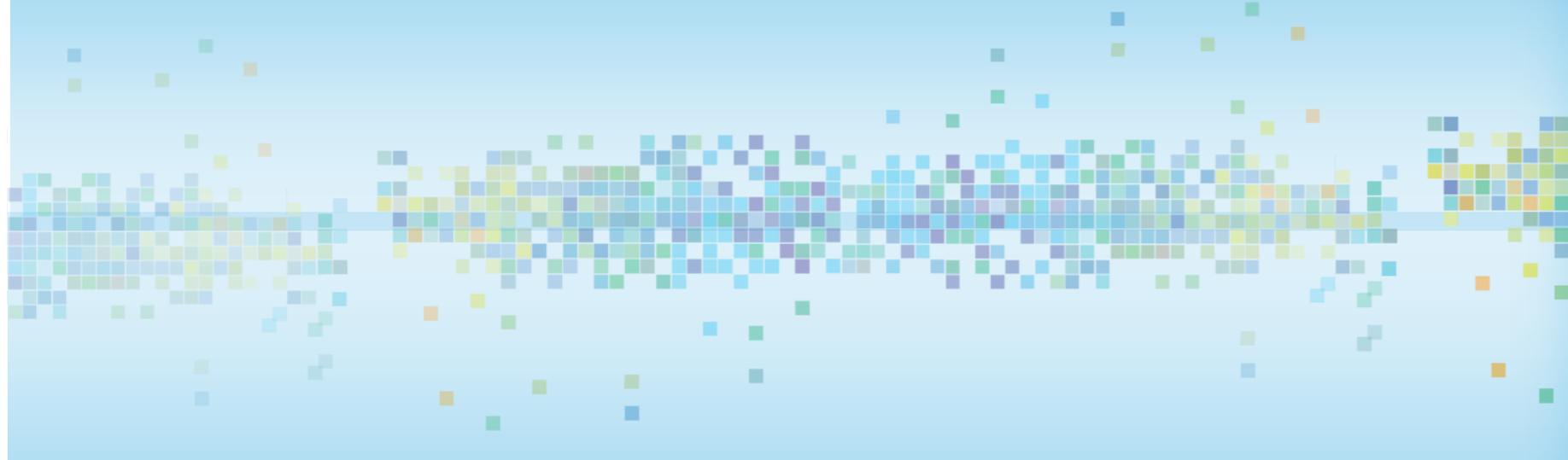




Guía para la presentación de contenidos en la televisión digital



PRESIDENCIA DE LA NACIÓN



MINISTERIO DE PLANIFICACIÓN FEDERAL
INVERSIÓN PÚBLICA Y SERVICIOS



200 AÑOS
BICENTENARIO
ARGENTINO



Universidad Nacional
de La Matanza

Guía para la presentación de contenidos en la televisión digital





4

Desarrollo de un proyecto televisivo



4.1 | Origen y definición de las ideas

En líneas generales, podemos decir que existen dos formas básicas en las que puede surgir la idea de un contenido o programa.

Una es la **idea original**, que ocurre cuando un realizador o equipo de realizadores decide encarar el desarrollo de un producto audiovisual propio para, luego, presentar su propuesta a una institución emisora.

En la otra, el camino es exactamente el inverso, pues sucede cuando un canal, institución o productora realiza un encargo para la realización de un determinado programa que necesita ser incluido como parte de la programación habitual de una señal o a propósito de un factor contextual que amerite el abordaje de cierta temática.

En ambos casos, salvo excepciones, las ideas no llegan solas, sino que son el resultado de un exhaustivo trabajo de búsqueda. De hecho, lo que habitualmente ocurre es que la idea inicial se presente de una manera muy general, esto es, que remita a temas demasiado abarcativos como “la independencia”, “el calentamiento global”, “la educación”. El problema es que ningún programa televisivo

podrá abordar, en su totalidad, cuestiones tan complejas e intangibles. Se necesita, entonces, efectuar un **recorte** sobre esa primera idea que permita construir un relato susceptible de ser contado a través de este medio audiovisual.

Ese recorte nos servirá para definir el **contenido** del programa y la **forma** en que será tratado, es decir, a través de qué recursos (por ejemplo, entrevistas, material de archivo, dramatizaciones). Sobre este punto, habrá que tener en cuenta el presupuesto del que disponemos para concretar el proyecto. Por mucho que nos entusiasme la idea de construir un documental sobre el Faro del Fin de Mundo a través de un registro directo, si no contamos con el dinero suficiente para viajar, deberemos realizarlo con material de archivo. Asimismo, esta especificación implica reflexionar acerca de cuál será la **línea o enfoque** del programa, o sea, qué es lo que queremos decirle a la audiencia.

Analicemos un ejemplo para entender un poco mejor de qué se trata todo esto. Hace un tiempo, la Universidad Nacional de La Matanza presentó un proyecto para producir un programa sobre el origen de la vocación artística. La pregunta era cómo contarla en



La elaboración del proyecto constituye, en sí misma, un acto de responsabilidad. Por ello, tendremos que esmerarnos en pensar propuestas que sean relevantes en términos sociales, que tengan en cuenta las necesidades del público y que, al mismo tiempo, se destaquen por su carácter creativo e innovador. Sólo de esta forma, lograremos calidad y originalidad en el resultado.

televisión. Se pensó, entonces, en hacer un recorte y abordar el despertar de la creatividad durante la infancia. De esta manera, se pudo definir la forma en que el tema sería tratado: mostrar distintas actividades creativas desarrollada por chicos de diferentes lugares de la Argentina y de América Latina y entrevistar a artistas consagrados para preguntarles sobre los orígenes de su vocación. Además, este recorte permitió precisar el concepto y la línea del programa: dar cuenta de que el arte es una parte fundamental de la infancia y sugerir la necesidad de estimular la creatividad en los niños. Así nació la serie AZULUNALA.

4.2 | Presentación de un proyecto

Una vez que logremos definir con precisión la idea, el segundo paso consiste en ponerla por escrito en un proyecto, que funcionará como la carta de presentación de la iniciativa a fin de, por ejemplo, negociar con un canal el aporte de los recursos necesarios para su realización y puesta al aire.

El proyecto siempre constará de dos grandes

componentes, que serán determinantes para poder concretarlo: la **propuesta creativa** y la **propuesta operativa**.

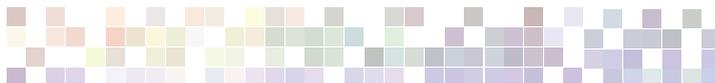
PROYECTO

Propuesta creativa

1. Investigación
 2. Título
 3. Storyline
 4. Sinopsis
 5. Enfoque
 6. Propuesta estética
 7. Punto de vista narrativo
 8. Cubrimiento geográfico
 9. Escaleta
 10. Guión
 11. Sinopsis de capítulos
 12. Storyboard
- (Solo en el caso de animación)

Propuesta operativa

1. Presupuesto
2. Cronograma
3. Recursos humanos



4.3 | Nuestra idea en palabras

Presentar una propuesta creativa implica construir un texto que contenga las definiciones básicas de cómo es el programa que imaginamos para que quien lo lea pueda entenderlo claramente. No olvidemos que los encargados de seleccionar proyectos televisivos suelen ser personas muy ocupadas a las que les llegan ofertas en forma permanente. Por eso mismo, es fundamental que nuestra propuesta sea **consistente y demuestre que ha sido cuidadosamente pensada.**

Si bien no existe una única manera de presentar un proyecto en televisión, a continuación ofreceremos una estructura básica que

puede ajustarse a cualquier tipo de programa y permitirá al postulante presentar una propuesta sólida y viable.

4.4 | Características de la propuesta creativa

1) Investigación

Nuestro respeto por los espectadores y compromiso con la calidad exigen que la idea de nuestro programa sea reforzada con el aporte de información confiable, que profundice en la temática que vamos a exponer y que, al mismo tiempo, nos oriente en el recorte que definirá nuestra propuesta.

La importancia del diálogo

Generalmente, la presentación y aprobación de un proyecto escrito no es, precisamente, la antesala de la producción de un programa. Mucho antes de que la primera cámara se encienda, en la práctica, lo que se inicia es una serie de reuniones de trabajo entre los directivos del canal y el equipo encargado de llevar adelante el proyecto.

En estos encuentros, ambas partes podrán ponerse de acuerdo para efectuar algunos ajustes sobre la propuesta inicial, a fin de que encuadre con lo que se busca lograr con el programa.

Esa información será recolectada durante un proceso de investigación que comenzará mucho antes de que se inicie la grabación. Las fuentes de datos a las que acudir en esa tarea son múltiples: podemos discurrir por los anaqueles de las bibliotecas, consultar archivos fotográficos, visitar museos y lugares históricos, navegar por Internet, ver programas ya existentes o entrevistar a especialistas, entre otras posibilidades. Pero, sea cual fuere el origen de la información, es fundamental que nuestra investigación sea guiada, desde el inicio, por una hipótesis, aunque sea de manera provisoria. Al respecto, el documentalista Michael Rabiger ⁵destacó la importancia de contar con una explicación hipotética durante la investigación, dado que “nadie puede emprender ningún tipo de viaje sin antes escoger una dirección y fijarse un objetivo”. En este sentido, la hipótesis nos servirá de tutor, no sólo para conseguir información pertinente en nuestras indagaciones, sino también para que todo el proyecto se mantenga enfocado hacia la consecución del fin planteado inicialmente. Particularmente, al trabajar para televi-

sión, tendremos que encarar dos tipos de investigación. La primera es la que podemos denominar “**conceptual**”, que consiste en una exploración minuciosa del tema que vamos a tratar. En esta etapa, podemos descubrir información que no conocíamos o no habíamos tenido en cuenta en un principio, lo que puede confirmar nuestra hipótesis, ampliarla o refutarla. Cualquiera sea el resultado, cuanto más ahondemos en el tema, más se enriquecerá la idea original.

Al segundo tipo de investigación se la puede llamar “**televisiva**” y es la que permite recopilar los elementos que estructuran el relato del programa, como ciertas entrevistas, audios e imágenes seleccionados de archivos o grabados especialmente para insertar en el programa, entre otros. Aquí, el haber cumplido con la etapa conceptual en profundidad nos facilitará mucho el trabajo.

Ambas fases son, en mayor o menor medida, necesarias para crear cualquier producto televisivo. Por ejemplo, al producir una telenovela que intente representar con fidelidad los rasgos típicos de una época o zona determinadas, será indispensable consultar obras bibliográficas que den cuenta de las relaciones personales, las costumbres y el lenguaje que

⁵ Rabiger, M. (2001). *Dirección de documentales*. Madrid: IORTV.



dominaban el período. También habría que indagar en la historia para conocer detalles sobre la vestimenta, la música, la decoración y la arquitectura y, de ser posible, visitar los lugares donde habría transcurrido la historia. Por otro lado, si la idea es presentar un informativo que aspire a reflejar los datos más duros de la realidad, también habrá que consultar material periodístico de archivo, estadísticas y estudios relacionados con la información que se va a presentar y buscar testimonios de especialistas y testigos de los hechos, así como imágenes ilustrativas y audios.

Pero, aunque dijimos que todos los programas requieren investigación, es, especialmente, en el caso de los documentales, donde debe hacerse de un modo más exhaustivo. Ello responde a que, cuando se indaga sobre la temática a abordar, además de “hacer un repaso general de la situación (elegida para grabar) para ver si es prometedora”, también se puede “comenzar a hacer una lista de las secuencias posibles”⁶. De modo que, en este género, más que en ningún otro, la investigación es, al mismo

tiempo, el armazón y el contenido de la producción audiovisual.

EN LA PRÁCTICA “INVESTIGACIÓN”

Veamos cómo se lleva a cabo la investigación en nuestro programa modelo, AZULUNALA. Como la temática del proyecto era mostrar la relación entre el arte y la niñez, se analizó material de consulta sobre diversas ramas del arte, la psicología y la pedagogía. Además, se rastrearon instituciones que fomentan la actividad artística en los niños, tales como escuelas, talleres y museos, mediante gacetillas, artículos periodísticos, bases de datos públicas, referencias personales e Internet. Algunas de estas entidades fueron visitadas por el equipo de producción y, allí, se entablaron conversaciones con sus directivos y docentes. En otros casos, el primer acercamiento fue de manera telefónica y vía correo electrónico. Asimismo, se contactó a diversos artistas para saber quienes podían brindar su testimonio.



6 (ID. ANT.)



2) Título

Un elemento fundamental que deberá contener nuestro proyecto es, sin duda, el título del programa. A la hora de pensarlo, tendremos que conseguir que sea informativo, esto es, que aluda al tema que vamos a tratar y que, a la vez, tenga “gancho”, es decir, que logre atraer la atención de la audiencia.

3) Storyline

Se trata de escribir, en pocas líneas (la convención dice no más de cinco) la **idea**

central del programa. De esta forma, el storyline constituye **una síntesis mínima que ofrece una idea global del programa que pensamos**.

Cabe tener en cuenta que, si lo que queremos es contar una historia, ya sea real o de ficción, el storyline debe seguir la curva de progresión dramática: inicio (presentación del conflicto), nudo (desarrollo del conflicto) y desenlace (solución del conflicto).

4) Sinopsis

También llamada “idea argumental”, en la

EN LA PRÁCTICA

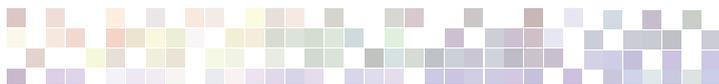
“TÍTULO”

Si volvemos a nuestro ejemplo, el “gancho” de AZULUNALA radica en su evocación a un símbolo que nos identifica a todos: la bandera argentina. Al mismo tiempo, el título es informativo, ya que, a través de una metáfora, remite al concepto del programa: la idea de que la infancia es “la patria del arte”.

EN LA PRÁCTICA

“STORYLINE”

“Movido por la inquietud de conocer cómo surge la vocación artística en la infancia, un conductor recorre diversas regiones de la Argentina y Latinoamérica en busca de espacios donde los niños desarrollan su creatividad. Para descubrir cómo esa primera aproximación al arte se convierte en una profesión, también entrevista a artistas consagrados que recuerdan los indicios que les revelaron su vocación cuando eran chicos”.



Sinopsis se avanza, un poco más minuciosamente, en el planteo del programa. Aquí, debemos dar cuenta de los personajes que llevarán adelante la narración (los protago-

nistas de una serie de ficción o los conductores de un magacín, por ejemplo) y contar, a grandes rasgos, qué recursos utilizaremos. El texto debe ser conciso y estar escrito en

EN LA PRÁCTICA

“SINOPSIS”

“AZULUNALA es un programa sobre la infancia y su dimensión artística que busca transmitir a la audiencia la idea de que el arte se desarrolla en el plano de lo lúdico, la emoción y la alegría.

A lo largo de 13 episodios de una duración de 26 minutos cada uno, AZULUNALA presenta a chicos de la Argentina y Latinoamérica desarrollándose artísticamente y da cuenta del modo de expresarse propio del lugar en el que viven.

Las notas los muestran jugando, aprendiendo y creando. También recupera las reflexiones de maestros, padres, especialistas y pensadores en relación a la importancia de fomentar el arte entre los niños.

Asimismo, en cada programa, el conductor entrevista a un artista consagrado y le propone evocar el origen de su vocación, forjada en su infancia.

Con un perfil carismático e informal, el conductor debe tratar tanto con niños como con adultos y tiene la suficiente ductilidad para llevar adelante los reportajes de manera adecuada en ambos casos.

El programa se divide en dos bloques. En el primero, se emite la primera parte del reportaje y se muestra un taller de arte destinado a chicos. El segundo, en tanto, comienza con otro taller y continúa con la segunda parte de la entrevista. El programa concluye cuando el conductor invita al entrevistado a confeccionar una bandera con los símbolos y colores que representan su arte.

En el primer programa, la protagonista del reportaje es la reconocida bailarina Paloma Herrera, a quien se invita a desandar los pasos de su carrera artística, desde que se calzó sus primeras zapatillas hasta su consagración internacional en el mundo de la danza.

Además, los chicos copleros de Humahuaca cantan canciones populares del norte argentino, mientras que, en Buenos Aires, los integrantes de la Orquesta de Niños de Villa Lugano encuentran en la música una forma de expresión y un mecanismo de inclusión social.



presente del indicativo. Si recordamos lo que dijimos un poco más arriba, **la sinopsis es, justamente, el recorte efectuado para definir el programa.**

5) Enfoque

Se trata de explicitar la perspectiva desde la que se estructurará el relato o se abordarán los temas del programa.

6) Propuesta estética

En un apartado anterior, definimos al formato como aquello que confiere a cada programa su particularidad y lo diferencia de los demás. En este sentido, además del

contenido específico del programa y de sus rasgos formales (su posible día y horario de emisión, la cantidad de bloques que tendrá, etcétera), un elemento definitorio del formato es la propuesta estética.

EN LA PRÁCTICA

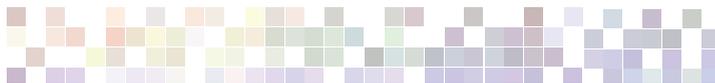
“PROPUESTA ESTÉTICA”

Si retomamos nuestro ejemplo, en AZULUNALA, el conductor presentaba los distintos segmentos desde un parque en el que los únicos elementos de decoración eran un conjunto de coloridos cuerpos geométricos. Así, el espacio abierto, el color verde del césped y los cuerpos geométricos, remitían a lo lúdico, a la infancia. En cuanto a la música, se compuso especialmente con melodías repetitivas compuestas por los sonidos propios de los instrumentos con los que la mayoría de los niños se relacionan durante sus primeros años de escolaridad. Por último, el presentador estaba vestido con un equipo color beige, llevaba lápices en el bolsillo de su chaleco y transportaba a sus entrevistas una valija que contenía los elementos que, luego, ofrecía a los entrevistados para hacer su bandera. Este vestuario daba la idea de un viajante que recorría distintos lugares para mostrar las experiencias creativas.

EN LA PRÁCTICA

“ENFOQUE”

En el caso de AZULUNALA, se había decidido que el énfasis en el registro de la alegría y la diversión constituirían la línea artística y conceptual del programa, a fin de transmitir la idea de que la creación artística no puede dejar de tener algo de del orden del juego.



Esto se refiere al **diseño audiovisual** que imaginamos para el programa y que será su sello característico. En este punto, tendremos que especificar todos los recursos expresivos que utilizaremos, como la música, los colores, la escenografía, el vestuario y las animaciones. Es fundamental tener en cuenta que estas decisiones no pueden ser tomadas en forma caprichosa, sino que deben ser cuidadosamente pensadas para que contribuyan a la **construcción de sentido** del programa.

7) Punto de vista narrativo

Consiste en definir el rol y el carácter de los personajes, conductores, narradores o protagonistas que llevarán adelante la narración.

8) Cubrimiento geográfico

Se trata de especificar los lugares a los que deberá desplazarse el equipo de producción para poder concretar el programa. Este componente del proyecto servirá para que, más adelante, en la preproducción, se puedan seleccionar con precisión las locaciones del rodaje.

EN LA PRÁCTICA

“PUNTO DE VISTA NARRATIVO”

Dado que el tema de AZULUNALA era la dimensión artística de la infancia, abordado desde el lugar del juego y la alegría, se definió que el conductor debía tener un perfil carismático y despojado de toda solemnidad. Además, como su trabajo consistiría en entrevistar tanto a artistas adultos como a niños, debería tener la suficiente ductilidad para adaptar el registro de sus preguntas y llevar adelante los reportajes de modo diferente y efectivo en ambos casos.

EN LA PRÁCTICA

“CUBRIMIENTO GEOGRÁFICO”

En el caso de AZULUNALA, el cubrimiento geográfico implicaba hacer una selección de talleres de arte destinados a los más pequeños, tanto en el país como en Latinoamérica.



9) Escaleta

También llamada "preguión", constituye un elemento fundamental para terminar de definir el formato de nuestro programa. Básicamente, la escaleta sirve para estructurar las distintas partes que conformarán el programa y dar cuenta de las regularidades que tendrá. Con ella, entonces, dividiremos

su contenido en bloques, que pueden ser entendidos como "pequeños episodios", en los que se desarrolla uno o más temas o fragmentos de acción, según el tipo de programa. Aquí, lo importante es lograr una distribución equitativa y respetar la idea de progresión dramática. De esta manera, si, por ejemplo, en un magazín, tenemos una sección de entrevistas, primero, deberemos pensar la manera en que vamos a presentar a los entrevistados.

EN LA PRÁCTICA

"ESCALETA"

Primer bloque

- 1) Apertura del programa. Títulos.
- 2) Presentador a cámara. Copete de apertura.
- 3) Avances: Voz en off del conductor. Imágenes que anticipan las notas.
- 3) Conductor a cámara. Presentación de la primera parte de la nota principal.
- 4) Primera parte nota principal: Entrevista a un artista.
- 5) Conductor a cámara: cierre primera parte de nota principal.
- 6) Separador con gráfica y música del programa.
- 7) Conductor a cámara: copete de presentación de nota sobre taller.

Fin del primer bloque.

10) Guión

Como sostiene el reconocido libretista brasileño Doc Comparato⁷, el guión es, nada más ni nada menos, que "la forma escrita de cualquier proyecto audiovisual".

Es así que, a partir la información obtenida durante la investigación y siguiendo los lineamientos definidos previamente, el desafío que tiene en sus manos el guionista es construir el relato que se verá en pantalla. Cabe aclarar, no obstante, que, en algunos casos, la redacción del guión se omite por completo. Esto ocurre, por ejemplo, cuan-

⁷ Comparato, Doc. De la creación al guión, Madrid, IORTV, 1993.



do se televisa un espectáculo en vivo y en directo y las cámaras registran hechos que están sucediendo en el mismo momento de la transmisión.

Por otro lado, también existen programas semiescritos, como los de debate y los de concursos, entre otros.

10.1 Estructura del guión

La estructura que sirve de base a la elaboración del guión es la escaleta. Recordemos que en ella se esboza, en forma esquemática, las distintas partes que componen cada bloque de un programa y se da cuenta de sus regularidades. Lo que se hace con el guión es, entonces, llenar de contenido esos casilleros que fueron definidos previamente. De esta manera, si, en la escaleta, habíamos pautado que, al comienzo del programa, el conductor haría una presentación de los temas que se van a abordar, entonces, en el guión, habrá que escribir lo que va a decir el presentador.

Hay distintas formas de construir un guión. Una es el guión a dos columnas, que consiste en dividir cada hoja en dos partes, usando, siempre, una sola carilla. En la parte

izquierda, en una columna identificada como “imagen”, se incluye lo referente a la acción, es decir, lo que se va a ver en pantalla. También se especifica la locación, si la ambientación es interior o exterior y el efecto lumínico correspondiente (amanecer, atardecer, día, noche). En esta parte, además, el guionista puede hacer algunas aclaraciones al director con respecto a la filmación, por ejemplo, en relación al tipo de plano, ángulo o movimientos de cámara.

La derecha, en tanto, se identifica como “audio” y contiene lo que se va a escuchar, por ejemplo, diálogos, voz en off (fuera de campo), música, efectos de sonido, etc. Otro formato habitual es el despliegue a una sola columna intercalando los mismos datos en forma horizontal.

10.2 El guión en la ficción

El guión televisivo de ficción, al igual que el cinematográfico o el libreto teatral, se enmarca dentro del llamado discurso dramático, que se diferencia del literario en tanto que no está pensado para ser leído sino para ser visto. Como sostiene el libretista argentino Luis Buero, “el guionista, a diferencia

Una pequeña aclaración

La primera versión del guión es, casi siempre, la primera de muchas revisiones. Ocurre que, antes de llegar al texto definitivo del programa, tiene lugar una serie de reuniones entre el o los guionistas y los representantes del canal o productora. Durante esas sesiones, por ejemplo, puede surgir la necesidad de replantear ciertos aspectos del libreto para que el programa se ajuste a los lineamientos pautados en el proyecto o para que el tratamiento de ciertos temas logre una mejor llegada a la audiencia. El resultado de todo eso es una versión consensuada, que, no obstante, en algunos casos, puede sufrir algunas modificaciones, incluso, durante el momento de la grabación.

CAP TULO: 1
PROGRAMA: AZULUNALA

PRIMER BLOQUE

Imagen	Audio
--------	-------

1. EXT - PARQUE - D A

PLANO GENERAL EL CONDUCTOR SE VA ACERCANDO A LA C MARA.

CONDUCTOR EN OFF:
La infancia se escurre en el tiempo, se va, desaparece. Pero, ¿qu ser lo que queda de ella? Seguramente, lo m s genuino de cada persona, lo que nos pertenece realmente, est ah . Y ese lugar es AZULUNALA, la Patria de la infancia.

PLANO MEDIO CONDUCTOR A C MARA DA PIE A AVANCES

CORTE A

2. AVANCES:

INICIA M SICA DEL PROGRAMA.

CONDUCTOR EN OFF:(DE FONDO)
Hoy, en AZULUNALA, vas a ver c mo Paloma Herrera, desde muy chiquita, siempre supo que quer a ser bailarina.

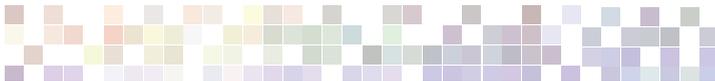
EFFECTOS: SOBRE PANTALLA EN CELESTE, APARECE UN RECUADRO CON FORMA DE TELEVISOR DONDE SE MUESTRAN IM GENES DE PALOMA HERRERO SENTADA HABLANDO EN ENTREVISTA. EL RECUADRO DESAPARECE Y QUEDA LA PANTALLA EN CELESTE

SURGE OTRO RECUADRO DONDE SE MUESTRAN IM GENES DE CHICOS DE HUMAHUACA CANTANDO. EL MARCO DESAPARECE Y QUEDA LA PANTALLA EN CELESTE

APARECE OTRO RECUADRO DONDE SE MUESTRAN IM GENES DE NENES Y NENAS TOCANDO EN UNA ORQUESTA. LA PANTALLA SE COMPLETA EN CELESTE.

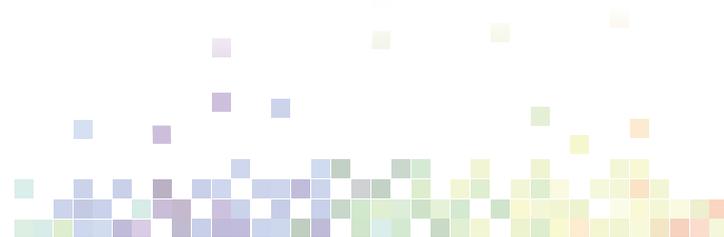
Adem s, en Humahuaca, conoceremos la tradici n de los ni os copleros.

Y veremos de qu manera la m sica puede ser un factor de integraci n social en un barrio pobre de la Ciudad de Buenos Aires. Para eso, visitaremos la Orquesta de ni os de Villa Lugano.



CORTE A	
3. EXT - PARQUE - DÍA	
(PLANO CONTRAPICADO) EL CONDUCTOR A CÁMARA PRESENTA LA ENTREVISTA DE PALOMA. DÍA.	CONDUCTOR: No es común que un niño o una niña, a los siete años, sepa, con total certeza, lo que quiere hacer el resto de su vida. Sin embargo, hay personas a las que eso les ocurre y ese es el caso de Paloma Herrera, a quien, de muy chiquita, no se le ocurrió otra idea que no fuese la de ser bailarina.
CORTE A	
4. IMÁGENES DE ARCHIVO.	
PALOMA HERRERA BAILANDO EN EL AMERICAN BALLET THEATRE	MÚSICA CLÁSICA DE FONDO

5. INT - CASA PALOMA - LIVING - NOCHE	
CONDUCTOR Y PALOMA EN ENTREVISTA.	ENTREVISTA: guía de preguntas - ¿En algún momento se te ocurrió no ser bailarina? - ¿Cómo te das cuenta de que un chico tiene la vocación de ser bailarín? - ¿En tu familia había algún bailarín? - ¿Dónde viste una bailarina por primera vez? - ¿Qué se tienen que dar para que se desarrolle el talento? - ¿Cómo organizabas tu tiempo de niña? - ¿Qué conservas de tu niña?
EFFECTOS: RULOS EN CELESTE SE DIBUJAN EN LA PANTALLA Y SE FUNDEN FOTOS DE PALOMA BAILANDO CUANDO ERA NIÑA	



del novelista, no tiene una relación directa con el público. Los espectadores no leen los guiones, ven la puesta en escena de ellos". Entonces, mientras que, en literatura, es posible decir, "Marina estaba impaciente porque el auto que la conduciría a la iglesia tardaba en llegar", en el discurso dramático, habrá que mostrar a Marina asomándose varias veces por la ventana para que el espectador infiera: "Marina está impaciente". Desde el punto de vista de su estructura, la parte de imagen de un guión de ficción contiene la sucesión de escenas en el orden en que se quiere que ocurran. Cada escena contiene la aclaración del lugar y el tiempo en que sucede, así como el nombre de los personajes que intervienen y la descripción de lo que hacen y sienten al momento de actuar. Un cambio en el lugar o el tiempo marca el paso de una escena a la otra. Del lado del audio, en tanto, se incluyen los diálogos, los efectos de sonido, etc.

10.3 Guión técnico

El guión literario terminado, a su vez, es el punto de partida para un nuevo guión, imprescindible para la realización audiovisual:

el guión técnico.

En él se representan, en orden correlativo, las escenas de cada bloque, indicando, el tipo de iluminación, el sonido, los efectos especiales (FX), el vestuario, las locaciones y los requerimientos de producción (utilería).

Este guión debe ser conocido por todo el personal técnico encargado de la realización para que cada aspecto y componente de la imagen se encuentren en armonía con la idea que tiene el director de la escena a grabar.

A partir de la incorporación de lo digital en la televisión, este tipo de guión cobra mayor relevancia debido a la necesidad de planificar cuidadosamente el rodaje. Así, por ejemplo, si se piensa que estaremos trabajando con una tecnología que permita una gran precisión en los detalles, aspectos como la iluminación y el sonido deberán ser especialmente atendidos.



Ejemplo de guión técnico:

Nº de escena	Descripción de la escena	Localización	Interior/ Exterior	Luz	Personajes	Vestuario	Utilería	FX/Música

10.4 El guión en el documental

En el caso de los documentales, el guión es utilizado para ordenar la narración. Del lado "imagen", se incluye lo que se va a ver y que puede ser filmaciones, fotos de archivo o fragmentos de entrevistas, entre otras variantes. Del lado del audio, en tanto, puede incluirse un texto que será leído por un locutor que estará "fuera de campo", es decir, que no se verá en pantalla (de ahí la denominación de "voz en off").

La escritura de este tipo de guión se utiliza en los documentales que podemos llamar "tradicionales". No ocurre lo mismo en los tipos de documentales de "registro directo", en los que se busca transmitir sensaciones de lo observado "sin trabas ni mediciones". En este tipo de realizaciones, la cámara se desplaza entre personas y lugares para hallar puntos de vista reveladores, pero el

realizador no capta la atención de los actores sociales ni se compromete con ellos en forma directa, sino que se ubica en un lugar de simple observador. Es por eso que, en estos casos, no se trabaja con guiones rígidos, sino con guiones flexibles, en los que se incluyen algunas indicaciones para guiar la búsqueda de aquello que se quiere encontrar.

10.5 El guión en los noticieros y magazines

Básicamente, el trabajo del guionista en un noticiero o magazine consiste en elaborar guiones de continuidad o **rutinas** en los que se distribuye cronológicamente las distintas partes del programa y se explicita el modo en que se producirán (imágenes grabadas, transmisión desde el estudio, conexión con un notero que trabaja desde la calle, etc.).

Además, en los noticieros, el guionista se en-

cargará de resumir las noticias en “copetes” de cinco o seis líneas que servirán de apoyo a los conductores para presentar o comentar la información y redactará las crónicas que acompañarán las imágenes de las notas. Por otro lado, en los magazines, también elaborará textos que ayudarán a los presentadores en su trabajo de conducción.

11) Sinopsis de capítulos

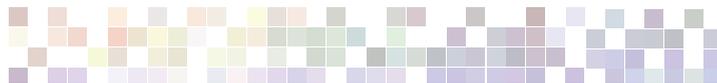
En el caso de que estemos haciendo un programa seriado, el proyecto deberá incluir una breve descripción de cada uno de los capítulos o episodios, que, sin entrar en mayores detalles, de cuenta del o los temas que se abordarán.

12) Storyboard

El storyboard o guión gráfico es un conjunto de ilustraciones mostradas en secuencias, que presenta una disposición visual de los acontecimientos como deberán ser vistos en cámara. Su uso es fundamental en cine y en publicidad. En el caso del trabajo televisivo, nos será imprescindible al realizar animaciones.

Este tipo de guión se desarrolla en cuadros sucesivos, a modo de cómic. Cada cuadro permite visualizar las imágenes acompañadas por información relevante, por ejemplo: tipos de planos y su duración, efectos especiales, descripción de la música, etc.

Sinopsis de Capítulos. CICLO: AZULUNALA		
Nro. Cap: 1/13	Denominación:	Duración: 26'
AZULUNALA Capítulo 1		
Sinopsis/Descripción:		
<p>Paloma Herrera indaga en los inicios de su vocación artística y pinta la bandera de su infancia</p> <p>Chicos copleros</p> <p>Orquesta de Niños de Villa Lugano</p>		



La propuesta operativa es la que determina el modelo de producción que hará viable el proyecto y permitirá llevar a la práctica la propuesta creativa.

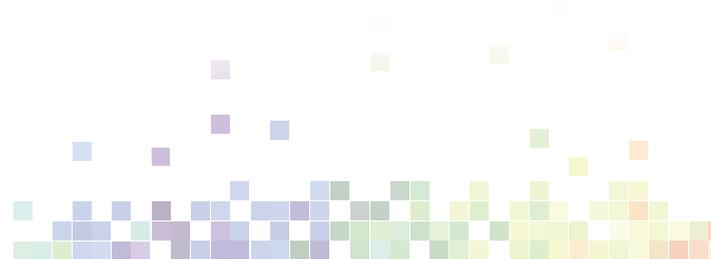
4.5 | Elementos de la propuesta operativa

1) Haciendo n meros: el presupuesto

En televisión, cualquier producción, por modesta o ambiciosa que sea, requiere de una inversión económica que la haga viable. Es el presupuesto, el documento en el que describiremos de la forma más detallada posible el dinero que necesitaremos para solventar el pago del personal, la contratación de servicios y la compra de productos. Este instrumento puede utilizarse para negociar la realización de nuestro programa ante las instituciones que no aceptan costear proyectos sin saber, de antemano, cuál será el monto que deberán desembolsar. Asimismo, el presupuesto puede ser una herramienta útil para que una productora a la que se le ha asignado una determinada suma

administre el uso de los recursos económicos con los que cuenta.

Por este motivo, a continuación, detallaremos cuáles son los diferentes rubros que deberemos considerar para poder redactarlo. Cabe aclarar, sin embargo, que **no en todos los proyectos se llenar la totalidad de estos casilleros**, puesto que, según la envergadura y el tipo de programa que queramos realizar, algunos de ellos quedarán vacíos.



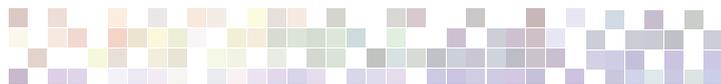
Modelo de presupuesto						
C DIGO	ITEM	DESCRIPCION	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	VALOR UNITARIO	TOTAL
1	Investigación y redacción del guión					
1.1	Personal de pre-producción					
1.2	Investigación					
1.3	Guionista/Redactor					
1.4	Casting					
1.5	Departamento de arte: escenografía, utilería, vestuario, transportes.					
1.6	Oficina					
1.7	Gastos diversos					
2	Producción					
2.1	Personal de producción • Productor ejecutivo • Productor • Realizador/Director • Continuista • Asistente de realización • Asistente de producción					
2.2	Personal de cámara • Camarógrafos • Asistentes de cámara • Operador de video					
2.3	Personal de iluminación • Director de iluminación • Gaffer • Reflectorista • Eléctrico					



2.4	Personal de audio • Sonidista • Operadores de audio • Microfonistas					
2.5	Personal de escenografía • Escenógrafo • Director de arte • Asistente de dirección de arte • Proyectista y alzados					
2.6	Personal de efectos especiales • Animación • Efectos visuales • Efectos mecánicos • Efectos eléctricos					
2.7	Personal de maquillaje • Maquillador • Peluquero o estilista					
2.8	Otros • Diseñador de vestuario • Asistente de vestuario					
3.	Gastos de producción					
3.1	Locaciones					
3.2	Permisos					
3.3	Transportes y viajes					
3.4	Alimentación					
3.5	Hospedaje					
3.6	Varios					
3.7	Efectos especiales					



4.	Utiler a y vestuario					
4.1	Utiler a					
4.2	Vestuario					
4.3	Maquetas y modelos					
5.	ESTUDIO-GALER A					
5.1	Estudio					
5.2	Construcci n de escenograf a					
6.	Alquiler de equipo					
6.1	C maras					
6.2	Iluminaci n					
6.3	Audio					
6.4	Equipos especiales					
6.5	Transporte de equipo					
7.	Talentos					
7.1	Actores					
7.2	Voces					
7.3	Dobles					
7.4	Extras					
7.5	Comisi n de agencia					
7.6	Viajes, vi ticos y permisos					
8	Edici n y postproducci n					
8.1	Personal de edici n y postproducci n					
8.2	Efectos especiales					
8.3	Edici n on line					
8.4	Copiado de masters					
8.5	Masterizaci n digital					



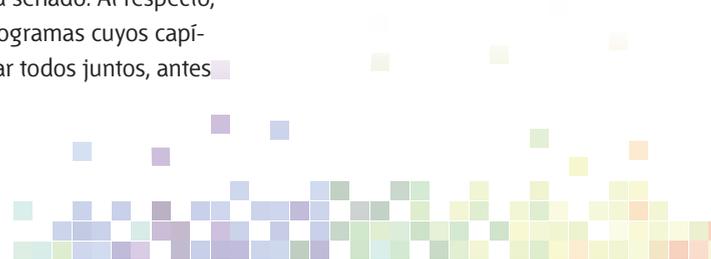
9	Imprevistos					
10	Seguros y fianzas					
11	Impuestos, Derechos, Retenciones especiales y Aportes					
Total						
Porcentaje de IVA						
Gran Total						

2) Cronograma o plan de trabajo

Se ha dicho que jamás ningún esfuerzo humano ha tenido éxito sin haber sido *planeado, organizado y controlado* de alguna forma. Esto es muy cierto en el caso del trabajo en televisión, donde los tiempos de entrega de los programas suelen ser apremiantes. Ello responde a que los canales organizan su programación anticipadamente de acuerdo a los períodos del año y seleccionan los programas con tiempo, para que se incorporen a su grilla en un preciso momento. Si no cumplimos con ese plazo acordado, se producirá un “descalabro” en la programación, perjudicaremos a nuestro contratista y, por

ende, nos acarrearémos serios problemas legales y económicos.

Esto refuerza la necesidad de confeccionar, en los inicios de nuestro proyecto, una planificación de las actividades que requerirá toda la empresa, a fin de que el canal conozca de antemano cual será nuestro ritmo de trabajo. Aunque este plan de producción será más o menos complejo de acuerdo con las características del programa a realizar, en líneas generales, contemplará cuáles son las prioridades y el tiempo necesario para realizar la investigación, el guión, la producción y la entrega de los capítulos terminados, si se trata de un programa seriado. Al respecto, cabe aclarar que hay programas cuyos capítulos se pueden entregar todos juntos, antes



Ejemplo de cronograma:

CAP.	Nº	ACTIVIDAD	SEMANAS																											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28
1 al 5	1	Elaboración de Guiones Técnicos	X	X																										
	2	Rodaje entrevista artista			X	X	X	X	X																					
	3	Rodaje visita instituciones				X	X	X	X	X																				
	4	Rodaje copetes					X	X	X	X	X																			
	5	Pre-edición						X	X	X	X	X	X																	
	6	Edición Final																X	X											
	7	Entrega de los capítulos terminados																		X										
	8	(Otros)																												
6 al 10	1	Elaboración de Guiones técnicos					X	X																						
	2	Rodaje entrevista artista							X	X	X	X	X																	
		Rodaje entrevista instituciones								X	X	X	X	X																
	3	Rodaje copetes									X	X	X	X	X															
	4	Pre-edición										X	X	X	X	X														
	5	Edición Final																	X	X										
	6	Entrega de los capítulos terminados																			X									
7	(Otros)																													

de ser transmitidos, mientras que la entrega de otros se cumple con menos anticipación, por su contenido de actualidad.

3) Recursos humanos.

Los datos o antecedentes audiovisuales de quienes desarrollan una propuesta son

fundamentales en una instancia de presentación. Suele exigirse el currículum del productor general o ejecutivo, del director o realizador y del guionista.

Las exigencias en términos de material audiovisual varían, aunque casi siempre se pide material audiovisual del director o casa productora.

