentan en vivo y, adicionalmente, son entrevistados a fondo, con esto la audiencia recibe información valiosa de la banda que se presenta.

En Venezuela, es muy poco común encontrar magazines dedicados completamente a la música. Canales como RCTV, Puma TV y Venezolana de Televisión (VTV) eran los canales que le brindaban un espacio a la música, pero actualmente, algunos de ellos no existen o su programación cambió por completo dejando sin espacio a los músicos.

Es necesario realizar esfuerzos en plantear nuevas propuestas, a fin de responder a las características de un entorno, impredecible y complejo, como el que se presenta en la realidad contemporánea, que incide de manera determinante en el quehacer cultural en todos sus ámbitos. Es así como nace “En3vistas”, un programa piloto diseñado para la web que busca innovar los programas del género musical en el país, además de ser plataforma para la difusión del talento nacional venezolano tanto a nivel nacional e internacional mediante Internet.

Para llevar a cabo este proyecto, se adaptó la estructura tradicional de los magazines musicales de acuerdo a los estándares que rigen los contenidos para Internet.

El trabajo presenta en el capítulo I el Marco Teórico y fundamenta la teoría sobre el Streaming video, lo define, hace un recuento sobre la televisión y la nueva televisión, plantea al *Streaming Video* como una forma de hacer programas a bajo costo, *Youtube* como plataforma alternativa para los contenidos audiovisuales y sus características. Luego se plantea el Magazine, definición y características

En el segundo capítulo dos, se presenta el Marco Metodológico en el cual se presenta la Justificación de este proyecto, los Objetivos general y específicos, planteados, delimitación y planteamiento del problema. Este capítulo contiene además, el Manual de Producción en donde se presentan las propuestas de los diferentes departamentos, los presupuestos, todo lo relativo al desarrollo del trabajo de producción y sus implicaciones: preproducción, producción y postproducción. Por último se describen las conclusiones y las recomendaciones.

CAPITULO I

1. STREAMING VIDEO

1.2 La nueva televisión

Desde sus inicios en los años 30, previamente a la Segunda Guerra Mundial, la televisión ha sido uno de los medios de comunicación más importantes para las personas, ya que es de fácil acceso y ha permitido conocer de manera casi inmediata la realidad del día a día a través de una pantalla.

Carlos Scolari (2008) define la televisión como:

(...) el medio de masas por excelencia, el canal audiovisual que llega a mayor cantidad de consumidores y, sin dudas, la experiencia comunicacional más impactante del siglo XX. Nacida como medio unidireccional e impregnado de una ideología de servicio público en Europa - mientras que, en los Estados Unidos, su espíritu fue siempre comercial - en los años '80 la televisión comenzó a vivir un proceso de transformación. Los grandes monopolios estatales (la BBC inglesa, la RAI italiana, etc.) debieron compartir su espacio con las nuevas cadenas privadas. La multiplicación de los canales tuvo sus consecuencias en la economía televisiva - la segmentación de las audiencias - y en las formas de consumo - ahora fragmentado al ritmo del zapping (p.2)

Para Inmaculada Gordillo (2009) el medio televisivo se sigue manteniendo como (...) el vínculo de narraciones más poderoso, a pesar de las voces apocalípticas que a finales del siglo XX se atrevieron a pronosticar el fin de su hegemonía, incluso su desaparición. (p. 11)

De acuerdo con Gordillo (2009), la televisión se ha ido desarrollando tanto en tecnologías como en los contenidos que presenta, incluso el usuario también ha modificado su manera de interactuar con este medio.

En este sentido, Juan Carlos Ballestas explica:

La llegada de la TV transformó para siempre la industria del entretenimiento y trajo consigo modificaciones sustanciales en el modo de vida de los ciudadanos y en las formas de mercadeo de empresas, instituciones y gobiernos. Prácticamente todos los hábitos del ciudadano del siglo 20 cambiaron debido a la televisión, tal como ahora en el siglo 21 Internet ha modificado aún más los hábitos, costumbres y modos de comunicarse y entretenerse. La vida de miles de millones de personas en todo el planeta no puede ser entendida sin la presencia de ese aparato llamado televisor (p.5).

La televisión ha demostrado que ella se transforma continuamente y se adapta según la época en la que se encuentre. Como toda tecnología, se ha fusionado con los últimos adelantos y se ha ido adaptando poco a poco a un público cada vez más exigente.

Con la facilidad de acceso a Internet y la posibilidad de adquirir el equipo técnico necesario para elaborar productos audiovisuales, han surgido nuevas formas de hacer televisión como es el *Streaming Video*. Esta nueva forma de televisión ha permitido a los realizadores llevar a cabo producciones a bajos costos, alojar sus vídeos de forma más fácil y la oportunidad de transmitirlos en plataformas masivas que son visualizadas a nivel mundial, como es el caso de *YouTube*.

Esta nueva forma de realización supone un reto para los realizadores, ya que hay que “satisfacer la demanda de unos usuarios que tienen un nivel de voracidad mucho mayor y menos paciencia que el que tienen en los canales tradicionales” (IAB, pág. 7).

El usuario es cada vez más exigente y busca tener al alcance de cualquier dispositivo (Tablets, iPod, computadoras y telefonía celular) sus contenidos favoritos en

el momento y el lugar que desean. Al mismo tiempo, las personas exigen contenidos cada vez más dinámicos, de fácil acceso, menor duración y buena resolución.

A diferencia de la televisión tradicional, el *Streaming Video* permite tener más interacción con el usuario puesto que puede “participar: hacer comentarios, reenviar los vídeos que les gustan, elaborar sus propias *playlist*, o compartir los contenidos en las diversas redes sociales, por citar algunos” (IAB, pág. 7).

De acuerdo con Chesire, Wolman, Voelker y Levi (2001) se entiende por *Streaming* como “la transferencia de contenido multimedia para ser visto a partir del momento en que empieza a ser recibido por el espectador que lo está solicitando” (Measurement and Analysis of a Streaming-Media Workload, 2001/2014, pág. 1).

Los avances tecnológicos han permitido que sean cada vez más los dispositivos en los que los usuarios pueden consumir contenidos audiovisuales (Ipads, Ipods, teléfonos Inteligentes entre otros dispositivos) lo que ha fomentado un cambio en la forma de producción de contenidos.

Hoy en día, la gama de usuarios es mucho más diversa, incluidos los dispositivos de baja potencia móvil, como set-top boxes y ordenadores con conexiones potentes como GVI, DSL o por cable, y muchos de los cuales están conectados a monitores de televisión de alta definición. Para llegar a los dispositivos, los productores de transmisión deben personalizar los flujos para la entrega a través de 3G (o conexiones más lentas), así como las redes de banda ancha de 50Mbps (Ozer, 2011/2014, p. 1).

De acuerdo Ozer, los productores tienen ahora que codificar los contenidos para los diferentes medios donde estos serán reproducidos, lo que genera un poco más de trabajo pero al mismo tiempo permite que los contenidos sean más vistos.

Con toda esta innovación tecnológica aparece en el año 2005 *YouTube* como plataforma audiovisual, en la cual, los usuarios pueden compartir contenidos generados por ellos mismos sin pagar costo alguno, sean o no profesionales.

YouTube se ha convertido en la plataforma gratuita por excelencia para la distribución de contenidos audiovisuales, incluso grandes compañías como IBM tienen sus vídeos institucionales “(...) alojados en *YouTube*. Este método tiene varias ventajas, incluyendo la disminución de gastos de capital y los gastos de personal asociados al servidor del video” (Ozer, 2011/2014, p. 1).

Este sitio web se ha acoplado a las innovaciones tecnológicas a medida que han aparecido en el mercado, lo que la ha posicionado como principal canal de distribución de videos a través de Internet. “*YouTube* está desarrollando un reproductor para los millones de productores de *streaming* que pueda incorporar rápidamente nuevas tecnologías. Por ejemplo, después de que el lanzamiento del iPad de Apple, *YouTube* fue uno de los primeros servicios de apoyo, permitiéndole a IBM entregar los vídeos al nuevo dispositivo simplemente actualizando de su código de inserción.” (Ozer, 2011/2014, pág. 1)

1.2 Características de YouTube como plataforma de Streaming Video

Los usuarios de *YouTube* son millones y de diferentes partes del mundo, lo que hace que el productor audiovisual que utilice esta plataforma como medio de transmisión tenga que pensar en diferentes cosas antes de subir un video como son: el idioma, la capacidad de conectarse a Internet, la velocidad de conexión que tenga, entre otras cosas.

YouTube, como plataforma de difusión, se renueva cada día para solventar estos problemas con diferentes herramientas como son los subtítulos automáticos, tipo de pantalla (tamaño), diferentes resoluciones en los videos (dependiendo de la velocidad de conexión que se posea), entre otras.

A diferencia de la televisión tradicional, el *Streaming Video* permite tener más interacción con el usuario puesto que puede “participar: hacer comentarios, reenviar los vídeos que les gustan, elaborar sus propias *playlist*, o compartir los contenidos en las diversas redes sociales, por citar algunos”. (IAB, pág. 7)

De acuerdo con la organización The Interactive Advertising Bureau (IAB) los portales como *YouTube* poseen las siguientes características:

1) Categorías o *Playlists*:

Cada canal cuenta una lista de reproducción en la cual se “incluye los programas y vídeos más relevantes (generalmente jerarquizados por orden de creación, siendo los primeros los más novedosos, o por criterios de interés), complementada con una serie de categorías que acogen vídeos bajo parámetros más específicos (...)” (IAB, pág. 9)

2) Programación variada:

Estos canales tienen una programación fija “que abarca distintos ámbitos de interés para el usuario” (IAB, pág. 10)

Con este tipo de programaciones se busca “fomentar la fidelización del usuario” (IAB, pág. 10) ya que éste estará en la constante búsqueda de las novedades de la programación de su elección.

3) Actualización:

Los canales por Internet actualizan continuamente su programación teniendo contenidos nuevos todo el tiempo. En este punto, cada canal es diferente y varía en este aspecto ya que cada uno “explotan su capacidad de actualización periódica según el interés del propietario/gestor”. (IAB, pág. 10)

4) Información de valor añadido para el usuario:

Los usuarios tendrán la posibilidad de explorar los distintos canales de programación y conocer nuevos contenidos gracias a las opciones como Recomendaciones, Canales Recomendados, Buscar canales, entre otros.

5) Realización:

En cuanto a este punto, los realizadores están utilizando cada vez más “formatos más ágiles y dinámicos, con planos de menor duración y, por las propias características de los soportes -pantallas más pequeñas- una menor presencia de planos largos y mayor profusión de los primeros planos, planos medios o planos detalle”. (IAB, pág. 12)

“En Europa, según datos de la European Interactive Advertising Association (EIAA, 2007) el 57% de la población accede regularmente a

Internet cada semana, pasando de media 11,9 horas frente a la pantalla, lo que representa un mercado potencial de 169 millones de internautas, entre los que destacan los llamados grandes usuarios que emplean 16 horas o más al día”. (Larrañaga y Ruiz, 2009)

Si bien los trabajos de Lagarraña y Ruiz se centran en España, estos dan una idea general del comportamiento de los cibernautas. Existe un mercado potencialmente enorme de posibles consumidores de los contenidos generados para esta plataforma y debido a que, como fue antes mencionado, *Youtube* no cobra por subir el video y no tiene una política de publicidad o restricción alguna sobre esta, se convierte en una plataforma: rentable, masiva, gratuita y que permite la interacción productor consumidor.

2. EL MAGAZINE

De acuerdo con Jesús García Jiménez el magazine “es un programa contenedor, un cajón de sastre, que muestra, como ningún otro, el fenómeno de la hibridación de géneros (informativos, de opinión, musicales, de entretenimiento, etc.) Es un amplio mosaico (el magazine dura varias horas) caracterizado por una diversidad de contenidos, de tratamientos y enfoques” (Jesús García Jiménez en Inmaculada Gordillo, p. 233)

Inmaculada Gordillo (2009) explica que el magazine “es un género con una amplia trayectoria que se remota a los orígenes del medio: su permanencia y éxito están impelidos por la naturaleza híbrida de su composición, que le ha permitido adaptarse y evolucionar a lo largo de los años incluyendo elementos de contenidos que pudieran adaptarse a las modas y gustos del público” (p. 232).

El magazine es un programa muy flexible que permite abordar las diferentes temáticas a tratar “mediante una amplia variedad de elementos de producción: entrevista, concurso, reportaje, entre otros” (Gutiérrez y Villaroel, 2003)

Estos programas han perdurado en el tiempo gracias al éxito que han tenido por su versatilidad y variedad. Esto se debe a que el magazine es un tipo de programa que va dirigido a una audiencia muy amplia y variada, por otro lado, no se hace ninguna distinción de carácter socio- económica o cultural con la audiencia. Es por ello que estos programas cuentan con la aceptación por parte del público.

2.1 Características del magazine

De acuerdo con los diferentes autores consultados, el magazine tiene las siguientes características:

a) El horario de emisión:

Gordillo explica “dependiendo de la franja horaria –mañana, tarde o noche-diario o fin de semana-en que se emita el magacín, poseerá unas características específicas que llegan a configurar tipos de programas muy diferentes” (p. 234).

b) La temática:

Según Barroso la variedad temática es infinita y “el magazine construirá su contenido sobre los siguientes bloques: Noticias, Entrevistas y coloquios en el estudio (directo), sketches de humor (sainetes), Gimnasia, Hogar (cocina, consumo, bricolaje;etc.), Actuaciones artísticas (musicales, líricas, otras), Videoclips, Seriales, Concursos y juegos, Dibujos animados y Telecomedia”

De acuerdo con Gómez “los temas tratados en los magazines diurnos suelen analizarse con mayor seriedad, si los comparamos con el tratamiento que hacen de los mismos temas en los magazines nocturnos, en los que prima el morbo y el sensacionalismo, el simulacro de la transgresión y la pornografía, el humor atrevido y la ironía de la sorpresa...” (2005).

c) El público:

Gómez explica:

“Según los audímetros, y en lo que se refiere a targets según el sexo, en los horarios matinales y de tarde, es el público femenino el que más ve la televisión. Por el contrario, en los horarios de noche, después del “prime time”, es el público masculino el mayoritario” (2005).

d) El presentador:

De acuerdo con Gordillo, “el presentador posee un papel primordial, actuando como hilo conductor, argumental y temáticos del programa” (p. 237).

El estilo único y la personalidad de cada presentador permite que se “diferencie unos magacines de otros, a pesar de las proximidades de contenido en similares franjas horarias” (Gordillo, p. 237).

Para Jesús García Jiménez “un buen comunicador ha de ser capaz de establecer objetivos concretos y dirigir bien a su equipo para conseguirlos; ha de ser creativo, con capacidad de improvisación para actuar en situaciones inesperadas; ha de ser simpático, con don de gentes y con dominio del lenguaje coloquial.” (Jesús García Jiménez en Mónica Gómez Martín)

La figura del presentador principal no está sola durante la conducción del programa, ésta suele estar acompañada de “presentadores secundarios y colaboradores en las distintas secciones” (Gordillo, p. 233). que se desarrolla en el programa.

Si bien el presentador es fundamental en los magazine ya que él se encarga de crear el vínculo entre los entrevistados y el público, a veces, esta figura se puede sustituir por la de un moderador, como es el caso de programas como *Live From Abbey Road*, *Billboard Videos*, *Warner Bros Records*, *The Live Room Powered by Warner Bros* y *La Blogothèque*. En este tipo de programas el moderador sigue siendo el hilo conductor del programa; sin embargo, esta figura pasa a un segundo plano, casi imperceptible, ya que se busca crear un vínculo directo entre la audiencia y el entrevistado.

e) Estructura, estilo y equipo:

El magazine por lo general se desarrolla en “un plató amplio, con varios sets, desde los que se pueden diferenciar las distintas secciones, y con un generoso espacio para el público en directo. Aunque pueden, en ocasiones, desarrollarse en escenarios naturales (...) (Gordillo, p. 233).

En cuanto a su estructura, el magazine “está basado en los bloques temáticos independientes y la alternativa entre el plató, los segmentos pregrabados y los exteriores (conexiones en directo) que, además, permita y facilite la realización de formatos cuya duración con frecuencia supera las seis horas” (Barroso, p. 351).

En cuanto la duración los magazines destinados para Internet poseen una duración corta ya que los usuarios demandan cada vez más programas más dinámicos de menor duración. Cada entrega de este trabajo, por ser una producción audiovisual para Internet, tendrá una duración de quince minutos. De acuerdo con la IAB los programas más especializados poseen una mayor duración ya que el “público que busca una información más concreta y en profundidad, también busca y valora piezas de mayor duración. Se podría afirmar que cuanto más especializado sea el público, más duración pueden tener los contenidos” (IAB, p. 11).

Una pieza fundamental en el magazine es el equipo de profesionales que trabajan en él realizando las tareas de “la documentación, el guion, la producción (elegir los temas, buscar personalidades para las entrevistas, contratación de profesionales para

el espectáculo, presupuestos, viajes, alojamientos, platós, ensayos, etc.). Por su duración y complejidad, el magazine ha de valerse de un equipo preparado para improvisar y para comunicar con fluidez y atractivo”

2.2 El magazine musical en Venezuela

El magazine musical ha sido uno de los géneros televisivos más producidos a lo largo del tiempo. Para Gutiérrez y Villarroel los magazines musicales son aquellos que:

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

La variedad de estos programas es tan grande como los géneros musicales y sus posibilidades de producción; se transmiten desde conciertos en vivo hasta programas de videoclips” (p. 49).

La historia de la televisión en Venezuela inicia en el año 1953 durante el mandato del General Marcos Pérez Jiménez, cuando sale al aire el canal del Estado Televisora Nacional YVKA-TV Canal 5 (TVN-5). Ese mismo año aparecen los canales Televisa YVLV-TV Canal 4, el cual fue adquirido en la década de los 60 por el Grupo Cisneros pasando a llamarse Venevisión, y Radio Caracas Televisión (RCTV) perteneciente al Grupo Phelps y Radio Corporation of America (R.C.A)

En 1964 aparece la Cadena Venezolana de Televisión (CVTV) canal 8 de la mano del Grupo Vollmer. Este canal funcionó como privado hasta su adquisición por el Estado en 1974.

A partir de los años 60 la televisión se fue consolidando como medio, es aquí cuando comienza “una interesante competencia por ganar audiencia. Los adelantos tecnológicos que se sucedían entonces, contribuyeron a la mejora en las producciones” (Ballestas, 2012, p. 6).

Juan Carlos Ballestas establece que:

A partir de los años 60, la música pop comenzó a cobrar especial protagonismo en el contenido de muchos programas, muy en especial en los de variedades, cuyos conductores se convirtieron en auténticos promotores de talentos. Entre todos ellos, destacó especialmente Renny Ottolina, quien renovó los códigos de la industria del entretenimiento nacional con un arrojado show de cuidada producción y mucho carisma personal en el que presentó renombrados artistas extranjeros e impulsó a muchos venezolanos. Fue, además, un pionero de una figura conocida luego como productor independiente, hasta que a mediados de los 70 se enfocó en la política y se lanzó de candidato en 1978, año en que muere trágicamente en un accidente de aviación. Sus programas funcionaron como una tribuna excepcional para cantantes y músicos, muchos de los cuales salieron del anonimato o impulsaron su carrera gracias a las presentaciones en horario estelar. También una vitrina para muchas marcas comerciales. La credibilidad de Renny era sinónimo de garantía. (p.8).

El primer programa musical o de *Rock and roll* se transmitió “en el canal 13 de Maracaibo en el año 1960” (Allueva, 2002, p. 24)

Los años 60 estuvieron marcados por una nueva tendencia a nivel mundial. Los hombres y mujeres dejaban de lado la moda formal para dar paso a un estilo cada vez más informal y unisex, los 60 era sinónimo de juventud rebelde, la cultura Pop se impone y el *Rock and Roll* va ganando terreno gracias al éxito de bandas como *The Beatles* y *The Beach Boys*.

De acuerdo con Allueva (2002), todos estos elementos hicieron que la presencia juvenil fuera cada vez mayor en los programas de televisión y, gracias a eso, cada canal tenía un espacio orientados a los temas más actuales.

Cada uno de los canales de televisión, como por ejemplo “Venevisión propuso un programa conducido por el joven Gilberto Correa, *Ritmo y Juventud*. También estuvieron allí como animadores Franklin Vallenilla, Edgar Gutiérrez y Winston Vallenilla, quien un año más tarde sacó su propio programa *Al compás de lo nuevo*. Radio Caracas lanzó *El Club Musical* de Alfredo José Mena. La estación de los Ruices, VTV, no se quedó atrás y “los pavos” Richard Herd y José Hernández- llamados Los

Brothers-, más “la pavita” Rosario Prieto asumieron la responsabilidad de *El Club del Clan*” (p.46).

- **El Club del Clan:**

Canal: Transmitido por CVTV, actual VTV.

Horario: Los sábados, de 6:00 a 7:00 p.m.

Conducción: Conducidos por Rosario Prieto y Richard Herd y José Hernández.

Artistas invitados destacados: Nancy Ramos, Trino Mora, Tito Iglesias y Los Ciclones, Los Claners, José Gay, La Pavi, Los Darts, Ivo, Los Junior Squad.

- **Club Musical:**

Canal: RCTV.

Horario: De lunes a viernes a las 6:30 p.m

Conducción: Conducidos por Chelique Sarabia.

Artistas invitados destacados: Los Dangers, Los Holiday's, Los Impalas, Los Primitivos, María Teresa Chacín. Contaban con Los Supersónicos como conjunto de planta.

- **Ritmo y Juventud:**

Canal: Venevisión

Horario: De lunes a viernes a las 6:30 p.m

Conducción: Contó con la animación de varios conductores como Franklin Vallenilla, Edgar Jiménez, Gilberto Correa y Winston Vallenilla.

Artistas invitados destacados: Contó con varias agrupaciones invitadas, sin embargo, el fuerte del programa eran los concursos y bailes.

Algunos programas que se destacaron en esta época fueron:

- **La GoGoteca (1968):**

Canal: Transmitido por Radio Caracas Televisión, RCTV.

Horario: No se tiene información sobre su horario.

Conducción: Conducido por Luis Guillermo González. Galardonado con el premio Escenario Juvenil 1968.

- **El Show de Richard Herd (1960):**

Canal: Producido y animado por Richard Herd.

Horario: No se tiene información sobre su horario.

Conducción: Transmitido por Cadena Venezolana de Televisión, canal 8, actualmente VTV.

- **Hollywood a GoGo (1965):**

Canal: Transmitido por el Canal 11 de Valencia (Carabobo).

Horario: No se tiene información sobre su horario.

Conducción: Presentado por Winston Vallenilla y Cappy Donzella.

- **Vía 2 Musical (1963):**

Canal: Transmitido por Radio Caracas Televisión.

Horario: No se tiene información sobre su horario.

Conducción: Animado por Luis Turmero y Alfonso Álvarez Gallardo.

- **Show de shows (1961):**

Canal: Transmitido por Televisa, actualmente Venevisión.

Horario: De lunes a jueves, a las 7:00 p.m.

Conducción: Conducido por Franklin Vallenilla, el “chino” Efraín de la Cerda, el “suavecito” Edgar Jiménez y Alfonso Álvarez Gallardo.

- **Fiesta Pepsi (1961):**

Canal: Transmitido por Televisa

Horario: Viernes a las 7:00 p.m.

Conducción: Este espacio estaba patrocinado por Pepsi Cola y estaba conducido por Juan Iturbide.

- **Shindig (1965):**

Canal: Transmitido por RCTV.

Horario: Domingo a las seis y media de la tarde.

Conducción: No se tiene información sobre el presentador del programa.

Otros programas populares de la época fueron **Gran Casino, El club del Rock and Roll, Venezuela Joven y La Gran Revista de los Jueves**. Bandas de rock nacional como Los Darts, Los 007, Los Impalas, Los Clanes, Las Águilas Tronadoras, Los Supersónicos, Los Memphis y artistas internacionales como Ray Charles, Tom Jones, Raphael, entre otros, se dieron cita en estos programas de televisión.

“Bajo la sombra de todo este movimiento apoyado por los medios decenas de grupos siguieron desarrollándose” (Allueva, p. 48). A partir de allí los canales de televisión siguieron brindando en la década siguiente espacios a los músicos nacionales e internacionales.

En la década de los 80-90, RCTV contaba con una producción semanal, transmitida todos los viernes, llamada *Sonoclips*, el cual estuvo bajo la conducción de varias figuras como la de Carla Tofano, Elí Bravo, Carolina Ramírez y Nelson Bustamante. “Años después incluyeron la sección *SonoMetal* con Paul Gillman. El programa cambió de conductores, desapareció y años después, en 2005, trató de ser reflotado con otro formato y horario, conducido por Ramón Castro, David Rondón y Sabrina Salvador” (Ballestas, 2012, p. 14).

Otro programa musical importante en esas décadas fue *La Música que sacudió al mundo* transmitido por el canal 8 y conducido por Alfredo Escalante. Este espacio estaba “dedicado totalmente al rock y en el que durante casi cinco años tuvieron cabida los principales grupos de la época, tanto internacionales como nacionales” (Ballestas, 2012, p.12).

Otros programas populares de la época fueron:

- **VideoJockey.** Transmitido por Venezolana de Televisión, VTV. Conducido por Corina Castro.
- **Almorzando con Orlando.** Transmitido por VTV, conducido por Orlando Urdaneta.
- **Síntesis.** Transmitido por el Canal 5. No se tiene información sobre el presentador ni su horario de transmisión.
- **Hit Parade.** Conducido por Mingo Blanco.
- **Retazos.** Conducido por Nelson Bustamante.
- **UCV 024.** Transmitido por TVN 5. No se tiene información sobre el presentador ni su horario de transmisión.
- **A Toque.** Transmitido por VTV, conducido por Erika Tucker.
- **VH-10.** Transmitido por Televen, bajo la conducción de Marco Antonio “Musiuuto” Lacavalerie.
- **Jazz.** Transmitido por VTV. No se tiene información sobre el presentador ni su horario de transmisión.
- **Clásicos Dominicales.** Transmitido por RCTV. No se tiene información sobre el presentador.
- **El Garaje.** Transmitido por VTV, conducido por el cantante de rock Paul Gillman.

En el año 1995 aparece Puma TV (1995-2005), el primer canal de televisión venezolano dedicado 24 horas solo a la música. Uno de sus programas más destacado fue De.Generaciones conducido por Marian Suárez y Ramón Castro.

En la actualidad, son pocos los canales nacionales los que cuentan con un programa musical en su parrilla de programación. Algunos de los programas que se transmiten en la actualidad son:

- **Kultura Rock TV (2013):** Transmitido todos los sábados a las 10:00 p.m. por Tves, conducido por Paul y Angie Gillman. En este espacio, Paul Gillman comparte las noticias más actuales del mundo del rock, biografía de bandas y músicos del rock, entrevistas a músicos y bandas legendarias.
- **Rock Crepuscular.** Transmitido por Tves. Se enfoca en la música de bandas independientes a nivel nacional. En cada entrega, el programa presenta a seis bandas de todo el país tocando en vivo.

- **Top Rock News (2013): Transmitido** por Canal Plus y conducido por Alejandro Lobo, guitarrista de la banda de *Death Metal* Dissonath. Tuvo una duración de 20 capítulos y estuvo orientado a una audiencia Adulto/Joven. Este programa estuvo orientado a la promoción de bandas de rock nacional.

II. MARCO METODOLOGICO

1. Planteamiento del problema

En los últimos años, el número de programas que promueven el talento emergente producido en el país y transmitido en los canales de televisión locales han disminuido notablemente. La crisis que vive la televisión venezolana está claramente expresada por Carmela Longo, “La caída de la industria televisiva nacional comenzó a mediados de los 90 y se ha potenciado en los últimos cinco años, con el cierre de RCTV, el control cambiario y la situación socioeconómica del país.” (Ultimas Noticias, 2014).

Por otra parte, esta es la Era Internet, que “más que una tecnología, es un medio para todo: medio de comunicación, de interacción, de organización social” (Castells, 2011). Un medio en el cual se basa una nueva sociedad. Esta nueva era, exige cambios en el mundo cultural, los profesionales de este ámbito, tienen múltiples razones para aprovechar las nuevas posibilidades que proporciona las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

Ante la realidad cultural en el ámbito nacional, que nos interpela y nos debe animar a buscar nuevas estrategias de gestión cultural, y más específicamente, de impulsar los nuevos talentos nacionales y, a su vez, disponiendo de herramientas que proporcionan las TICs, se plantea lo siguiente:

¿Es factible producir En3vistas, un magazine de corte musical y de entrevista, para fomentar la difusión de los músicos nacionales a través del Internet?

1.2 Justificación del proyecto

Esta pieza comunicacional se producirá para promover un espacio de difusión de talento musical emergente en el país, generar una estructura para este tipo de programas, transmitirlo a través del Internet y además intentar usar una estética propia de las presentaciones en vivo.

Este trabajo será realizado entre tres alumnos ya que las tareas de Producción y Dirección se podrán repartir de manera equitativa, facilitando de esa manera la planeación de la producción, el aporte de ideas nuevas para el proyecto y llevar un mejor control durante la grabación de esta tesis.

1.3 Delimitación

Este trabajo de grado se llevará a cabo en la ciudad de Caracas. Sin embargo, se planea la difusión del programa a nivel nacional e internacional a través del internet. La emisión de éste se llevará a cabo a lo largo de los años 2014 y 2015.

Este programa contará con 12 capítulos por temporada, con una duración de entre 10 y 15 minutos cada uno y, estará dirigido a una audiencia de edades comprendidas entre los 18-28 años con gustos o intereses por la música, de los estratos sociales A, B, C y D.

En este trabajo no se pretende hacer un estudio de mercado ya que no se cuenta con el musculo para realizarlo, por lo tanto se asumirá que el que fuese el comprador de este programa realizará el mismo. Por lo tanto se asume un rango de edad y estrato social ya que es a este target al que se le pretende hacer llegar la pieza comunicacional.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Producir un programa de entrevistas para músicos y bandas que promocióne el talento nacional emergente a través de internet en Venezuela.

1.4.2 Objetivos específicos

- Generar una estructura de programa para ser transmitido por *Streaming Video*.
- Introducir estándares de programas musicales extranjeros en Venezuela.
- Abrir un espacio que permita la promoción de talento nacional musical emergente.

2. MANUAL DE PRODUCCIÓN

2.1 Duración del programa

El programa que tendrá una duración de 12 a 15 minutos, esto se debe a los criterios web establecidos en IAB (Interactive Advertising Bureau) ya que los espectadores demandan contenidos audiovisuales de menor duración. Por ser contenido web no contará con negros ya que no hay cortes comerciales.

2.2 Público al que va dirigido

Target y edad: A, B, C y D con edades comprendidas entre los 18 y 28 años.

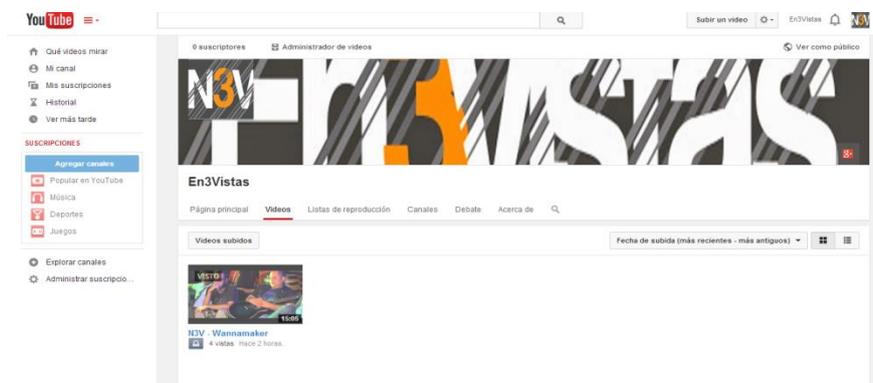
2.3 Horario del programa

Es un programa que puede ser sintonizado a cualquier hora porque se encuentra disponible en Internet.

2.4 Plataforma de distribución

En3vistas será distribuido a través de *Youtube* ya que, es una plataforma que permite el alojamiento gratuito de material audiovisual y facilita subir los vídeos sin costo alguno y sin necesidad de códigos de programación.

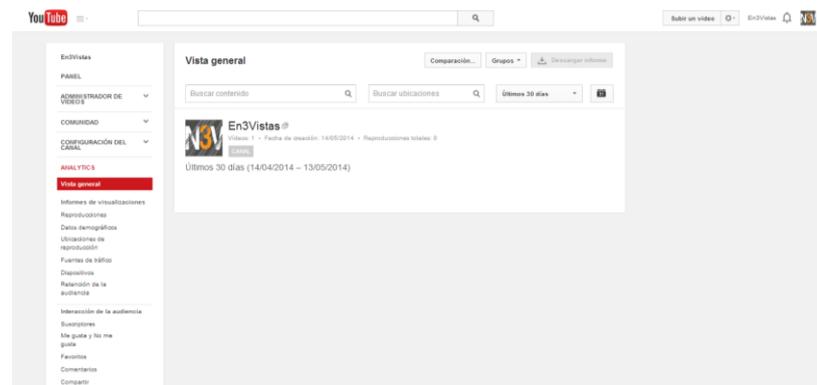
Para la publicación del capítulo, se creará un canal en esta plataforma. De esta forma, el usuario podrá visualizar cada uno de los capítulos del programa en el momento que desee y en cualquier dispositivo.



El usuario contará con una lista de reproducción en la cual tendrá las opciones de ver el capítulo completo o los diferentes bloques separados, es decir, podrá ver cada uno de los bloques del programa separados.



Se hará uso de las herramientas de análisis y estadísticas de YouTube para medir la cantidad de reproducciones y la opinión del público sobre el programa.



2.5 Racional del programa

2.5.1 Sinopsis

En3vistas es un espacio en donde el escenario es el lugar de encuentro de la actualidad musical del país. En cada edición, conoceremos a las diferentes bandas que se están abriendo camino en la movida musical venezolana.

2.5.2 Descripción

En3vistas es un magazine musical para Web, orientado a la promoción de las bandas venezolanas. Cada entrega del programa girará en torno a una banda invitada, la cual a lo largo de del programa conversarán más a profundidad sobre sus proyectos musicales. El programa contará con tres secciones que serán expuestas en un lenguaje sencillo, informal y accesible para la audiencia.

Secciones

1) 1 vista: preparación

Duración: 30-45 segundos.

Talento: Wannamaker (banda invitada)

En esta primera sección se verá todos los preparativos antes de un toque: la preparación de la tarima, la prueba de sonido, los músicos preparando sus instrumentos y al resto del equipo montando los equipos. También se mostrará la primera parte de la entrevista en la cual, los músicos invitados se identificarán y darán la bienvenida al programa.

2) 2 vista: en el escenario

Duración: esto variará de acuerdo a la duración que tenga la canción de la banda invitada.

Talento: Wannamaker (banda invitada)

Esta sección está dedicada a mostrar a la banda durante la presentación.

3) 3 vista: en la entrevista

Duración: 5-7 minutos.

Talento: moderador y Wannamaker (banda invitada)

En esta sección se conocerá más a fondo a la banda invitada: cuando empezaron, influencias, proyectos recientes y proyectos a futuro.

2.5.3 Estructura del programa

Bloque 1

El primer bloque tendrá una duración de 5 minutos aproximadamente y comienza con un plano general de la locación de El Teatro Bar, seguido de imágenes de la banda invitada preparándose en el escenario y los técnicos montando los equipos de grabación.

Una vez terminada esta secuencia de imágenes, aparece un plano general de los invitados musicales sentados en un sofá presentándose y dando la bienvenida al programa, así comienza la Primera vista del programa. Aparece una coletilla con el nombre de la banda y a continuación empieza la primera parte de la entrevista.

En este bloque se conversará sobre los inicios de la banda, cuál es su estilo musical y sus influencias.

Bloque 2

El segundo bloque, o Segunda vista tendrá una duración de 5 a 6 minutos aproximadamente y comienza con un plano general de la banda invitada sobre el escenario y comienzan a tocar.

Una vez finalizada la canción termina el bloque.

Bloque 3

El tercer bloque tiene una duración de 5 minutos y comienza con la banda invitada hablando. De esta forma comienza la última parte de la entrevista, Tercera vista, en esta parte se conversará más a profundidad sobre los planes a futuro de la banda.

Una vez finalizada la entrevista, la banda se despide y se muestran unas últimas imágenes de ellos sobre el escenario.

Se pretende en todas las secciones del programa captar lo más natural posible a los artistas invitados al mismo, sus expresiones, gestos y acciones. Para esto se usará una planimetría que variara entre planos Generales y Enteros para poder ver las

acciones como también encontraremos una gran cantidad de planos mucho más cercanos para así ver la ejecución de los músicos en sus instrumentos, la intencionalidad de los mismos a la hora de hablar o presentar su tema en vivo. Esta planimetría y propuesta de dirección se pretende mantener en todos los episodios que tenga el programa así como a lo largo de cada uno de estos.

Se hará uso de movimientos de *Traveling* para darle más valor expresivo a la imagen y darle un movimiento ilusorio a los personajes que permanecen estáticos, además se realizarán acercamientos para reforzar la atención del espectador en los músicos y también se harán movimientos de retroceso para fijar nuevos focos de atención en lugares, o personas, donde el espectador no había reparado antes.

También se emplearán movimientos ópticos de enfoque y desenfoco que permiten detallar y descubrir nuevos elementos en los planos.

El público al que está dirigido es joven por lo que se requerirá un moderador que maneje un lenguaje adecuado, sea conocedor del tema musical y que tenga una actitud elocuente que le permita crear una dinámica fluida con los artistas invitados durante las entrevistas.

2.5.4 Propuesta de arte

El programa cuenta con dos sets de grabación: uno para la entrevista y otro para la presentación, ambos mantendrán la decoración original del local ya que se busca mantener un estilo fresco y dinámico.

Entrevista

Las paredes del set de entrevistas son de color negro, esto crea la ilusión de que el espacio se vea más pequeño, para lograr que éste se vea más amplio se usará una paleta de colores frescos compuesta por verde, azul y amarillo para obtener dicho efecto. Se utilizó un mobiliario rojo para crear un contraste con el fondo, además de destacar y atraer la atención del espectador hacia los músicos. Al ser un espacio muy oscuro es necesario emplear una iluminación más fuerte para ampliar el espacio. A continuación se presenta la propuesta en imágenes.



Antes de la grabación



Antes la grabación



Durante la grabación

Escenario

En el escenario solo se usará una alfombra de colores rojos y amarillos para dar crear un ambiente cálido y hogareño; los instrumentos de los músicos se distribuirán de tal manera en el escenario para que no choquen entre sí. Los colores que predominarán son los tonos cálidos y brillantes como el anaranjado, amarillo y verde para centrar la atención del espectador sobre el escenario. Por otro lado, el decorado se mantendrá lo más simple posible, ya que, en la pantalla del escenario se proyectarán varios gráficos de colores. A continuación se anexan imágenes de la propuesta para el escenario.



Antes la grabación



Durante la grabación



Durante la grabación

2.5.5 Propuesta de Fotografía

La propuesta general para el programa es recrear una iluminación de concierto para la grabación en el escenario y una iluminación más cálida para la sección de entrevistas.

Entrevista

Para la entrevista, la cual se realizará en interiores, se plantea una iluminación cálida y creativa. Se empleará una iluminación de tres puntos en esta sección:

- Una luz principal que ilumina el rostro de los invitados suavizando las sombras que se puedan producir.
- Una luz de relleno que aplaque las sombras del fondo y que produzca una sensación de tridimensionalidad en el espacio de la entrevista.
- Se usaron filtros de colores azules y verdes para contrastar con los colores rojo y negro de los muebles y las paredes. Por otro lado, se emplearon estos colores para dar una sensación de mayor profundidad al espacio.

Escenario

En el escenario, mientras los artistas están interpretando sus temas se plantea el uso de una iluminación de concierto:

- Uso de luces con diferentes temperaturas de color.
- Se utilizó la parrilla de luces del local para iluminar el escenario. También se emplearon luces alrededor del escenario, con sus respectivos filtros de colores, para crear contraluz y rellenar el fondo.

2.5.6 Tratamiento de la imagen

El programa estará compuesto de una variedad de planos a usar en cada sección:

- 1- En las secciones de entrevistas se usaran planos enteros, planos medio cortos y primeros planos dependiendo del nivel de carga emotiva que se necesite, haciendo uso de las múltiples cámaras para poder tomar la mayor cantidad de planos posibles.
- Dos de las cámaras se ubicarán a ambos lados del sofá en donde estará la banda. La intención es obtener primeros planos de los entrevistados con un fondo desenfocado. Con estos planos se buscará enriquecer la narración de la entrevista.
- La tercera cámara estará ubicada al frente de los entrevistados. Se hará uso de un Dolly para obtener planos medios y lograr un efecto de acercamiento hacia los entrevistados.





- 2- En la secciones en tarima, ya que se pretende grabar con un sistema de múltiples cámaras, se buscara tener una gran variedad de planos, paseándose desde los generales, hasta los primerísimos primeros planos de cada uno de los músicos en sus interpretaciones, para así enfatizar la carga emotiva y enganchar al espectador.
- La primera cámara ubicada en el escenario será cámara en mano. Ésta se encargará de grabar planos detalles y primeros planos de los músicos durante la presentación. Con este tipo de tomas se busca introducir cada vez más al espectador en la presentación.
 - La segunda cámara estará ubicada en la grúa. Con ella se conseguirán planos en picado, contrapicado, planos generales y medios.
 - 3 cámaras estarán ubicadas a los costados del escenario. Con ellas se obtendrán planos generales desde los diferentes ángulos del escenario.
 - Una Go Pro estará ubicada sobre el escenario, grabando al baterista. La segunda estará ubicada en el bajo y la tercera en el micrófono del vocalista. Con estas cámaras se obtendrán planos detalles y primeros planos de los músicos ejecutando.





2.5.7 Propuesta de sonido

En la propuesta de sonido se plantea el uso de tanto sonido ambiente como de musicalización según el caso, esto se verá dependiendo de la necesidad de cada sección y programa.

Propuesta según secciones del Programa

Introducción: Para la introducción del programa se plantea el uso del sonido ambiente mientras se ve la preparación de la tarima, la banda haciendo su prueba de sonido y las voces de los integrantes de la banda presentándose al principio del programa

Primera sección de entrevista: se usará el sonido de las voces de los integrantes de la banda. Dependiendo de la necesidad de que cada capítulo se contemplara el uso de un fondo musical derivado de las canciones de la misma banda a entrevistar.

Sección de música en vivo: para esta sección se utilizará el audio proveniente de la consola de mezcla, a la cual llegarán los sonidos de los diferentes instrumentos y voces de la banda.

Segunda sección de entrevista: al igual que la primera sección de entrevista, se usará el sonido de las voces de los integrantes de la banda con un fondo musical derivado de las canciones de la misma banda a entrevistar.

Despedida: para la despedida del programa se usara el sonido con las voces de los invitados, así como también se contemplara el uso de un fondo musical de los temas de la banda.

2.5.8 Propuesta de montaje

Se tiene previsto dos tipos de montaje:

- 1- Montaje rítmico para la introducción del programa y la sección de música en vivo, ya que este tipo de montaje generará un dinamismo que permitirá enganchar a la audiencia y mantenerlos interesados en el programa. Además, como en cada episodio la música es diferente los ritmos variaran en cada uno. Es de gran importancia a la hora del montaje que todos los instrumentos estén sincronizados con la imagen.

- 2- Montaje tipo documental para la sección de entrevistas, un tipo de montaje más pausado y tranquilo donde se permitirá a la audiencia enfocarse en escuchar y ver a los artistas mientras son entrevistados, sin dejar perder en ningún momento el ritmo que se venía gestando en las otras secciones del programa para no perder el interés de la audiencia.

- 3- Cabe al momento del montaje se aplicaran correcciones de color a las tomas para generar una estética cinematográfica con la intención de darle una apariencia de colores más vivos al programa.

2.5.9 Propuesta de dirección

Para cada entrega del programa, se propone una banda diferente que se presentará en el escenario. Para el programa piloto se seleccionó a la banda *Wannamaker*, a continuación se presenta a cada uno de los músicos



Manuel Torregosa (Bateria)



Luis Gerardo Méndez (Bajo y Voces)



Manuel Salazar (Percusiones y voces)



Frank Ovalles (Guitarra)



Javier Currucho Galdo (Percusión)



Leo Monero (Guitarra, percusión, voces)

2.6 Lista de requerimientos

Producción

Vídeo

- (1) Cámara Canon 6D
- (4) Cámaras Canon t3i
- (4) Trípodes
- (4) Camarógrafos.
- (1) Dolly
- (1) Operador Dolly
- (1) Grúa de cabezal móvil
- (1) Operador de grúa
- (8) Baterías Canon Lp-e8
- (3) Baterías Canon Lp- E6
- (3) Go Pro hero 3

Audio

- (5) Micrófono Sennheiser SM- 58
- Micrófono Sennheiser SM-57
- Micrófono de condensador Shure SM-27-SC
- (1) Sennheiser Shotgun Microphone
- Kit Sennheiser micrófonos para batería
- Interfaz de 10 canales Focusrite Saffire.
- Micrófono AKG D112
- Grabador digital
- (1) Consola de 24 canales.
- (1) Técnico en sonido.

Iluminación

- (1) Maleta de luces Arri 1000w (fresnel)
- (2) Maletas Lowel de tres luces 650w, 600w, 250w (fresnel)
- (4) Extensiones
- Filtros de colores azules y verdes.

Postproducción

- (1) Editor de vídeo
- (1) Técnico de sonido
- (2) Computadoras
- (2) Disco Duro Externo
- (10) Cajas de DVD
- (10) DVD

Otros requerimientos

- Resma de hojas blancas.
- Marcadores.
- Tirro.
- Bolígrafos.
- Carros para transportar equipos y personal técnico.
- Catering.
- Maquillaje (polvo suelto traslúcido)

2.7 Presupuesto del programa piloto

PRE-PRODUCCIÓN					
Código	ÍTEM	UNIDAD	CANT.	COSTO/U (BsF.)	TOTAL (BsF.)
1					
1.1	GASTOS DE OFICINA				
1.1.1	Impresiones a color	Hoja	6	15,00	90,00
1.1.2	Gafetes	Número de gafetes	30	10,00	300,00
1.1.3	Internet	Envío de propuestas, plan de rodaje.	5	120,00	600,00
1.1	TOTAL GASTOS DE OFICINA				990,00
1.2	COMUNICACIONES				
1.2.1	Tarjetas telefónicas (celulares)	Mes	12	100,00	1.200,00
1.2	TOTAL COMUNICACIÓN				1.200,00
1.3	VARIOS PRODUCCIÓN				
1.3.1	Pinzas de madera	Caja	1	200,00	200,00
1.3.2	Filtros de colores	Caja	1	1.200,00	1.200,00
1.3	TOTAL VARIOS PRODUCCIÓN				1.400,00
PRODUCCIÓN					
Código	ÍTEM	UNIDAD	CANT.	COSTO/U (BsF.)	TOTAL (BsF.)
2					
2.1	VÍDEO				
2.1.1	Equipo completo de cámaras	Número de cámaras	5	4.000,00	20.000,00

2.1.2	Cámara Go Pro Hero 3	Día	3	750,00	2.250,00
2.1.3	Grua Jimmy Jib Triangle (9,30 mts)	Día	1	12.000,00	12.000,00
2.1.4	Dolly Matthewes (platina)	Día	1	1.100,00	1.100,00
2.1	TOTAL VIDEO				35.350,00
2.2 ILUMINACIÓN					
2.2.1	Maleta de luces	Día	3	2.000,00	6.000,00
2.2	TOTAL ILUMINACIÓN				6.000,00
2.3 AUDIO					
2.3.1	Presonus Studiolive 32.4.2	Día	1	7.000,00	7.000,00
2.3.2	Set de micrófonos Senhaiser (voz e instrumentos)	Día	27	400,00	10.800,00
2.3	TOTAL AUDIO				17.800,00
2.4 CATERING					
2.4.1	Desayuno	Pastelitos	30	30,00	900,00
2.4.2	Almuerzo	Plato	30	158,00	4.740,00
2.4.3	Bebida	Garrafas	2	275,00	550,00
2.4.4	Refrigerio	Por persona	30	30,00	900,00
2.4	TOTAL CATERING				7.090,00
2.5 PERSONAL TÉCNICO					
2.5.1	Camarógrafo	Día	4	6.000,00	24.000,00
2.5.2	Operador de Grúa	Día	1	2.925,00	2.925,00
2.5.3	Operador de Dolly	Día	1	2.925,00	2.925,00

2.5.4	Técnico en sonido	Hora	6	500,00	3.000,00
2.5.5	Ingeniero en sonido	Hora	6	700,00	4.200,00
2.5	TOTAL PERSONAL TÉCNICO				37.050,00
2.6 HONORARIOS					
2.6.1	Director	Día	1	18.000,00	18.000,00
2.6.2	Productor general	Día	1	20.000,00	20.000,00
2.6.3	Asistente de producción	Día	2	6.000,00	12.000,00
2.6.4	Asistente de dirección	Día	1	6.000,00	6.000,00
2.6.5	Director de Fotografía	Día	1	15.000,00	15.000,00
2.6.6	Asistente de Fotografía	Día	1	3.000,00	3.000,00
2.6.7	Director de Arte	Día	1	13.000,00	13.000,00
2.6.8	Asistente de Arte	Día	1	3.000,00	3.000,00
2.6	TOTAL HONORARIOS				90.000,00
2.7 ELENCO-REPARTO					
2.7.1	Banda invitada	Día	1	50.000,00	50.000,00
2.7	TOTAL ELENCO - REPARTO				50.000,00
2.8 TRANSPORTE					
2.8.1	Transporte de los equipos	Día	1	3.000,00	3.000,00
2.8.2	Transporte del personal técnico y artístico	Día	2	3.500,00	7.000,00
2.8	TOTAL TRANSPORTE				10.000,00

POSTPRODUCCIÓN					
Código	ÍTEM	UNIDAD	CANT.	COSTO/U (BsF.)	TOTAL (BsF.)
3					
3.1	EDICIÓN				
3.1.1	Editor	Hora	50	750,00	37.500,00
3.1.2	Diseñador gráfico	Hora	20	500,00	10.000,00
3.1.3	Edición de audio	Hora	50	500,00	25.000,00
3.1	TOTAL EDICIÓN				72.500,00
3.2	DISTRIBUCIÓN				
3.2.1	Material virgen	DVD	50	14,50	725,00
3.2	TOTAL DISTRIBUCIÓN				725,00
1	TOTAL GASTOS DE PRE-PRODUCCIÓN				3.590,00
2	TOTAL GASTOS DE PRODUCCIÓN				253.290,00
3	TOTAL GASTOS DE POST-PRODUCCIÓN				73.225,00
	TOTAL GASTOS				330.105,00
	MARK UP				20%
	TOTAL PRECIO DE VENTA				396.126,00

Para la elaboración de este presupuesto se consultaron dos empresas productoras y proveedoras de equipos, Cine Materiales y Sifont's Producciones Audiovisuales.

2.8 Análisis de costos

Una vez elaborado el presupuesto se procedió a realizar los cálculos pertinentes para la elaboración del análisis de costos.

PRE-PRODUCCIÓN					
Código	ÍTEM	UNIDAD	CANT.	COSTO/U (BsF.)	TOTAL (BsF.)
1					
1.1	GASTOS DE OFICINA				
1.1.1	Impresiones a color	Hoja	6	15,00	90,00
1.1.2	Gafetes	Número de gafetes	30	10,00	300,00
1.1.3	Internet	Envío de propuestas, plan de rodaje.	5	120,00	600,00
1.1	TOTAL GASTOS DE OFICINA				990,00
1.2	COMUNICACIONES				
1.2.1	Tarjetas telefónicas (celulares)	Mes	12	100,00	1.200,00
1.2	TOTAL COMUNICACIÓN				1.200,00
1.3	VARIOS PRODUCCIÓN				
1.3.1	Pinzas de madera	Caja	1	200,00	200,00
1.3.2	Filtros de colores	Caja	1	1.200,00	1.200,00
1.3.3	Gastos varios	bolsas, vasos, platos	1	430,00	430,00
1.3	TOTAL VARIOS PRODUCCIÓN				1.830,00
PRODUCCIÓN					
Código	ÍTEM	UNIDAD	CANT.	COSTO/U (BsF.)	TOTAL (BsF.)
2					

2.1	VÍDEO				
2.1.1	Equipo completo de cámaras	Número de cámaras	5	-	-
2.1.2	Cámara Go Pro Hero 3	Día	3	-	-
2.1.3	Grua Jimmy Jib Triangle (9,30 mts)	Día	1	2.800,00	2.800,00
2.1.4	Dolly Matthewes (platina)	Día	1	1.100,00	1.100,00
2.1	TOTAL VIDEO				3.900,00
2.2	ILUMINACIÓN				
2.2.1	Maleta de luces	Día	3	2.000,00	6.000,00
2.2	TOTAL ILUMINACIÓN				6.000,00
2.3	AUDIO				
2.3.1	Presonus Studiolive 32.4.2	Día	1	3.000,00	3.000,00
2.3.2	Set de micrófonos Senhaiser (voz e instrumentos)	Día	27	-	-
2.3	TOTAL AUDIO				3.000,00
2.4	CATERING				
2.4.1	Desayuno	Pastelitos	130	-	-
2.4.2	Almuerzo	Plato	30	40,26	1.208,00
2.4.3	Bebida	Garrafas	7	18,00	126,00
2.4.4	Refrigerio	Por persona	30	-	-
2.4	TOTAL CATERING				1.334,00
2.5	PERSONAL TÉCNICO				
2.5.1	Camarógrafo	Día	4	-	-

2.5.2	Operador de Grúa	Día	1	2.925,00	2.925,00
2.5.3	Operador de Dolly	Día	1	2.925,00	2.925,00
2.5.4	Técnico en sonido	Hora	6	500,00	3.000,00
2.5.5	Ingeniero en sonido	Hora	6	-	-
2.5	TOTAL PERSONAL TÉCNICO				8.850,00
2.6	HONORARIOS				
2.6.1	Director	Día	1	-	-
2.6.2	Productor general	Día	1	-	-
2.6.3	Asistente de producción	Día	2	-	-
2.6.4	Asistente de dirección	Día	1	-	-
2.6.5	Director de Fotografía	Día	1	-	-
2.6.6	Asistente de Fotografía	Día	1	-	-
2.6.7	Director de Arte	Día	1	-	-
2.6.8	Asistente de Arte	Día	1	-	-
2.6	TOTAL HONORARIOS				-
2.7	ELENCO-REPARTO				
2.7.1	Banda invitada	Día	1	-	-
2.7	TOTAL ELENCO - REPARTO				-
2.8	TRANSPORTE				
2.8.1	Transporte de los equipos	Día	1	-	-
2.8.2	Transporte del personal técnico y artístico	Día	2	-	-
2.8					-

	TOTAL TRANSPORTE				
POSTPRODUCCIÓN					
Código	ÍTEM	UNIDAD	CANT.	COSTO/U (BsF.)	TOTAL (BsF.)
3					
3.1	EDICIÓN				
3.1.1	Editor	Hora	50	-	-
3.1.2	Diseñador gráfico	Hora	20	-	-
3.1.3	Edición de audio	Hora	50	-	-
3.1	TOTAL EDICIÓN				-
3.2	DISTRIBUCIÓN				
3.2.1	Material virgen	DVD	50	14,50	725,00
3.2	TOTAL DISTRIBUCIÓN				725,00
1	TOTAL GASTOS DE PRE-PRODUCCIÓN				4.020,00
2	TOTAL GASTOS DE PRODUCCIÓN				23.084,00
3	TOTAL GASTOS DE POST-PRODUCCIÓN				725,00
	TOTAL GASTOS				27.829,00
	MARK UP				20%
	TOTAL PRECIO DE VENTA				33.394,80

2.9 Plan de producción

El Plan de Producción presentando a continuación se construyó una vez confirmada la locación donde se llevó a cabo la grabación del programa piloto. El local solo estaba disponible para un solo día de grabación, por lo que la producción se tuvo que ajustar a esas condiciones.

La elaboración de este calendario de tareas permitió visualizar y ordenar de forma eficiente los bloques de grabación. El saludo inicial y la despedida, por ser de menor duración, se grabaran primero. Seguido a esto se llevará a la entrevista, días previos a la grabación se le hizo llegar a los invitados musicales el cuestionario, de esta forma los músicos tendrán sus respuestas preparadas al momento, la producción será más fluida y más rápida.

Este Plan de Rodaje puede estar sujeto a cambios, sea por la falta de más de un personal del equipo, talento, complicaciones con la locación o por eventos de diversa índole. Es posible que las horas de grabación se corran debido a la disponibilidad del local, ya que, este puede ser entregado más tarde a la hora acordada.

Cada una de las siguientes tareas se ubicó en el cuadro que se presenta a continuación.

2.9.1 Preproducción

En esta etapa se realizarán las siguientes actividades:

- Coordinar catering.
- Confirmación del personal.
- Confirmación del personal artístico.
- Coordinar transporte.
- Alquilar equipos.
- Realizar lista de requerimientos.
- Diseñar gráficos para el escenario.
- Enviar hoja de llamado al equipo técnico y músicos.

2.9.2 Producción

Grabación del programa piloto

2.9.3 Postproducción

- Revisión del material
- Edición de sonido y vídeo.
- Montaje.
- Hacer una copia en DVD para entrega.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Semana 1	31	Abril, 1	2	3	4	5	6 Grabación
	Preproducción						
Semana 2	7 Entrega de equipos	8 Entrega de equipos	9	10 Revisión del material	11 Revisión del material	12	13
Semana 3	14	15	16	17	18	19	20
Semana 4	21	22	23	24	25	26	27
Semana 5	28	29	30	Mayo, 1	2	3	4
	Postproducción						
Semana 6	5	6	7	8	9	10	11
Semana 7	12	13	14	15	16	17	18 DEAD LINE

2.10 Plan de rodaje del capítulo piloto

PLAN DE RODAJE

ENTREVISTA											
DÍA DE RODAJE	FECHA DE GRABACIÓN	HORA	INT/EXT	DÍA/NOCHE	PLANOS	LOCALIZACIÓN	TIEMPO DE PREPARACIÓN	TIEMPO DE RODAJE	TALENTO	MATERIAL TÉCNICO	PERSONAL TÉCNICO
1	Domingo 06/04/2014	Desde 8:00 a.m. Hasta 12:00 a.m.	INT.	DÍA.	PM PP PA	Salón rojo El Teatro Bar	2 horas	2 horas	Wannamaker	3 trípodes, 1 Dolly, 4 cámaras, 1 maleta de luces.	Camarógrafos. Productores. Director. Asistentes de producción.
ALMUERZO											
ESCENARIO											
DÍA DE RODAJE	FECHA DE GRABACIÓN	HORA	INT/EXT	DÍA/NOCHE	PLANOS	LOCALIZACIÓN	TIEMPO DE PREPARACIÓN	TIEMPO DE RODAJE	TALENTO	MATERIAL TÉCNICO	PERSONAL TÉCNICO
1	Domingo 06/04/2014	Desde 1: 00 p.m. Hasta 3:30 p.m.	INT.	DÍA.	PG PM PP PD	Escenario El Teatro Bar	1 hora	2 horas	Wannamaker	3 trípodes, 1 grúa, 4 cámaras, 1 maleta de luces.	Camarógrafos. Productores. Director. Asistentes de producción. Operador de grúa.

2.11 Cuestionario



CUESTIONARIO

- ¿Cómo se creó el grupo?
- ¿De dónde viene el nombre del grupo? ¿Qué quiere decir la palabra (Nombre el grupo)?
- ¿Quiénes conforman la banda?
- ¿Qué tipo de música hacen?
- ¿Pueden, darnos una breve historia del grupo?
- ¿Qué influencias musicales tiene cada uno y cómo influyen en su música?
- ¿En qué se diferencian las nuevas canciones del anterior material?
- Cuéntenme sobre el proceso de composición y grabación, y díganos ¿Qué es lo que hace que este disco (en caso de que el grupo lo tenga) sea diferente...?
- ¿Qué buscan transmitir con su música?
- En su vídeo de El Sonidito tienen una reflexión al final, ¿Qué quisieron decir con ella? ¿Qué los llevó a esa reflexión?
- ¿Hay sentimientos de por medio en cada una de las letras de sus canciones?
- Ustedes como grupo, ¿Qué piensan sobre la venta de música por internet, sobre las descargas ilegales?
- ¿Cuáles creen que son las predicciones para el futuro de las ventas de CDs?
- ¿Creen ustedes que la música digital llegará a reemplazar por completo estos formatos?
- ¿Cuáles son sus planes para el futuro?
- ¿Tienen planes de lanzar nuevos trabajos?
- ¿Cuáles son sus próximas presentaciones?
- ¿Dónde pueden sus fans buscar información de la banda: website, redes sociales?

2.12 Storyline del programa piloto

PROGRAMA 1

Secciones	Descripción
1) Bloque 1 – 1 vista: Preparación	<ul style="list-style-type: none">- Saludos y presentación de la banda invitada: Wannamaker.- Primera parte de la entrevista con la banda invitada.
2) Bloque 2 – 2 vista: En el escenario	<ul style="list-style-type: none">- Presentación de la banda Wannamaker en la tarima de El Teatro Bar.
3) Bloque 3- 3 vista: En la entrevista	<ul style="list-style-type: none">- Última parte de la presentación de la banda Wannamaker en la tarima.- Última parte de la entrevista.- Despedida y agradecimientos de la banda invitada: Wannamaker.

2.13 Storyline de media temporada

A continuación se proponen 5 capítulos para la producción de media temporada de En3Vistas. Cada capítulo tendrá la misma estructura y duración del capítulo piloto, a excepción del capítulo 5, el cual será un programa especial que contará con una mayor duración.

Capítulo I

Saludos y presentación de la banda invitada: *Aphelium*.

En este capítulo se conversará con la banda *Aphelium*. Esta banda de *Power Metal Sinfónico* se formó en el año 2006 en la ciudad de Caracas, desde entonces su estilo ha evolucionado debido a la combinación de orquestaciones y elementos progresivos del rock. En el año 2012 publican su demo titulado “*Aphelium*”, el cual les valió una nominación a Mejor Demo/EP del año 2013 por la página europea Metal Storm, desde entonces, la banda ha participado en diferentes festivales nacionales como El Kikiriwiki (USB), Música en la Sangre (UCV), Gillmanfest Caracas 2013 (invitados como banda revelación) y en festivales internacionales como *Heart of Texas Rock Fest* (Austin, Texas) y Festival Viña Rock 2014 (Villarobledo, España).

Actualmente, la banda cuenta con cinco integrantes: Joan Pabón (Voz), Ismael Mendonça (Guitarra/Coros), Marcos Velásquez (Bajo/Coros), Cristhian Zambrano (Teclado) y Yohan Álvarez Cardinale (Batería y Percusión).

En la entrevista, se conversará sobre los planes que tiene la banda a futuro: producción de su material discográfico y próximas presentaciones.

Capítulo II

Saludos y presentación de la banda invitada: *Intemperia*.

En este episodio la banda invitada es el grupo de Metal/Rock Electrónico *Intemperia*. Fundado por los integrantes Juls Sosa (Voz) y Carlos Robles (Guitarra y secuencias) en la ciudad de Caracas en el año 2006, su estilo musical se ha caracterizado

por la mezcla de bajo y batería, diversas secuencias electrónicas fusionadas con melodías en las voces. En el año 2007 lanza su primer EP titulado “*Aurora*”, el cual cuenta con cinco temas y la colaboración músicos como Sebastián De Sousa, integrante de la banda Metempsicosis. El grupo ha participado en diferentes eventos como llevados a cabo en el CELARG, El Kikiriwiki (USB), Ladies Rock Fest y Tiburon Club en Puerto la Cruz. En el año 2009, lanzan su primer trabajo discográfico independiente titulado “*The Mothman Prophecies*”. En el capítulo, se conversará con la banda acerca de su actual alineación y sobre la producción de su nuevo material discográfico.

Capítulo III

Saludos y presentación de la banda invitada: *Lebronch*.

Este capítulo contará con la participación de la banda *Lebronch*. Este grupo caraqueño cuenta con un estilo musical en donde el Rock / Ska/- Reggae se combinan. La banda cuenta actualmente con los siguientes miembros: Christopher “Cris” Urbina (Voz), Eduardo Navarro (Voz / Guitarra), Oswaldo “Tarzán” Suels (Teclado/ Arreglos), "Tzino" Sandoval (Percusión), Joaquin Phelan (Saxo), Alejandro Pinto (Bajo) y Arturo Aranguren (Percusión). Se conversará con la banda sobre su más reciente producción “De Chow”, el lanzamiento de su nuevo vídeo “Ni Culpa Ni Razón” (versión acústica) y cuáles serán sus próximos lanzamientos.

Capítulo IV

Saludos y presentación de la banda invitada: *Okills*.

En este capítulo se presentará la banda de Rock Indie, *Okills*. Se conversará sobre su trayectoria musical, la cual inicia en el año 2010 con la publicación de su primer sencillo “*Querido loco*”. En el año 2011, publican su primer EP titulado “*Iniciando Transmisión*”, el cual contó con la colaboración de Ricardo Martínez, bajista de la banda Famasloop. Su trabajo le ha valido el logio de la prensa extranjera, como The Guardia. El grupo está integrado actualmente por Leonardo “El Kmarón” Jaramillo (Guitarrista), Antonio “Tony Alda” Aldazoro (Batería), Carlos García (Guitarrista), Kevin (Bajo) y Alberto “El Arcas” (Voz / Guitarra).

Capítulo V- Capítulo especial de 30 minutos

Saludos y presentación de la banda invitada: *La Vida Bohème*

La banda La Vida Bohème protagonizará el capítulo especial de En3Vistas. Esta banda venezolana estuvo nominada para los *Latin Grammys* (dos nominaciones) y los *Grammys Americano* (una nominación); también ha participado en diferentes festivales como Vive Latino (México), Motorokr Band Latinoamérica (Fox), el SXSW (Austin, Texas). Fundada en el año 2006, esta banda atrajo la atención luego de ganar el Concurso Nuevas Bandas 2007 celebrado en Caracas, desde entonces este grupo ha sacado tres producciones discográficas: *La Vida Bohème* (EP. 2007), *Nuestra* (2010) y su más reciente disco *Será* (2013), este último cuenta con el vídeo promocional del sencillo *La vida mejor*, en el cual el actor Miguel Ángel Landa hace aparición.

Este capítulo será de una mayor duración ya que, la banda compartirá tres temas de sus diferentes producciones discográficas.

2.14 Guion Técnico

Tiempo	Audio	Video
00:00:00	Suena música “Funky Peppers” completa	Montaje de la banda, equipos, sección de entrevistas e interacción de las personas en el recinto
00:00:50	Suena Audio de Entrevista	Wannamaker Introduce el programa
00:01:00	Suena música “Funky Peppers” final	Logo En3Vistas
00:01:03	Suena Música “Santa María – Wannamaker” queda de fondo	Wannamaker sentados conversando en la sección de entrevista, interlocutor, equipo técnico, instrumentos y montaje de la banda y equipos
00:01:16	Suena Audio de Entrevista	
00:03:14	Suena Música “Ahí va” – Wannamaker” queda de fondo	
00:06:26	Suena Música en Vivo “La pelea es arriba – Wannamaker”	Wannamaker Interpretando el tema “La pelea es arriba”
00:10:33	Suena Música en Vivo “Murphy Maloa (versión acústica) – Wannamaker”	Wannamaker Interpretando el tema “Murphy Maloa (versión acústica)”
00:10:56	Suena Música “Murphy Maloa – Wannamaker” queda de fondo	Wannamaker sentados conversando en la sección de entrevista, interlocutor, equipo técnico, instrumentos y montaje de la banda y equipos
00:10:58	Suena Audio de Entrevista	

00:13:26	Suena Música “El Sonidito – Wannamaker” queda de fondo	
00:13:57	Suena Audio de Entrevista	Wannamaker despide el programa
00:14:21	Suena Música “??????”	Créditos Finales

Conclusiones y Recomendaciones

La cultura forma parte del quehacer humano. La palabra cultura que viene de la palabra latina *cultus*, hace referencia a la facultad de cultivar el espíritu, por tanto, el conjunto de todas las formas de vida y expresiones de una sociedad conforman la cultura.

Los diferentes tipos de expresiones, como son el baile, la música, entre otros, permiten el desarrollo de la sensibilidad, el entendimiento y la comunicación; aspectos necesarios para el buen desarrollo de nuestro comportamiento social.

En la sociedad actual la industria cultural, entendida como la realización de las acciones necesarias para lograr un propósito, plantea la necesidad constante de reinventarse de acuerdo al momento que se vive. Según Guédez (1996) el quehacer cultural comprende las siguientes dimensiones: animación, creación, divulgación y preservación, considerándolas como “actividades vitales que se ejercen para asegurar la sobrevivencia y desarrollo de la cultura”. El fin último de este trabajo, consiste en generar mecanismos que permitan hacer aportes al quehacer musical, en el ámbito de promoción de nuevas bandas emergentes.

La situación actual del país plantea nuevos retos para aquellos grupos que desean incursionar en la industria de la música. Darse a conocer comprende estrategias distintas a las empleadas hasta hace algunos años, en donde la industria disquera jugó un papel fundamental en cuanto a la promoción de nuevos talentos. Hoy en día, la industria del disco ya no es opción. El negocio de la televisión, también jugó un papel importante en cuanto a la promoción y divulgación de talentos, gracias a los musicales y programas de variedades. En este sentido, el periodista Napoleón Bravo explica:

Las disqueras fueron tomando interés en las nuevas bandas de rock, tanto nacional como las que se escuchaban de afuera, a medida que los jóvenes fueron buscando y reclamando sus discos. A medida que aumentaba el interés por esas bandas, las disqueras, que son empresas comerciales, fueron dándole mayor espacio a la edición de discos nacionales de rock y también internacionales. Por

entonces, la situación económica del país era de bonanza y crecimiento por lo que se facilitó la producción; ahora bien, en principio hubo que romper con una tradición de músicaailable tropical en nuestras emisoras. Radio Caracas radio, Ondas Populares y, después, Radio Cultura, Radio Capital, y otras más, minorías, empezaron a especializarse en los nuevos sonidos. Clemente Vargas jr., Eduardo Morell, Armando Palacios, Perez Melendez, fueron pioneros; Cappy Donzella, Ivan Losher, Placido Garrido, entre otros, impusieron el nuevo sonido en la radio. Luego, vino la televisión: El Club del Clan, Pop and Op Musical, Club Musical.

En el caso particular de nuestro país, esta última opción tampoco está vigente, ya que los canales de televisión locales, no están presentando una oferta en esta línea que permita que talento joven pueda considerar esta vía para difundir su trabajo. Es por eso ante la gran necesidad de promoción, por parte de bandas emergentes, planteamos esta propuesta, que una vez llevada a la práctica consideramos es viable por todos los argumentos que se exponen a continuación:

1. Cuando se desea realizar un piloto, uno de los primeros elementos a tomar en consideración es el lugar de realización. Buscar el lugar adecuado lleva tiempo. Es recomendable hacer una lista de posibles locales y contactarlos con tiempo suficiente, la demanda es alta y no todos estarán disponibles para la fecha prevista, lo deseable es poder escoger entre diversas opciones. También es importante encontrar una locación céntrica y de fácil acceso para el personal, ya que de esa forma se garantiza la llegada puntual del equipo de grabación y de los equipos de grabación.
2. Los gerentes de los locales, desean que quienes soliciten la locación sean personas confiables, por tanto requieren garantías de que se les devolverá en las mismas condiciones que les fue entregado. Llegar con una muestra del trabajo que se desea realizar les permite verificar la seriedad y confiabilidad del equipo que llevará a cabo el proyecto.

Por otro lado, el costo del alquiler de los mismos es elevado, por tanto, es deseable negociar el establecimiento para el programa piloto a cambio de publicidad.

3. El tiempo de uso del local es limitado, por tanto, cuidar todos los detalles de organización, le da seriedad al trabajo e invita a que las personas involucradas optimicen el mismo, de manera que todo se cumpla de acuerdo al cronograma establecido.
4. Al momento de seleccionar la banda, se debe hacer una lista y establecer contacto con ellos para conocer su disponibilidad. Es fundamental, seleccionar aquellos músicos que garanticen su presencia en la fecha escogida para la realización del programa.
5. Muchas de las bandas se muestran dispuestas a participar en el proyecto sin cobrar honorarios; sin embargo, los gastos correspondientes a traslado, *backline*, refrigerios, alimentación, corren por cuenta de la producción.
6. Es recomendable enviarle el cuestionario a los invitados musicales días antes de la grabación, de esta forma sabrán con cuanto tiempo cuentan para hablar. Por otro lado, la banda tendrá tiempo suficiente para preparar y adaptar sus repuestas al tiempo de la entrevista.
7. Al momento de iniciar la grabación es preferible grabar la entrevista de primero. Es una sección rápida de realizar y se lleva menos tiempo, por otro lado, la banda se muestra más dada a conversar antes del toque.
8. Al grabar en vivo, es recomendable incluir un ensayo previo en el plan de grabación. De esa forma el ingeniero en audio tendrá tiempo suficiente de ajustar los controles de los micrófonos de cada uno de los instrumentos.
9. En caso de no disponer de los suficientes recursos para costear algunos equipos, a pesar de la situación de conflictividad que se vive en este momento y de la difícil situación económica, existen empresas, comerciantes, instituciones

interesadas ofrecer patrocinios a pequeños proyectos que no requieren de gran inversión, lo que permite la realización del piloto con un bajo presupuesto.

Finalmente en estas líneas de cierre, se desea plasmar que las circunstancias que imperan en la situación actual, conducen a plantear nuevas maneras de hacer las cosas, en forma creativa, con actitud de cambio, posturas flexibles, armonizando conceptos y técnicas, con las que preceden de otros enfoques. La calidad del trabajo cristaliza con una actitud que permite ampliar opciones y considerar nuevos aportes, como los sustentados en este trabajo.

REFERENCIAS

Audiovisuales

- Botti, P.(Productor). (2013). *The Live Room powered by Warner Music: Halestorm "Empire State Of Mind" (Jay-Z cover)*. [Producción]. Warner Sound. Estados Unidos.
- Botti, P.(Productor). (2013). *The Live Room powered by Warner Music: Twenty one pilots: "Holding On To You"*. [Producción]. Warner Sound. Estados Unidos.
- Dunn, S. (Productor). (2005). *Metal: A Headbanger's Journey* [DVD]. Seville Pictures. Estados Unidos.
- Perales, A. (Director). (2013). *Directo Fireworks. Opera magna: "Edgar Allan Poe"*. [Producción]. El Concilio Producciones. España.
- Lieberman, M. (Productor). (2013). *Imagine Dragons: Live from the Artists Den Bonus Interview*. [DVD]. Artist Den. Estados Unidos.

Bibliográficas

- Allueva, F. (2002). *Crónicas del rock fabricado acá. Venezuela años 60*. Alter Libris Ediciones. Caracas.
- Barroso, J. (1996). *Realización de los géneros televisivos*. Editorial Síntesis. México.
- Barroso, J. (2008). *Realización audiovisual*. Editorial Síntesis. México.
- Gordillo, I. (2009). *La hipertelevisión: géneros y formatos*. Intiya Ediciones Ciespal. Quito, Ecuador
- Guédez, V. (1995). *Gerencia, Cultura y Educación*. Fondo Editorial Tropykos. Caracas, Venezuela.

- Gutiérrez, M. y Villaroel, M. (1997). *Manual de producción para Tv. Géneros, lenguaje, equipos, técnicas*. Editorial Trillas. México.
- Interactive Advertising Bureau (2012). *Libro blanco. Web Tv*. Revista de la Comunicación Interactive y el Marketing Digital. España.
- Montiel Cupello, G. (2004). *El rock en Venezuela*. Colección en Venezuela, Fundación Bigott. Caracas.
- Zettl, H. (2000). *Manual de producción de Televisión*. Ediciones Paraninfo. Madrid, España.

Electrónicas

- Ballestas, J (2012) *La música y la TV venezolana: una asignatura pendiente*.
<http://creativa.sacven.org/?p=4800>
- Chesire, M. (s.f.). *Measurement and Analysis of a Streaming-Media Workload*.<http://research.microsoft.com/en-us/um/people/alecw/usits-2001.pdf>
- Chamorro, R. (2003). *El plan de Producción*.
http://www.blankspot.com.ar/prodav/ROMERO_Plan_Produccion.pdf
- Domínguez, S. (2011). *Bienvenido Mr. Rock: Venezuela y Colombia*.
<http://salvadordominguez.blogspot.com/2011/11/bienvenido-mr.html>
- Dunn, S. (2011) *Metal Evolution: Power Metal*.
<https://www.youtube.com/watch?v=Xdh7ftsoj6k>
- Eco, H. (1999). *La estrategia de la ilusión. Tv: la transparencia perdida*.
taller5a.files.wordpress.com/2010/02/estrategiaailusion_eco.pdf
- Gómez Martín, M. (2005). *Los nuevos géneros de la Neotelevisión*.
<http://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/download/ARAB0606130002A/4172>

- González, P. y López, N. *La generación digital ante un nuevo modelo de televisión: contenidos y soportes preferidos*.
http://ddd.uab.cat/pub/analisi/analisi_a2011m12n44/analisi_a2011m12n44p31.pdf.
- Ozer, J. (2011) *What is Streaming?*
<http://www.streamingmedia.com/Articles/Editorial/What-Is-.../What-is-Streaming-74052.aspx>
- Scolari, C. (2008). *Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo*.
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2694422>
- Varcacel, R, Caballero, M, Bersi, D. y Egozcue, M. (2012) *Transformaciones en el dispositivo televisivo: Paleo- Televisión, Neo- Televisión e Híper- Televisión. Transformaciones del sujeto del dispositivo televisivo*.
http://www.perio.unlp.edu.ar/congresos/sites/perio.unlp.edu.ar.congresos/files/mesa_3-caballero-bersi_final.pdf

Tesis y Trabajos académicos

- Bracamonte, E y Pasquale, D. (2009). *El magazine televisivo y su producción. Programa audiovisual dirigido a estudiantes de comunicación social de la universidad central de Venezuela*. Tesis de Grado, UCV, Caracas.
- Bermúdez, E. y Rodríguez, M. (2008). *Programa Piloto de cocina infantil. "Diversión con Sazón"*. Tesis de Grado, UCAB, Caracas.
- Weyler, J. (1997). *La historia del Rock en Venezuela*. Tesis de Grado, UCAB, Caracas.

GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Rock and Roll:** Género musical originado en la década de los años 40-50 en Estados Unidos. Este estilo musical nace de la combinación de varios géneros como Blues, Country, R&B, Jazz, Gospel. Actualmente cuenta con más de 224 subgéneros.
- **Power metal:** Subgénero del Heavy Metal. Conocido también como Happy Metal, se origina en los años 70 en países como Alemania, Finlandia, Suecia y Escandinavia. Combina melodías armónicas y elementos del *speed metal*. Las temáticas de las letras son de carácter fantástico, mitológico y emociones personales. Algunos de sus exponentes son Rainbow, Ronnie James Dio, Helloween.
- **Death Metal:** Subgénero del Heavy Metal. Se originó en los años 80 en países como Estados Unidos, Reino Unido y Europa. Su sonido se caracteriza por usar distorsiones fuertes en la guitarra, cambios bruscos de tempo y voces guturales. La temática de las letras abarca desde emociones personales hasta temas políticos. Algunas bandas de Death Metal son Slayer, Babymetal, Cannibal Corpse.
- **Rock Electrónico:** Se originó en los años 60 en Estados Unidos y se popularizó gracias a bandas como The Beatles y The Doors. Su sonido se caracteriza por el uso de sintetizadores, samplers y teclados eléctricos.
- **Art Rock:** Género musical originado en Inglaterra a mediados de los años 60. Tiene sus raíces en el Rock psicodélico, Jazz, R&B, Folk y se caracteriza por incorporar elementos de otros géneros musicales, como la música clásica. También se le conoce como Rock experimental.
- **Ska:** Se originó en la década de los 60 en Jamaica. Tiene sus orígenes en el Jazz, Calipso, Soul y Rhythm & Blues (R&B). Su sonido se caracteriza por usar instrumentos de viento, instrumentos de percusión, contrabajo, bajo, guitarras y teclados.
- **Reggae:** Estilo musical originado en Jamaica en la década de los 60. Tiene sus orígenes en el Ska, Mento y Calipso. Los tempos musicales son más lentos que en el Ska y su sonido se caracteriza por la acentuación del *skank*, técnica musical que altera el sonido del instrumento.

ANEXOS

PROPUESTA GRÁFICA

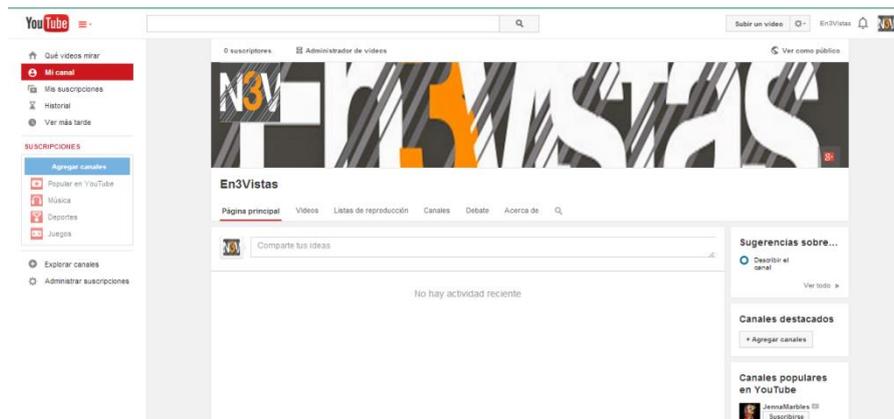


Logo





Muestra de la animación de la pantalla del escenario



Ícono del canal de *Youtube*

HOJA DE LLAMADO

En3vistas

EN TRES VISTAS

Miguel Escobar (0412) 8105364

Patricia Fernández (412) 975 0827

Francelis González (0412) 260 9531

Domingo, 06 de abril de 2014

Jornada – 6:30 am. A 4:00 pm.

Catering desayuno - 7:30am

Almuerzo - 12:00 am

Refrigerio

Locación: El Teatro Bar Caracas. Torre D&D, Av. Orinoco, Las Mercedes

Inicio de Rodaje: 8:00am

Llamado

Equipo técnico

Cargos	Llegada	Finaliza
Personal de manterniento	6:00 a.m.	4:00 p.m
Dirección y Producción	6:30 a.m.	5:00 p.m
Ast. Dirección, DP	6:30 a.m.	5:00 p.m
Camarógrafo, Ast. Producción, Sonido	7: 00 a.m.	4:30 p.m.
Resto del personal	7: 00 a.m.	4:00 pm.

Personal artístico

Actriz/Actor	Llegada	Finaliza
Wannamaker	8:00 a.m.	4:00 p.m.

Nota: El final del rodaje puede ser antes de lo previsto, igualmente se ofrece una hora de finalizar preventiva.

CARGOS DE PRODUCCIÓN



EN TRES VISTAS

Miguel Escobar (0412) 8105364

Patricia Fernández (412) 975 0827

Francelis González (0412) 260 9531

Domingo, 06 de abril de 2014

Jornada – 6:30 am. A 4:00 pm.

Catering desayuno - 7:30am

Almuerzo - 12:00 am

Locación: El Teatro Bar Caracas. Torre
D&D, Av. Orinoco, Las Mercedes

Inicio de Rodaje: 8:00am

Cargos

Equipo técnico

Cargo	Nombre
Dirección.	Miguel Escobar
Producción y Dirección de arte.	Patricia Fernández Francelis González
Asistencia de Dirección. Foto fija	Andrea Otero
Dirección de fotografía	Jonás Cordero
Camarógrafos	Carlos Suárez Angelo Freda Javier Muñoz Laura Martínez
Ingeniero de sonido	Federico Flaviano José Páez

Asistencia de Producción	José Manuel Moreno Eduardo León
Asistencia de Sonido y Producción	Jorge Luis Hernández Jhonder Pincay
Resto del personal	2 operadores de grúa y dolly 2 personas de mantenimiento

Personal artístico

Wannamaker	Cargo
Manuel Salazar	Voz y percusión
Leo Moreno	Voz, guitarra y percusión
Luis Méndez	Bajo
Frank Ovalles	Guitarra
Javier Currucho Galdo	Percusión
Ramón Torregosa	Batería
Daniel Carvajal	Manager, Dir. De prensa.

BIOGRAFÍA DE WANNAMAKER

Wannamaker nace como proyecto en Guarenas a principios del 2007. Fundado por Luis Méndez (bajo), Manuel Salazar (percusión) y Frank Ovalles (guitarra), quienes formarían el primer núcleo de la agrupación que iría creciendo hasta llegar a los 6 integrantes actuales.

Lo que nos une es la búsqueda de fusionar géneros latinos y anglos procurando sobrepasar las fronteras que dividen estos diversos ritmos, para dar pie con ello a un proyecto musical nada convencional. Cada uno de nosotros es como la banda misma, venimos de géneros diferentes y cada quien agrega un poco de sí a la hora de componer. Cada canción es una mezcla diferente que puede incluir desde salsa, bossa nova hasta rock, jazz, noise, entre otros. Por eso no sabrás si mover la cabeza al ritmo del rock o bailar al ritmo de la salsa. Además, en las letras también se refleja esta superación de fronteras con un mensaje de unión y de convivencia no violenta.

Ya contábamos con 2 intenciones de nuestro proyecto “Ojos del mundo” al decidírnos a participar en el Festival Nuevas Bandas 2013 en el cual recibimos una mención especial y el apoyo de un público que motivó la culminación de nuestro álbum debut.

Wannamaker no sólo mezcla distintos ritmos, también mezcla tiempos y unidades de compás diferentes. Mientras algunos instrumentos tocan patrones a 3/4 otros lo harán a 4/4 sin por ello perder el sentido rítmico. En un mismo tema varía la unidad métrica del compás porque nos gusta salir de lo convencional, experimentamos transformando patrones y con ello logramos crear diversos colores y sensaciones a lo largo de una sola canción. Cada nuevo tema es la oportunidad de demostrar que lo convencional no siempre es la mejor opción.

Somos 6 Integrantes:

1. Frank Ovalles (Guitarra Líder)
2. Luis Mendez (Bajo y Coros)
3. Javier Galdo (Congas, Percusión)
4. Leo Moreno (Segunda Guitarra, Coros, Percusión)
5. Ramon Torregrosa (Bateria, Percusión)

6. Manuel Salazar (Voz, Timbales, Percusión)
7. Felix Avendaño (Guitarra, Voz)

Nota: La siguiente biografía se encuentra disponible en la página web de la banda (<http://www.wannamaker.com.ve/biografia/>). Se cuenta con la autorización previa de la banda para hacer uso de esta información en este trabajo.

RESUMEN DE ENTREVISTAS A EXPERTOS

Nombre y Apellido: Napoleón Bravo

Cargo: Periodista, Productor de Radio y Televisión. Investigador de la música y cultura Pop.

1) ¿Cuál era el grado de aceptación de las bandas de rock que fueron surgiendo entre las décadas de los 60 y 80 en Venezuela?

NB: El grado de interés fue creciendo a medida que se fueron dando a conocer -primero entre amigos, vecinos y compañeros del colegio; luego en la radio, después en la tv y la prensa-; además, existieron revistas dedicadas a los éxitos musicales y a la juventud como "Ritmo-Fans" o "Canciones". Una vez que los jóvenes fueron aceptando ese nuevo sonido que venía de USA e Inglaterra en especial, fueron tomando fuerza las bandas locales: Los Dinamicos, Memphis, Darts, Impalas... pero, como todo en la vida, fue cuestión de trabajo y tiempo.

2) ¿Existía algún interés por parte de las disqueras en comercializar aquellas bandas que pertenecían a ese género? ¿proyectar esos grupos?

NB: Las disqueras fueron tomando interés en las nuevas bandas de rock, tanto nacional como las que se escuchaban de afuera, a medida que los jóvenes fueron buscando y reclamando sus discos. A medida que aumentaba el interés por esas bandas, las disqueras, que son empresas comerciales, fueron dándole mayor espacio a la edición de discos nacionales de rock y también internacionales. Por entonces, la situación económica del país era de bonanza y crecimiento por lo que se facilitó la producción; ahora bien, en principio hubo que romper con una tradición de músicaailable tropical en nuestras emisoras. Radio Caracas radio, Ondas Populares y, después, Radio Cultura, Radio Capital, y otras más, minorías, empezaron a especializarse en los nuevos sonidos. Clemente Vargas jr., Eduardo Morell, Armando Palacios, Perez Melendez, fueron pioneros; Cappy Donzella, Ivan Losher, Placido Garrido, entre otros, impusieron el nuevo sonido en la radio. Luego, vino la televisión: El Club del Clan, Pop and Op Musical, Club Musical...

En la actualidad se observa que existe un interés por ese tipo de música (rock/metal), sin embargo, aun así no se nota que haya un interés en proyectar estos

grupos y terminan tocando en locales muy pequeños, en zonas peligrosas y con un *backline* defectuoso. Muchas veces estos locales abusan de estas bandas y terminan aprovechándose, esto trae como consecuencia que las bandas no tengan ningún tipo de ganancia (sea monetaria o de reconocimiento profesional)

En su opinión, ¿a qué se debe que no exista interés por parte de la industria musical en apoyar y proyectar a estos grupos, que son seguidos por una parte importante del público venezolano? ¿A partir de qué momento cree usted que empezó este desinterés por parte de la industria hacia estos grupos?

NB: No creo que sea desinterés, sino, más bien, crisis en la industria disquera nacional y mundial.