

# Desarrollo de un programa de Televisión piloto que aporte a la autoestima de los adolescentes de la ciudad de Guayaquil

Autores:

María Andrea Córdova Batallas  
Geraldine Michelle Erazo Cervantes  
María Fernanda Miño, MA, MBA

ESCUELA DE DISEÑO Y COMUNICACIÓN VISUAL  
Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)  
Campus Gustavo Galindo, Km 30.5 vía Perimetral  
Apartado 09-01-5863. Guayaquil-Ecuador  
[mcordova@espol.edu.ec](mailto:mcordova@espol.edu.ec), [gerazo@espol.edu.ec](mailto:gerazo@espol.edu.ec), [mfmimo@espol.edu.ec](mailto:mfmimo@espol.edu.ec)

## Resumen

*Partiendo de la premisa del deseo de los adolescentes guayaquileños que buscan entretenerse a través de la televisión, y a su vez la necesidad que estos tienen en ser formados en su autoestima social, dan pie para el desarrollo de un programa de televisión dirigido a este grupo objetivo y que aporte a su óptimo desarrollo social, basado en los aspectos legales relacionados a la producción nacional. A través de esta propuesta se busca entretener y formar bajo la óptica de una comedia de situaciones. Se pretende que mediante el desarrollo de las acciones dramatizadas de la serie se expongan las problemáticas de interacción social, y a la vez se estimule el deseo de superación personal. Esta propuesta se sustenta a través del análisis de la oferta televisiva actual junto al análisis de otras investigaciones que exponen el porqué del comportamiento adolescente. La propuesta presenta un programa piloto de un adolescente con baja autoestima y falta de sociabilidad*

**Palabras Claves:** *entretenerse, interacción social, adolescente, baja autoestima, comedia de situaciones.*

## Abstract

*Starting of the premise of desire Guayaquil adolescents seeking entertainment through television, and simultaneously the need that they have to be formed in their social esteem, allows the development of a television show directed to this target group, contributing to an optimal social development based on the legal aspects related to local production. Through this offer, the objective wants to entertain, being under the optic of a sitcom. Developing dramatized series that expose the common problems of social interaction, while encouraging the personal growth, pretends it. This TV propound is supported by a previous analysis of the current television offer, besides the analysis of another researches that expose the causes of youth behavior. The proposal presents a pilot episode of a teenager with low self-esteem and lack of sociability skills.*

**Keywords:** *entertainment, social interaction, teen, low self, sitcom.*

## 1. Descripción del Proyecto:

### Introducción:

La televisión no ha llegado a encumbrarse como un referente formativo, más bien lo relacionamos como un medio de tipo comercial, que oferta la programación que más vende. Por tal motivo el estado ecuatoriano, percatándose del riesgo que han corrido las mentes más vulnerables, pretende normalizar el uso los medios de comunicación, impulsando así el desarrollo de la producción nacional principalmente la inclinada hacia temáticas informativas, formativas y culturales, tal como lo menciona la Ley Orgánica de Comunicación.

### 1.1. Marco Legal:

La realización del presente proyecto audiovisual está enmarcado en la Ley Orgánica de Comunicación vigente desde el 25 de Junio de 2013, luego de ser aprobada por la Asamblea Nacional del Ecuador. La Ley tiene “por objeto desarrollar, proteger y regular los derechos a la comunicación”[1].

El Art. 10 establece normas deontológicas para los diferentes medios de comunicación. Dichas normas permiten establecer con cierta precisión los márgenes a respetar al momento de realizar un proyecto audiovisual, quedando claro que cualquier incumplimiento puede ser denunciado y sujeto a amonestaciones por los organismos reguladores de la ley, mencionados en la misma [2]

El incumplimiento de estos parámetros no solo viola las leyes establecidas en la LOC, sino también el

Código de la Niñez y Adolescencia, el cual menciona garantías al acceso de la información adecuada para la edad, que sancionan la proyección de contenidos que afecten al menor (CNA, 2009:9). [3]

## 1.2. Marco Teórico:

La industria televisiva presenta historias visuales que ocupan un lugar importante en las personas, debido a que logran deslumbrar a todos y conectarse con el público de acuerdo a aquello con lo que logran identificarse y entretenerse a la vez. (Sartori, 1998:26, 120)[4].

Según la “Teoría del Entretenimiento”, los mensajes audiovisuales poseen propiedades intrínsecas que facilitan el propio entretenimiento. (Zillmann y Bryant, 1996:603)[5], tomando en cuenta esta premisa se puede ejemplificar por la manera en que las personas se identifican a través de emociones positivas y negativas hacia los personajes.

Una de las formas para llegar a los adolescentes a través de la televisión es la comedia de situaciones conocida como “sitcom”, el mismo que “ha sido siempre uno de los puntos fuertes de la televisión tanto comercial como pública norteamericana” (Álvarez de Armas, 1989:72)[6]. Es por ello que las comedias de situaciones han diversificado su forma, target y su organización. Definiéndose como “una estructura dramática de cierta duración, fundamentada en los conflictos entre los personajes y las situaciones que provocan” [7].

**1.2.1. Entorno psicológico:** Joseph Klapper, “luego de investigar los efectos de la comunicación de masas, la misma que indica que los jóvenes con tendencias agresivas presentan más propensión que los jóvenes menos agresivos, a imitar la conducta violenta que observan en las películas y en la televisión” [8].

La televisión para los niños y adolescentes, no es algo que simplemente se observa, sino que va otorgando ideas sobre formas de actuar que podrían tornarse en conductas delictivas [9].

**1.2.2. Entorno social:** La televisión ha invadido la intimidad del seno familiar, y los tiempos de ocio que eran invertidos en la comunicación se han convertido en lapsos dedicados a la televisión, en los cuales los niños y adolescentes son más absorbidos por este medio. No obstante también ha tomado a los adultos que viven en casa.

De esta forma se puede observar cómo los medios de comunicación aportan a la construcción de comportamientos individuales y colectivos. Se podría afirmar que se van formando modelos pobres, incultos y dependientes de las imágenes percibidas en las películas o programas de televisión y se descuidan el responsabilizarse de sus acciones [10].

**1.2.2. Entorno educativo:** Es por todos conocido que la tarea de la educación es desarrollar integralmente a los individuos. La psicóloga Susana Frisancho (2001).

Y hoy un vehículo de educación también son los medios y la tecnología.” [11]. En cualquier caso, en esta comprensión del medio es preciso considerar los propios contenidos, el medio en sí mismo y el lenguaje. Desde esta triple dimensión, es relevante que tanto el profesorado como el alumnado entiendan la potencialidad de la televisión en la construcción de los aprendizajes específicos, normas, valores, etc.

**1.2.3. Entorno cultural:** El caos cultural de las últimas décadas ha imperado primordialmente por la invasión de valores degradados de programas foráneos que promocionan modas, las mismas que en ocasiones han distorsionado los principios y formas de actuar de nuestra cultura; en la actualidad los jóvenes se inclinan por lo que dictan estas modas.

**1.2.4. Evolución de las sitcoms o comedias de situación:** Las series televisivas son obras audiovisuales que se difunden en varias emisiones, manteniendo continuidad en su temática entre cada episodio, en donde según su clasificación se determina el tiempo de transmisión y el género. “Los sitcom tienen una modalidad específica de producción. Son de media hora de duración con los cortes comerciales, con dos bloques de aproximadamente 11 minutos cada uno y un intermedio. Un bloque contiene de 4 a 6 escenas” [12]. Actualmente se conciben variados tipos de series, aunque la temática más usada está relacionada con “los personajes de una familia, aunque esta puede ser un grupo de amigos estructurados como una familia o una que se comporta como un grupo de amigos” [13], siendo este espacio compartido un lugar donde también se exploran temas como sexualidad, política, religión, racismo, etc.

**1.2.5. Desarrollo de sitcoms en el país:** “Las comedias en la TV ecuatoriana bien pueden ser clasificadas en dos líneas: la primera está claramente identificada con la parodia o la auto parodia. La segunda es la clásica comedia de situación y además con rasgos costumbristas.” [14].

Pese a que la tendencia actual de los sitcoms, se basa en mezclar varios géneros como el melodrama, el romanticismo, el drama con la comedia, con diálogos exagerados, piezas cómicas basadas en la imitación de la vida ecuatoriana.

## 1.3. Análisis de la Oferta Televisiva

La televisión ecuatoriana ha sufrido constantes cambios desde su ingreso al país en junio de 1960 con el canal Telesistema, actual RTS, quien obtuvo una frecuencia para operar en Guayaquil [15]. Ha crecido en lo referente a audiencia convirtiéndose así en un elemento indispensable en la familia y la vida cotidiana.

**1.3.1. Calidad de la Televisión:** La calidad va mucho más allá de nitidez de imagen o programación que se aporte dentro del sistema televisivo, al

respecto, una investigación realizada en lo referente a ficción en la televisión menciona que existen “grandes dificultades en los guiones, actuación y puesta en escena” [16]. Programas de calidad son aquellos en los que intervienen factores educativos y sociales que tengan como referentes aspectos de la idiosincrasia e historia de un país [17].

Los canales de televisión tienen que afrontar una serie de cambios, los mismos que son provocados por iniciativas, normas o leyes gubernamentales, tales como la LOC y el Plan de Desarrollo de Capacidades en Televisión Digital Terrestre (TDT). Lo que concibe un análisis de la oferta televisiva nacional actualmente proyectada.

### 1.3.2. Resultados de la Investigación:

Comprendiendo que en la ponderación del presente proyecto se requiere conocer qué categoría de programas oferta más la televisión, se ha realizado la misma observación de la parrilla que se transmite, teniendo los siguientes resultados. De lunes a viernes la programación a nivel general se distribuye de la siguiente manera: El 57% corresponden a Entretenimiento, 25% Informativos, 9% a Programas Publicitarios, 4% Deportivos, 3% Formativos y 2 % de Opinión. Mientras que los días sábados la repartición de programación está comprendida por: Entretenimiento 73%, Publicitarios 12%, Formativos 11%, Informativos 3%, Deportivos 1% y Opinión 0%. Por lo expuesto anteriormente, la principal categoría de producción proyectada en televisión es el entretenimiento semejantes a tele shows o talk shows y novelas cómicas, siendo los programas formativos, deportivos y de opinión los que tienen menor protagonismo.

## 2. Planteamiento del Problema

### 2.1. Definición del Problema

El contexto ecuatoriano está marcado profundamente por la observación de la televisión en los hogares. En todas las pluriculturales y economías tiene gran acogida la pantalla chica, la misma que hasta hace poco presentaba mayormente programas foráneos [18].

Al considerar la realidad social actual, es muy difícil no percatarse de las mayores dificultades que existen en cómo nos relacionamos como seres humanos. Sin embargo no existen programas enfocados en aportar con mensajes que ayuden al desarrollo de la autoestima y vida social de los adolescentes, que están en una etapa de constante cambio, dominando la existencia de factores familiares, escolares y sociales que afectan al crecimiento de una autoestima saludable en los adolescentes.

### 2.2. Objetivos

**2.2.1. Objetivo General:** Crear una propuesta televisiva que dramatice problemas de desarrollo de la

autoestima, vida social y sus posibles soluciones en los adolescentes de la ciudad de Guayaquil.

### 2.2.2. Objetivo General:

- Establecer fundamentos legales para el desarrollo de un programa de televisión, que se acoja a las normas deontológicas explícitas en la LOC.
- Analizar la situación actual en el marco televisivo nacional.
- Desarrollar un programa que aporte con mensajes relacionados al desarrollo de la autoestima y vida social de los adolescentes.
- Producir, editar y musicalizar un programa piloto de una comedia de situaciones de 30 minutos.

### 2.3. Marco Referencial:

Las aportaciones audiovisuales provenientes de las series proyectadas a lo largo de las últimas dos décadas han aportado en distintos campos de estructuración y descripción de la estructura de series para televisión, dando como resultado el rating obtenido en ellas, del que se ha configurado en gran medida el entramado de ideas y conceptos para la referencia audiovisual del presente proyecto.

A finales de los noventa se desembocó una cadena de series televisivas cómicas relacionadas con la vida adolescente. Una de esta series fue Los problemas crecen (1985). Lo interesante de esta serie son los conflictos familiares, que se suscitan en la misma, que nos sirven de guía para desarrollar conflictos relacionados en el presente proyecto.

Ya entrados los 90 se desembocó una diversidad de sitcoms adolescentes, donde el mayor protagonismo lo tenían los adolescentes, uno de los que tuvo bastante acogida fue Salvados por la campana la misma que salió al aire en (1989), Clarissa lo explica todo, (1991), Dawson's Creek (1998).

Desde el cambio de siglo, las series que involucran adolescentes por lo general involucran una comedia absurda en ocasiones y una cromática de colores vivos, nítidos, entre otros elementos algunos ejemplos son: Malcolm (2000), LizzieMcguire (2001), Raven (2003), Drake y Josh (2004), Manual de supervivencia escolar de Ned (2004), Una chica corriente (2004), Zack y Cody (2005), Todo el mundo odia a Chris (2005), Zoey 101 (2005), ¿Por qué a mi? (2006), Buena suerte Charlie (2010), Victorious (2010), Jessie (2011), Mi perro tiene un blog (2012).

Todas estas series involucran más humor, en sus diálogos, que en las series de la anterior década y sobretodo una cromática más colorida y juvenil.

## 3. Desarrollo de la Propuesta Audiovisual

### 3.1. Concepto o Propuesta del Programa

La idea de esta producción es presentar una comedia de situaciones que narren las diferentes anécdotas de la vida cotidiana de Amadeus Miranda, un adolescente de 16 años con el sueño de ser piloto.

Obligado por la situación de su madre, a quien despidieron de su trabajo; le toca mudarse a casa de su abuela Nora junto con su madre y hermana.

Tendrá un tiempo de transmisión de 23 minutos aproximadamente fuera de los espacios publicitarios, con una primera temporada de 13 episodios, equivalente a tres meses de transmisión. Como horario tentativo se propone de transmisión los días sábados, de 15h00 a 15h30.

Este Programa está enfocado en el conglomerado juvenil - adolescente de la ciudad de Guayaquil, en referencia al nivel socioeconómico Medio (BC) a Medio Bajo (CD), con influencia en ambos sexos (Masculino y Femenino), la edad de este target es de 12 a 16 años y la ocupación de los interesados es de estudiantes.

La propuesta está dentro del género formativo - entretenido, porque alterna temas de formación personal de una forma no convencional. El mismo que llevará el nombre de "Amadeus", nombre con el cual se identifica al personaje principal.

### 3.2. Argumento central de la temporada

Amadeus es un adolescente gruñón, quien ha formado una pared entre él y las personas que le rodean, lo que ha provocado que no tenga buenas relaciones de amistad, ni con su familia. Los constantes problemas en su nuevo colegio, en el cual lo implican sin el estar involucrado, esto no le ayudara a abrirse a los demás.

### 3.3. Distribución de contenidos del programa piloto

Concepto	Duración
Teaser	01:50 min.
Créditos introductorios	00:40 min.
Espacio publicitario	01:00 min.
<b>Bloque 1</b>	11:20 min.
Espacio publicitario	02:00 min.
Cortinilla	00:03 min.
<b>Bloque 2</b>	11:20 min.
Espacio publicitario	01:00 min.
Cortinilla	00:03 min.
<b>Tag</b>	01:00 min.
Créditos Finales	00:20 min.
Espacio publicitario de patrocinadores	00:30 min.
<b>Total tiempo de duración</b>	30:00 min.

Tabla 1. Distribución de contenidos

## 4. Pre-producción

### 4.1. Sinopsis del Primer capítulo

Amadeus Miranda es un adolescente que tras el despido de su madre del trabajo, va a vivir a la casa de su abuela Nora. En un nuevo vecindario conocerá a Felipe, un adolescente de su misma edad que le brinda su amistad.

Amadeus se reintegra a las clases en un nuevo colegio donde se encontrará que existe un grupo de chicos apasionados por la mecánica de autos y aviones, esto le interesará, puesto que su mayor sueño es ser piloto. Sin embargo, se ve intimidado por el grupo de chicos, ya que él conoce muy poco acerca del tema, mientras que él se ha dedicado a soñar como sería ser un gran piloto estos chicos realmente conocen acerca del tema. Tras la vergüenza sufrida, camino a casa descubre que su padre vivió en el vecindario, donde actualmente él vive con su abuela, su madre y su hermana. Esto despertará una gran curiosidad por saber dónde está su padre ahora. De quien su madre siempre ha evadido hablarle.

En su nuevo colegio no le va mejor, porque tiene un profesor de matemáticas bastante estricto que lo presiona para ponerse al día y al nivel de la materia que le está impartiendo. Para colaborar a su problemática, su madre, hasta hace pocos días desempleada será contratada en su nuevo colegio. Lo que causará que una compañera en especial se burle de él, junto con el resto de sus nuevos compañeros.

### 4.2. Diseño de Producción

La mayor parte de acciones desarrolladas en la actuación y producción de este programa piloto se encuentra ubicado en la casa de su abuela Nora, colegio y exteriores de los mismos, a continuación se muestran la escenografía de las locaciones

#### 4.2.1. Locación#1



Figura 1. Levantamiento de locación 1

#### 4.2.2. Locación#2



Figura 2. Levantamiento de locación 2

#### 4.1. Mapa de Temporada

Linea	Capítulo 1	Capítulo 2	Capítulo 3	Capítulo 4	Capítulo 5	Capítulo 6
Argumental	Título: El cambio	Título: El Gran Muro	Título: El set de sueños	Título: Un punto en el desierto	Título: Valo-RATE	Título: Verlo todo
La adaptación de Amadeus en su nuevo barrio y colegio	Objetivo: Mirar el horizonte	Objetivo: Superar los obstáculos	Objetivo: Cómo alcanzar tus ideales.	Objetivo: Alcanzar metas y objetivos	Objetivo: Valorar tus pensamientos	Objetivo: Tener una expectativa realista de sí mismo
Amadeus	Amadeus Mirando se tendrá que enfrentar sus temores, tras el despido de su madre, lo que siempre temio, sucede.	Está vez Amadeus fingirá estar enfermo para no tener que enfrentar las miradas de los demás compañeros. Sin embargo Amadeus se verá en la labor de tomar el valor para enfrentar las dificultades que se le avecinan.	Camino al colegio encontró una billetera en la calle, tenía mucho dinero, pero decidió llamar al número y al parecer el dueño era un piloto de una famosa aerolínea comercial.	Amadeus no le saben preocupar mucho sus tareas, pero está vez se siente motivado, por una muchacha del colegio llamada Catalina. Quien está en su club de mecánica.	Llegan la elección de la nueva asociación de estudiantes, pero Amadeus realmente le molestan las elecciones, puesto que piensa que todas las propuestas que hacen nunca se cumplen.	El se creía el mejor solucionador de problemas. Le gustaba aconsejar. Pero ahora no estaba tan seguro, por lo que se ve en la necesidad de pedir ayuda, para salir adelante.

Tabla 2. Primera parte del esquema de la temporada

Linea	Capítulo 7	Capítulo 8	Capítulo 9	Capítulo 10	Capítulo 11	Capítulo 12	Capítulo 13
Argumental	Título: Dónde está el bono?	Título: Señalética	Título: Cuidado con la rata	Título: Recibido	Título: Choqué	Título: Niebla	Título: Sol y lluvia
La adaptación de Amadeus en su nuevo barrio y colegio	Objetivo: Saber tus virtudes	Objetivo: Evaluar las señales	Objetivo: Conocer tus defectos.	Objetivo: cosechas lo que siembras	Objetivo: Consecuencias de las malas decisiones.	Objetivo: No desanimarse	Objetivo: Mis amistades
Amadeus	Esta muy cerca el concurso de los alas delta. Sin embargo ninguno de los propósitos ha funcionado, hasti ahora, no saben como encontrar la solución a este dilema.	De salida a casa, vio que una compañera del se le regaba un liquido verde a traves de la maleta, cuando le aviso, ella se apresuro. Pero Amadeus se quedó con la duda, de que fue eso.	Un día Amadeus lleva una rata de juguete al colegio, para hacer asustar. Antes de entrar al colegio le hace una bromita a Catalina, ella al día siguiente ella no le habla.	Durante mucho tiempo Amadeus le habia costado relacionarse, por ello no tenía muchos amigos. Pero cuando Felipe lo tienen que operar, de la apendicite, tendrá que pedir ayuda a sus compañeros.	Se hizo popular la broma de la rata así que como un muchacho le hizo la bromita a Catalina. Esto enfureció Amadeus a tal punto que le dio un puñetazo.	Amadeus se sintió desanimado. Sin embargo, una llamada le podrá salvar la campana.	Mientras iba camino al colegio se encontró con un chico, al que lo golpeaban, a causa de los rumores, de la pelea en que había estado involucrado, algunos del curso le tenían miedo, y les dijeron que lo dejaran.

Tabla 3. Segunda parte del esquema de la temporada

### 5. Organigrama

Es la representación gráfica de la estructura de trabajo que desempeñará cada persona en el proceso de esta producción.

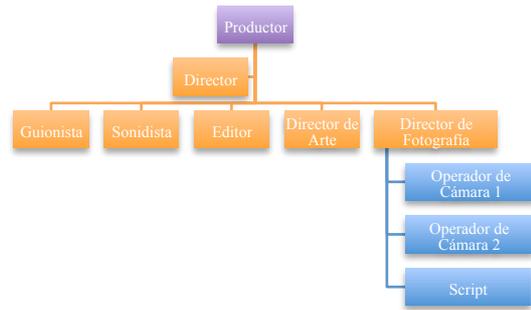


Figura 3. Estructura de Organigrama

### 6. Presupuesto

El equipo y talento humano para este proyecto lo conforma un grupo de profesionales en el área de producción. Para cubrir estos espacios, se otorgarán funciones con modalidad de pasantías, reconociendo una remuneración por prestar sus servicios, tal como lo menciona la ley. Los demás gastos normalmente son por conceptos de en alquiler de equipos, papelería y fotocopias, entre otros.

#### 6.1. Costos Bajo Línea

Esta inversión identifica y clasifica los gastos por concepto de:

- Escenografía
- Utería y vestuario
- Alquiler de equipos de filmación
- Personal técnico/operativo
- Logística y transporte.

PERSONAL DE PROYECTO				
	#	UNIDAD	SUBTOTAL	TOTAL
<b>PERSONAL DE PRODUCCIÓN</b>				
400 Camarografo 1	1	SERVICIOS PRESTADOS	150,00	150,00
401 Pre-Producción	0			
402 Grabación	0			
410 Camarografo 2	1	SERVICIOS PRESTADOS	150,00	150,00
411 Pre-Producción	0			
412 Grabación	0			
420 Director de Fotografía	1	SERVICIOS PRESTADOS	200,00	200,00
421 Pre-Producción	0			
422 Grabación	0			
423 Post-Producción	0			
430 Script / Continuista	1	SERVICIOS PRESTADOS	150,00	150,00
431 Grabación	0			
432 Post-Producción	0			
440 Director de Arte	1	SERVICIOS PRESTADOS	200,00	200,00
441 Pre-Producción	0			
442 Grabación	0			
450 Sonidista/ Operador del Boom	1	SERVICIOS PRESTADOS	150,00	150,00
451 Pre-Producción	0			
452 Grabación	0			
453 Post-Producción	0			
460 Maquillaje y Vestuario	1	SERVICIOS PRESTADOS	100,00	100,00
461 Pre-Producción	0			
462 Grabación	0			
<b>TOTAL</b>				<b>1.100,00</b>
<b>PERSONAL DE POST-PRODUCCIÓN</b>				
500 Editor	1	SERVICIOS PRESTADOS	200,00	200,00
501 Periodo de Edición	0			
510 Desarrollo de piezas gráficas	0			
511 Diseñador Gráfico	1	SERVICIOS PRESTADOS	100,00	100,00

Tabla 4. Cuadro de Presupuesto Bajo la Línea

### 6.1. Costos Sobre Línea

En el presupuesto se identifica a los Costos sobre la línea como la inversión realizada en los elementos de realización y producción:

- Director
- Productores
- Talento
- Guionista
- Musicalización



Figura 4. Fotografía de la grabación día 1

ABOVE THE LINE				
PRE-PRODUCCIÓN Y DESARROLLO				
	#	UNIDAD	SUBTOTAL	TOTAL
<b>INVESTIGACIÓN</b>				
100	Libros y materiales de investigación	BASE	100,00	100,00
101	Reuniones de personal invest.	BASE	200,00	200,00
<b>TOTAL</b>			<b>300,00</b>	
PERSONAL DE PRODUCCIÓN				
	#	UNIDAD	SUBTOTAL	TOTAL
<b>DIRECTOR, PRODUCTOR, GUIONISTA</b>				
200	Director/Productor/Guionista	0	600,00	600,00
210	Director	1 SERVICIOS PRESTADOS	500,00	500,00
211	Gastos	0	200,00	200,00
220	Productor	1 SERVICIOS PRESTADOS	400,00	400,00
221	Gastos	0	150,00	150,00
230	Guionista	1 SERVICIOS PRESTADOS	250,00	250,00
231	Gastos	0	80,00	80,00
<b>TOTAL</b>			<b>2.180,00</b>	
DERECHOS DE AUTOR Y TALENTOS				
	#	UNIDAD	SUBTOTAL	TOTAL
<b>LIBRO/GUION/MARCA</b>				
300	Búsqueda fonética	1 FIJO	16,00	16,00
301	Registro de Marca	1 FIJO	116,00	116,00
302	Registro de Marca Tridimensional	1 FIJO	939,53	939,53
303	Registro de Obra Audiovisual	1 FIJO	20,00	20,00
304	Registro de Obra según Art. 8 de la LPI	1 FIJO	12,00	12,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.103,53</b>	
TALENTOS				
	#	UNIDAD	SUBTOTAL	TOTAL
305	Actores Principales	2 SERVICIOS PRESTADOS	200,00	400,00
306	Actores Secundarios	8 SERVICIOS PRESTADOS	150,00	1.200,00
307	Extras	4 SERVICIOS PRESTADOS	80,00	320,00
<b>TOTAL</b>			<b>1.920,00</b>	
<b>TOTAL ABOVE THE LINE</b>			<b>5.503,53</b>	

Tabla 5. Cuadro de Presupuesto Sobre la Línea

### 8.2. Grabación día 2



Figura 5. Fotografía de la grabación día 2

## 7. Cronograma General

CRONOGRAMA TEMPORADA 1 "AMADEUS"								
DESARROLLO (3 meses)			PRODUCCIÓN (5 meses)					Cyl* (1 mes)
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Idea								
	Biblia							
		Piloto	Pre-Producción					
				Grabación				
						Post-Producción		
								Cyl
<---variable--->				<--- 6 meses ---->				
*Cyl: Cierre y liquidación								

Tabla 6. Cronograma General

## 8. Producción

Es la etapa del proyecto en donde se graba audio e imagen según lo descrito en la pre-producción.

### 8.1. Grabación día 1

## 9. Post-Producción

Es la compilación de todo el material grabado, escrito y diseñado; en donde se editan las distintas tomas y se le agregan y corrigen elementos como musicalización, efectos de sonidos, color, y créditos iniciales y finales.

### 9.1. Marca

Los elementos que se ha utilizado son los componentes icónicos y verbales como lo es el logotipo "Amadeus", el cual manifiesta el desenvolvimiento y variación de emociones de un chico adolescente amante de aviones.



Figura 6. Iconotipo

### 9.2. Edición y Musicalización

La culminación de toda esta planificación se ve reflejada en la edición y musicalización del proyecto piloto.



Figura 7. Capture de la edición final

## 10. Conclusiones y Recomendaciones

### 10.1. Conclusiones

El proyecto se fundamentó en diversos aspectos legales, los cuales ayudaron a que el programa se desarrolle conforme a las normas deontológicas de la LOC, aportando con la producción nacional dentro de la franja familiar.

Las interrogantes, análisis y elementos planteados en este proyecto, como es la falta de producción ecuatoriana con mensajes que aporten positivamente al conglomerado adolescente Guayaquileño permitieron el desarrollo de fundamentos prácticos para la realización de este programa piloto de índole cómica.

### 10.2. Recomendaciones

Para la implementación de este programa piloto se recomienda el correcto seguimiento de los puntos planteados en este estudio. Se sugiere que antes de su debida implementación se investigue si alguno de los valores planteados, específicamente en el presupuesto establecido no han variado, debido a que con el paso del tiempo los valores tienden a aumentar y la tecnología a variar. Es importante notar que el no considerar los parámetros planteados sobre el proceso de producción podría llevar a la caída o desfallecimiento de este proyecto.

## 11. Agradecimientos

Agradecemos a las personas que colaboraron brindándome la información necesaria para poder imprimir este proyecto, a los que ayudaron de manera directa o indirecta en el desarrollo de la producción, a la M.Sc. María Fernanda Miño por haber aportado con su conocimiento, porque fue quien nos dirigió y corrigió, con el fin de ver el proyecto culminado y a la unidad académica por aportar con los conocimientos previos a lo largo de la carrera.

## 12. Referencias

- [1] Ley Orgánica de Comunicación. Ecuador. LOC., 2013, pp.3
- [2] Ley Orgánica de Comunicación. Ecuador. LOC., 2013, pp.3

- [3] Código de la niñez y adolescencia. (2009). Ecuador pp.9
- [4] Sartori, G. Homo videns: la sociedad teledirigida. España: Editorial Taurus, 1998, pp.26,120
- [5] ZELLMANN, D. y BRYANT, J. «El entretenimiento como efecto de los media» en J. Bryant y D. Zillmann (comp.) Los efectos de los medios de comunicación, Barcelona, Paidós, 1996, pp.603
- [6] Alvarez de Armas, O. La televisión en Estados Unidos. Organización, modelos y programación. Santa Cruz de Tenerife: Cabildo de Tenerife, 1989, pp.72
- [7] López, Natxo Manual de guionista de comedias televisivas. Madrid: T&B Editores, 2008, pp.15
- [8] Klapper, J. Efectos de las comunicaciones de masas. Madrid: Aguilar, 1974, pp.18,20
- [9] Silberman S. & Ramos L. Medios de comunicación y violencia. México: Fondo de Cultura Económica, 1998, pp.107,198
- [10] Medrano, C. Televisión y educación: del entretenimiento al aprendizaje. Teoría de la educación. Revista interuniversitaria, 20, 2009, pp.213
- [11] Arbocco, M. Impacto de la televisión basura en la mente y conducta de niños y adolescentes. UNIFE, 2012, pp.54
- [12] Schrott, R. N. Escribiendo series de televisión. Ediciones Manantial, 2014, pp.94
- [13] Schrott, R. N. Escribiendo series de televisión. Ediciones Manantial, 2014, pp.42
- [14] El Universo. Comedias entre la mala parodia y la exageración. La caja, Vida y Estilo. extraído de: <http://www.eluniverso.com/2005/11/20/0001/1118/2D1C1BA62AA04844B5B8529F2A254291.html>, 2005, Noviembre 20, pp.5
- [15] La ficción nacional en la televisión abierta: Crecimiento en cantidad y limitaciones de calidad temática. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, 2010, pp.6
- [16] La ficción nacional en la televisión abierta: Crecimiento en cantidad y limitaciones de calidad temática. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL, 2010, pp.30
- [17] Rincón, O., & Martín, M. B. Televisión pública del consumidor al ciudadano. Convenio Andrés Bello. Convenio Andrés Bello, 2001, pp.64-65
- [18] La transición a la televisión digital terrestre en Iberoamérica: diagnóstico y prospectiva (pp. 191). Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina CIESPAL, 2011 pp.5