TRABAJO FIN DE GRADO DE COMUNICACIÓN

Título

Realización Programa de TV: “LOS VIERNES SIN SOL”

Autor/a

Antonio Tarragona Gazol

Tutor/a

María Bestard Luciano

Fecha

Junio 2017

Agradecimientos

“Las ideas mueven el mundo sólo si antes se han transformado en sentimientos” Elizabeth Taylor.

Y llegado a este punto de cierre de ciclo, agradezco a todos aquellos profesores que no solo me han ayudado a formar, sino que han hecho que el campo de comunicación aún me guste mucho más que cuando empecé este trayecto. Eso es gracias a que no solo me han transmitido ideas sino que me han hecho sentir pasión por todo lo que rodea a este ámbito.

No puedo obviar que el haber llegado hasta aquí ha sido gracias al impulso que me han dado siempre mis padres (Carmen y Ramón), confiando en mí y alentándome a seguir caminando hacia mis sueños… ¡Os quiero!

Aprovecho la ocasión para agradecer el apoyo incondicional que me han mostrado mi hermana Mª Carmen y Sergio dándome energía y luz en los momentos más débiles. A Daphne por su empatía y cercanía a pesar de la distancia, por su buena disponibilidad y paciencia. Así como a mis amigos David y Charlie por entender los momentos que no he podido estar con ellos.

A todos vosotros ¡GRACIAS!

Antonio Tarragona Gazol

TFG: Realización Programa de TV: LOS VIERNES SIN SOL

Autor: Antonio Tarragona Gazol
Tutor: María Bestard Luciano

Palabras clave: televisión, programa T.V, entretenimiento, debate, cine, profesiones.

Resumen

El presente proyecto tiene como objetivo elaborar un programa de televisión que ayude al televidente a conocer el desarrollo de profesiones y oficios, haciendo un recorrido a través de algunas de las películas de la historia del cine.

Debido a que nos encontramos sumergidos en un mundo de evolución constante, tanto a nivel tecnológico como social, necesitamos referentes que nos ayuden a conocer cuáles son nuestras opciones de trabajo. A día de hoy, muchos de nosotros tendremos que reinventarnos para forjarnos un presente y futuro esperanzador.

Con el programa televisivo que se plantea se ofrece al televidente no solo un espacio de entretenimiento, también se facilita una plataforma en la que poder exponer sus opiniones e inquietudes con el fin de compartirlas con el resto de personas. El hecho de debatir y dialogar permite que se puedan encontrar soluciones a nuestras situaciones e incluso nos permite plantearnos nuevos retos. Se podrá participar activamente en el desarrollo del mismo asistiendo al plató televisivo (ambientado como si de una sala de cine se tratase), o a través de la redes sociales (ya que éstas cobrarán también una parte importante en el transcurso del debate porque serán una extensión del plató hasta los hogares).

El cine siempre nos ha acercado a otras culturas y nos ha enseñado directa o indirectamente situaciones y profesiones, tan cercanas y a la vez tan alejadas de nosotros (por no saber de su existencia o inconvenientes).

Nuestro producto audiovisual de entretenimiento y debate, unificará dos universos: el del Séptimo Arte, y el mundo laboral, donde toda la población encontrará un espacio en el que podrá informarse y expresarse.

Se generará un atrayente coloquio desde tres ángulos, el de la visión de personas prestigiosas en su sector, el del público asistente en el set de rodaje y el de las personas que lo sigan desde sus casas.

El programa de carácter social, divulgativo y con una gran dosis de entretenimiento puesto que nos sumerge sutilmente en el mundo del cine permitirá cada semana evadirnos de las preocupaciones.

TFG: The concept of a T.V show: “LOS VIERNES SIN SOL”

Autor: Antonio Tarragona Gazol
Tutor: María Bestard Luciano

Keywords: television, television programme, entertainment, debates, cinema, professions.

Abstract

This project aims to develop a programme for television which will help viewers learn about the development of the different professions through a series of films. In our world that is constantly evolving, both technologically and socially, we need references which will help us explore our job options. Nowadays, many of us are forced to reinvent ourselves in order to forge a present and future of hope.

The proposed T.V programme offers viewers a space for entertainment and provides a platform in which they can express their opinions and concerns in order to share them with others. The very fact of discussing and debating allows us to find solutions to our problems and even consider new challenges. It will be possible for viewers to take active part in the development of the television programme by being on set (Which resembles a movie theatre), or through social media, since these are also going to be important in the course of the debate, bringing the viewer closer to the studio. Cinema has always brought us closer to other cultures, showing us and teaching us directly or indirectly situations and professions which are so close and at the same time so far from us (in case we are not aware of their existence or disadvantages).

The present audiovisual product, a combination of talk show and entertainment programme, will bring together two worlds, that of cinema and that of labour market, offering a place where everyone can learn and express themselves

Three different viewpoints will join the debates through the participation of a prestigious personality of the labour sector in question, the audience attending the show and those viewing it from home. The social, informative and highly entertaining nature of the show will allow us to get away from our worries, even if only once a week.

Índice

pág.

1. Introducción …….. 1

1.1. Extracto del proyecto ……. 2
1.2. Justificación……..... 3
1.3. Marco de Estudio …….……..... 4
1.4. Establecimiento de Objetivos…….. 5
1.4.1 Generales…….…… 5
1.4.2 Específicos…….……. 6

2. Propuesta Creativa…….…..... 8

2.1. Título del programa …….……. 9
2.2. Sinopsis…….…….……..... 9
2.3. Logline……... 10
2.4. Tagline……...……..…….. 11
2.5. Enfoque ……...……..……. 11
2.6. Referencias……...……..…… 12
2.7 Género y Formato……...……..…….. 13

3. Propuesta estética …….……..... 15

3.1. Definición del programa
3.1.1. Número de programas…...…….…….. 16
3.1.2. Duración…….. …....…….…….. 16
3.1.3. Frecuencia de emisión…....……..…….….. 17
3.1.4. Directo/Diferido…….…....…….…….. 17
a) T.V. Interactiva……..…… 18
3.1.5. Lenguaje narrativo…....…….……. 19
a) Efectos de transición…….…… 20
b) Realización multicámara…… 20
c) Cámaras…….. 22
d) Calidad de la imagen……..…….. 22
e) Logotipo……..…….. 23
f) Grafismo……..…….. 26
3.1.6. Ubicación/ Localización…....……...…….……. 27

3.2. Los medios
3.2.1. Escenografía e Iluminación
a) Escenografía...……..…… 28
b) Iluminación……...……. 30

3.2.2. Sonido…….……..…....…… 32
a) Micrófonos...……..…… 32
b) Música y sintonía……..……. 33

4. Estructura del programa ……..... 34
4.1. Bloques del programa…….……. 35
4.1.1. Estructura de la entrevista…...…….. 36
4.1.2. Presentadores……...…...…….…….. 36
4.1.3. Voz en off……...…….…….. 37
4.2. Escaletas……..……. 37
4.3. Planning de invitados……..…….. 39
4.4. Matriz……..…….. 39

5. Plan de Marketing y comercial..... 42
5.1. Plan de Marketing…….. 43
5.2. Competencia……...…… 46

6. Propuesta operativa 48
6.1. Presupuesto……...…… 49
6.2. Recursos humanos y técnicos…… 49
6.3. Financiación……...…… 53
6.4. Cronograma/ Plan de trabajo……. 55

7. Conclusiones ……..... 58

8. Bibliografía ……..... 60

Otra Bibliografía de consulta…… 61

9. Anejos……..... 63
Anejo 1: Presupuesto
Anejo 2: Matriz programa T.V

Lista de tablas

pág.

Tablas

Capítulo 2: **Propuesta creativa**

Tabla 2.1 Desglose de las partes del programa. 14

Capítulo 3: **Propuesta estética**

Tabla 3.1	Características Narrativas.	19
Tabla 3.2	Tipología de planos	21
Tabla 3.3	Proceso elaboración logotipo	25
Tabla 3.4.	Tabla localización.	28

Capítulo 4: **Estructura del programa**

Tabla 4.1	Desglose de “Los Viernes Sin Sol”	35
Tabla 4.2	Desglose 1ª escaleta	38
Tabla 4.3	Invitados en función de su profesión	39

Capítulo 5: **Plan comercial y de marketing**

Tabla 5.1	Criterios psicodemográficos	46
Tabla 5.2	Análisis programación competencia	47

Capítulo 6: **Propuesta operativa**

Tabla 6.1	Partidas del presupuesto	49
Tabla 6.2	Equipo personal no técnico	50
Tabla 6.3	Equipo personal técnico	51
Tabla 6.4	Material técnico necesario.	52
Tabla 6.5	Financiación proyecto	53
Tabla 6.5	Cronograma – Plan de producción (Previo a la emisión)	55
Tabla 6.6	Cronograma – Plan de producción 1 episodio	57

CAPÍTULO 1

Introducción

1.1. Extracto del proyecto
1.2. Justificación
1.3. Marco de Estudio
1.4. Establecimiento de Objetivos
1.4.1 Generales
1.4.2 Específicos

1.1. Extracto del proyecto

"Los Viernes sin Sol" es un programa de televisión con marcado carácter de entretenimiento y coloquio, dirigido al beneficio de la sociedad y al servicio del espectador (que sufre en sus carnes el constante cambio laboral de nuestra comunidad).

El espacio va dirigido a toda la familia pero se centra principalmente en todo aquel abanico de personas (de ambos sexos) comprendidos en una franja de edad amplia, que fluctúa principalmente entre los 16 a 70 años, es decir un público extenso y variado interesado en una producción enfocada al desarrollo laboral y a la cultura del entretenimiento, dándole un enfoque social fomentando la industria cinematográfica.

La producción está ideada para que se retransmita en horario nocturno, los viernes. Se ha considerado este día porque se trata del ideal para dar cabida a programas con una marcada esencia de debate, en el que la gente pueda expresar y compartir sus pensamientos e inquietudes. Un viernes es apropiado ya que nuestro espectador no debe irse a dormir pronto, puesto que mucho de nuestro público objetivo no tiene que trabajar al día siguiente. Por consiguiente, puede ser visto tanto por escolares, como por universitarios (con un futuro incierto por delante), o por gente mayor que disfrute con un estilo de periodismo cada vez menos frecuente, en nuestra parrilla televisiva.

El programa será conducido por dos presentadores claramente diferenciados entre sí. Ambos utilizarán un tono afable y cercano pero a la vez serio y sensato. Un lenguaje informal que conecte con todo tipo de personas y que capte el interés de todos ellos, a pesar de ser de estilos y grupos sociales diferentes. Todo ello no equivale a dejar de utilizar un lenguaje técnico con el que poder concretar, puntualizar y precisar, tanto las virtudes como las desavenencias del sector laboral y cinematográfico. Se expondrá semanalmente.

En nuestro producto audiovisual se acercarán por el plató dos invitados relevantes, de ambos sexos, para hablar y lidiar sobre su experiencia en su sector. Así podrán contarnos los estereotipos, curiosidades y temas relacionados con sus oficios. Estas aportaciones de los profesionales darán pie a un debate entre el público. El tema central del mismo estará vinculado con el contenido expuesto al inicio de cada espacio. Con el cine como invitado de fondo en cada uno de los programas, a modo de hilo conductor, conoceremos como las personas asistentes ven reflejados sus oficios en las películas que han dado la vuelta al mundo.

A lo largo de una primera tanda de 8 entregas, después de cada coloquio se proyectará una película, vinculada de alguna manera a la cuestión planteada, que permitirá acercar al espectador al universo del que se ha estado debatiendo. Cada semana, a través de las redes sociales la gente podrá elegir el filme que la cadena propondrá entre 3 posibles candidatas que posteriormente emitirá para acabar de redondear el tema.

El set donde se llevará a cabo el programa tendrá lugar en un plató que simulará un cine, para que el debate transmita la idea de aunar dos temas tales como son el mundo del cine y el de las profesiones. En las butacas se sentará el público que quiera presenciar e interactuar en el debate. Mientras que el escenario, se acomodará de tal manera para que el presentador y los invitados puedan llevar a cabo la entrevista. La pantalla de cine estará a sus espaldas para presenciar, posteriormente, las escenas que se proyecten del film que en televisión se emita. Todo ello estructurado para que se desarrolle de la manera más ágil, directa y dinámica.

1.2. Justificación

En una era en la que los problemas socioeconómicos están a la orden del día, se necesita un producto audiovisual en el que el ciudadano se sienta respaldado y orientado ante un mercado laboral tan variable como preocupante. A la par se precisan momentos de ocio y distracción para cargar las baterías de esperanza y vitalidad.

El cine es uno de los medios que directamente llega a más gente por su gran poder de entretenimiento y por su atracción cautivadora e influyente. El Séptimo Arte emergió como una técnica en busca del espectáculo, de la diversión en el que se mostraban los descubrimientos de la época y por consiguiente la evolución de la humanidad.

"Los Viernes sin Sol" nace, como un proyecto ambicioso, sobre un programa de televisión en el que su función vital es la de ayudar al televidente a conocer el desarrollo de profesiones y oficios. Haciendo un recorrido a través de algunas de las películas de la historia del cine, desde una óptica alegre y coral. Todo ello enfocado desde el prisma del agitado y cambiante mundo laboral.

El programa rastrea, entre el millar de películas existentes, para investigar los diferentes empleos que hay en la sociedad y así poder mostrar a la población diversas salidas profesionales. El fin es darles a conocer otras alternativas a su panorama laboral actual, así como para poder empatizar con sus conciudadanos.

La influencia de la TV así como la del cine en las personas es materializada en los comportamientos y tendencias de los individuos. Lo que se ve en la pequeña y gran pantalla se tiende a idealizar y va calando en nuestro fuero interno, por ello es preciso encontrar la justa medida de su consumo desde la niñez ya que este hábito influye en el comportamiento del adulto.

Con el programa se quiere ofrecer un producto televisivo en el que se forme, eduque y amenice a los telespectadores. Será un espacio en el que se brinde la posibilidad de abrirse a nuevos retos ya que la población podrá observar desde distintos ángulos el desarrollo de profesiones y oficios. Podrán comparar si las vivencias que se ven reflejadas en películas (que conforman la historia del cine) se asemejan a la realidad.

1.3. Marco de Estudio

En la actualidad continuamente todo evoluciona, hay grandes avances científicos y tecnológicos que hacen que los hábitos varíen.

En relativamente poco tiempo, se ha visto como se ha pasado de tener en los hogares una tele en blanco y negro con un par de canales (en los que se podía escoger el programa que se quería ver), a disponer como mínimo de una tele en color, plana con varias aplicaciones y con infinidad de canales.

El abanico de opciones del telespectador a medida que pasa el tiempo se multiplica debido a los avances informáticos. Podemos observar como la comunicación en todos sus medios está en un proceso permanente de cambio... Se podría asegurar que todas las personas de clase media disponen de teléfonos móviles que ya no solo sirven para hablarnos y/o escribir mensajes, también sirven para consultar cualquier tipo de información a través de internet.

El público actual es más exigente porque tiene más posibilidades de cambio, hay mucha competencia entre canales y un mando a distancia que con un solo movimiento nos hace saltar de una vivencia a otra. Este es un factor muy importante a tener en cuenta a la hora de crear un nuevo programa de televisión, ha de ser atractivo y tiene que cubrir alguna necesidad del telespectador para que este se sienta atraído hasta tal punto que lleguen a ser fieles seguidores

Además, la filosofía de como ver la televisión en nuestros hogares está variando... Quienes disfrutan por ejemplo de Movistar+ o Yomvi pueden programar que se graben unos programas determinados, para verlos en el momento deseado. Casi como si fuera una televisión a la carta. Este fenómeno se aprecia en las series (Netflix, HBO, y otras plataformas de esta índole son un ejemplo de la nueva tendencia). Así pues, a la hora de crear un programa podemos ir más allá, no solo en verlo a la hora establecida por la parrilla estipulada, sino de disfrutarla en cualquier momento y horario de nuestros días, dando paso a la nueva era de las tecnologías y a su comodidad.

El programa muestra que en cualquier sector ha habido un proceso necesario para alcanzar mejoras.

1.4. Establecimiento de objetivos

"La televisión es un medio de comunicación" para conseguirlo con éxito es imprescindible la reciprocidad entre emisor y receptor.

Captar la atención de los televidentes, que se sientan atraídos y sientan la curiosidad y necesidad de seguir viendo el programa. Esa es la esencia para fidelizar a los telespectadores.

Para que la televisión provoque el efecto deseado en las personas y quieran estar siempre ahí, se les debe entretener y seducir. Para ello, hay que transmitir y hacerles sentir emociones con las que se sientan identificados.

"Los Viernes sin Sol" pretende basarse en la vida diaria de cualquier miembro de la sociedad, ya que quiere focalizarse en la parte humana del desarrollo profesional de cada uno (para dar paso a anhelos y sueños). La vida vista desde dos vertientes, la real y la ficticia. La ficticia basándose en la selección de películas de calidad, que han resonado en la historia del cine, pero en este caso la seleccionaremos por la faceta laboral del protagonista. Se contrastará la realidad, a través de un debate entre profesionales del sector.

En general, en publicidad se tiende a querer influir en las actitudes y comportamientos de los televidentes con un método que se extiende, de repetición incisiva de un mismo mensaje, en este caso se quiere mantener el lema **"informar, educar y entretener"** porque debemos abrir nuevos horizontes, sensaciones y curiosidades a los televidentes.

1.4.1 Objetivos generales:

Tres son los objetivos que tiene el programa "Los Viernes sin Sol" con el propósito de promover una cultura de marcado carácter de divulgación y entretenimiento:

- Adentrar al espectador a la gran pantalla a través de un recorrido por la historia del cine a través de las profesiones que personifican los protagonistas.

- Enseñar las curiosidades, estereotipos e historias de las profesiones más frecuentadas por la humanidad. Desde las más comunes y más solicitadas (tales como el periodismo, la abogacía o la medicina) a las más modernas e inverosímiles que vienen a raíz de los adelantos tecnológicos.

- Ser la plataforma donde exponer vivencias y debatir sobre diferentes puntos de vista en torno al marco laboral, en concreto sobre la profesión en que cada semana se centra.

Producto televisivo dirigido a un público de todas las edades, clases sociales y de ambos sexos. El cometido es ofrecer a dicho espectador un espacio donde se tenga en cuenta su propia mirada. Verán a personas con sus mismas preocupaciones pudiendo sentirse identificados con ellos.

Dichos objetivos ofrecen la oportunidad de conocer los peligros y ventajas del mundo laboral con la magia y la fascinación del Séptimo Arte.

1.1.2 Objetivos específicos

Además de los objetivos generales, el programa buscará medir los resultados de la planificación, que ha establecido con el equipo directivo, para reproducir con éxito el espacio.

A continuación se muestra una relación de objetivos específicos:

- Definir el grado de satisfacción de los trabajadores a través de encuestas. Se realizará este estudio en cada una de las diferentes profesiones analizadas en cada capítulo.

- Detallar las preocupaciones laborales.

- Distinguir los estereotipos y las curiosidades de las profesiones.

- Precisar a donde van las nuevas tendencias.

- Disfrutar de las entrevistas con los personajes más relevantes de cada uno de los empleos que el capítulo menciona.

- Identificar y elaborar un listado de las mejores películas en un orden distinto al que se realiza habitualmente (en función de las profesiones que los actores dan vida en ellas).

- Determinar la influencia que ejercen las películas sobre la población ante la percepción que tienen de los oficios reflejados en ellas.

- Comparar los grados y la estima de satisfacción entre los diversos oficios.

- Analizar la información recopilada, seleccionándola y organizándola detalladamente, determinando así el alcance y las necesidades de la población.

- Despertar el interés de los jóvenes en buscar nuevas salidas profesionales, viendo a los más grandes referentes de manera cercana y accesible.

- Mostrar nuevas vías de desarrollo a aquel grupo de personas, que se tienen que reinventar porque necesitan encontrar su lugar en el marco actual laboral.

CAPÍTULO 2

Propuesta Creativa

2.1. Título del programa
2.2. Sinopsis
2.3. Logline
2.4. Tagline
2.5. Enfoque
2.6 Referencias
2.7 Género y Formato

2.1 Título del programa

El nombre del espacio televisivo presentado hace alusión al título de una película, pero no utilizando tal cual sino adecuándolo al día que se emitirá. Se titulará "Los Viernes sin Sol".

La película referente que ha inspirado el título es "Los Lunes al Sol". Este film narra las vivencias y preocupaciones de unas personas desempleadas por lo que los lunes en vez de poder ir a trabajar, disponían de tiempo para reunirse entre ellos bajo el sol para poder desahogarse y apoyarse.

Como el programa que se presenta en este proyecto expone la situación del mundo laboral (en el panorama actual), fomentado el diálogo y la conversa (a través del debate) los viernes por la noche, se ha extrapolado y adaptado el título al horario nocturno en el que se transmitirá.

2.2 Sinopsis

"*Los Viernes sin Sol*" presenta un espacio semanal, en el que se viajará periódicamente a los rincones más personales, mágicos y fascinantes de 16 personajes. Todos ellos destacados de la sociedad española, vinculados a la empresa, la cultura o el sector deportivo. El cine y sus experiencias serán el fino hilo conductor.

La historia del cine se ha descrito desde diferentes enfoques, pero nunca desde el punto de vista de las profesiones que encarnan los actores/actrices en los films. Profesiones y oficios que desarrollan en la vida real personas de nuestro entorno. Se han confeccionado muchas listas en función de diversos criterios como el de las mejores películas, actores o guionistas, pero todas ellas son muy subjetivas. Se han realizado pocas desde los ojos de un científico, un abogado, un locutor o un tenista. Desde esta premisa es donde "Los Viernes sin Sol" hace éste trepidante y memorable viaje.

El programa busca, a través de rostros reconocidos de diferentes sectores, conocer algo más de estos oficios para contrastarlos con la realidad de las personas que las ejercen. Al tiempo, repasamos su visión en el fascinante mundo del cine, mezclada con las anécdotas y satisfacciones de nuestros invitados.

El programa televisivo combina el rigor humanístico con el cinematográfico en un tono fresco y ameno. Dos presentadores serán los conductores que establecerán la entrevista con los respetados invitados y harán de moderadores en el debate posterior. Semanalmente se profundizará en las curiosidades, en los estereotipos, así como en los referentes cinematográficos que el Séptimo Arte ha popularizado y probablemente manipulado.

Infinidad de personas a lo largo de los años se han dejado seducir por las más diversas profesiones, en gran medida, atraídas por el enfoque que perciben de las profesiones desde los medios de comunicación y en especial el cine. Los espectadores interiorizan todo aquello que

ven de tal manera se forman una idea preconcebida. Consciente o inconscientemente se generan unas simpatías o prejuicios por aquellas vivencias, no experimentadas pero sí sentidas al visionar determinadas películas. A través de éste programa, se podrá analizar si lo que se piensa corresponde con el que es el día a día de determinadas personas.

A lo largo de la temporada, se encontrarán mujeres que requieren puestos de mando, como jueza, directora de finanzas o gerente de marca. Hombres que se quedaron prendados por "*Regreso al futuro*" y desearon ser científicos. Se escucharán las vivencias de las mujeres luchadoras, más independientes y nada conformistas. Se repasará, de manera ágil, las más fascinantes curiosidades con mujeres de alta iniciativa que no solo buscan posicionarse y luchar por sus derechos, sino que alzan su voz para sentir la igualdad de sexo cada vez más cercana.

Todo ello es posible gracias al asesoramiento de todo un equipo técnico amante del Séptimo Arte y de grandes historiadores de las profesiones. La complicidad de los invitados (que nos dejarán entrar en sus vidas, en sus miedos y recuerdos) hará de cada programa una velada amena, única y distraída.

2.3 Logline

"Descubre, La profesión de tu vida"

2.4 Tagline

Programa de TV que unifica dos universos: el del Séptimo arte y el mundo laboral.

Espacio en que la población tendrá la plataforma donde exponer sus pensamientos y preocupaciones cotidianas, al mismo tiempo que se impregnan de toda la riqueza cinematográfica que nos muestra nuestro mundo desde diferentes prismas.

2.5 Enfoque

El cine es un arte por el que millones de personas sienten fascinación ya que permite viajar, soñar, aprender y crecer. Una pasión que se transmite generación tras generación. "A finales del S. XIX, se inventó el cine, el máximo logro humano en la búsqueda de la imitación de la realidad." **[1]**

Para algunos el amor por el cine, empieza siendo niños. Incluso se tienen recuerdos de instantes vistos antes de tener los cuatro años de edad, como cuando se escuchaba a *Darth Varder* confesarle a *Skywalker* un rotundo "yo soy tu padre", o recordar ver a una desesperada a *Scarlett* gritar "…A Dios pongo por testigo". Estas instantáneas visuales impresas en la mente son las semillas que hacen crecer un cariño por querer seguir adentrándose en este arte y disfrutar del mejor cine clásico de *Hitchcock, Bergman, Fellini, Chaplin, Truffaut, Allen, Eastwood...*

Cada individuo se encandila por los films por diversas razones, algunos quedan perplejos por una escena, otros por la garra y el carisma del actor, otros tantos quedan atrapados por la enérgica banda sonora (que da vida y sensibilidad a cada una de las historias).

El Séptimo arte permite alejarse de un entorno cargado de crisis y preocupaciones. A veces es bueno abstraerse, pero el programa televiso "Los Viernes sin Sol" pretende dar un paso más allá, se quiere encarar la realidad del mundo actual para hacerle frente. Que las películas plasmen el desarrollo de oficios y profesiones de tal manera que luego se pueda debatir si lo que muestran se ajusta a la realidad o no.

El programa ayudará a la población y a la vez será una plataforma para realizar un homenaje de la filmografía a través de la historia del cine.

El recorrido de las películas no se hará según su género (policíaco, drama, medicina, terror, ficción, thriller…), sino que se hará en función de las diferentes profesiones y oficios que reflejen. Para ello se tendrá que elaborar un listado alternativo al habitual pero teniendo en cuenta el listado de las imprescindibles.

En un intento de buscar honrar lo mejor de este arte deseamos crear una ágil y hábil enciclopedia visual de lo indispensable y más histórico que se ha producido desde sus inicios. De la época muda, sin sonido hasta el cine actual del 3D.

El cine, aparte de ser un gran espectáculo de masas, no deja de ser todo un retrato en movimiento de la historia de la humanidad. Esta industria ha servido para crear nuevos lenguajes, ha forjado una forma diferente de expresar, enumerar y contar las cosas. Desde las más artesanales, a las más fantásticas, pasando de los dramas sociales a aquellas aventuras más inimaginables.

Hay muchos programas en la parrilla televisiva, pero pocos que hablen de cine y aún mucho menos que le den un cariño y una honestidad a este mundo que tanto respeto se merece y que tanta distracción ofrece.

"*Los viernes sin Sol*" contendrá de manera creativa y tentadora las interioridades del cine y las acercará según las necesidades de los televidentes. Se rescatarán imágenes, escenas y secuencias cuidadosamente seleccionadas que ofrecerán una vibrante y sentida experiencia visual de lo que sucede en la sociedad (Oficios).

2.6 Referencias

A lo largo de la historia de la televisión ha habido importantes programas que han suministrado al público un lugar donde opinar, comentar y debatir sus preocupaciones o pensamientos.

- "***UN TOMB PER LA VIDA***": Durante dos años de emisión del programa el presentador *Joaquin Maria Puyal* acercaba al espectador a personalidades reconocidas por la sociedad con una vida apasionante y densa.

- "***MOROS Y CRISTIANOS***": Transmitido a mediados de los 90, presentado inicialmente por *Xavier Sardá* y posteriormente por *Jordi González*. Era un producto televisivo donde se debatía sobre grandes problemáticas de la actualidad, bajo la mirada de colaboradores diversos. Había dos bandos (de ahí el título de Moros y cristianos), como si de un enfrentamiento se tratase, por un lado se disponían los que estaban a favor de una idea y por otro los que estaban en contra.

- "***LA VIDA EN UN XIP***": A finales de los 80 principios de los 90 la TV autonómica de Catalunya TV3 realizó, presentado por *Joaquin Maria Puyal*, un debate sobre la actualidad. El punto diferencial de este tipo de formato es que empezaba con una breve serie ambientada en una granja que servía como introducción del tema central del día. También fue una plataforma donde los ciudadanos podían exponer y debatir sobre las opiniones que tenían sobre el tema que se trataba. Además, *Sílvía Coppulo* nos transmitía la opinión de los telespectadores que desde sus casas podían intervenir vía telefónica mientras se desarrollaba el programa en directo.

Otros programas destacables como "*59 segundos*" o "*La clave*" giraban en torno del debate de un tema central entre personalidades que entendían de la materia.

Cada uno de estos programas ha creado escuela y ha pasado a la posteridad por su estilo, garra y realización. Éste es el motivo por el que *"Los Viernes sin Sol"*, los tiene como referentes para crecer y crear un estilo cercano y ágil.

A día de hoy, son pocos los espacios (por no decir ninguno) donde el público tiene la opción de expresar su opinión sobre un tema en concreto en un plató de televisión. Los debates que actualmente vemos no permiten, o impiden, la interacción del espectador con aquellos sujetos que exponen el problema sobre ellos. Los espacios están enfocados a que los colaboradores (junto al presentador) inicien la tertulia en torno a un planteamiento. Muchas veces la cuestión planteada no es del todo clara y provoca que no llegue el mensaje al receptor tal como se tenía esperado. El telespectador se ha de sentir representado e identificado tal como mandan los cánones de la imparcialidad.

Al público siempre le ha entusiasmado conocer los puntos de unión y/o divergencia entre diversas posturas sobre un tema en común, pero además siempre le ha gustado sentirse participe y poder decir la suya.

2.7 Género y formato

Con la entrada de nuevos medios como Internet, la televisión se ha visto con la necesidad de impulsar una nueva perspectiva y unas nuevas variantes narrativas ante la multitud de ofertas. Todo este nuevo movimiento ha provocado una nueva reestructuración de los medios. Se precisan más ágiles y dinámicos, espacios que inciten y cautiven al espectador con su narrativa. Los jóvenes hoy en día se decantan por géneros que abarcan, primordialmente, el entretenimiento mientras que los adultos optan por los espacios informativos y/o de opinión. Por ello nuestro espacio busca unificar ambas preferencias:

- Entretenimiento/ entrevista
- Opinión/reportaje

Esta época de hibridación de contenidos, que ha provocado la irrupción de la era digital, ha roto barreras y en ocasiones puede hacer confundir los géneros llegando a originar nuevos géneros y formatos. El objetivo sigue siendo atrapar la curiosidad de una amplia audiencia, amante del entorno social y del mundo de la cinematografía. Éste es el motivo por el que se elabora "Los viernes al Sol" de trasfondo social y cultural.

"A las compañías cinematográficas les gustan los géneros porque les proporcionan una herramienta de marketing y constituyen las expectativas del público." **[2]**

La película que se retransmitirá la escogerá la audiencia, a lo largo de la semana, entre las tres que la cadena nos permitirá ofrecer y nosotros le habremos sugerido. Este planteamiento involucra más al televidente y le hace ser partícipe activo en el desarrollo del programa televisivo.

Previamente a la proyección se explicarán los detalles más relevantes y peculiaridades del film.

Para mantener una relación dinámica y constante con el telespectador se mantendrán las redes sociales abiertas, con un *Community Mannager* (uno de los colaboradores) en cabeza que mantenga el contacto personalizado. En este medio los televidentes podrán ampliar la información que necesiten así como prolongar el debate en las redes, pudiendo así generar una especie de familia virtual.

Así que después de detallar todo ello, se admite que el género audiovisual estaría englobado dentro de los coloquios/ debates, ya que se expondría la discusión dirigida entre personas en la que exponen puntos de vista opuestos de un mismo tema.

El ingrediente básico de "*Los Viernes sin Sol*" es, ante todo, la empatía hacia una sociedad que necesita encontrar nuevas salidas profesionales, o ayuda en los problemas que le surgen debido al oficio que desempeñan. Se ofrece así una plataforma en la que les servirá para desahogarse y abrirse nuevos horizontes.

Se enfoca todo desde el positivismo para salpicar optimismo y entretenimiento.

El formato pretende ser un antídoto ante nuestras preocupaciones y una receta para poder lidiar el día a día, al mismo tiempo que te enriqueces porque adquieres conocimientos gracias a poder compartir experiencias y observar las ajenas (ya sean las reales como las de ficción).

Tabla 2.1 Desglose de las partes del programa.

Recuadro del desarrollo de la idea	
Referencia del proyecto/genero	Ocio y actualidad (Entrevista y Debate)
Formato	Divulgativo y de actualidad
Nª Capitulas	8
Duración Capitulo	90 mints
Bloques	3
Frecuencia de Emisión	1 vez a la semana
Audiencia (publico)	Hombres/mujeres de 16 a 70 años
Medio de Difusión	TV
Invitados	Los + relevantes de cada profesión
Localización	Barcelona
Lugar de grabación	Set de rodaje en forma de Cine
Presupuesto	-

CAPÍTULO 3

Propuesta Estética

3.1. Definición del programa
3.1.1. Número de programas
3.1.2. Duración
3.1.3. Frecuencia de emisión
3.1.4. Directo/Diferido
a) T.V. Interactiva
3.1.5. Lenguaje narrativo
a) Efectos de transición
b) Realización multicámara
c) Cámaras
d) Calidad de la imagen
e) Logotipo
f) Grafismo
3.1.6. Ubicación (Localización)
3.2. Los medios
3.2.1. Escenografía e Iluminación
3.2.2. Sonido
a) Micrófonos
b) Música y sintonía

3.1 Definición del programa.

3.1.1 Número de programas.

Se ha pensado iniciar una primera temporada de 8 episodios, que se visualizarán semanalmente, es decir durante 2 meses.

A finales de Septiembre sería una buena etapa de arrancar la nueva temporada porque todo el mundo se ha estabilizado en su día a día tras el periodo vacacional.

En Diciembre ya habría finalizado la primera temporada, época en que las personas tienen en mente la preparación de las fiestas navideñas y disponen de menos tiempo en sus hogares porque tienen diversos compromisos sociales.

3.1.2 Duración del programa.

El programa busca generar un aire fresco, que se acople bien a la idea de debate que tiene por defecto el espectador y la línea editorial de la cadena, en la que se va a emitir "*Los Viernes sin Sol*". Programa y emisora aúnan una serie de variables e ítems que aportan agilidad, entretenimiento y aprendizaje con la que el espectador se sentirá de inmediato identificado.

Después de analizar diferentes programas que puedan clasificarse en el mismo género y formato, se ha decidido que la duración del espacio sea de 90 minutos.

El montaje del programa será de 90 minutos, pero cuando sea emitida en antena, fluctuará dependiendo de las necesidades publicitarias establecidas por la cadena, pudiendo llegar a tener una emisión en directo de entre 100 y 104 min.

El programa estará fragmentado hasta en tres bloques con una duración de cada uno de ellos de 30 min.

Haremos la pausa publicitaria en un momento álgido de la entrevista con el invitado, para crear esa tensión pertinente y no hacer que el espectador salte a otra cadena. El programador será quien decida al final la franja horaria, según los diferentes hábitos de consumo que rige la audiencia de la cadena.

Está pensado para programarse en la franja horaria del "Prime Time" después de otro programa de éxito de la cadena. Con lo que se garantiza arrastrar un buen número de espectadores que estaban viendo el anterior programa.

3.1.3 Frecuencia de emisión.

El programa se retransmitirá cada viernes en horario de máxima audiencia, hacia las 22 h de la noche. Se descarta que sea un programa diario, emitido de lunes a viernes, al considerar que es mejor lanzarlo semanalmente para crear expectativa en saber que personajes irán apareciendo y qué anécdotas nos contarán. Además, los telespectadores podrán elegir a lo largo de la semana la película (de las tres que se les sugiere) que se proyectará tras el programa, a través de las redes sociales.

El día de emisión será el viernes porque es el día que una gran mayoría de población no tiene que trabajar al día siguiente y quiere evadirse de toda la semana que lleva a cuestas. Es el día que se acumula más agotamiento por lo que se prefiere dejar la salida nocturna, a poder escoger, para el sábado. Al tener un formato divulgativo/ entretenimiento puede tener una buena acogida dentro de la actual parrilla Televisiva.

Este día de la semana es adecuado porque es el preludio del fin de semana y apetece hacer algo diferente al resto de los días, sin cansarse demasiado y pasando un buen rato.

Para determinar franja horaria en que se emitirá se llevará a cabo un minucioso estudio para observar cual es el mejor horario para transmitirlo

El hecho de situarlo no justo detrás de las noticias, permite que la gente ya haya preparado sus cenas, incluso algunos ya la habrán saboreado y otros la podrán degustar en el sofá cómodamente. Es un momento en el que apetece ver algo en vivo y participativo porque aún se está en la plena euforia de pensar que llega el fin de semana. Al transcurrir la noche ya pueden empezar a decaer las fuerzas pero al querer hacer algo diferente (a lo realizado de lunes a jueves), es el instante de iniciar la proyección de la película escogida. Las 23:30 h es una hora adecuada puesto que no es demasiado tarde para empezarla e irte a dormir a una hora relativamente prudente para ser víspera del sábado.

3.1.4 Directo/ Diferido

"*Los Viernes sin Sol*" se presenta en directo. Al finalizar cada programa se indica de qué profesión se hablará la semana siguiente y se darán a escoger tres películas vinculadas con el tema a tratar, para proyectarla tras el debate. Este formato permite al espectador a ser partícipe en todo momento.

Las personas invitadas serán entrevistadas en directo ciñéndonos a los contenidos que se han pactado de entrada. Éstas pertenecerán al sector del oficio que se hablará o tendrá algún vínculo con ella, serán personas que destaquen en ese ámbito pudiendo ser más o menos populares. A continuación se expondrá algún vídeo sobre películas que tengan algo referente a esa profesión y se reemprenderá el debate inicial.

Seguidamente se ampliará el círculo del debate entre los asistentes en la sala.

El directo conlleva rapidez y espontaneidad, características que se marcan claramente en las redes sociales, tan presentes e influyentes en la sociedad actual. Por ello esto medios también tendrán un espacio importante en el programa ya que se podrá establecer un debate ampliado por el público a través del *Facebook* y *Twitter* con el hashtag: #ViernesSol. Antes de despedirse contactarán con el colaborador (que realizará las funciones de Community Manager) para exponer el balance de todos los datos y conversas que ha recibido.

Los foros también nos permitirán analizar las tendencias y preocupaciones para preparar los futuros capítulos del programa.

En el momento que se emita el vídeo-reportaje se entremezclarán imágenes, sonidos se escuchará la voz en off que jugará un papel importante.

Se utilizarán todas las posibilidades de montaje y medios tecnológicos, de sonido, efectos especiales, voz en off, para dar más brío y garra ya no solo a la entrevista, sino a todo lo que conforma y engloba cada uno de los episodios.

a) T.V. Interactiva

La tecnología avanza rápidamente para el bien de su audiencia. La televisión interactiva es una nueva forma de ver y apreciar la televisión puesto que aprovecha las capacidades tecnológicas disponibles de la actual y rejuvenecida televisión digital.

El programa, "Los Viernes sin Sol" no da la espalda a la evolución y muestra especial atención a la comunicación bidireccional, para brindar una experiencia distinta al espectador. Se produce una reciprocidad de diálogo entre emisor y receptor que hace acercarle al medio.

Ello se materializa en la sección del programa, donde los telespectadores exponen sus planteamientos y cuestiones, de manera simultánea al desarrollo del mismo. Se consigue traspasar la barrera espacial y temporal creando un debate en 3D, con un ritmo ágil y dinámico que propicie participar activamente durante la emisión del espacio. Apoyarse en estas nuevas herramientas sociales permitirá aumentar considerablemente la audiencia potencial.

La interactividad nos permitirá definir un perfil más detallado de nuestra audiencia. El análisis de los datos aportados por ella nos dará a conocer su manera de ser, así como sus gustos, conclusiones que utilizaremos para adecuar el enfoque de los temas que expondremos de la mejor manera para conectar con ellos. El grado de participación será un indicativo de la acogida de "Los viernes sin Sol", ya que permite medir el impacto de los resultados.

Se recurrirá a las diferentes plataformas que tenemos al alcance: TV, IPod, *Smartphone* para expandir el mensaje divulgativo de una manera dinámica y ligera para que el espectador cuente sus experiencias. Así mismo, desde la página web de la cadena se encontrará una App con información semanal del programa. Ello generará un impacto entre la gente joven.

3.1.5 Lenguaje narrativo

Cada uno tiene una manera propia de darle forma al lenguaje, con el que expresarse, para transmitir el mensaje de la manera que se considere que cautivará y conectará con la audiencia de una manera inmediata. "El arte de la narración es la fuerza cultural dominante del mundo, y el arte del cine es el medio dominante de esta gran empresa." **[3]**

El lenguaje, las palabras, son tan solo una parte de los instrumentos en los que se sustenta el trabajo dentro del sector de la televisión. Es la primera referencia y gran atributo con la que se cuenta para atrapar a la audiencia. Pero se debe tener en cuenta, que en el mundo de la televisión juegan un papel importante otros elementos del lenguaje que no solo se trasmiten a través de la palabra. El ritmo que generan toda la gama de imágenes, el hechizo hipnótico que crea el sonido, la gracia de la voz de los presentadores/ moderadores… Todo ello conforma un clima particular (ideal y asombroso) que facilita que se forje una mayor conexión con el telespectador, por ello todos estos factores son imprescindibles.

"*Los Viernes sin Sol*" ha determinado que quiere transferir al destinatario de nuestro producto, la necesidad y ganas de seguir viendo el programa sin dejar de lado los elementos que establecen el estilo, el tono y su clima. Buscando generar un orden narrativo y rítmico acorde entre las imágenes y el relato.

"*Los Viernes sin Sol*" se compromete a ser cuidadoso a la hora de escribir el guion televisivo para cada uno de los 8 capítulos que conforman de entrada el programa que unificará la vida mundana con la reflejada en el cine.

Imágenes y textos irán en concordancia con lo que se vea en todo momento en el televisor. Con ese fin sincronizaremos texto e imagen, de manera que ambos elementos se fundirán como un todo con un lenguaje claro, breve y conciso**.** El objetivo que se persigue es el de impactar, llegar a empatizar con el público y el no de aburrir. "Al escribir para la televisión se ha de pensar en imágenes." **[4]**

Tabla 3.1. Características Narrativas.

Características Narrativas	Descripción	Resultado
ESTILO	Realista	Espacio familiar, coloquial y cercano para la audiencia sin dejar de lado la parte divulgativa
CLIMA	Fluctúa entre distraído y serio	
TONO	Desenfadado, familiar, con una combinación de racionalidad y emotividad.	

a) Efectos de transición

Los responsables de las infografías seguirán, en todo momento, la realización de la producción en directo para insertar adecuadamente los efectos de transición que previamente se han concretado en el laboratorio. En ella se pondrán todos elementos creados para el programa de manera digital para dar inicio, cambiar o finalizar escenas de manera sutil o brusca pero con elegancia. Con la idea de no cortar la acción y de no provocar una discrepancia de todo aquello que detallamos (sonido e imagen), una vez que salga su señal en antena. Se busca una estética (que como más adelante se explicará, en el apartado de grafismo) se adapte con la identidad visual que quiere proyectar la cadena, es decir que sea refrescante y plural tal como será "Los viernes sin Sol".

Los cámaras de "Los viernes sin Sol" utilizarán las técnicas, que de modo gradual ejecutarán sutilmente, a través de las "cortinillas" (sin abusar de ellas), el "fundido en negro", o el "fundido encadenado". Esta última se tendrá bien presente para ver como a través del último plano de la imagen se va disolviendo para dar paso al plano siguiente. Técnicas que no rompen con la sintonía del espacio de los planos de forma elegante, ayudan a no cortar la acción.

Otra habilidad que nos dará el equipo de cámaras, después de acordarlo con el productor y el realizador, es la técnica del barrido (con ella le daremos agilidad y ritmo a momentos concretos de la entrevista), en cuanto encuadren a los invitados y a los presentadores, para expresar más soltura. Para ello la cámara se moverá con cierta velocidad de un punto a otro.

b) Realización multicámara

"*Los Viernes sin Sol*" contará con Multicámaras para que aporten una estética a la obra audiovisual con consonancia e equilibrio. La utilización de ellas permitirá captar imágenes y abastecer detalles que con una única cámara podrían pasar desapercibidas, quedando fuera del encuadre de TV.

Es necesario que la producción sobre cine y el mundo laboral utilice la multicámara primordialmente porque nos permite captar las situaciones que se produzcan en nuestro estudio, la sala de cine (nuestro set principal), desde varios puntos diferentes y de manera sincrónica. La gran característica de utilizar una grabación multicámara es que cada una de las señales que salen de las diferentes cámaras, de las que se disponen en el set, pasará por un control de realización en el cual (a través de un mezclador) son seleccionadas a tiempo real.

Cada una de las tres cámaras que combinarán en el set enviará su señal a un mezclador. Se considera que recurrir a esta técnica es la más competente y apropiada para el

estilo de espacio televisivo en directo (con una composición de entretenimiento/ divulgativo). Con otra cámara también filmarán al público asistente participante del debate popular.

La multicámara permitirá a los invitados interactuar en el set con varias cámaras a la vez, de manera sincronizada. Una en frente de ellos que abarque la figura de los dos invitados a la vez. Las personalidades se dispondrán encuadradas en la misma imagen, uno al lado del otro, con el objetivo que los visualicemos a la vez, mientras que las otras dos cámaras se situarán de manera estratégica con el fin de captar lo mejor del encuentro.

Cada una de los dos invitados contará con una cámara que seguirá en todo momento sus movimientos y sus comentarios. Con todo esto, no se busca que el invitado mire ambas cámaras, tan solo se espera que no pierda de vista una (la del plano master) y que interactúe con su compañero, de manera natural e espontanea, como si fuera una conversación entre amigos sin que aparentemente le influyera tanto la posición de las cámaras de los extremos.

Las dos cámaras de los extremos grabarán los planos más cerrados de los invitados y la cámara central esencialmente captará los planos master de la entrevista.

De la misma forma cuando el invitado esté el set, considerado más secundario (El bar de la sala), se utilizarán cámaras ENG. Estás serán manejables para llevar al hombro y grabar de manera cercana cada referencia que el colaborador del bar nos detalle, mientras hace las funciones de atender al espectador.

Para captar las imágenes, nuestro realizador jugará con toda una serie de planos para ofrecer un ritmo acorde a los tiempos de realización de hoy en día y darle un ritmo vibrante que no se haga plano ni se haga pesado. “Plano es la unidad narrativa de una obra audiovisual…”. **[5]**

Tabla 3.2 Tipología de planos

TIPOLOGÍA DE PLANOS DE “Los Viernes sin Sol”	
PLANOS	CARACTERÍSTICAS
PPP	(primerísimo primer plano) para cuando el invitado este tocando algún objeto, por nervios
Plano ¾:	Enfocando la dirección de la mirada.
PC	plano corto de las facciones de los invitados
PCL	Plano corto largo, el segundo más utilizado. Encuadra desde la cintura a la cabeza
PM	Plano medio será la más utilizada en las entrevistas. Enfocando desde la cabeza a la cintura
PG	Plano general. Una vista general del set

"El plano surge de la necesidad de seleccionar el espacio real a través del encuadre, eliminando y/o transformando los elementos que contienen, según nuestros intereses". **[6]**

La preparación de las imágenes de películas vinculadas con el mundo laboral a tratar en el día se hará con anterioridad, pudiendo tenerlas listas a tres semanas vista, al igual que la confección de listas de películas.

c) Cámaras

El programa se equiparará con:

- 1 ENG; Permite realizar retrasmisiones en movimiento. Se utilizará en el momento de conectar con el set establecido como unidad de datos, situada en el bar del cine. Donde uno de los colaboradores nos irá facilitando información complementaria.

- 6 cámaras de estudio: Diseñadas para no perder detalle, con la mayor calidad posible gracias a su lente de gran óptica. Muy pesadas por lo que las hacen poco portables. Se sustentan en sus respectivos pedestales hidráulicos.

- 1 grúa grabación o cabeza caliente: Al ser un programa con público e invitados a la vez, utilizaremos este modo para sacarle el mayor provecho al evento por la gran variedad de movimientos que aporta. Se desplazará de arriba abajo y de izquierda a derecha. Se utilizarán las extensibles para regularlas por control remoto de manera precisa.

d) Calidad de la imagen

Al tratarse de una producción audiovisual no se puede descuidar la calidad de la imagen, ya que es esencial para que los telespectadores sintonicen bien con el programa sin una mala señalización que haga percibir mal la idea o mensaje expuesto. La ventaja de "*Los Viernes al Sol*", es que no deberá hacer ningún reajuste de reconversión, por lo que no perderá calidad ni nitidez respecto al flujo de audio y vídeo de cada una de las capturas de las cámaras.

La iluminación permite acabar de recrear la esencia del programa, el ambiente y la atmosfera precisa nocturna para dialogar y crear el clímax idóneo para lleva a cabo la acción. Jugando con las sombras y las luces le damos una garra u otra, dependiendo el grado de complicidad que se desea darle a la entrevista y al público que nos ve (desde sus hogares o la platea). A través de la luz artificial que se tendrá en el set,

Durante el primer bloque, que constituye la entrevista, se buscará proporcionar al programa una luz suave que acerque al espectador a un clima algo más cercano, tranquilo y

familiar. Se pretende crear un ambiente mucho más íntimo jugando con el contraste de colores suaves que atraigan al espectador. En cambio, durante la conexión del debate se buscará aportar unos colores más fuertes, vivos y intensos para despertar la sensación de participación, movimiento y tensión.

La producción contará para llegar a esos tonos con tres luces fundamentales:

- ✓ LUZ PRINCIPAL: Fuente principal de iluminación.
- ✓ LUZ TRASERA: Ayudará a definir las figuras y distanciar a los individuos con el fondo.
- ✓ LUZ DE RELLENO: Esta fuente de iluminación se pondrá al lado contrario de la luz principal para impedir las sombras u ocultarlas hábilmente.

"La luz es el elemento que permite la captación de una determinada imagen, por lo tanto su adecuada recepción por el público". **[7]**

e) Logotipo

Siguiendo los patrones de "La Sexta" se recurrirá a los colores corporativos de la cadena privada: el verde, el blanco y el negro.

Para expresar inconformismo, pluralidad y cercanía, pero sin perder de vista su propia personalidad que se atribuirá al halo de luz (color amarillo, el Sol al que hace referencia el título) como fuente de vida y energía en el que se ajustará el enfoque del programa televisivo. El círculo que representa el sol es una influencia visual de las reuniones que se forjan alrededor de las personas para poder escuchar a los grandes referentes, a los contadores de historias o cualquier persona con algo que contar.

De trazo sencillo se persigue identificar y diferenciar entre la competencia para ser reconocido por el espectador. Se busca con su identidad visual simbolizar un paso más a la renovación de la comunicación actual televisiva.

El espacio cuenta con un moderno Isologo, la tipografía e imagen estarán fusionados y constituirán parte de un todo que es inseparable. Con ello se pretende componer una personalidad profesional, actual y Cinematográfico.

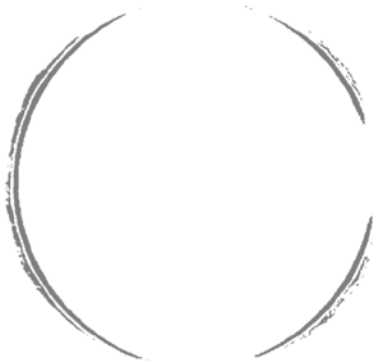
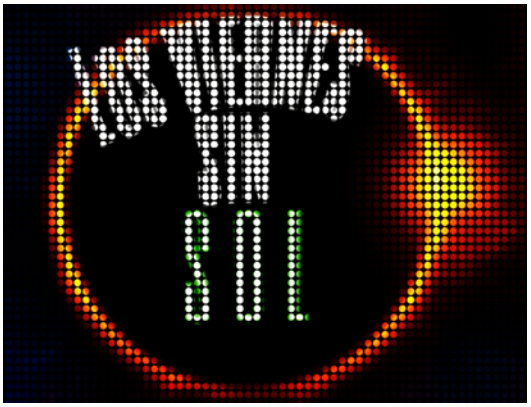
Cinematográfica por el estilo de fuente que se utiliza, la Impact, vista en la gran mayoría de carteles de películas (en los que se especifica todo el equipo técnico que ha participado en ella). Además la composición de las letras del inicio del nombre de la emisión televisiva, Los viernes sin, estarán levemente desplazadas de derecha a izquierda en busca de dotarle dinamismo, que es lo que se desea que se genere en el debate la noche de los viernes. De este modo la palabra S O L, estará centrada y con cierto espacio entre las 3 letras que

personifica el entendimiento y el punto de conexión entre la gente que participa en ellos a pesar de posibles diferencias. Todo bajo un enfoque legible brillante, y a su vez con aroma noctámbulo. Las letras serán blancas para resaltarlas sobre la oscuridad del eclipse y la brillantez del sol (simboliza el fervor que se establecerá en el estudio causado por el debate).

Asimismo el logotipo podrá ser manipulado para tener toda una serie de efectos creativos con diferentes colores de la gama de colores que se acomoden a la televisión para cualquier momento de una manera sólida y fiable.

Logotipo definitivo:

Tabla 3.3 Proceso elaboración logotipo

Proceso elaboración logotipo :	
	
	

e) Grafismo

Los profesionales de la parte grafica buscan rejuvenecer y fortalecer la imagen de la cadena y de la producción audiovisual, además de atraer la atención de los televidentes.

El equipo gráfico busca expresar cada uno de los valores de la cadena y del programa y lo consigue mediante los colores verdes, blancos, negros y amarillo anaranjado. Todo se moverá dentro de estos parámetros para crear un todo, es el sello de la cadena, la cual debe regirse en cada uno de los valores de pluralidad, inconformismo y cercanía. Una personalidad que la cadena se ha ganado con los años y que corresponde asociar en cada una de las áreas (sonidos, colores, decorados, cortinas...).

"*Los viernes al Sol*" cuenta con una cabecera de presentación adaptada a la temática laboral y cinematográfica, sigue una estética armoniosa y coherente con lo que a continuación se verá (entremezclando imágenes de películas con escenas de los oficios).

Continuamente antes de dar paso a la publicidad de cada bloque, se nos repite el nombre del programa al salir el logotipo en la cortinilla.

El color que se utilizará en los rótulos será el amarillo con ligero tono anaranjado para reflejar la impresión de energía, carácter y eficacia (el Sol del título).

"*Los viernes sin Sol*", busca la bidireccionalidad, el generar un debate desde el plató pero que llegue hasta los hogares pudiendo ser partícipes de ello activamente. Es por ello que se involucra al espectador al aportar continuamente comentarios y propuestas. Todo ello estará sobreimpresionado a lo largo del programa y algunos de los mensajes serán leídos por uno de los colaboradores. En algún momento de esta conexión se creará puntualmente la técnica de la Ventana (une la conexión del set principal y de la conexión en la zona de datos).

Las tablas y graficas de los listados de películas y datos también tendrán las mismas señas de identidad en color, pero con trazos y líneas frescas, modernas y en 3D.

Al igual que contamos con una cabecera de inicio, se dispondrá de otra cortina con la que se cerrará el programa. Para no perder el patrón de la cadena, segundos antes de dar por finalizado semanalmente el debate saldrá sobreimpresionado un bumper, que notificará y anticipará, el próximo programa que el espectador podrá ver desde sus hogares.

Respetar la identidad visual tanto del logotipo, la cadena y los colores corporativos, son las premisas que se tienen en cuenta para realizar el diseño.

3.1.6 Ubicación

a) Localización

Uno de los puntos claves dentro de un programa de TV, sea el género que sea, es la de establecer una localización idónea para llevar a cabo su realización.

En "*Los Viernes sin Sol*" el punto de enclave será un plató de televisión que emule a un cine emblemático que disponga de una gran pantalla. El cine que nos servirá como referencia es uno que se encuentra en pleno centro de la ciudad de Barcelona. De entrada, se había planteado retrasmitirlo desde allí mismo, pero por razones de optimizar los trabajos se ha considerado que es mejor tener preparado el plató televisivo con los focos y todo el decorado ya dispuesto para no tenerlos que instalar cada semana en el cine. De esta manera se reducirán costes de la mano de obra del montaje y desmontaje entre otros motivos. La decoración, que simula a esta sala de cine, ayudará a desarrollar a lo largo de cada uno de los diferentes capítulos del programa una acción específica para dotarle de sentido, en el plató también habrá un lugar que represente la sala del bar del cine, punto desde el cual se darán a conocer los datos de las redes sociales.

El plató se ambientará como si fuese el cine "*Phenomena*". Éste es un clásico cine de barrio de los años 60, 70,80 e inicios de los 90 (anteriormente tomaba el nombre de "Cine *Nápoles*"). Desde hace un par de años reabrió, con mucho éxito sus puertas a un público nostálgico y melancólico con anhelo de disfrutar de los grandes clásicos de la historia del cine.

Tabla 3.4. Tabla localización.

LOCALIZACIÓN: plató que simula el cine PHENOMENA	
Dirección:	C/ Sant Antoni Maria Claret, 168, 08025 Barcelona
Provincia:	Barcelona
Teléfono:	932 52 77 43

La intención es recrear un plató como si fuese un cine, para simular que estamos en uno, ya que con solo pisarlo evoque esa esencia de cine de barrio clásico, ese olor a palomitas y esa extraña ilusión de sentarse en la butaca para dejarse llevar por el hechizo del cine. Se instalará una pantalla grande, ante las 150 butacas para el público asistente.

Todo esta elección se lleva a cabo para hacer llegar al espectador el sabor genuino de cuando eran jóvenes y recuperar esa experiencia que parecía ya olvidada.

3.2 Los medios

3.2.1. Escenografía e Iluminación

a) Escenografía

El tener una instalación específica y una escenografía ya montada evita emplear mucho tiempo y dinero en construir un plató exclusivo para este formato televisivo. Es un espacio similar a un plató de cine con determina la estética y la expresividad visual.

En este mágico lugar se va a desarrollar el programa porque ya por si solo forma el adecuado decorado y el clima ideal para enfocar la esencia que se quiere transmitir otorgando así una fuerza y encanto. Se potencia ese clima abasteciendo al público con imágenes persuasivas y significativas. Se utilizarán los recursos artificiales y también de lo que nos aporta el diseño natural del cine (sala, butacas, pantalla…) que proporcionan la necesaria verosimilitud.

Es transcendental generar credibilidad a través de la naturalidad del escenario donde se llevará a cabo el intercambio de opiniones.

Para conseguir adentrarse a toda esta realidad, la mano del iluminador y la del escenógrafo serán esenciales. Ambos deberán trabajar juntos para que la iluminación sea adecuada a la escenografía que se desea conseguir. Es importante que ambos mantengan una comunicación fluida para obtener el resultado deseado por ambas partes, sin que uno interfiera en el otro. Han de descubrir y examinar su valor expresivo para obtener un objetivo común. Se ha de razonar y considerar por un lado todo lo que necesita ser visionado y sobretodo todo lo que no, ya que se debe evitar que nada sea fortuito, ni inconexo en el contexto de la narración.

Se debe tener en cuenta su espacio, forma, así como los diferentes colores necesarios para recrear sensaciones, emociones con un estilo y tratamiento distintivo. No hay que obviar que todo ello repercute en la calidad visual final que el espectador contemplará desde su hogar. Cada uno de estos conceptos proporciona el volumen y fondo requeridos.

Un punto básico a tener en cuenta, a la hora de escoger la localización para el rodaje de "*Los viernes sin Sol*", es observar su distribución y analizar si a nivel logístico es viable. Se ha de valorar que haya facilidad de desplazamiento sobre ellos, así como una buena accesibilidad tanto para los recursos técnicos como humanos. Se han de pensar si las maniobras que precisemos realizar se puedan hacer sin inconveniente alguno.

También se cuidará cada detalle que tenga que ver con la iluminación y los posibles recursos de la cámara, a la hora de enfocar los ángulos para crear una buena dirección artística. Es esencial que tengan cierto espacio para moverse con el fin de captar el máximo de detalles que se realicen en el escenario. La imagen visual es clave para crear una conexión que incite al espectador a sentarse ante su receptor para ver el producto audiovisual.

Set principal

El programa se organizará en el plató que representa la sala de cine.

Espacio muy común para todos, dónde se reunirán a lo largo de 8 capítulos, a toda una serie de personas que defenderán y hablarán sobre sus profesiones.

El lugar principal estará acondicionado para que los espectadores sientan que están en una sala de cine, las butacas nos rememorarán muchas sensaciones y emociones (nos viene a

la mente el olor y la naturaleza de lo que se formalice en esos lugares). Se establecen las butacas de los asistentes frente a una gran pantalla y una pequeña tarima sobre la que se situarán los invitados. Sobre ella se adecuará con unos cómodos sillones para los invitados y presentadores así como una mesa de cristal con forma de claqueta sobre donde colocaran papeles y bebidas.

Set secundario

El lugar desde donde se expondrán los planteamientos y cuestiones que los televidentes nos han hecho llegar a través de las redes sociales, será en un espacio colindante al set principal que escenifique la zona de la barra del bar de mismo cine.

Este Set es casi tan importante como el principal porque será la puerta virtual por la que las personas, desde sus casas, podrán integrarse en el debate. La conexión desde aquí será más desenfadada.

Ambos serán el escenario de nuestro programa y son ideales puesto que al tratarse de lugares cerrados, no se verán condicionados a posibles factores externos.

Nuestro equipo de decoradores/ambientadores tratará de crear la atmosfera necesaria, seleccionando el mobiliario y todos los complementos decorativos que se necesitan, como pudieran ser la tapicería, alfombras rojas, carteles de películas, pop corns, lámparas. No solo es importante la elección de esos elementos, también lo es la colocación y distribución de los mismos en la puesta de escena.

Contamos con un grupo básico de decoradores que puedan aportar sus conocimientos. Como mínimo nuestro equipo contará con dos oficiales, uno pintor, y otro en el área de la carpintería, cada uno con sus ayudantes para que se pueda llevar a cabo con calidad el trabajo destinado. “La realidad tridimensional queda reducida a una representación bidimensionl en el cuadro de la pantalla de proyección o en el receptor televisivo” **[8]**

b) Iluminación

La luz es un elemento esencial dentro del lenguaje audiovisual y la iluminación va más allá de llenar de luz el plató para que la cámara grabe correctamente.

Se ha de tener en cuenta que el tipo de iluminación depende de nuestra intención a la hora de transmitir los mensajes de nuestra narración, ya que aporta calidez o frialdad a las escenas.

Debido a que la luz que se adjunta a las cámaras genera sombras extras, nos decantaremos en utilizar la “*iluminación básica de 3 puntos*”. Una técnica para reducir en mayor medida la sombras. Este tipo de iluminación consiste en alumbrar a las personas

entrevistadas con una luz clave o principal, un contraluz desde arriba y una luz suave de relleno desde el costado.

La iluminación variará en función del bloque del programa que se enfoque para grabar, en todo momento ceñido a lo establecido en el guion.

Se utilizará una luz suave y difusa para el relleno con el fin de quitar su dureza y posibles imperfecciones del rostro.

Asimismo, se empleará la luz de contraluz, desde arriba y detrás de los invitados, para crear un borde luminoso alrededor del pelo y los hombros. De esta manera se obtendrá que el participante se vea más en tres dimensiones (con volumen), separado del fondo, algo necesario para un producto destinado a pantallas de televisión bidimensionales.

Finalmente se añadirá un cuarto punto, el de la luz de fondo, situándolo detrás del personaje para separarlo aún más del fondo, que acabará de determinar el brillo de la escenografía.

En ocasiones es necesario atenuar la intensidad de la iluminación pero ello afecta a la temperatura de color, originando en ocasiones un tono más rojizo sobre la piel de nuestro personaje.

Se manejarán, para crear estos climas todo un dispositivo de focos Fresnel y de Cuarzo. Focos FRESNEL que pueden llegar a ser de 2MIL. Dependiendo del tamaño final del set ya se detallaría (según la propuesta del equipo técnico en iluminación) el número concreto final de elementos que ilumine la escena para crear una suave luz principal.

El equipo de iluminación también valorará los Focos de Cuarzo para quitar fácilmente las sombras, a ser posible de 1KW o 2KW. Todo ello, dependiendo de la uniformidad que se busque darle a la escena de la entrevista. Así como el uso de otros materiales o de los Asimétricos para iluminar fondos y superficies planos de manera sencilla para proporcionar esencia a la zona de butacas del público.

3.2.2. Sonido

a) Micrófonos

La producción audiovisual para lograr la mejor calidad de sonido y audio se apoyará en micrófonos externos, que capten óptimamente el entorno.

Al ser el programa de TV un formato donde mezcla entrevista y debate, en el que cuentan con una cierta cantidad de personal trabajando y participando, lo correcto sería que los micrófonos contasen con una conexión XLR para así eliminar el ruido ante posibles acoples electromagnéticos en la señal a registrar.

"Los Viernes al Sol" contará con diferentes estilos de micrófonos para captar con precisión el sonido directo (el que proviene de la fuente sonora principal de los invitados y presentadores), el sonido reflejo (los que provienen de los objetos del escenario) y el del sonido ambiente (las fuentes secundarías). Cada uno de los sonidos ideal para graduar y dar la atmosfera apropiada al programa.

A continuación se detallan:

- ✓ 5 MICRÓFONOS DE SOLAPA CON SU CORRESPONDIENTE PETACA DE ALIMENTACIÓN: Captarán muy bien el mensaje de corto alcance. 1 para el invitado, 2 para los modeladores y 1 para el colaborador que aporta datos desde la central.
- ✓ 2 MICROFONO DE MANO: Para que se pueda generar un buen debate entre los asistentes que asistan al programa y quieran dar su opinión.
- ✓ 1 MICRÓFONO AMBIENTE: No Para tenerlo constantemente abierto, pero si para momentos puntuales cuando salte alguna polémica en la platea y sentir el fervor del público
- ✓ 3 PINGANILLOS: Para que los colaboradores del programa (los dos presentadores y el actor con funciones de community manager) puedan ir recibiendo en todo momento modificaciones que se presenten sin que se entere el público.

b) Música y sintonía

La música en “Los viernes sin sol” refuerza y acompaña la imagen a lo largo de los 90 minutos de duración del programa, según el momento será el preludio de lo que va a suceder o el fondo ambiental en las entrevistas.

Una vez iniciado el debate, se quiere mostrar el sonido ambiente real que se produzca en el set, en ocasiones con un silencio atronador y en otras con la exaltación de los participantes en cada una de sus argumentaciones.

El programa contará con un armonioso fragmento musical, que apele sobre todo el mundo cinematográfico y transmita la energía que se produce al debatir y rebatir sobre los temas que se expongan.

Se busca dotar a la música de cierto ritmo con carácter, que sea rápida y melodiosa. El hilo musical será la marca distintiva tanto para la cadena cuando lo utilice, como para que sea reconocible por los espectadores desde la primera nota de la melodía que escuchen. Se tendrán como referentes la espectacularidad de *John Williams* y la maestría de *Henry Mancini.*

Una sintonía perdurable con el tiempo que encaje con el tipo de programa de manera fascinante y alegre.

Durante el programa y especialmente al finalizar el debate, se escuchará una versión de alguna banda sonora original que nos inducirá distintos estados de ánimos.

Canciones conocidas cantadas con otras voces, otras tonalidades, otro ritmo y otro estilo a las originales (covers), con una vertiente más pausada y acústica que revelará esa parte emocional del espectador. Se mantendrá una línea común entre cada uno de los 8 programas que contará la temporada con el fin de que cada nota, cada composición se fusione con suavidad y sin brusquedades.

“La banda sonora de un film audiovisual se puede componer por uno o varios elementos sonoros: 1. La palabra, en forma de comentario o en forma de voces o diálogos sincronizados…” **[8]**

CAPÍTULO 4

Estructura del Programa

4.1. Bloques del programa
4.1.1. Estructura de la entrevista
4.1.2. Presentadores
4.1.3. Voz en off
4.2. Escaletas
4.3. Planning de invitados
4.4. Matriz

4.1 Bloques del programa

Tabla 4.1 Estructura del programa

DESGLOSE DE "LOS VIERNES SIN SOL"	
Bloques	**Descripción de las partes**
1	Entrevista amena dividida en 3 partes con invitados conocidos que aporten sus vivencias en torno a la profesión u oficio del que se habla. Se entabla una primera fase de debate.
2	Recorrido por la historia del cine de manera ágil y sutil, desde el punto de vista de las profesiones que encarnan los actores, a través de un reportaje editado.
3	Diferentes conexiones con la persona que nos aporta los datos, estadísticas y curiosidades que aviven el debate.
4	Debate entre el público en que se planteen distintos puntos de vista que reflejen las ventajas e inconvenientes que conllevan generar ese empleo.
5	Prolongar el debate tras el visionado de la película a través de las rede sociales (Facebook, Twitter e Instagram)

A lo largo de los 8 episodios se contará con una estructura pareja y concreta con la que el espectador enseguida se familiarizará cuando los vea. En cada uno de los programas se respetará la distribución de la emisión televisiva.

Se tendrá en cuenta la duración de los distintos bloques para que tengan consonancia con el global de los episodios. Esta disposición nos permitirá tener un buen orden y precisión a la hora de establecer un buen guion literario, que se definirá en las escaletas (que se hablará en el apartado 4.2)

La clave es proporcionar a la información un ritmo ágil, claro y seductor. El mensaje debe ser limpio para llegar al espectador de forma acertada, para ello utilizaremos una estudiada y cuidadosa estructura.

Ordenar cada uno de los bloques de manera definida y coherente permitirá transmitir el mensaje deseado de manera precisa, facilitando así su comprensión. El hecho de disponer de una estructura impide que se pueda generar un desorden que origine una posible mala comprensión e interpretación del mensaje que el equipo del programa tenía en mente difundir. Para generar una distribución correcta, se fijará, en todo momento, una serie de elementos que no puedan pasarse por alto para reducir descuidos que puedan afectar en el resultado final de la percepción del mensaje. Se ha de ser cuidadoso con los planos, encuadre, escena, secuencia, movimiento de cámara, concepto de campo, Raccord, sonido (música, efectos especiales).

El éxito se basa en el equilibrio de cada parte entre la duración de las mismas, la capacidad de oratoria de los entrevistadores, la buena elección de los invitados, la conexión con las sensibilidades de público y el mostrar las imágenes de manera atrayente (en sincronía con ¨*la voz en off*¨). Todo ello contribuirá decididamente a la continuidad en el espacio y en el tiempo del programa por cada uno de los fragmentos del espacio.

4.1.1 Estructura de la entrevista

El programa contacta con un par de reconocidos invitados, hombres y mujeres (a ser posible uno de cada sexo), para ver ambas visiones tanto sus conexiones como sus desavenencias. En esta parte de la entrevista se plantearán algunas de las premisas del debate.

La entrevista será moderada por un par de presentadores que conducirán el programa y plantearán las cuestiones a las personas invitadas. Se les preguntará por los motivos que les sedujeron, por los que se adentraron a esa profesión. A lo largo de la entrevista se harán guiños con el cine, mostrados de tal manera que las personas ajenas a este mundo se puedan ir familiarizando con el Séptimo Arte.

4.1.2 Presentadores

Dos serán los presentadores (hombre y mujer a elegir previa selección de la cadena) que moderarán el programa, encauzando el debate y marcando los tiempos de cada bloque.

En el momento de iniciar el debate con el público, uno de los dos presentadores se acercará a ellos para darles el micrófono para que puedan aportar sus ideas. Además, dispondrá de un pinganillo por el que recibirá la información que le vaya dando el regidor del programa sobre posibles variaciones a lo largo de la trasmisión. Mientras tanto el otro presentador permanecerá al lado de los invitados entrevistados.

Cada semana podrán ir intercambiando la posición los presentadores en esta etapa del bloque.

Además existirá la figura de otro colaborador (con un tono más de actor) que no estará dentro del set principal, será el que se sitúe en el bar anexo del mismo cine. Éste tendrá un carácter más desenfadado e incluso humorístico y será el que muestre las opiniones recogidas a través de las redes sociales, con el fin de compartir dichas aportaciones al debate para incluirlas en el desarrollo del mismo.

La imagen en todos los sectores es algo importante para obtener el éxito deseado y el mundo audiovisual, de la televisión, no es ajeno a ello. Una buena imagen del presentador así como su carisma influirá de manera notoria en la elección del espectador de nuestro programa ante los de la competencia.

El perfil que requerimos para nuestro espacio televisivo es el de una persona dinámica, cercana con gran vocabulario y con la destreza de saber improvisación ante posibles inconvenientes en la que demuestre seguridad y seriedad. Los periodistas *Ana Pastor* y *Jesús Cintora* cumplen con los requisitos pretendidos para ser candidatos al programa por su don de gentes, don de palabras y profesionalidad.

4.1.3 Voz en OFF

La voz en Off del reportaje, que se mostrará en las reseñas de cine del programa, será poderosa y armoniosa con buena oratoria y una vocalización perfecta. A quien le guste el fantástico universo de las películas, no le será complicado reconocer la voz de nuestro narrador, puesto que se tratará de uno de los dobladores más carismáticos y más inconfundible de los últimos 30 años.

Nuestra propuesta no es otro que ***Jordi Brau***. Barcelonés, licenciado en arte dramático. Desde 1983 pone alma y voz a actores tan dispares como *Tom Hanks, Sean Penn, Tom Cruise, Robin Williams, Roberto Benigni o Nicolas Cage.*

Al ser el un bloque de reportajes editado, la voz adquiere una importancia aún más relevante porque es la que transmite la magia y la esencia. La voz en Off de los 8 episodios tiene muchas opciones para implantar su tonalidad y de esgrimir más el guion, para jugar con las expresiones y la sensibilidad. “Debes usarla porque es el mejor método para comunicar pensamientos o emociones al espectador”. **[9]**

La decisión de que *Jordi Brau* sea la “*voz en off*” elegida es debida, esencialmente, porque transmite amabilidad, frescor, credibilidad y confianza. Además con solo oír su voz se puede trasladar el espectador al universo de la gran pantalla, al reconocerse el cine en su estado puro al escuchar su voz. Otro de los puntos fuertes por la que se ha escogido su nombre es por el alto grado de improvisación y porque logra mantener la curiosidad del público sin robar el protagonismo de aquello que nos narra el vídeo.

El programa busca familiarizar la voz de nuestro guía narrador con el espacio y el espectador. Parte del éxito derivará del guion escrito que al que tenga impregnar con su talento para dotarle de fuerza al programa.

4.2 ESCALETA

Esquema básico de la planificación del programa (para cada uno del equipo personal, humano y técnico que trabaja en el proyecto) que marcará la pauta de lo que posteriormente será el guion técnico.

Tabla 4.2 Desglose 1ª escaleta

Programa TV: LOS VIERNES SIN SOL PRIMER PROGRAMA: MEDIOS COMUNICACIÓN			Duración	Entrada	Salida	Sección	Vídeo	Audio
CARETA DE INICIO		Créditos programa	00:20	0:00:00	0:00:20		VTR	Sintonía programa
Previa del programa apertura		Flash invitados	00:05	0:00:20	0:00:25	Careta inicio/rótulo	VTR	Ráfaga sintonía
BLOQUE 1	27´							
PRESENTACIÓN								
Presentador/ 1,2	1	Inicio programa	04:00	0:00:30	0:04:30	Sugiere temas	Directo	Presentadores
INVITADOS								
Jordi EBOLÉ / Mónica Carrillo	2	Presentación invitados	10:00	0:04:30	0:14:30	Entrevista vida laboral	Directo	Música suave/Ambiental
CINE								
Prensa Radio, TV	3	Listado films	03:30	0:14:30	0:17:30	Reportaje films/Rótulos	VCR	Voz off, S.vídeo
DATOS								
Colaborador Bar	4	I tanda datos	02:30	0:17:30	0:20:00	Infografía, redes sociales	Directo/gráficas	Sonido Fx
INVITADOS								
Jordi ebolé / Mónica Carrillo	5	Entrevista	07:00	0:20:00	0:27:00	II bloque entrevista	Directo	Música suave/Ambiental
PUBLICIDAD								
BLOQUE 2	30´							
Presentador 1								
	6	Regreso publi	02:00	0:27:00	0:29:00	Introdc.bloque2	Directo	Ambiental
CINE								
Recorrido por las películas del género	7	Listado Films	03:00	0:29:00	0:32:00	Vcr películas	VTR	Voz off, S.vídeo
INVITADOS								
Jordi évole / Mónica Carrillo	8	Entrevista	05:00	0:32:00	0:37:00	Entrevista Amena	Directo	/Ambiental
DEBATE								
Espectadores plató	9	Opiniones Publico	21:00	0:37:00	0:58:00	Debate/Rótulos	Directo	S.Ambiente
DATOS								
Colaborador Bar	10	II tanda datos	02:00	0:58:00	0:60:00	Infografía,	Directo	S.Ambiente
PUBLICIDAD								
BLOQUE 3	31¨							
Presentador2								
	11	Repaso noche	02:00	0:60:00	0:62:00	Introducción	Directo	S.Ambiente
DEBATE								
Espectadores plató	12	O.Público	15:00	0:62:00	0:77:00	Debate/Rótulos	Directo	S.Ambiente
DATOS								
Colaborador Bar	13	Datos final	03:00	0:77:00	0:80:00	Infografías	Directo	S.Ambiente/
DEBATE								
Espectadores plató	14	O. Publico	10:00	0:80:00	0:90:00	Debate Final	Directo	S.Ambiente/fx
SUITE film melody								
Bandas sonoras	15	Música invita	01:30	0:90:00	0:91:30	BSO cover , vcr	VTR	BSO Film
Cierre PROGRAMA	16	Créditos	00:10	0:91:30	0:91:40	Créditos finales		BSO

4.3 Planning de invitados

Cada semana "*Los Viernes Sin Sol*" traerá unos personajes invitados a los que entrevistará para que nos den a conocer sus vivencias y pensamientos en torno de la profesión que ejercen que será el tema central del programa.

A continuación se muestra una tabla de posibles invitados clasificados según la profesión que ejercen:

Tabla 4.3 Invitados en función de su profesión

Nº	Tema programas	Invitados
1	Periodistas (Los medios de comunicación)	Jordi Evolé, Mónica Carrillo
2	Políticos (La política)	Pedro Sánchez, Pilar Rahola
3	Educación Física (El deporte)	Marc Márquez, Ona Carbonell
4	Mundo del espectáculo Cine y Teatro	Maribel Verdú, Santi Millán
5	Moda y diseño (Modelos y diseñadores de ropa)	Judith Mascó, Custo Dalmau
6	Sector musical Cantantes	Emilio Aragón, Vanesa Martín
7	Creatividad: Publicidad, dirección cine y fotografía	Risto Mejide, Jaume de Laiguana
8	Dirección	Alex de la Iglesia, Ana Pastor

4.4 Matriz

Matriz del primer programa divulgativo de las "Los Viernes sin Sol" de los 8 que lo componen.

Tabla 1.1			
MATRIZ DEL DOCUMENTAL HISTORIA DEL CINE			
Titulo Documental	**"Los Viernes sin Sol"**	**Canal**	TV
Tema	Las profesiones desde la visión de dos invitados y de las películas. Para generar posteriormente un debate sobre ellas.	En este capítulo **Los Medios de comunicación.**	
Narrativa.			
¡Quién narra?	Los presentadores darán voz a los invitados		
Desde que posición narra.	NARRADOR PROTAGONISTA. El narrador es el invitado que nos narra sus vivencias. En el debate sucederá lo mismo con el público.		
Estilo y tono del lenguaje.	Se utiliza un tono familiar cercano, ágil, y divertido en las entrevistas. En el debate puede haber tonos más crispados o más pausados.		
Estructura de secuencias narrativas.	El programa presenta semanalmente a dos personajes populares que hablan sobre su profesiones a través de los ojos de su experiencia y del cine La atención del público se mantiene atenta ante las curiosidades, anécdotas a veces interesantes y asombrosas de la experiencia como de la memoria cultural que tienen de sus películas favoritas del tema. La gracia de oír y ver esas escenas míticas que han calado hondo al entrevistado y la gracia y sensibilidad con lo que la explica.. Y posteriormente poder participar en un debate.		
Personajes.			
Cada programa 2 personajes famosos que destacan en sus profesiones hablan abiertamente sobre su sector. Cada semana se trata un sector distinto. En esta ocasión: Jordi Évole y Mónica Carrillo.			
Lenguaje Audiovisual.			
Entrevistas (Set principal)			
Iluminación.	Cálidas y suaves para las entrevistas. Viva y de contrastes de colores para el debate		
Sonido.	Sonido directo, Sonido reflejo, Sonido ambiente		
Efectos.	Suaves con filtros, cortinillas, barridos		
Planos, movimientos y Número de cámaras.	PPP, Plano ¾, PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.		
Base de Datos en Set del Bar			
Iluminación	Luz pral, Luz trasera. Luz de Relleno (Fresnel y Cuarzos)		

Sonido	Sintonías cortinillas, sintonías bso.
Efectos	FX, Infografías, Datos
Planos, movimientos y número de cámaras.	PPP, PD, PC, PCL, PM, PG, Cámara ENG, movilidad con más nervio.
Acciones o imágenes de apoyo.	
Iluminación	Natural
Sonido	Sonido directo y Sonido Ambiente
Efectos	-
Planos, movimientos y número de cámaras	PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Uso de archivos audiovisuales.	
Imágenes fijas.	VRC, vídeos de escenas películas
Películas o videos.	Listado de las mejores películas sobre los medios de Comunicación: Ciudadano Kane, Primera plana, El gran carnaval, Ejecución inminente, Leones por corderos, El dilema, Casi famosos, Bajo el fuego, El año que vivimos peligrosamente, Atrapado en el tiempo, Íntimo y personal, Superman, The Papper, Zodiac, Días de Radio, El show de Truman…
Sonidos.	Bandas sonoras
Gráficos.	
Bumpers, Banners para poner sobre ellos los créditos que identifican los personajes. Infografías y tablas sobre curiosidades de la temática, Banners con Carteles y valoración de los films.	
Montaje	
Cortes directos y discretos que respetan la continuidad de las acciones	
Música.	
Cortes suaves y concretos que respetan la narrativa y la voz en off	
Formato Técnico	
Duración por capítulos y cortes comerciales	90 minutos 2 corte publicitario
Soporte Técnico	Video HD

CAPÍTULO 5

Plan de marketing y comercial

5.1 Plan de marketing y comercial

Se aborda un estilo de formato que carece de minutos en la parrilla televisiva actual y que puede atraer a gente de diferentes índoles e ideologías. Los debates siempre han sido un espacio atrayente para los ojos del televidente, pese que actualmente apenas haya rastro de este formato en televisión (salvo en alguna cadena autonómica en vulgares debates de "*late night*"). Este hecho es, sin duda, uno de los puntos fuertes de la oferta ante la demanda de los espectadores que desean ratos de entretenimiento y coloquio por parte iguales.

Los continuos cambios en el mundo laboral y todo lo que ello conlleva, propician la necesidad de crear un espacio, en esta nueva década del siglo *XXI* en la que se va perdiendo (a causa de las nuevas tecnologías) un programa donde dialogar, debatir y lidiar.

Para llevar a cabo el proyecto se fomentará el contrato con diversos colaboradores y patrocinios que promueva alguna de las secciones del espacio para favorecer y abaratar el presupuesto del programa. Con ese objetivo se realizará el plan comercial y de marketing.

La actividad comercial (marketing) radica en establecer y analizar quiénes consumirán nuestro producto televisivo, cómo se comercializará y todos los factores que condicionen su expansión. Con el objetivo que "*Los viernes al sol*", tenga éxito.

Entendiendo la televisión como un negocio audiovisual se deberá tener en cuenta las acciones de marketing que permitirán al distribuidor desplegar negocio con la cadena y estas con el telespectador. **[9]**

Se deberá elaborar un plan de marketing para atraer al consumidor (el televidente) hacia nuestro debate para que tenga una buena acogida.

El enfoque del marketing varía en función de la situación de la empresa que lo realiza y del mercado al que va a ir dirigido el producto. **[10]**

El marketing ha de combinar los objetivos económicos y las opciones estratégicas que se plantean para poder alcanzar los objetivos, por lo que se deberán aplicar acciones que refuercen la imagen tanto de la empresa como la del programa nocturno de debate.

Por lo tanto para precisar el plan de marketing se tendrán que analizar lo diversos parámetros que condicionan (tipo de mercado, orientación y medios) para poder establecer el tipo de marketing que se ha de establecer.

El ***plan de marketing*** es un documento en el que se reflejan los objetivos comerciales de la empresa y se establecen los medios más adecuados para alcanzar los objetivos. Debe contar con los siguientes elementos:

a) Análisis de la situación inicial.

El perfil de los televidentes a día de hoy atraviesa un profundo proceso de transformación, a raíz de los sucesivos cambios que han ido originándose en los últimos tiempos. Los canales de televisión privados, la recepción de los canales extranjeros vía satélite, la aparición de internet, y la conectividad en las diversas plataformas en las que poder ver la tv a través de las muchas y variadas ofertas de las compañías telefónicas (*Smartphone, PC, Tablet*…). Todo ello hace que la audiencia adquiera un perfil acentuadamente globalizado.

Es común ver numerosos espacios donde se entremezclan, por partes iguales, el entretenimiento y la parte más estrictamente documental. Esta fusión es un pilar básico dentro de la actual programación de las cadenas españolas. Dependiendo la compañía televisiva, este género tiene más o menos peso, según el perfil de la cadena y de sus espectadores. Por ello nos decantaremos en emitir "*Los viernes sin Sol*" en la cadena privada "*La Sexta*", porque tienden a difundir programas alejados del sensacionalismo. Las autonómicas también serían otras opciones a considerar como óptimas.

No se debe descartar la posibilidad de abrirse a otras cadenas ya que en anteriores ocasiones ya ha ocurrido que cuando se dispone de un buen programa como el que se propone (por sus moldes y patrones), genera una influencia y hace del canal que lo emite un claro modelo a seguir por las demás compañías del sector. Las dos razones por lo que ocurre esto es por la elegancia y rigor del programa.

b) Objetivos.

Llegar a la audiencia es importante y fidelizar al espectador es clave. Éste público está cada vez más acostumbrado a la gran variedad de programas que ofrece la competencia por lo que desde el primer momento se ha de captar su atención para evitar que abandone a otra cadena. Se ha de conseguir que el telespectador se sienta identificado con los temas que tratemos y hemos de propiciar que este espacio sea el refugio del televidente, en el que se pueda desahogar y distraer. Si el espectador empatiza con el programa generará una serie de ítems positivos hacia el programa y la cadena. Ésta conexión establecida será duradera y sincera.

"*Los Viernes sin Sol*" pretende clasificarse como un programa de "*info-entretenimiento*", formato cada vez más presente en nuestro vocabulario de índole informativo y que los medios de comunicación, año tras año, se afirman en el mismo porque se quiere llegar a la gente de una manera más espontánea, sincera y fluida.

La fórmula del espacio es fusionar el mundo del cine con el día a día de la sociedad, analizando las profesiones desde distintos puntos de vista.

Se pretende profundizar en las curiosidades del mundo laboral y cinematográfico a través de un único medio que satisfaga al telespectador.

El objetivo esencial del formato divulgativo es empatizar con los problemas de la sociedad, relativizándolos a través del universo cinematográfico. Prevalece la intención de despertar el interés del espectador sobre el mundo del cine y su entorno. Se fomenta el diálogo y la cultura por el cine.

Esta línea de programa sigue la de otros productos televisivos como son "*La vida en un xip", "59 segundos", "La clave"…*

a) Análisis de debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO). Cotejando el análisis de la situación inicial y los objetivos planteados.

c) Estrategia. Se describe cuál es el mercado objetivo y posicionamiento (dentro del segmento al que se dirige) de la cadena.

Hoy en día la información se ha convertido en todo un negocio que se rige por los mismos parámetros que los que esgrime el espectáculo para comunicar, a modo refrescante, mediante la palabra y las imágenes sin caer en la rutina.

Los mecanismos que intervendrán en el proyecto televisivo serán diversos: La hora de emisión del programa, la estación del año, el día de la semana, el día del mes, el día del año, la actualidad, la calidad, la competencia entre cadenas y el contexto de la programación posicionarán el programa en un segmento determinado más amplio y con unas posibilidades de éxito mayor.

La audiencia de "*Los Viernes sin Sol*" se dibujará en base a los componentes que nos detallará los estudios sociodemográficos como los principios del factor sociopsicográfico.

Los criterios que tendremos en cuenta son los mostrados en la tabla siguiente.

Tabla 5.1 Criterios psicodemográficos

Criterios psicodemográficos
Sexo
Edad
Profesión
Estudios
Clase social
Hábitat
Estudio de la personalidad
Estilo de Vida
Sistemas de valores

El objetivo esencial del formato divulgativo es empatizar con los problemas de la sociedad, relativizándolos a través del universo cinematográfico. Prevalece la intención de despertar el interés del espectador sobre el mundo del cine y su entorno.

d) Producto. Se define las peculiaridades tanto externas (diseño, marca, presentación, adaptación de gustos, potenciales competidores...) como internas (modo en que se va a producir, quién lo va a hacer...). Tal y como se desarrolla en el presente proyecto.

e) Precio. Se realizará un presupuesto para establecerlo. En el correspondiente apartado del proyecto profundizaremos en el mismo.

f) Distribución. En apartados previos se ha descrito la estructura del programa, las partes y contenidos del mismo.

g) Comunicación. Se diseñará el mensaje y se analizará el canal más adecuado para realizar la campaña publicitaria del programa (radio, televisión, prensa, correo, etc.), también la periodicidad con la que se van a emitir los mensajes.

Así pues en el **Plan de Marketing** de la empresa se esbozarán los elementos de comunicación que se utilizara. Para finalizar, se elaborará un mecanismo de control de la ejecución del plan y de las desviaciones de los objetivos que se han marcado.

5.2 Competencia

El programa debe emitirse los viernes ya que según el estudio sobre la parrilla televisiva actual, se constata que no existe un formato que involucre e invite a la gente a argumentar sus ideas y que ayude al espectador a conocer los oficios en el cambiante mundo laboral.

Su contenido sí se puede considerar innovador puesto que mediante el fantástico mundo del Séptimo Arte se dan a conocer los diferentes oficios de la Sociedad. Se conecta con las preocupaciones sociales y se genera un listado semanal sobre las mejores películas con el oficio del que se hablará durante el programa como protagonista. Posteriormente se generará un debate entre los entrevistadores y dos invitados que detallará y plantearán una serie de dudas, opiniones y discusiones. Consecutivamente en el debate se integrará al público asistente en la sala y a los televidentes a través de las redes sociales.

Se tiene el objetivo de enseñar a la Sociedad y de distraer al público, a través del conocimiento y no desde la simplicidad o trivialidad que en algunas ocasiones corrompen el mundo de la televisión actual.

Tabla 5.2 Análisis programación competencia

ANALISIS PROGRAMACIÓN COMPETENCIA	
CADENA	**VIERNES**
TVE	Cine
LA 2	CINE
A3	NINJA WARIOR ESPAÑA
CUATRO	HERMANO MAYOR
T5	CINE
LA SEXTA	EQUIPO DE INVESTIGACIÓN
TV3	CINE
#0	CINE
8TV	CINE

Nuestra competencia más directa, viendo la programación del viernes se trata de Ninja Warriors por su propuesta de entretenimiento, pero en ninguna emisora vemos que programen un debate donde la gente pueda dar su opinión.

CAPÍTULO 6

Propuesta operativa

6.1. Presupuesto
6.2. Recursos humanos y técnicos
6.3. Financiación
6.4 Cronograma/Plan de trabajo

6.1 Presupuesto

Para redactar este presupuesto se ha seguido el proceso del razonamiento lógico.

Se desglosan las partidas que lo conformarán en las que se indicarán las cantidades, tiempos así como la forma de realización. Posteriormente, se tendrá que salir al mercado para verificar los precios con tres industriales y poder así escoger el que mantenga el equilibrio entre calidad y precio.

Ello permitirá efectuar el presupuesto de la realización del programa, que será el total de la cantidad obtenida de cada una de sus partidas para ajustar los gastos de la manera más afín posible y llevar a cabo los 8 programas de la temporada. Se considera adecuado que para costear atinadamente el programa divulgativo, se tendría que desmembrarse la producción en las 10 categorías de la producción detallándose cada una de sus concernientes gestiones, funciones y cargos.

Tabla 6.1 Partidas del presupuesto

CATEGORÍAS (Partidas)
Letra y música
Personal Artístico
Personal Técnico
Escenografía
Estudios de rodaje
Exteriores (no hay)
Maquinaria de rodaje
Laboratorio
Seguros e impuestos
Gastos generales y publicidad

El desglose del presupuesto se detalla en el apartado de anejos del presente proyecto.

6.2 Recursos humanos y técnicos

Para llevar a cabo la realización del programa televisivo contaremos con la colaboración de diversas personas que desenvuelvan con maestría cada una de las áreas del producto audiovisual. El productor será el nexo de unión que coordine y visualice las necesidades que se requieran y el responsable de conseguir todo lo necesario para que se materialice correctamente cada uno de los contenidos de nuestro proyecto.

El equipo se compondrá no tan solo por un vertiente técnica (operadores de cámara, iluminación, sonido…). De igual forma se necesitará de profesionales que colaboren en otras áreas como guionistas, técnicos, presentadores, peluqueros, maquilladores…

Tabla 6.2 Equipo personal no técnico

Cargo	Funciones
Productor.	Responsable del proyecto, desde la idea, de los apartados de "Los viernes sin Sol" a la selección de todo el equipo técnico, el financiero, facilitando la creatividad, hasta la emisión en antena.
Director.	Encargado de la realización y la elaboración del guion técnico del programa semanal televisivo con claro carácter divulgativo y entretenimiento.
Guionista.	Responsable del guion que utilizarán los presentadores y colaboradores para hacer llegar el mensaje de manera adecuada.
Gerente de producción	Es el representante del Productor en todas las actividades operativas para la realización del programa
Ayudante de realización.	Colabora con el director, siguiendo sus instrucciones, vigila las pruebas de antes de la grabación y a los figurantes.
Músico.	Especialista de los arreglos musicales, para crear la atmosfera adecuada para emocionar al espectador y la entradilla de la sintonía de "Los viernes sin Sol".
Asistente de realización o asistente del director	Prepara el plan del rodaje antes que se lleve a la práctica. Otra de sus funciones es la de contactar con cada uno de los integrantes del grupo que hace el programa de TV.
Presentador/a.	3 presentadores que se encargaran de conducir el programa de la manera más atrayente posible. 2 en los bloques de entrevistas y debate y 1 en el set de la base de datos.
Traductor simultaneo.	Por si se precisa para entrevistas con invitados extranjeros.
Asistente presentador.	Atiende de forma personal y atenta al público e invitados que vayan a "Los viernes al Sol"

Tabla 6.3 Equipo personal técnico

Cargo	Funciones
Auxiliares de cámara	Arreglan y acomodan las cámaras en el lugar apropiado del set.
Técnico de sonido	Vigila y reconoce todo sonido que salga del plató y aquellos posibles ruidos e interferencias que estorben.
Auxiliar de sonido	Tendrá en perfecto estado el equipo de sonido.
Técnico electrónico	Organiza los elementos electrónicos.
Auxiliar eléctrico	Pone al orden todo lo referente al equipo electrónico.
Auxiliar de explotación	Ayuda todo lo que puede a los encargados de llevar lo concerniente a las cámaras, técnicos de sonido y al electrónico.
Técnico de iluminación	Se encarga de poner en disposición los focos.
Auxiliar de iluminación	Asiste en las lecturas de iluminación.
Regidor	Delegado del realizador en el plató. Traslada de manera clara y concisa las órdenes que aporta el realizador al resto del equipo.
Control de realización	Elige los planos que se emitirán. Además de controlar el tiempo de cada bloque para dar paso a publicidad, las cortinillas, los vídeos para lanzar o los rótulos.
Realizador	Manda y ordena desde el control para que todo salga sobre lo previsto.
Ayudante de realización	Asiste al realizador en elaborar un plan de trabajo, la puesta a punto y regir la actividad de plató. Así como en coordinar los ciclos de mezcla, montaje, postproducción del programa.
Técnico de sonido	Sonoriza de manera acorde el set donde se realizará el programa. Además de la grabación y mezcla en estudio
Técnico de iluminación	Se encarga de poner en disposición correcta los focos para crear una atmosfera adecuada.
Operador de equipos	Encargado de la tituladora y rótulos
Operador de equipos	Responsable de VTR
Operador de equipos	Gestiona el teleprompter

Tabla 6.4 Material técnico necesario.

Nº	Equipo producción indispensable.
3	Cámaras con trípode
1	Cámara móvil
2	Micrófonos de corbata
1	Micrófono de mano
1	Pinganillo para traducción simultanea
1	Grúa
2	Proyectores Fresnel.
1	Ciclorama
4	Paneles luces LED
3	Lámparas de rellenó
1	Mesa de mezcla de sonido, sonido
1	Monitor
1	Tituladora

6.3 FINANCIACIÓN

Para llevar a cabo el proyecto se deberá buscar una productora que lo respalde económicamente.

En el caso de no encontrarla se tendría que vender directamente a una cadena de televisión (de entrada se ha planteado *La Sexta*, pero también cabría la posibilidad de ofrecerlo a una televisión autonómica.

A la hora de buscar la industria audiovisual que asumiera el coste de llevar a cabo el programa televisivo se ha de dar hincapié en los beneficios que obtendrán (a través del plan de marketing y comercial tal como se ha mencionado), se han de tener en cuenta los beneficios que generarán al disponer de los patrocinios, colaboraciones y publicidad.

Tabla 6.5 Financiación Proyecto

FINANCIÓN DE NUESTRO PROYECTO	
VÍAS	**DESCRIPCIÓN**
Búsqueda de inversores	- Es la opción más realista aunque pueda resultar ilógica. - Existen una serie de foros de inversores por actividades y territorios ICEX, en los que se ha de exponer de una manera atractiva el proyecto con el fin de que quieran invertir en el mismo. - También se puede enfocar directamente en aquellas entidades que se puedan beneficiar de llevar a cabo "Los viernes sin Sol" tales como: • Telefonía móvil (ya que les interesará fomentar la idea de conectar con la gente a través del habla, del contacto, al igual que se pretende en los debates televisivos). • Prensa (se puede abordar a algún grupo de periódicos que ejemplifique con su aportación la libertad de expresión que se requiere sin miedo a las censuras) • Industrias ópticas (ya que se podrá, promocionar cuando se hable sobre los aspectos más cinematográficos de nuestro formato).
Entidades bancarias	- A través de préstamos pueden aportarnos la cantidad necesaria, pero se ha de analizar y negociar para llegar a condiciones adecuadas.
Crowfunding	- Se basa en las aportaciones de pequeñas cuantías que realizan personas físicas anónimas. (Los propios usuarios pueden invertir su dinero)

Se les hará ver todos los beneficios que le conlleva adquirir y producir este producto televisivo. Muchos negociantes, precisan mostrarse en antena, no solo en espacios de éxito sino también en aquellos que les lleve a tener una calidad humana y participativa (según la percepción del espectador. Comprar tiempo en la pequeña pantalla será beneficioso para ambas partes. Incorporarse en un medio de comunicación, como en *La Sexta*, con "*La noche sin Sol*" donde por el formato y público al que va dirigido les hará ganar aún más en imagen.

Humanizar la marca es el punto fuerte para que se unan al proyecto donde poder publicitarse. La parrilla televisiva volverá a contar con un programa único, distintivo, pensado para entretener y facilitar la palabra a las personas con inquietudes en un mundo laboral incierto. Y ahí reside la gran baza para captar la atención de la audiencia y del enunciante: La implicación social.

Así como, apostar fuerte por la innovación con un programa fresco, abierto y moderno contratando publicidad interactiva que facilite el intercambio continuo de mensajes entre la audiencia y el anunciante.

Vías a través de las cuales se rentabilizará el hecho de financiar el programa:

- **Anunciantes**: Buscar multinacionales que quieran tener cobertura con algún spot publicitario.

- **Product Placement:** Los presentadores contarán con una mesa de cristal donde entrevistaran al invitado, sobre la que se dispondrá de algún producto que se anuncie, sin mencionarlo directamente. De igual modo, desde el punto dónde el colaborador da los datos semanales de las redes sociales (zona que representa la barra del bar del cine), se expondrán diferentes productos y artículos que se suelen vender en pequeños locales.

- **Patrocinios:** Se buscarán empresas que quieran implicarse y comprometerse a una idea básica, distintiva, como es el dar apoyo a la palabra, al diálogo y al desarrollo laboral como gran eje central. Uno o dos anunciantes que den un paso al frente ante el programa de manera "activa", que se involucren con contenido dentro del programa.

- **Sobreimpresiones:** Las informaciones gráficas que se asomarán en pantalla, a lo largo de la emisión del late night, contendrán publicidad concertada o autopromociones del propio canal.

- **Publicidad interactiva**: Se busca la complicidad e interacción de la audiencia pretendiendo convertirlo como receptor activo. Auspiciado por las Smarts tv, Smartphone, las redes sociales (*Facebook, Instagram, App*…). Se puede llegar a

financiar a través de la publicidad de internet para las web site de ellas, por vía de banners, T-commerce o Quiz.

- **Merchadising:** Otra manera de rentabilizar la inversión será a través de algún producto oficial. Tres buenos ejemplos serían: Un libro al finalizar la temporada del programa (con cada una de las entrevistas), o sacar al mercado el Cd con las bandas sonoras que han sonado a lo largo del programa. Estampar el logotipo muy cinematográfico en forma de eclipse de sol en camisetas, peluches de eclipse solar y/otros productos dirigidos a la audiencia fiel que sentirá el deseo de llevársela a sus hogares.

6.4 Cronograma/ Plan de trabajo

Para llevar a cabo el proyecto audiovisual, en los plazos establecidos se requiere planificar cada acción previa a la realización del mismo.

Se tendrá que hacer una estimación de los tiempos necesarios de cada área especificada en el presupuesto (partidas), teniendo presente que pueden surgir contratiempos o acciones inesperadas que ralenticen la planificación. Por ello se debe prever un margen de acción.

Es el instrumento que nos sirve de pauta para realizar "*Los viernes sin Sol*" de forma eficiente.

Tabla 6.5 Cronograma – Plan de producción (Previo a la emisión)

CRONOGRAMA- PLAN DE PRODUCCIÓN				
Programa: Los viernes sin sol				
ACTIVIDAD	**INICIO**	**FINAL**	**ENCARGADOS**	**LUGAR**
Elección contratación localización set y oficinas	3 julio	10 julio	Primer asistente de dirección/Primer asistente de producción	Oficinas contratadas
Planificación y organización de producción	11 Julio	20 Julio	Equipo producción Jefe técnicos, productor ejecutivo	Oficinas
Contratación de personal Técnico, Alimentación, transporte, permisos	14 Julio	26 Julio	Productor	Oficina
Casting Pral. y secundarios de	26 Julio	10 Agosto	Director/Asistente de dirección/ directores de	Oficinas contratadas

presentadores y voz en off			reparto/Primer asistente de producción	
Preparación Decorados	3 Agosto	14 Septiembre	Director Artístico (escenógrafo), su ayudante de producción	Oficinas
Escritura guión	17 Julio	14 Septiembre	Libretista guionista ½, realizador, director producción Asesores creativos	Oficinas
Ensayos presentadores y colaborador	31 Agosto	14 Septiembre	Presentador 1(….) Presentador 2 (…) Colborador Bar (…) Voz en off, realizador, productor	Oficinas
Investigación películas y profesiones/ contactar distribuidoras	25 Julio	5 Septiembre	Asesor de contenido,pedagogo	Oficinas estudios, distribuidoras
Elaboración guion técnico	21 Agosto	14 Septiembre	Director/ Director de fotografía/ director de sonido	Oficinas contratadas
Contratación de personal iluminación, vestuario, maquillaje..	11 Julio	21 Septiembre	Director de personal, servicios jurídicos, recursos humanos, Primer asistente de dirección, /director de fotografía,	Oficinas contratadas
Permisos Música	21 Agosto	29 Agosto	Técnico de sonido, , Autores Musicales, Realizador	Oficinas contratadas y SGAE
Unificar identidad visual. Estudio Grafismo	26 Julio	14 Septiembre	Técnico electrónico, realizador, montador	Oficinas contratadas
Contactar invitados	17 Agosto	Septiembre, octubre	Ayudante dirección	Oficinas contratadas
Grabación	15 Septiembre 1 entrega	15 diciembre 8 entrega	Jefe técnico unidad móvil, Mezclador, Técnico Control Imagen , director, montador, Cámaras, Iluminador jefe	Productora
Edición	15 Septiembre	15 diciembre	realizador, montador auxiliares y asistentes	Oficinas contratadas

Tabla 6.6 Cronograma – Plan de producción 1 episodio

CRONOGRAMA- PLAN DE PRODUCCIÓN				
Programa: Los viernes sin sol				
CAPÍTULO I: Medios de Comunicación		**Mes: Septiembre**	**Viernes noche**	
Modo: Directo				
ACTIVIDAD	**INICIO**	**FINAL**	**ENCARGADOS**	**LUGAR**
Planificación y organización de producción	25 Julio	14 Septiembre	Productor, Auxiliares, director, realizador	Oficinas, estudios centrales
Repaso Escritura guión	8 Septiembre	15 Septiembre	Realizador, director, guionistas, presentadores	Set, Oficinas, Estudios
Preparación Decorados iluminación	6 Agosto	14 Septiembre	Técnicos de Iluminación, decoración, Atrezo	Estudios centrales
Preparación video, audio	1 Septiembre	14 Septiembre	Director/ Editor/Director de sonido/ compositor	Estudios centrales
Invitados	Septiembre	Septiembre	Productor	SET
Atención al Público	8 Septiembre	14 Septiembre	Recursos humanos	Estudios centrales
Grabación Programa I	15 Septiembre	15 Septiembre	Productor/Director	SET
Reunión y valoración producción	16 Septiembre	16 Septiembre	Productor Cadena TV, Productor general, ejecutivo y Director.	Oficinas, estudios centrales

CAPÍTULO 7

Conclusiones

7.1 Conclusiones

Ante el panorama laboral actual y cómo éste afecta a la sociedad, se ha planteado crear un programa que cubra las necesidades de los conciudadanos. Estos necesitan entretenimiento y apoyo ante la presente situación.

"Los viernes sin Sol" ofrece una plataforma en la que podrán expresar sus preocupaciones y vivencias, a través del formato del debate con el fin de concienciar y sensibilizar al espectador.

El hilo conductor de cada programa lo marcarán películas emblemáticas, ya que se habrá hecho una clasificación previa en función de las profesiones que representan los actores en ellas.

Con la finalidad de compartir vivencias para ayudarnos a mejorar entre todos, se entrevistan inicialmente unos invitados destacados en la profesión que se hable ese día.

Se generará un debate tridimensional: En primer lugar entre los presentadores e invitados, posteriormente se integrarán en el mismo los asistentes al plató y los televidentes desde sus hogares.

Al observar los programas que ofrecen la parrilla televisiva actual, se aprecia la ausencia de un formato en que la audiencia pueda participar activamente a lo largo del desarrollo del programa.

Las redes sociales tienen un lugar importante en el programa tal como lo tienen en la vida actual.

A través del debate se pretenden abrir nuevos horizontes a las personas que están sumergidas en un mundo de continuo cambio, en el que se han de reinventar para adaptarse a los nuevos tiempos.

Para amenizar la realidad se toma la visión que nos reflejan las películas y se contrastan con las vivencias de toda aquella persona que desee contarla.

Con esta propuesta se da una alternativa al espectador a recuperar esa esencia de calidad e integridad en el sector televisivo, sin caer en la simpleza que impera gran parte de la parrilla nocturna.

CAPÍTULO 8

Bibliografía

[1] **FRANCISCO JAVIER RODRÍGUEZ DE FONSECA, "Cómo escribir Diálogos para Cine y Televisión".** T&B Editores 2009.

[2] [9] **ROBERT EDGAR-HUNT, JOHN MARLAND, JAMES RICHARDS. "Bases del Cine 02 GUIÓN"** Desarrollo y creación de texto para una película. – PAD. Parramón Ediciones. S.A. Edición 2010.

[3] **R. McKee. "El guion". Barcelona: Alba Editorial 2002**

[4] **M. DiMaggio. "Escribir para la televisión. Cómo elaborar guiones y promocionarlos en las cadenas públicas y privadas".** Barcelona: Paidós 1992.

[5] [6] **MARIA BESTARD LUCIANO "Realización audiovisuales".** Editorial UOC. Edición 2011

[7] **MARIA BESTARD LUCIANO "Realización audiovisuales".** Editorial UOC. Edición 2011

[8] **JOSE MARTÍNEZ ABADÍA Y FEDERÍCO FERNÁNDEZ DÍEZ "Manual del productor audiovisual.** Editorial UOC 2011

[9] **ÁNGEL LUIS CERVERA FANTONI "Comunicación total"**. Esic Editorial 2015

[10] **ANTONIO BARAYBAR FERNANDEZ "Marketing en televisión".** Editorial Fragua 2006

Otra bibliografía de consulta

ANTONIO SÁNCHEZ – ESCALONILLA. "Estrategias de guion cinematográfico" El proceso de creación de una historia. - Ciencias Sociales Ariel - Sello Editorial Planeta S.A. 2001 -2014.

DANIEL ARANDA, FERNANDO DE FELIPE. "Guion audiovisual" Editorial UOC 2006 – 2011.

DAVID CHESHIRE "Manual de Cinematografía" Guía completa del cine amateur**.** - H. BLUME EDICIONES 1979 - 1981

FÉLIX MURCIA "La escenografía en el cine" El arte de la apariencia. Edita Ignacio Armada Manrique Edición 2002.

GUSTAVO CARDOSO "Los medios de comunicación en la sociedad en red" Filtros, escaparates y noticias. Editorial UOC. Edición 2008.

CHRISTOFER VOGLER. "El viaje del escritor" Las estructuras míticas para los escritores, guionistas, dramaturgos y novelistas. (1998) – Ediciones ROBINBOOK.S.L Sello MA NOM TROPO. Edición 2002.

JORDI BALLÓ, XAVIER PÉREZ. "La semilla inmortal" Los argumentos universales en el cine (1995) - Editorial ANAGRAMA. Ediciones 1997-2007.

JOHN IRVINC "Las normas de la casa d la sidra", Guion basado en su novela Príncipe de Maine, reyes de Nueva Inglaterra. FABULA TusQuets Editores Edición 2000.

JOHN HALAS, ROGER MANVELL. "Técnica del cine animado" (1959) TAURUS EDICIONESS.A. Edición 1963.

HATT HANSON "Cine digital: Escenarios de ciencia ficción". Edición OCEANO, S.L Edición 2006

HOWARD MITTELMARK, SANDRA NEWMAN. "Como NO escribir una novela" 2oo errores clásicos y como evitarlos (2008) – Seix Barral Sello Editorial Planeta S.A Ediciones 2010 – 2014.

NEUS ARQUÉS SALVADOR. "Marketing para escritores" Cómo publicar, promocionar y vender tu libro. - Ediciones ALBA EDITORIAL s.l.u. – Edición 2009.

STEPHEN KING "MIENTRAS ESCRIBO" Titulo original Stardust – 1999 Neil Gaimam – Roca Editorial de Libros S.L. Edición 2015.

PAREJA EMILIO, **"Escenografía virtual"**. UD. 157. Madrid: IORTV 1998.

PAREJA, EMILIO, **"Tecnología actual de televisión"**. Madrid: IORTV 2005.

PÉREZ HUERTAS, FRANCISCO JOSÉ, **"Introducción a la multimedia: realización y producción de programas".** Madrid: IORTV 1998.

CAPÍTULO 9

Anejos

ANEJO 1 El PRESUPUESTO.

PRESUPUESTO	
Nombren del programa	Los viernes sin sol
Coste	
Productora de televisión	
Duración	90 minutos
Frecuencia	1 vez a la semana
Número de programas	8 Capítulos
Director	
Productor responsable	
Estudios	

CAPÍTULO I Letra y Música.		
Partidas	**Remuneraciones Productora**	**Observaciones**
01.01 Letra.		
Derechos de autor	-	
Guion literario	6.000,00	
Dialoguista	-	
Copias de guion		
Plan de rodaje	1.500,00	
01.02 Música.		
Derechos de autor	-	
Derechos canciones (SGAE)	500,00	
01.03 Músicos.		
Director	-	
Profesionales	-	
01.04 Instrumentos y Copias.		
Instrumentos	-	
Copistería	-	
Trasporte instrumentos		
Total del Capítulo I.	**8.000,00**	**5,20 %**

CAPÍTULO II Personal Artístico.		
Partidas	**Remuneraciones Productora**	**Observaciones**
02.01 Contratos a tantos alzados.		Incluida Seguridad Social
Presentador	33.600,00	3 Presentadores 8 programas
02.02 Colaboradores por sesiones.		
Experto en comunicación	500,00	
02.03 Actores.		
Profesionales	-	
Amateurs	-	
02.04 Doblaje (Voces).		
Director de doblaje	-	
Voz en Off	11.200,00	1 presentador en voz Off ,8 programas
Total del Capítulo II.	**45.300,00**	**20,52 %**

CAPÍTULO III Personal Técnico.		
Partidas	**Remuneraciones Productora**	**Observaciones**
03.01 Dirección.		Incluida Seguridad Social
Director	6.800,00	8 programas 850,00 €
Primer ayudante de Dirección	5.600,00	8 programas 700,00 €
Secretaria de rodaje	4.000,00	8 programas 500,00 €
Avisador	-	
Auxiliar de dirección	-	
03.02 Producción.		
Productor ejecutivo	5.200,00	8 programas 650,00 €
Jefe de producción	4.400,00	8 programas 550 €
Regidor	3.600,00	8 programas 450,00 €
Auxiliar de producción	-	
03.03 Sonido.		
Jefe Sonido	4.400,00	8 programas 550,00 €
03.04 Fotografía.		
Operador Jefe	4.400,00	8 programas 1.100,00 €
Cámaras 5	12.000,00	8 programas 300,00 € x 5
Foto Fija	1.600,00	8 programas 200,00 €
Auxiliar de Cámara	800,00	8 programas 100,00 €
03.04 Decoración.		
Decorador	1.800,00	8 programas 225,00 €
Ayudante	-	
03.05 Montaje.		
Montador /editor	1.600,00	8 programas 200,00 €
Ayudante montaje	2.000,00	8 programas 250,00 €
Auxiliar	-	
Material vario montaje	200,00	
03.06 Electricistas y Maquinistas		
Electricistas	2.000,00	8 programas 250,00 €
03.07 Maquillaje.		
Maquillador	2.400,00	8 programas 300,00 €
Ayudante maquillaje	1.600,00	8 programas 200,00 €
Material	600,00	
03.08 Peluquería.		
Peluquera	2.400,00	8 programas 300,00 €
Ayudante peluquería	1.600,00	8 programas 200,00 €
Material	300,00	
03.09 Sastrería.		
Figurinista		
Ayudante figurinista	-	
Sastre	-	
Total del Capítulo III.	**69.300,00**	**14,42 %**

CAPÍTULO IV Escenografía.		
Partidas	**Remuneraciones Productora**	**Observaciones**
04.01 Decorados y escenarios.		
Construcción y decorados	4.700,00	
Pantalla plasma	600,00	
Maquetas y viñetas	-	
Interiores naturales	-	
04.02 Vestuario.		
Vestuario adquirido	600,00	3 presentadores, Limpieza
Calzado, joyas, etc.	-	
04.03 Atrezzo.		
Atereciste	3.200,00	8 programas 400,00 €
Mobiliario	550,00	Mesilla, 2 sillones, 1 taburete
Accesorios	-	
Plantas y flores	-	
04.04 Semovientes.		
Animales	-	
Total del Capitulo IV	**9.650,00**	13,44

CAPÍTULO V Estudios rodaje.		
Partidas	**Remuneraciones Productora**	**Observaciones**
05.01 Estudios.		
Grúas	3.200,00	1 grúa 8 programas 400,00 €
Fluido eléctrico	1.500,00	8 programas 187,00 €
Arcos	600,00	3 unidades
Efectos especiales	-	
Limpieza estudio	800,00	8 programas 100,00 €
Total del Capítulo V	**6.100,00**	13,67

CAPÍTULO VI Exteriores.		
Partidas	**Remuneraciones Productora**	**Observaciones**
06.01 Localización.	-	No realizables.
Lugares visitados		
Hospedajes		
Varios		
06.02 Trasporte.	-	No realizables.
06.03 Dietas.	-	No realizables.
Actores		
Técnicos		
Obreros		
06.04 Material de rodaje.	-	No realizables.
Grupo electrónico	-	
Total del Capítulo VI	**0,00**	**0,00 %**

CAPÍTULO VII Maquinaria de rodaje.		
	Remuneraciones Productora	**Observaciones**
07.01 Elementos de rodaje.		
Cámaras fijas	26.100,00	4 cámaras en plato 6.500,00
Cámaras secundarias	600,00	1 cámara móvil ENG
Material iluminación	3.000,00	Focos, cableado, de solapa
Equipo de sonido principal	980,00	7 micrófonos, de solapa, 1 micrófono inalámbrico
Teleproter	550,00	
Total del Capítulo VII	**31.230,00**	**20,4**

CAPÍTULO VIII Laboratorio.		
Partidas	**Remuneraciones Productora**	**Observaciones**
08.01 Revelado.		
Imagen	300,00	
Sonido	300,00	
08.02 Positivado.		
Títulos y Trucos, etc.	1.500,00	Infografía
Total del Capítulo VIII	**2.100,00**	**1,73**

CAPÍTULO IX Seguros e Impuestos		
Partidas	**Remuneraciones Productora**	**Observaciones**
09.01 Seguros.		
Sociales enfermedad etc.	4.178,00	
Mutualidad	-	
Accidentes	1.500,00	
09.02 Impuestos.		
Ayuntamiento	500,00	
Derechos reales.	400,00	
Total del Capítulo IX	**6.578,00**	**4,45**

CAPÍTULO X Gastos Generales y Publicidad.		
Partidas	**Remuneraciones Productora**	**Observaciones**
10.01 Gastos Generales.		
Alquiler oficina	1.400,00	10 semanas
Luz y agua	300,00	
Mecanógrafa		
Correos, telégrafo, teléfono	600,00	Incluye teléfono de entradas entrantes.
10.02 Material de Oficina		
Mobiliario	600,00	Mesas de escritorio y Sillas
Suma y sigue… …	2.600,00	

Suma anterior… …	2.600,00	
Ordenadores e Impresoras	1.600,00	
Fotocopiadoras	300,00	
10.03 Material de Oficina.		
Papelería	500,00	Folios, bolígrafos, grapadoras, clips,etc
10.04 Publicidad.		
Gestiones Oficiales		
Diseños gráficos		
Tráiler del Programa		
Redes Sociales		
Total del Capítulo X	**5.000,00**	**2,34**

RESUMEN PRESUPUESTO			
Capítulos	**Partidas**	**Valores Productora €**	**Porcentajes**
01	Letra y Música.	8.000,00	5,66
02	Personal Artístico.	45.300,00	21,12
03	Personal Técnico.	69.300,00	17,19
04	Escenografía.	9.650,00	13,44
05	Estudios rodaje.	6.100,00	13,67
06	Exteriores.	0,00	0,00
07	Maquinaria de rodaje.	31.230,00	20,4
08	Laboratorio	2.100,00	1,73
09	Seguros e Impuestos.	6.578,00	4,45
10	Gastos Generales y Publicidad.	5.000,00	2,34
79,6	**Coste de Realización.**	183.258,00	100,00 %
	Imprevistos coste base	9.162,90	5,00 %
	Coste Total €	**192.420,90 €**	
	Coste Programa en Directo.	24.052,612	8 programas

Vº Bº
Firma del Productor Responsable.

Como es fácil observar, los capítulos más importantes son:

Personal Artístico.	21,22 %
Equipo Técnico.	17,19 %
Escenografía.	16,18 %
Maquinaria de rodaje.	14,91 %

ANEJO 2 MATRIZ.

Tabla 1.2			
MATRIZ DEL DOCUMENTAL HISTORIA DEL CINE			
Titulo Documental	**"Los Viernes sin Sol"**	**Canal**	TV
Tema	Las profesiones desde la visión de dos invitados y de las películas. Para generar posteriormente un debate sobre ellas.	En este capítulo **El mundo Político**	
Narrativa.			
¡Quién narra?	Los presentadores darán voz a los invitados		
Desde que posición narra.	NARRADOR PROTAGONISTA. El narrador es el invitado que nos narra sus vivencias. En el debate sucederá lo mismo con el público.		
Estilo y tono del lenguaje.	Se utiliza un tono familiar cercano, ágil, y divertido en las entrevistas. En el debate puede haber tonos más crispados o más pausados.		
Estructura de secuencias narrativas.	El programa presenta semanalmente a dos personajes populares que hablan sobre su profesiones a través de los ojos de su experiencia y del cine La atención del público se mantiene atenta ante las curiosidades, anécdotas a veces interesantes y asombrosas de la experiencia como de la memoria cultural que tienen de sus películas favoritas del tema. La gracia de oír y ver esas escenas míticas que han calado hondo al entrevistado y la gracia y sensibilidad con lo que la explica.. Y posteriormente poder participar en un debate.		
Personajes.			
Cada programa 2 personajes famosos que destacan en sus profesiones hablan abiertamente sobre su sector. Cada semana se trata un sector distinto. En esta ocasión: Pedro Sánchez y Pilar Rahola.			
Lenguaje Audiovisual.			
Entrevistas (Set principal)			
Iluminación.	Cálidas y suaves para las entrevistas. Viva y de contrastes de colores para el debate		
Sonido.	Sonido directo, Sonido reflejo, Sonido ambiente		
Efectos.	Suaves con filtros, cortinillas, barridos		
Planos, movimientos y Número de cámaras.	PPP, Plano ¾, PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.		
Base de Datos en Set del Bar			
Iluminación	Luz pral, Luz trasera. Luz de Relleno (Fresnel y Cuarzos)		
Sonido	Sintonías cortinillas, sintonías bso.		
Efectos	FX, Infografías, Datos		

Planos, movimientos y número de cámaras.	PPP, PD, PC, PCL, PM, PG, Cámara ENG, movilidad con más nervio.
Acciones o imágenes de apoyo.	
Iluminación	Natural
Sonido	Sonido directo y Sonido Ambiente
Efectos	-
Planos, movimientos y número de cámaras	PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Uso de archivos audiovisuales.	
Imágenes fijas.	VRC, vídeos de escenas películas
Películas o videos.	Listado de las mejores películas sobre política y sus entresijos más oscuros y misteriosos. Los idus de Marzo, In the Loop, Todos los hombres del presidente, z, teléfono rojo volamos sobre Moscú, El político, Caballero sin Espada, Mi nombre es Harvey Milk**,** Trece días…
Sonidos.	Bandas sonoras
Gráficos.	
Bumpers, Banners para poner sobre ellos los créditos que identifican los personajes. Infografías y tablas sobre curiosidades de la temática, Banners con Carteles y valoración de los films.	
Montaje	
Cortes directos y discretos que respetan la continuidad de las acciones	
Música.	
Cortes suaves y concretos que respetan la narrativa y la voz en off	
Formato Técnico	
Duración por capítulos y cortes comerciales	90 minutos 2 corte publicitario
Soporte Técnico	Video HD

Tabla 1.3			
MATRIZ DEL DOCUMENTAL HISTORIA DEL CINE			
Titulo Documental	**"Los Viernes sin Sol"**	**Canal**	TV
Tema	Las profesiones desde la visión de dos invitados y de las películas. Para generar posteriormente un debate sobre ellas.	En este capítulo **El mundo del deporte.**	

Narrativa.	
¡Quién narra?	Los presentadores darán voz a los invitados
Desde que posición narra.	NARRADOR PROTAGONISTA. El narrador es el invitado que nos narra sus vivencias. En el debate sucederá lo mismo con el público.
Estilo y tono del lenguaje.	Se utiliza un tono familiar cercano, ágil, y divertido en las entrevistas. En el debate puede haber tonos más crispados o más pausados.
Estructura de secuencias narrativas.	El programa presenta semanalmente a dos personajes populares que hablan sobre su profesiones a través de los ojos de su experiencia y del cine La atención del público se mantiene atenta ante las curiosidades, anécdotas a veces interesantes y asombrosas de la experiencia como de la memoria cultural que tienen de sus películas favoritas del tema. La gracia de oír y ver esas escenas míticas que han calado hondo al entrevistado y la gracia y sensibilidad con lo que la explica.. Y posteriormente poder participar en un debate.

Personajes.
Cada programa 2 personajes famosos que destacan en sus profesiones hablan abiertamente sobre su sector. Cada semana se trata un sector distinto. En esta ocasión: Marc Márquez y Ona Carbonell.

Lenguaje Audiovisual.	
Entrevistas (Set principal)	
Iluminación.	Cálidas y suaves para las entrevistas. Viva y de contrastes de colores para el debate
Sonido.	Sonido directo, Sonido reflejo, Sonido ambiente
Efectos.	Suaves con filtros, cortinillas, barridos
Planos, movimientos y Número de cámaras.	PPP, Plano ¾, PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Base de Datos en Set del Bar	
Iluminación	Luz pral, Luz trasera. Luz de Relleno (Fresnel y Cuarzos)
Sonido	Sintonías cortinillas, sintonías bso.
Efectos	FX, Infografías, Datos
Planos, movimientos y número de cámaras.	PPP, PD, PC, PCL, PM, PG, Cámara ENG, movilidad con más nervio.

Acciones o imágenes de apoyo.	
Iluminación	Natural
Sonido	Sonido directo y Sonido Ambiente
Efectos	-
Planos, movimientos y número de cámaras	PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Uso de archivos audiovisuales.	
Imágenes fijas.	VRC, vídeos de escenas películas
Películas o videos.	Listado de las mejores películas de profesiones de la temática. En este caso sobre deportes: Match Point, Space Jam, Evasión o Victoria, Quiero ser como Beckham, Rocky, Toro Salvaje, Hoosiers, Ellas dan el golpe, Marathon Man, Carros de Fuego, Campos de sueños, Million Dollar Baby, Cinderella Man, Karate Kid…
Sonidos.	Bandas sonoras
Gráficos.	
Bumpers, Banners para poner sobre ellos los créditos que identifican los personajes. Infografías y tablas sobre curiosidades de la temática, Banners con Carteles y valoración de los films.	
Montaje	
Cortes directos y discretos que respetan la continuidad de las acciones	
Música.	
Cortes suaves y concretos que respetan la narrativa y la voz en off	
Formato Técnico	
Duración por capítulos y cortes comerciales	90 minutos 2 corte publicitario
Soporte Técnico	Video HD

Tabla 1.4			
MATRIZ DEL DOCUMENTAL HISTORIA DEL CINE			
Titulo Documental	**"Los Viernes sin Sol"**	**Canal**	TV
Tema	Las profesiones desde la visión de dos invitados y de las películas. Para generar posteriormente un debate sobre ellas.	En este capítulo **El mundo del cine y teatro**	

Narrativa.	
¡Quién narra?	Los presentadores darán voz a los invitados
Desde que posición narra.	NARRADOR PROTAGONISTA. El narrador es el invitado que nos narra sus vivencias. En el debate sucederá lo mismo con el público.
Estilo y tono del lenguaje.	Se utiliza un tono familiar cercano, ágil, y divertido en las entrevistas. En el debate puede haber tonos más crispados o más pausados.
Estructura de secuencias narrativas.	El programa presenta semanalmente a dos personajes populares que hablan sobre su profesiones a través de los ojos de su experiencia y del cine La atención del público se mantiene atenta ante las curiosidades, anécdotas a veces interesantes y asombrosas de la experiencia como de la memoria cultural que tienen de sus películas favoritas del tema. La gracia de oír y ver esas escenas míticas que han calado hondo al entrevistado y la gracia y sensibilidad con lo que la explica.. Y posteriormente poder participar en un debate.

Personajes.
Cada programa 2 personajes famosos que destacan en sus profesiones hablan abiertamente sobre su sector. Cada semana se trata un sector distinto. En esta ocasión: Maribel Verdú. Santi Millan.

Lenguaje Audiovisual.	
Entrevistas (Set principal)	
Iluminación.	Cálidas y suaves para las entrevistas. Viva y de contrastes de colores para el debate
Sonido.	Sonido directo, Sonido reflejo, Sonido ambiente
Efectos.	Suaves con filtros, cortinillas, barridos
Planos, movimientos y Número de cámaras.	PPP, Plano ¾, PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Base de Datos en Set del Bar	
Iluminación	Luz pral, Luz trasera. Luz de Relleno (Fresnel y Cuarzos)
Sonido	Sintonías cortinillas, sintonías bso.
Efectos	FX, Infografías, Datos
Planos, movimientos y número de cámaras.	PPP, PD, PC, PCL, PM, PG, Cámara ENG, movilidad con más nervio.

Acciones o imágenes de apoyo.	
Iluminación	Natural
Sonido	Sonido directo y Sonido Ambiente
Efectos	-
Planos, movimientos y número de cámaras	PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Uso de archivos audiovisuales.	
Imágenes fijas.	VRC, vídeos de escenas películas
Películas o videos.	Listado de las mejores películas sobre el cine dentro del cine, visto por sus propios actores, actrices. Cinema Paraíso, Cantando bajo la lluvia, La la land, La invención de Hugo, Ave Cesar, mi semana con Marilyn, Life, Tape, El aviador, King Kong, El guateque, S1mone, Un final made in Hollywood…
Sonidos.	Bandas sonoras
Gráficos.	
Bumpers, Banners para poner sobre ellos los créditos que identifican los personajes. Infografías y tablas sobre curiosidades de la temática, Banners con Carteles y valoración de los films.	
Montaje	
Cortes directos y discretos que respetan la continuidad de las acciones	
Música.	
Cortes suaves y concretos que respetan la narrativa y la voz en off	
Formato Técnico	
Duración por capítulos y cortes comerciales	90 minutos 2 corte publicitario
Soporte Técnico	Video HD

Tabla 1.5			
MATRIZ DEL DOCUMENTAL HISTORIA DEL CINE			
Titulo Documental	**"Los Viernes sin Sol"**	**Canal**	TV
Tema	Las profesiones desde la visión de dos invitados y de las películas. Para generar posteriormente un debate sobre ellas.	En este capítulo **Moda y Diseño**	

Narrativa.	
¡Quién narra?	Los presentadores darán voz a los invitados
Desde que posición narra.	NARRADOR PROTAGONISTA. El narrador es el invitado que nos narra sus vivencias. En el debate sucederá lo mismo con el público.
Estilo y tono del lenguaje.	Se utiliza un tono familiar cercano, ágil, y divertido en las entrevistas. En el debate puede haber tonos más crispados o más pausados.
Estructura de secuencias narrativas.	El programa presenta semanalmente a dos personajes populares que hablan sobre su profesiones a través de los ojos de su experiencia y del cine La atención del público se mantiene atenta ante las curiosidades, anécdotas a veces interesantes y asombrosas de la experiencia como de la memoria cultural que tienen de sus películas favoritas del tema. La gracia de oír y ver esas escenas míticas que han calado hondo al entrevistado y la gracia y sensibilidad con lo que la explica.. Y posteriormente poder participar en un debate.

Personajes.
Cada programa 2 personajes famosos que destacan en sus profesiones hablan abiertamente sobre su sector. Cada semana se trata un sector distinto. En esta ocasión: Judith Mascó, Custo Dalmau.

Lenguaje Audiovisual.	
Entrevistas (Set principal)	
Iluminación.	Cálidas y suaves para las entrevistas. Viva y de contrastes de colores para el debate
Sonido.	Sonido directo, Sonido reflejo, Sonido ambiente
Efectos.	Suaves con filtros, cortinillas, barridos
Planos, movimientos y Número de cámaras.	PPP, Plano ¾, PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Base de Datos en Set del Bar	
Iluminación	Luz pral, Luz trasera. Luz de Relleno (Fresnel y Cuarzos)
Sonido	Sintonías cortinillas, sintonías bso.
Efectos	FX, Infografías, Datos
Planos, movimientos y número de cámaras.	PPP, PD, PC, PCL, PM, PG, Cámara ENG, movilidad con más nervio.

Acciones o imágenes de apoyo.	
Iluminación	Natural
Sonido	Sonido directo y Sonido Ambiente
Efectos	-
Planos, movimientos y número de cámaras	PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Uso de archivos audiovisuales.	
Imágenes fijas.	VRC, vídeos de escenas películas
Películas o videos.	Listado de las mejores películas sobre la moda, los desfiles y el diseño textil, además de un repaso por los vestuarios más recordados del séptimo arte. EL diablo se viste de Prada, Zoolander, Pre-a-porter, Confesiones de una compradora compulsiva, Blow-up, The September Issue, Sexo en Nueva York
Sonidos.	Bandas sonoras
Gráficos.	
Bumpers, Banners para poner sobre ellos los créditos que identifican los personajes. Infografías y tablas sobre curiosidades de la temática, Banners con Carteles y valoración de los films.	
Montaje	
Cortes directos y discretos que respetan la continuidad de las acciones	
Música.	
Cortes suaves y concretos que respetan la narrativa y la voz en off	
Formato Técnico	
Duración por capítulos y cortes comerciales	90 minutos 2 corte publicitario
Soporte Técnico	Video HD

Tabla 1.6			
MATRIZ DEL DOCUMENTAL HISTORIA DEL CINE			
Titulo Documental	**"Los Viernes sin Sol"**	**Canal**	TV
Tema	Las profesiones desde la visión de dos invitados y de las películas. Para generar posteriormente un debate sobre ellas.	En este capítulo **Moda y Diseño**	
Narrativa.			
¡Quién narra?	Los presentadores darán voz a los invitados		
Desde que posición narra.	NARRADOR PROTAGONISTA. El narrador es el invitado que nos narra sus vivencias. En el debate sucederá lo mismo con el público.		
Estilo y tono del lenguaje.	Se utiliza un tono familiar cercano, ágil, y divertido en las entrevistas. En el debate puede haber tonos más crispados o más pausados.		
Estructura de secuencias narrativas.	El programa presenta semanalmente a dos personajes populares que hablan sobre su profesiones a través de los ojos de su experiencia y del cine La atención del público se mantiene atenta ante las curiosidades, anécdotas a veces interesantes y asombrosas de la experiencia como de la memoria cultural que tienen de sus películas favoritas del tema. La gracia de oír y ver esas escenas míticas que han calado hondo al entrevistado y la gracia y sensibilidad con lo que la explica.. Y posteriormente poder participar en un debate.		
Personajes.			
Cada programa 2 personajes famosos que destacan en sus profesiones hablan abiertamente sobre su sector. Cada semana se trata un sector distinto. En esta ocasión: Judith Mascó, Custo Dalmau.			
Lenguaje Audiovisual.			
Entrevistas (Set principal)			
Iluminación.	Cálidas y suaves para las entrevistas. Viva y de contrastes de colores para el debate		
Sonido.	Sonido directo, Sonido reflejo, Sonido ambiente		
Efectos.	Suaves con filtros, cortinillas, barridos		
Planos, movimientos y Número de cámaras.	PPP, Plano ¾, PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.		
Base de Datos en Set del Bar			
Iluminación	Luz pral, Luz trasera. Luz de Relleno (Fresnel y Cuarzos)		
Sonido	Sintonías cortinillas, sintonías bso.		
Efectos	FX, Infografías, Datos		
Planos, movimientos y número de cámaras.	PPP, PD, PC, PCL, PM, PG, Cámara ENG, movilidad con más nervio.		

Acciones o imágenes de apoyo.	
Iluminación	Natural
Sonido	Sonido directo y Sonido Ambiente
Efectos	-
Planos, movimientos y número de cámaras	PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Uso de archivos audiovisuales.	
Imágenes fijas.	VRC, vídeos de escenas películas
Películas o videos.	Listado de las mejores películas sobre la moda, los desfiles y el diseño textil, además de un repaso por los vestuarios más recordados del séptimo arte. EL diablo se viste de Prada, Zoolander, Pre-a-porter, Confesiones de una compradora compulsiva, Blow-up, The September Issue, Sexo en Nueva York
Sonidos.	Bandas sonoras
Gráficos.	
Bumpers, Banners para poner sobre ellos los créditos que identifican los personajes. Infografías y tablas sobre curiosidades de la temática, Banners con Carteles y valoración de los films.	
Montaje	
Cortes directos y discretos que respetan la continuidad de las acciones	
Música.	
Cortes suaves y concretos que respetan la narrativa y la voz en off	
Formato Técnico	
Duración por capítulos y cortes comerciales	90 minutos 2 corte publicitario
Soporte Técnico	Video HD

Tabla 1.7			
MATRIZ DEL DOCUMENTAL HISTORIA DEL CINE			
Titulo Documental	**"Los Viernes sin Sol"**	**Canal**	TV
Tema	Las profesiones desde la visión de dos invitados y de las películas. Para generar posteriormente un debate sobre ellas.	En este capítulo **Creatividad y publicidad**	

Narrativa.	
¡Quién narra?	Los presentadores darán voz a los invitados
Desde que posición narra.	NARRADOR PROTAGONISTA. El narrador es el invitado que nos narra sus vivencias. En el debate sucederá lo mismo con el público.
Estilo y tono del lenguaje.	Se utiliza un tono familiar cercano, ágil, y divertido en las entrevistas. En el debate puede haber tonos más crispados o más pausados.
Estructura de secuencias narrativas.	El programa presenta semanalmente a dos personajes populares que hablan sobre su profesiones a través de los ojos de su experiencia y del cine La atención del público se mantiene atenta ante las curiosidades, anécdotas a veces interesantes y asombrosas de la experiencia como de la memoria cultural que tienen de sus películas favoritas del tema. La gracia de oír y ver esas escenas míticas que han calado hondo al entrevistado y la gracia y sensibilidad con lo que la explica.. Y posteriormente poder participar en un debate.

Personajes.
Cada programa 2 personajes famosos que destacan en sus profesiones hablan abiertamente sobre su sector. Cada semana se trata un sector distinto. En esta ocasión: Risto Mejide, Jaume de Laiguana

Lenguaje Audiovisual.	
Entrevistas (Set principal)	
Iluminación.	Cálidas y suaves para las entrevistas. Viva y de contrastes de colores para el debate
Sonido.	Sonido directo, Sonido reflejo, Sonido ambiente
Efectos.	Suaves con filtros, cortinillas, barridos
Planos, movimientos y Número de cámaras.	PPP, Plano ¾, PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Base de Datos en Set del Bar	
Iluminación	Luz pral, Luz trasera. Luz de Relleno (Fresnel y Cuarzos)
Sonido	Sintonías cortinillas, sintonías bso.
Efectos	FX, Infografías, Datos
Planos, movimientos y número de cámaras.	PPP, PD, PC, PCL, PM, PG, Cámara ENG, movilidad con más nervio.

Acciones o imágenes de apoyo.	
Iluminación	Natural
Sonido	Sonido directo y Sonido Ambiente
Efectos	-
Planos, movimientos y número de cámaras	PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Uso de archivos audiovisuales.	
Imágenes fijas.	VRC, vídeos de escenas películas
Películas o videos.	Listado de las mejores películas sobre el universo de la publicidad y sus campañas más llamativas de la historia. Star Wars, tiburón, En que piensan las mujeres, cómo perder a un chico en 10 días, Jerry Maguire, Thank you for smoking, La pareja del año, una mujer de cuidado, pijama para dos
Sonidos.	Bandas sonoras
Gráficos.	
Bumpers, Banners para poner sobre ellos los créditos que identifican los personajes. Infografías y tablas sobre curiosidades de la temática, Banners con Carteles y valoración de los films.	
Montaje	
Cortes directos y discretos que respetan la continuidad de las acciones	
Música.	
Cortes suaves y concretos que respetan la narrativa y la voz en off	
Formato Técnico	
Duración por capítulos y cortes comerciales	90 minutos 2 corte publicitario
Soporte Técnico	Video HD

Tabla 1.8			
MATRIZ DEL DOCUMENTAL HISTORIA DEL CINE			
Titulo Documental	**"Los Viernes sin Sol"**	**Canal**	TV
Tema	Las profesiones desde la visión de dos invitados y de las películas. Para generar posteriormente un debate sobre ellas.	En este capítulo **Dirección**	

Narrativa.	
¡Quién narra?	Los presentadores darán voz a los invitados
Desde que posición narra.	NARRADOR PROTAGONISTA. El narrador es el invitado que nos narra sus vivencias. En el debate sucederá lo mismo con el público.
Estilo y tono del lenguaje.	Se utiliza un tono familiar cercano, ágil, y divertido en las entrevistas. En el debate puede haber tonos más crispados o más pausados.
Estructura de secuencias narrativas.	El programa presenta semanalmente a dos personajes populares que hablan sobre su profesiones a través de los ojos de su experiencia y del cine La atención del público se mantiene atenta ante las curiosidades, anécdotas a veces interesantes y asombrosas de la experiencia como de la memoria cultural que tienen de sus películas favoritas del tema. La gracia de oír y ver esas escenas míticas que han calado hondo al entrevistado y la gracia y sensibilidad con lo que la explica.. Y posteriormente poder participar en un debate.

Personajes.
Cada programa 2 personajes famosos que destacan en sus profesiones hablan abiertamente sobre su sector. Cada semana se trata un sector distinto. En esta ocasión: Ana Pastor, Alex de la Iglesia.

Lenguaje Audiovisual.	
Entrevistas (Set principal)	
Iluminación.	Cálidas y suaves para las entrevistas. Viva y de contrastes de colores para el debate
Sonido.	Sonido directo, Sonido reflejo, Sonido ambiente
Efectos.	Suaves con filtros, cortinillas, barridos
Planos, movimientos y Número de cámaras.	PPP, Plano ¾, PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Base de Datos en Set del Bar	
Iluminación	Luz pral, Luz trasera. Luz de Relleno (Fresnel y Cuarzos)
Sonido	Sintonías cortinillas, sintonías bso.
Efectos	FX, Infografías, Datos
Planos, movimientos y número de cámaras.	PPP, PD, PC, PCL, PM, PG, Cámara ENG, movilidad con más nervio.

Acciones o imágenes de apoyo.	
Iluminación	Natural
Sonido	Sonido directo y Sonido Ambiente
Efectos	-
Planos, movimientos y número de cámaras	PD, PC, PCL, PM, PG, Cabeza Caliente para darle movilidad de arriba abajo, izquierda, derecha.
Uso de archivos audiovisuales.	
Imágenes fijas.	VRC, vídeos de escenas películas
Películas o videos.	Listado de las mejores películas sobre el universo de la dirección y el mando.
Sonidos.	Bandas sonoras
Gráficos.	
Bumpers, Banners para poner sobre ellos los créditos que identifican los personajes. Infografías y tablas sobre curiosidades de la temática, Banners con Carteles y valoración de los films.	
Montaje	
Cortes directos y discretos que respetan la continuidad de las acciones	
Música.	
Cortes suaves y concretos que respetan la narrativa y la voz en off	
Formato Técnico	
Duración por capítulos y cortes comerciales	90 minutos 2 corte publicitario
Soporte Técnico	Video HD