

Universidad de Lima
Facultad de Comunicación
Carrera de Comunicación



DE LA PRODUCCIÓN EJECUTIVA A LA PRODUCCIÓN DE LÍNEA

Trabajo de Suficiencia Profesional para optar el Título Profesional de Licenciado en
Comunicación

Dorothy Rodriguez Pita

Código 19930698

Asesor

Carlos Rivadeneyra Olcese

Lima – Perú
Junio del 2023





**DE LA PRODUCCIÓN EJECUTIVA A LA
PRODUCCIÓN DE LÍNEA**

ÍNDICE

RESUMEN	6
INTRODUCCIÓN	8
EXPERIENCIA PROFESIONAL	9
1.1 Inicios y prácticas	9
1.2 Profesional	9
1.3 Talk show.....	10
1.4 Publicidad	11
1.5 Entre publicidad y periodismo	11
1.6 Empresaria audiovisual.....	12
2. COMPETENCIAS PROFESIONALES	13
2.1 Producción publicitaria	13
2.2 Producción ejecutiva: El reto LAN.....	13
2.2.1 Objetivo: Lo más valioso está en tu interior	16
2.2.2 Propuesta: 4 ciudades en 10 días	16
2.2.3 Logística: Equipo mínimo	16
2.2.4 Plan de rodaje	17
2.2.5 Resultados.....	21
2.3 Oh Margot!	21
2.4 El reto a producir: costa, sierra y selva.....	21
2.5 Producción de campo.....	22
2.5.1 Árbol de Navidad.....	22
2.5.2 Comparsa de baile.....	22
2.5.3 Banda musical.....	22
2.5.4 Camiones D´Onofrio	22
2.6 Imprevistos y soluciones.....	23
2.6.1 Lluvia en la selva	23
2.6.2 Amanecer en Pucusana	23
2.7 Online	24
2.8 Versiones	27
3. REFLEXIONES PROFESIONALES	28
3.1 De las aulas al trabajo	28

3.2 Producción: la clave del éxito.....	28
3.3 Análogo y digital	29
3.4 Visión de productora.....	29
ANEXOS.....	31



RESUMEN

La función del productor en la realización de un proyecto audiovisual es prácticamente imprescindible, ya sea un proyecto televisivo, cinematográfico o publicitario. El productor debe organizar de la mejor manera los recursos humanos, técnicos y económicos para llevar a cabo el proyecto.

A lo largo de mis 23 años de experiencia profesional me he desempeñado como productora de televisión y publicitaria. He trabajado en varios formatos televisivos, los cuales, han afianzado mi trabajo llevándome a crear mi propia empresa de producción.

He visto cómo el avance tecnológico ha sido importante en el desarrollo de mi trabajo como productora. Empezar editando en un sistema de edición analógica para años más tarde dar paso a un sistema de edición no lineal, de la grabación en cintas Betacam a la grabación en memorias SD, a tomar las fotos para referenciar locaciones con cámaras que utilizaban rollos de película a hacerlas con celular, incluso, he producido comerciales que han sido grabados en películas de 18 mm y ahora con cámaras digitales. La tecnología ha sido importante no solo por la simplificación del tiempo, sino también por la optimización de recursos para llevar a cabo un proyecto.

En el presente trabajo, mostraré la importancia del productor en la realización de un proyecto y de qué manera la experiencia de haber trabajado en diferentes formatos televisivos me ayudó a resolver los retos que se presentaron en la producción de dos comerciales grabados en diversos lugares del Perú.

Palabras clave: Productor, proyecto, empresa, tecnología, formatos.

ABSTRACT

The role of the producer in the realization of a project execution is one of the most important, be it a television, film, or advertising project. The producer must organize in the best way the human, technical, and economic resources to carry out a project proposal. Throughout my 23 years of professional experience, I have worked in the field of television and advertising production. I have worked in several television formats, strengthening my work as a producer, and leading me to create my own production company.

I have seen how the advancement of technology has been important in the development of my professional experience, from editing analogically to non-linear editing, from recording on Betacam tapes to recording on SD memories to taking photos to reference locations. with cameras that used roll films to make them and now cell phones, also I have produced commercials that have been recorded on 18mm film and now with digital cameras. Technology has been important for the evolution of my experience as a producer, not only for simplifying time but also for optimizing resources to carry out a project.

In the present document, I will show the importance of the producer in carrying out a project and how the experience of having worked in different television formats helped me to solve the challenges that arose in the production of two commercials recorded in different places in Peru.

Keywords: Producer, project, company, technology, formats.

INTRODUCCIÓN

La televisión siempre fue un medio que me atrajo, a pesar de haber crecido en el Perú con solo cinco canales en señal abierta, la televisión por cable no existía en esos tiempos, disfrutaba del contenido que se ofrecía allá por los años ochenta. Las noticias siempre llamaron mi atención, me gustaba estar al tanto de lo que sucedía, desde pequeña, sobre todo cuando se iniciaron los enlaces vía microondas. Algo que se quedó grabado en mi memoria y me impactó por la crudeza de las imágenes fue el motín en el penal El Sexto, en 1984. Recuerdo que, los pocos canales que existían, interrumpieron su programación para transmitirlo en vivo. Ver minuto a minuto lo que sucedía hizo que me interesara cada vez más por el mundo televisivo. Tenía claro que quería ser parte de eso y desde que estuve en secundaria supe que estudiaría para trabajar en televisión, sin siquiera saber el nombre de la carrera ni qué exactamente haría.

Mi vida universitaria empezó en el año 1993, cuatro años después llegaron las prácticas y fue cuando quedé más encantada del adrenalínico mundo de la televisión. Monitor, un canal de cable propiedad de Genaro Delgado Parker, se convirtió en el primer acercamiento a lo que sería mi vida profesional, un noticiero de cuatro horas llamado Enlace Global, con una propuesta distinta, varios segmentos y una escenografía que solo se veía en noticieros internacionales. Fue donde empecé a aplicar lo que había estudiado hasta ese momento en la universidad, ya que aún me faltaba un año para terminar la carrera.

Inicié mis prácticas como reportera, pero fue el trabajo detrás de la pantalla, en el área de producción, lo que terminó por fascinarme, tanto que no regresé a las aulas hasta después de casi dos años para terminar el último ciclo que me faltaba.

Al terminar la universidad, viajé a Cuba, a la Escuela de San Antonio de los Baños para seguir dos talleres: Informativos de TV y periodismo televisivo y Producción y dirección para TV. Fue después de concluir estos dos cursos que tuve más claro que quería dedicarme a la producción. Luego del noticiero, vinieron programas de entretenimiento, *talk show*, publicidad y programas periodísticos dominicales, siempre en el área de producción. Es lo que ha marcado mis 23 años de vida profesional.

EXPERIENCIA PROFESIONAL

1.1 Inicios y prácticas

Mi etapa universitaria se inició en el verano de 1993. Si desde que era escolar pensaba en trabajar en televisión, fue en la facultad de Comunicaciones donde confirmé que eso era a lo que realmente quería dedicarme. En el verano de 1997 inicié mis prácticas en el canal de cable Monitor, propiedad del empresario Genaro Delgado Parker. El noticiero se llamaba Enlace Global, se transmitía también por Red Global (canal 13). Duraba cuatro horas, de 8 p. m. a 12:00 a. m. de lunes a viernes, presentaba una propuesta escenográfica al estilo de las grandes cadenas internacionales donde se veían la sala de redacción y las islas de edición. Tenía diferentes bloques de contenido como noticias nacionales, internacionales, provincia, economía, espectáculos e informes especiales. Empecé como practicante de reportera, pero después de un mes me di cuenta que estar frente a la pantalla no era lo mío, mi voz en las locuciones no me gustaba y el director de prensa me dio la oportunidad de probar en otra área, Coordinación de Ediciones. En esa posición cumplía la función de revisar el material que llegaba de las comisiones diarias y designarlo a los editores para que lleguen a tiempo a la emisión del noticiero. Cada editor trabajaba un promedio de 3 a 4 notas. En esos años, se editaba de manera lineal y fue ahí donde aprendí a editar por corte. Dos meses después las prácticas terminaron, debía volver a las clases en la universidad y me propusieron la Coordinación de Producción de un nuevo programa de espectáculos. Decidí quedarme.

1.2 Profesional

Paparazzi fue el primer trabajo que asumí como contratada, se trataba de un programa de espectáculos conducido por Lucero Sánchez y Bruno Pinasco. El contenido del programa era entrevistas a personajes de la farándula, reportajes y cobertura de eventos. Me desempeñé como coordinadora de producción, estaba a cargo de organizar las comisiones de los reporteros del programa, eran 3, y de los enlaces vía microondas con Bruno, quien estaba a cargo de los *avant première* de diferentes películas. Un año después, ya en 1998, me convocaron dentro del mismo canal para trabajar en el programa de entretenimiento En el Aire con Wendy, a cargo de la productora Michelle Alexander y bajo la conducción de la locutora de radio Wendy Menéndez. El programa se emitía de

lunes a viernes durante una hora. Mi función era la coordinación de producción, a cargo de llamar a los invitados para que asistan al programa, trabajaba sola en un inicio porque el programa no requería de mayor personal. Después de algunos meses y con la llegada del verano, el programa se replanteó, se le agregó una hora más de duración y se convirtió en un programa concurso, con diferentes secuencias, público en el estudio y con grupos internacionales de música como invitados. Este programa fue el primero en el que tuve bajo mi cargo a asistentes de producción, aprendí a delegar funciones y a supervisar diferentes áreas para lograr un contenido óptimo, ya que el programa era en vivo.

El verano terminó, llegó el mes de abril y el programa se canceló. Fue entonces que decidí retomar el último ciclo que tenía pendiente en la universidad y en agosto volví a las aulas después de casi dos años.

1.3 Talk show

En el verano del año 2000 viajé a la Escuela Internacional de Cine y Televisión en San Antonio de los Baños - Cuba para llevar talleres internacionales de producción de televisión y periodismo televisivo. Al regreso y en búsqueda de trabajo, llegué al programa Laura en América, un *talk show* que llevaba varios años en América Televisión. Nunca había visto el programa y, sin saber mucho de qué se trataba, empecé a trabajar ahí. El productor era Alberto Rojas. Trabajé como asistente de producción y mi función era asistir en las grabaciones de los programas que se emitían los sábados y supervisar la edición de los mismos. El programa se canceló en diciembre del 2000 y la cadena Telemundo adquirió los derechos del programa, contrataron a Laura y formaron una empresa productora en el Perú para que se encargue de producir los programas para Telemundo. Es en el 2001 donde me vuelven a convocar, pero esta vez como productora de segmentos, estaba a cargo de la producción de los videos de los invitados y todo lo que se refería a la supervisión de la edición de los programas que se enviaban a Miami, eran 20 programas al mes. Durante las grabaciones era la encargada de ponchar el ISO, que era un *switcher* donde yo podía elegir qué cámara usar como apoyo, esto ayudaba a tener planos cerrados o abiertos de apoyo para las ediciones de los programas. Un año después, me nombraron supervisora de producción, estaba a cargo del equipo de producción conformado por asistentes, auxiliares, camarógrafos de exteriores y editores. Revisaba las ediciones de todos los programas ya que el control de calidad de la cadena Telemundo era exigente. En este programa estuve hasta el 2006, cuando Telemundo

terminó el contrato con Laura y decidió retirarse del Perú. Fueron varios años de aprendizaje y sobre todo de convivencia con la conductora que pasó 3 años en arresto domiciliario en los estudios donde se grababa el programa.

1.4 Publicidad

En el 2006, ya con varios años de experiencia en la producción, se presenta la oportunidad de ingresar al área de la publicidad. Empecé produciendo fotos y comerciales. Una experiencia distinta ya que, para ese entonces, se trabajaba para un cliente con pautas exactas e indicaciones precisas. Mi trabajo consistía en buscar las locaciones que proponía el director al cliente y agencia, así como también buscar al personal que se encargaría de llevar a cabo la producción, tales como el vestuarista, maquilladora, empresa de *casting*, personal de producción, dirección de arte. Fue un año dedicado enteramente a la producción publicitaria donde pude conocer más de ese medio. Si bien la base de este trabajo era la producción, se trataba de cuidar más los detalles y se trabajaba con tiempos controlados, nada estaba improvisado, todo se planeaba desde el *shooting* o boceto, en el caso de las fotos, de tal manera que se sabía con precisión lo que se necesitaba para cada toma.

1.5 Entre publicidad y periodismo

En el 2007, la cadena Telemundo decide volver a emitir el programa de Laura Bozzo, pero esta vez contrató a la productora Promofilms para que se encargara de la producción de los programas que la cadena transmitiría. Esta empresa tenía su sede en Miami y se instaló durante un año en el Perú para producir los programas de Laura en Acción, que fue el nombre que tuvo la nueva temporada. Ahí trabajé nuevamente como supervisora de producción, pero me encargué de armar el equipo desde el inicio hasta que entregamos los 220 programas.

Entre el 2008 y 2009 regresé a la publicidad como productora *freelance* mientras encontraba una nueva propuesta televisiva, ahí me desarrollé como productora de campo o productora de línea como también se le llama. Fue en el 2010 que me proponen ser productora ejecutiva del programa periodístico Punto Final, bajo la dirección y conducción de Nicolás Lúcar. No había trabajado en prensa desde que inicié mis prácticas, pero me encantó el nuevo reto y aprendí bastante de este programa dominical. Mi trabajo como productora ejecutiva consistía en coordinar todo lo necesario para que

los reporteros puedan elaborar sus reportajes, grabaciones, coordinar ediciones, viajes, transmisiones en vivo. Así como también preparar la pauta del programa los domingos y durante la emisión en vivo estar en *switcher* atenta no solo al programa, sino a lo que pueda estar ocurriendo en ese momento en los programas de la competencia. Eran tiempos en los que no había *rating* en vivo y no sabías cómo le había ido al programa hasta el día lunes. Durante año y medio estuve en Punto Final para luego asumir un nuevo reto en el dominical Panorama, bajo la dirección y conducción de Rosana Cueva. Mi permanencia ahí fue de menos de un año, motivos personales hicieron que mi rumbo volviera a la publicidad.

1.6 Empresaria audiovisual

En marzo del 2012 me ofrecieron trabajar como productora ejecutiva en la casa realizadora Cine 70, importante casa realizadora de publicidad ganadora de varios premios a nivel internacional. Era un cargo que nunca había desempeñado, mis años de experiencia en producción de televisión y producción de campo en publicidad me ayudaron a desarrollarme en esta otra área, hasta ese momento, desconocida para mí. Como productora ejecutiva veía el desarrollo del proyecto desde la concepción de la idea, cotización, propuesta, realización hasta la entrega del producto final. Aprender a manejarse con una agencia creativa, clientes, director, post productor, es un proceso largo donde se aprende, incluso, a resolver imprevistos de manera inmediata y, sobre todo, a buscar que la calidad del resultado sea siempre la mejor porque había que rendirle cuentas a un cliente que pagó por un producto que hasta ese momento era solo una idea. Muchos de los comerciales que realicé como productora postularon a premios e incluso ganamos el León de Cannes como mejor casa realizadora. En el 2014, decidí independizarme y formé mi productora bajo el nombre Oh Margot! Junto a mi socia, nos hemos dedicado desde entonces a la producción de fotos, comerciales y, últimamente, video clips. Hemos logrado fortalecer la empresa caracterizándonos por realizar producciones impecables. También colaboramos una vez al año con entidades como Ponle Corazón y el albergue Inspira, produciendo los comerciales para promocionar la recaudación de fondos.

El haber construido una empresa sólida me ha permitido volver a la televisión en el 2018 a cargo de la producción ejecutiva del programa periodístico Panorama, bajo la conducción y dirección de Rosana Cueva y, desde el mes de enero de este año, bajo la conducción de Mávila Huertas y dirección de Marco Vásquez. Si bien el trabajo en un

dominical es demandante, me ha permitido supervisar mi empresa en los días de descanso y estar al tanto de los proyectos que continuamos realizando.

2. COMPETENCIAS PROFESIONALES

2.1 Producción publicitaria

De los últimos 15 años de mi carrera profesional, 10 los he dedicado a la producción publicitaria, experiencia que me brindó la oportunidad de independizarme y formar una empresa de producción audiovisual en el año 2014. Después de posicionarla como una empresa sólida en el medio publicitario y ampliar la producción de contenidos a otros rubros, me permití, en el año 2018, volver a la producción ejecutiva del programa periodístico Panorama.

Analizaré mi experiencia en la producción publicitaria tomando como ejemplo dos proyectos realizados en dos diferentes etapas de mi vida profesional en ese ámbito. El primer proyecto como productora ejecutiva de la casa realizadora Cine 70 Films y el segundo proyecto como productora de línea de mi empresa Oh Margot!, coincidentemente en la producción para la realizadora Cine 70 Films.

2.2 Producción ejecutiva: El reto LAN

La función de una productora ejecutiva de casa realizadora es organizar y llevar el control total del proyecto a realizar. Trabaja de la mano con el director y es el nexo entre la agencia y la empresa para la cual se trabaja. Como productora ejecutiva de Cine 70 Films mi función empezaba cuando se recibía el guion y el *brief* de la idea por parte de los creativos de la agencia de publicidad. La participación de la productora en todas las etapas del proyecto es importante, desde escuchar la idea del creativo y lo que espera el cliente del proyecto, atender al planteamiento de la propuesta del director, lo cual permite realizar un presupuesto de gastos, hasta la realización del proyecto una vez aprobado por el cliente. Usualmente se compite con otros tres directores para ver quién realizará el proyecto, en este punto es importante no solo la propuesta visual, sino también logística para lograr que todo se pueda realizar dentro del presupuesto asignado para desarrollar el proyecto. En el proyecto que desarrollaré a continuación, que fue realizado

para la línea aérea LAN, la propuesta era promover el turismo al interior del país y para ello se debían grabar 4 *spots* en 4 ciudades del Perú. Las ciudades elegidas, según los estudios de LAN, eran las más visitadas en el país. Se realizó un cronograma bastante ajustado, pero real, de manera que se pudiera cumplir con los tiempos requeridos por el cliente (incluyo cronograma).



Cronograma de grabación para proyecto publicitario de la aerolínea LAN

cinesetenta films

CRONOGRAMA FINAL

Cliente : LAN	Duración : 4x35seg
Agencia : Y&R	Formato : Scarlet y Canon
Producto : Doméstico	Fecha : 27.09.12
Tema : Cusco, Arequipa, Iquitos, Piura	

Mes: Octubre/Noviembre/Diciembre

LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
1-Oct FERIADO	2 FERIADO	3 APROBACION DE PPTO	4 Reunión de coordinación	5	6	7
8 FERIADO	9 producción y casting	10 producción y casting	11 producción y casting	12 producción y casting	13	14
15 producción y casting	16 Revisión interna de avances	17 Revisión de avances con agencia	18 producción y casting	19 Shooting board	20	21
22 PAGO DE ADELANTO producción	23 PPI (CUS-AQP)	24 PPG (CUS-AQP)	25 producción	26 producción	27 producción	28
29 GRABACION DIA 1 (salida a CUS)	30 GRABACION DIA 2 (CUS)	31 GRABACION DIA 3 (Salida a AQP)	1-Nov FERIADO/ GRABACION DIA 4 (AQP)	2 GRABACION DIA 5 (AQP)	3	4
5 Conversión de material	6 Edición Offline (CUS)	7 Edición Offline (AQP)	8 Presentación Offline agencia (CUS-AQP)	9 Presentación Offline cliente (CUS-AQP)	10	11
12 Online	13 PPI (IQU/PIU) Online	14 PPI (IQU/PIU) Presentación Online Agencia (CUS-AQP)	15 Presentación Online Cliente (CUS-AQP)	16 producción	17	18
19	20	21	22	23	24	25

Fuente: Elaboración propia. Cine 70 Films.

2.2.1 Objetivo: Lo más valioso está en tu interior

El concepto de la campaña se basaba en la doble lectura de la palabra “interior”, refiriéndose no solo a la geografía de la ciudad, sino al lado espiritual y hospitalario de sus habitantes. Para desarrollar este concepto la agencia nos proporcionó los guiones y las ciudades donde querían que se desarrollen las historias: Cusco, Arequipa, Iquitos y Piura. Para elegir estas locaciones el cliente realizó un estudio de las ciudades más visitadas y en base a ellas se desarrollaron la propuesta del director, el presupuesto y la logística del proyecto. Si nos remontamos al guion recibido y a la propuesta aprobada, podremos notar que por temas logísticos y de tiempo, el director propuso otro pueblo de Cusco para llevar a cabo el *spot*.

2.2.2 Propuesta: 4 ciudades en 10 días

La propuesta debía ser viable y resolverse en prácticamente una semana de grabación. Todo proyecto publicitario requiere de un tiempo previo para la búsqueda de locaciones y *scouting* del director, así se aterriza la propuesta y se presenta algo puntual al cliente. En el proyecto de LAN se tuvo 5 días para *scouting* de locaciones y *casting*, lo cual es un tiempo corto considerando que se trataba de 4 *spots*. Para cumplir con lo establecido en el cronograma que requería el cliente, se propuso dividir el rodaje en 2 etapas, la primera era grabar en las ciudades de Cusco y Arequipa en 5 días y la segunda etapa Piura e Iquitos en 5 días más, lo cual implicaba dos días de rodaje en cada ciudad y medio día de viaje por ciudad.

2.2.3 Logística: Equipo mínimo

Los objetivos de la propuesta de viajar con equipo mínimo eran agilizar los traslados y ajustar costos. Se trabajó con un equipo técnico mínimo conformado por 6 personas, director, director de fotografía, asistente de cámara, productor técnico y dos luminotécnicos. El equipo de producción era mínimo también, productora ejecutiva, productor de campo, director de arte, vestuarista, asistente de producción y utilero. Por parte de la agencia de publicidad iba la productora y dos creativos, por parte del cliente, solo una persona. En total viajamos un equipo de 16 personas. La propuesta de dirección de arte era usar recursos de cada uno de los lugares, esto evitaba que viajemos con equipaje adicional. El vestuario sí se llevó desde Lima, pero al ser solo un personaje por *spot* fue fácil de manejar. Se había considerado grabar *timelapse* en todas las ciudades

para usarla al inicio o final del spot, por tal motivo, el asistente de dirección era el encargado de grabarlos junto al asistente de cámara, por lo que teníamos equipo A y equipo B. Al ser los *timelapse* de madrugada no afectaba el plan de rodaje inicial.

2.2.4 Plan de rodaje

Al ser un rodaje de equipo mínimo, como lo mencioné en el punto anterior, fueron el asistente de dirección y el productor de campo los encargados de realizar el *scouting* de locaciones y registrar todo en foto y video para que el director pueda plantear sus encuadres. Es en base a este registro previo que se elaboró un plan de rodaje detallado, considerando el tiempo necesario para cada encuadre, dependíamos enteramente del buen clima ya que el 80% de las tomas de cada uno de los comerciales se desarrollaba en exteriores.

El día de llegada a cada una de las ciudades se hacía un reconocimiento del lugar por parte del director para poder afinar detalles. El clima fue favorable en todas las ciudades lo cual permitió que se cumpliera con los tiempos establecidos en el plan de rodaje. Aquí muestro el *shooting* y plan de rodaje del *spot* de Iquitos.

Cuadro 1: Shooting Board- Motivo Iquitos



de encuentros extraordinarios



LAN, el encanto de volar.



No me equivoque: mi día a día está lleno



Sino sobre todo cuando salgo de la selva



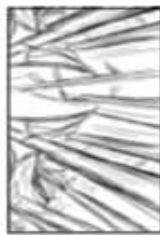
Por eso te ponemos en contacto con el de manera simple, rápida y accesible.



lo vivía en lo profundo de la selva.



y entro a la selva.



pensaba que los momentos más increíbles



Pero la verdad es que no solo me emociono cuando salgo de mi casa



LOC: Lo más valioso está en nuestro interior.






Cuando empecé como guardabosques





















y entro a mi casa.

Cuadro 2: Plan de Rodaje- Motivo Iquitos – Día 1

	ACCIONES	UNIDADES	LOCACION	HORAS	REQUISITOS
<p>A = J. RIC, PIERO, CAMELLO B = PELAO, CHICH, LUDENA</p> <p>DA 1</p> 	VENTANA DE AVON	A-B	AVON		
	LOCACIONE	A-B	CASA HAMILTON	10.30 am	
<p>LOCACIONE TECNICO Y PRODUCCION - CASA</p>				1.00 pm	ALMUERZO
			CASA HAMILTON	2.30 pm	AVANZAR CON EL SETEO DE LUCES EN CASA DE HAMILTON
<p>PREPARACION DE SET DE LUCES EN - CASA</p> 	TIME LAPSE URBANO	B	HOTEL EUROPA (50)	4.30 - 7.00 pm	PREPARAR VESTUARIO PARA LLOEL
	CAMINANDO	A-B	PLAZA DE ARMAS FRENTE A CASA DE HIERRO	7.15 - 8.00 pm	FINALIZAR AMBIENTACION DE CASA HAMILTON Y VESTUARIO DE BB Y MANA
	ENTRADA A CUARTO Y SALUDADA	A-B	CASA HAMILTON	9.00 - 10.30 pm	

Cuadro 3: Plan de Rodaje- Motivo Iquitos – Día 2

A = JIRAC, PIERO, CAMELLO B = PELAO, CHICHI, LUDENA		DIA 2		ACCIONES	UNIDADES	LOCACION	HORAS	REQUERIMIENTOS
				TIME LAPSE AMANECCER	B	HUQUITO	4:30 - 6:00 AM	LENTE TELE 200
				TIME LAPSE AMANECCER	A	CAZAY PESCA	4:30 - 6:00 AM	DESUZADOR
				AMARRANDO DESUZADOR	A - B	CAZAY PESCA	6:30 - 7:30 AM	DESUZADOR Y VESTUARIO
				BOTE EN RIO	A - B	RIO MOHON	8:00 - 9:00 AM	RADIOS PARA COMUNICACION
				CAMINANDO A ORILLA	A-B	PAPA PIRANA	10:30 - 11:30 AM	LLEVAR BOTE PARA CAMARA PREPARAR HUJO DE COHEJEN
				CAMINANDO ENTRE ARBOLES	A-B	PAPA PIRANA	12:00 - 1:00 PM	HUJO DE COHEJEN
				MIRANDO MARIPOSA 3D	A-B	PAPA PIRANA	1:30 - 2:00 PM	HUJO DE COHEJEN
				ACARIANDO PAPAGALLO	A-B	PAPA PIRANA EXPLANADA, CASA	2:30 - 3:00 PM	PAPAGALLO ROJO Y AMARILLO
				ACARIANDO MONO	A-B	PAPA PIRANA EXPLANADA	3:10 - 4:00 PM	MONO EN ARBOL

2.2.5 Resultados

Se cumplieron los objetivos en el tiempo previsto. Agencia y cliente aprobaron los resultados. Los *spots* se emitieron en redes, televisión por cable y en todos los vuelos de LAN de destino nacional. Se realizó una gran campaña gráfica con carteles a la salida de los aeropuertos de las ciudades donde se grabaron los comerciales y en Lima. Comparto los links de los 4 *spots* finales:

Iquitos

<https://www.youtube.com/watch?v=IC27XKQbskw>

Piura

<https://www.youtube.com/watch?v=hg0nXN4RB6A>

Arequipa

<https://www.youtube.com/watch?v=ugviYazxTZE>

Cusco

https://www.youtube.com/watch?v=LvuZL_MngjY

2.3 Oh Margot!

Como parte de mi crecimiento profesional, en el año 2014, decidí crear la productora Oh Margot!, con ella no solo nos encargamos de la producción de campo de diferentes comerciales y fotos, sino también formamos un colectivo de directores y productores de arte, efectistas, vestuaristas, maquilladores, es decir, con los rubros necesarios para llevar a cabo un rodaje con la finalidad de brindarle a los clientes un servicio completo. Es con mi productora que, en agosto del 2017, Cine 70 Films nos convoca para producir el comercial de Navidad de una de las marcas de panetón más importante del Perú como es D´Onofrio. En esta oportunidad, mi posición no era la de producción ejecutiva, sino de productora de línea o productora de campo como también se llama.

2.4 El reto a producir: costa, sierra y selva

Las campañas de panetón D´Onofrio se han caracterizado por tratar temas reales, historias de peruanos y orgullo por la identidad peruana. En esta campaña en particular la marca decidió apostar por la celebración y la denominó “Contagia la magia de la Navidad peruana”. El lugar elegido fue Pucará, en Puno, donde la celebración navideña

dura 8 días. El reto era producirlo lo más acorde a la realidad posible y llevar la celebración de Pucará a costa y selva. Para ello, se eligió la ciudad de Pucallpa, específicamente la comunidad de San Francisco y, en representación de la costa, Pucusana, propuestas por el director Ricardo Maldonado. Como en todas las propuestas se tomaba en cuenta el tema logístico, de manera que sea factible tanto por locación como por presupuesto.

2.5 Producción de campo

Como productora de campo mi función consistió en supervisar el *scouting*, la logística a aplicar para cumplir con los requerimientos del guion sin exceder el presupuesto aprobado por el cliente. Después del *scouting* de locaciones, se tenía más claro los tiempos y las distancias a recorrer, teníamos 5 días de grabación aprobados, eran 2 días en Pucará, 2 días en Pucallpa y 1 día en Pucusana. Para mantener la continuidad y conservar la idea de que la Navidad viajaba de Puno a la costa y selva, debíamos considerar ciertos elementos que se repitan en las tres regiones, estos elementos debían ser notorios y resaltar en el comercial. El elemento principal fue el torito de Pucará, típico de la ciudad y viajaba a las demás regiones. Adicional a este elemento, se decidió optar por otros que detallaré a continuación:

2.5.1 Árbol de Navidad: El mismo árbol de casi 6 metros de alto debía viajar desde Pucará a costa y selva. Por ello, se hizo desarmable en 4 pedazos sin tener la necesidad de retirar la decoración. Un equipo de 4 escenógrafos eran los encargados de armarlo.

2.5.2 Comparsa de baile: En Pucará, el grupo de baile estuvo conformado por un equipo de 30 personas, cada uno con vestuarios típicos de la ciudad. Para viajar a las otras dos ciudades se eligió a 15 integrantes con los vestuarios más coloridos.

2.5.3 Banda musical: Los músicos que formaron parte de la banda fueron alrededor de 30, pero viajamos solo con 10 a las otras ciudades para que la música siempre esté presente en la celebración y se refuerce la continuidad de la historia.

2.5.4 Camiones D'Onofrio: Un punto importante era ver cómo el camión D'Onofrio viajaba por costa, sierra y selva. Desplazarse por la ruta de los nevados hacia la costa y la selva tupida. Para ello, se creó un equipo alterno que era el encargado de

grabar las tomas de viaje con dron. Una vez listas eran enviadas por *mail* al director para aprobarlas y, de esta manera, culminar el viaje.

2.6 Imprevistos y soluciones

Durante los días de rodaje tuvimos dos grandes situaciones que pusieron en riesgo el plan de grabación establecido, por lo que se tuvo que tomar decisiones rápidas para poder cumplir con los tiempos. Describiré a continuación los dos momentos críticos del rodaje:

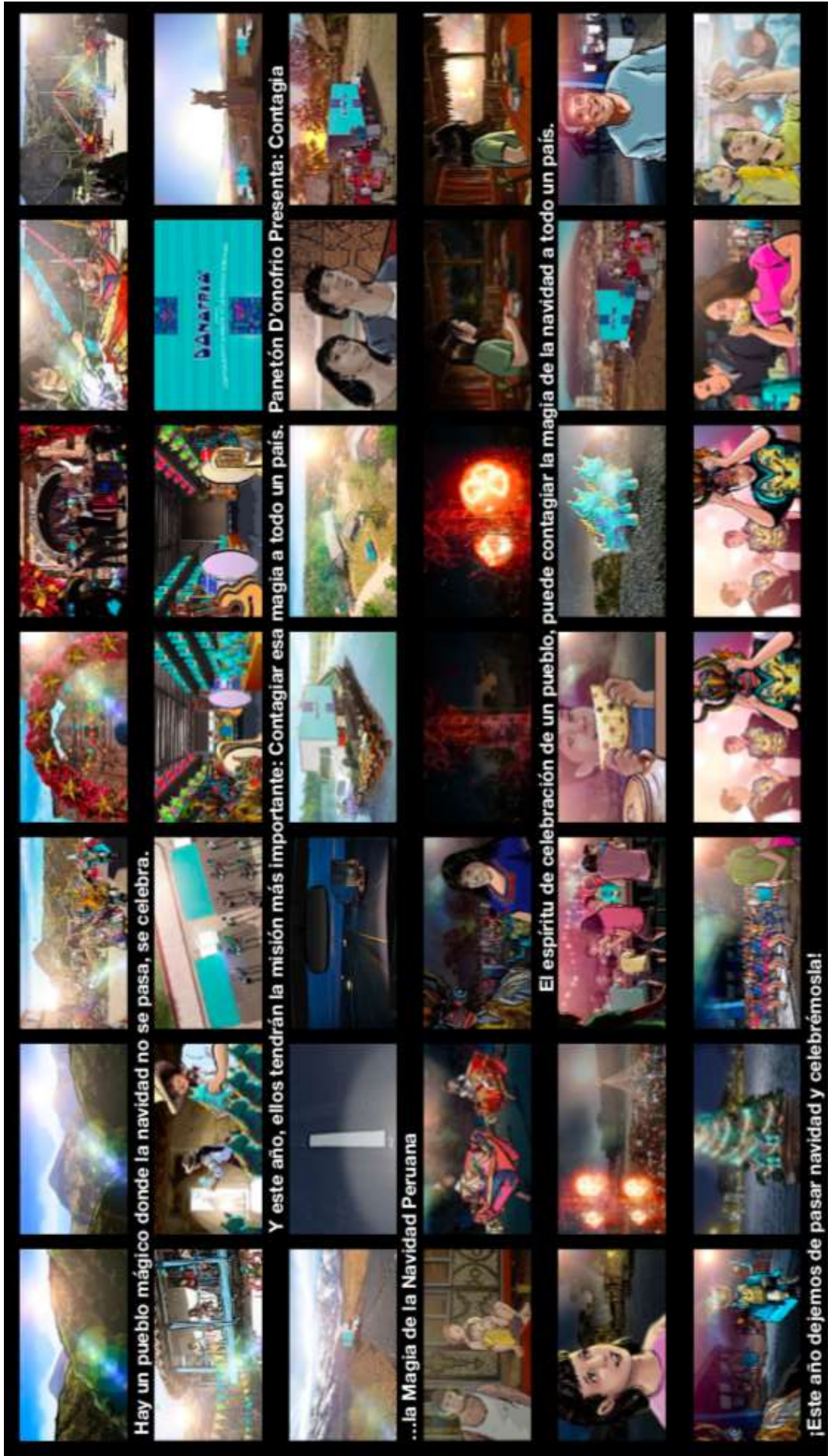
2.6.1 Lluvia en la selva: Estaba considerado dos días de grabación en Pucallpa, específicamente en la comunidad nativa de San Francisco la Selva. El día de la llegada se realizó el *scouting* con el director y todo quedó listo para grabar al día siguiente. Por requerimiento del guion, la grabación iniciaba con un atardecer y todo transcurría de noche. Al día siguiente, después de una lluvia durante toda la noche, la vía que nos llevaría a la comunidad amaneció inundada y no había forma de llegar a la locación. Podíamos ir por río, pero era imposible trasladar todo el equipo por esa vía, recordemos que teníamos toda la estructura del árbol de Navidad. Contábamos con 8 horas para resolver la situación ya que la grabación debía iniciarse a las 4 p. m., de lo contrario, había que considerar un día adicional de rodaje que no estaba contemplado en el presupuesto inicial. Se encontró una locación muy parecida, que inicialmente había sido presentada como opción, pero fue descartada por diferentes motivos; sin embargo, finalmente nos funcionó para resolver y ahí tuvimos que improvisar el estudio de grabación. Pudimos empezar a la hora acordada y continuar con el día de rodaje. Fueron momentos tensos, pero finalmente el resultado fue exitoso.

2.6.2 Amanecer en Pucusana: El balneario de Pucusana fue la locación elegida para representar a la costa. Al ser una grabación solo de noche, los tiempos se acortan y la idea era empezar mientras anochecía para lograr registrar un color de cielo específico. Había que tener todo perfectamente coordinado para lograr el objetivo en el tiempo previsto. De madrugada el ritmo no es tan ágil como de día. El pack del producto y el consumo del panetón se había programado para el final. Amaneció a las 6 a. m. y se tuvieron que realizar planos muy cerrados para que no se note el cielo. Se culminó el rodaje de manera satisfactoria siempre resolviendo los problemas y dificultades en equipo.

2.7 Online

La idea inicial era considerar las tres ciudades en una sola edición, pero, finalmente, el material grabado era tanto que se tuvo que dividir el comercial en dos ediciones finales. Una incluía Pucará y la selva y el otro Pucará y la costa. Cada edición duraba 1 minuto, fue emitida durante dos días de manera comercial en televisión y luego se lanzó la versión reducida a 30 segundos. Aquí la muestra del *shooting board* del comercial madre tal como fue planteado inicialmente incluyendo las tres ciudades.





Hay un pueblo mágico donde la navidad no se pasa, se celebra.

Y este año, ellos tendrán la misión más importante: Contagiar esa magia a todo un país.

...la Magia de la Navidad Peruana

El espíritu de celebración de un pueblo, puede contagiar la magia de la navidad a todo un país.

¡Este año dejemos de pasar navidad y celebremosla!



Panetón D'Onofrio. Regala la magia de la navidad peruana.



ALMA

2.8 Versiones

Aquí los links de ambas versiones finales de un minuto cada una.

Pucará y selva

<https://www.youtube.com/watch?v=qBB00GGcNjE>

Pucará y costa

<https://www.youtube.com/watch?v=Fgic2-9RoRs>



3. REFLEXIONES PROFESIONALES

3.1 De las aulas al trabajo

El paso de la universidad al primer trabajo es un proceso de adaptación para cualquier egresado. Uno se enfrenta a situaciones nuevas, ambientes con diferentes reglas y, si bien uno se va adaptando a la empresa, es ahí donde aplica lo aprendido en los años de carrera universitaria. Es el momento de enfrentarse a situaciones reales, donde las decisiones que uno toma impactan en un equipo o muchas veces en la empresa en general. Hacer buen uso del criterio es muy importante, es en este punto donde puedo decir que, en mi caso, la Facultad de Comunicación fue vital en mi formación universitaria. La correcta manera de tomar decisiones y, caso contrario, saber reconocer los errores que uno cometió, son parte del aprendizaje profesional y en mis 23 años de experiencia puedo decir que la base que forjó en mí la Facultad es sólida. La capacidad de liderazgo, organización y el manejo de grupos grandes de personas para llevar a cabo un proyecto lo he ido adquiriendo a lo largo de los años como profesional, no solo enfrentándome a diferentes tipos de situaciones, sino también el hecho de trabajar con diferentes profesionales te enseña un poco de cada uno de ellos.

3.2 Producción: la clave del éxito

Considero a la producción la base del éxito o fracaso de un proyecto. Para ser un buen productor se debe tener organización y, sobre todo, capacidad de liderazgo. La realización de un proyecto debe ser impecable, ante el espectador todo debe ser perfecto. Saber combinar los talentos al momento de formar un equipo de trabajo es muy importante, no todos pueden trabajar bajo presión y la importancia de que el productor conozca a su equipo es clave. En el proyecto de LAN expliqué el proceso líneas arriba, la función que tuve como productora ejecutiva fue muy importante para poder cumplir la meta en el tiempo acordado con el cliente, con la calidad visual que se propuso al inicio del proyecto y sin sobrepasar el presupuesto aprobado. El reto era grande, viajar por una semana grabando y trasladándose de un lugar a otro en tiempos limitados puede resultar agotador, pero el ánimo se mantuvo siempre y las ganas de hacer las cosas bien, también. Durante los 23 años que tengo como profesional solo me he dedicado a la producción, el trabajar en diferentes medios y rubros me ha dado la versatilidad al momento de enfrentarme a un proyecto. La publicidad me enseñó a ser prolija con el trabajo, aprendí

de post producción, de efectos 2D, 3D y animaciones no solo para cotizarlas, sino también para conocer el tiempo que tomaba realizarlo y los requerimientos al momento de grabar las tomas. Aprendí a ser prolija y exigente en cada una de las tomas grabadas, ya que en publicidad uno se debe al cliente que paga porque su producto se vea bien. Por otro lado, la televisión me enseñó la inmediatez, el resolver situaciones de manera rápida y con pocos recursos, pero sobre todo a tener cabeza fría para tomar decisiones. Del periodismo, que es a lo que me he dedicado los últimos cinco años, aprendí a ceñirme a los hechos y a contrastar siempre la información teniendo en cuenta ambos lados de la historia.

3.3 Análogo y digital

Puedo decir que soy de la generación que pasó por distintos formatos de grabación y edición. Empecé mi vida profesional usando cintas Betacam, Super VHS, DVCAM, DG Beta, Tarjetas P2, Tarjetas SD y ahora memorias micro SD. Ver cómo la información se almacena en elementos cada vez más pequeños en tamaño, pero grandes en capacidad facilita el trabajo de producción, sobre todo en lo que respecta a costos y almacenaje. Aprendí a editar por corte en una editora lineal, que en ese entonces tenía muchas limitaciones, pero que no se notaban porque era lo único que hasta ese momento se conocía. Luego llegaron los inicios de la edición no lineal, el programa AVID, en el último año de Facultad nos enseñaban su funcionamiento, pero no era común encontrarlo en los canales de televisión para el trabajo diario, usualmente los canales tenían una o dos máquinas para los proyectos especiales, pero no para el día a día. En el trabajo de producción la inmediatez es vital y la tecnología forma parte de las innovaciones que se pueden aplicar en la organización del trabajo de producción. Los enlaces vía microondas para transmitir un hecho en tiempo real han sido desplazados por los equipos de Live U e incluso por los celulares, ya que puedes transmitir en vivo con solo un teléfono y sin necesidad de contar con un equipo humano. Considero que el avance tecnológico ha beneficiado enormemente al trabajo de producción y es indispensable estar al tanto de todo lo que se puede ofrecer para incrementar la productividad de una empresa.

3.4 Visión de productora

En más de 20 años de experiencia como productora he tenido a mi cargo equipos de diferentes profesionales, de varios niveles de educación y edades. No todos han sido universitarios, algunos solo han tenido estudios secundarios y a medida que se insertaban

en el mundo televisivo o publicitario iban encontrando su camino y tomaban la decisión de estudiar. Tener una base académica es algo que siempre recomiendo a las personas con las que trabajo, es clave saber redactar, tener buena ortografía, saber interpretar lo que se lee o escucha, el pensar antes de actuar. Algo que puede parecer tan simple como titular una nota periodística podría convertirse en un problema legal si no está bien escrito porque se puede cambiar el sentido de las cosas. En los últimos años por mi posición de productora de un programa periodístico, trabajo con varios chicos recién egresados de diferentes universidades, donde el programa Panorama es su primer trabajo, empiezan como asistentes de producción y después de un año se puede notar la evolución. El criterio que van formando para poder tomar decisiones rápidas y acertadas. Usualmente después de tres años tienen claro a qué quieren dedicarse y toman otro camino, eligen ser reporteros, productores o editores, pero la base que adquirieron les sirve para encontrar a lo que quieren dedicarse en el futuro, se especializan en algo más y ello me llena de satisfacción. Algo que puedo resaltar de las últimas generaciones es que continuamente se preparan no solo para mantenerse actualizados, sino para ampliar sus conocimientos en áreas específicas, como talleres de solución de conflictos, marketing digital, manejo de data, redes sociales, cursos de edición, etc. Esto con la idea de buscar trabajos en diferentes áreas tales como Community Management, periodismo de datos, producción audiovisual, redacción periodística, investigación, entre otros.

ANEXOS



ANEXO 1: Constancias de Trabajo



CONSTANCIA DE SERVICIOS INDEPENDIENTES

TAFI PRODUCCIONES S.A.C con RUC 20510048913 y domicilio fiscal en Av Cerros De Camacho 244 es una empresa dedicada a la producción de programas de televisión y contenidos audiovisuales para redes.

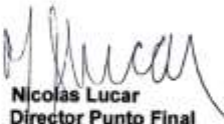
Por medio del presente certifica que: **Dorothy Rodriguez Pita** identificada con DNI 10264815 prestó servicios como Productora Ejecutiva del programa periodístico Punto Final, programa que producíamos para Frecuencia Latina bajo la conducción de Nicolás Lucar. El periodo durante el cual la Srta. Rodríguez trabajó con nosotros es el siguiente: 02 marzo de 2009 hasta el 30 de setiembre de 2011

Se expide el presente documento para los fines que la interesada considere conveniente.

Surco, 06 de Setiembre de 2021

Atentamente,


Frances Crousillat
Gerente General
DNI 07584012


Nicolás Lucar
Director Punto Final
Dni 10610364



CONSTANCIA DE SERVICIOS

El que suscribe, representante legal de la empresa PANAMERICANA TELEVISION S.A.

Se deja constancia de:

La Srta. **RODRIGUEZ PITA, DOROTHY** identificada con RUC. N.º **10102648159**, está prestando servicio en nuestra empresa como **Productora** del programa periodístico **Panorama** desde el 1 de noviembre de 2011 hasta el 28 de febrero del 2012

Se expide el presente a solicitud del interesado para los fines que este conviene.

Lima, 8 de Setiembre de 2021



VICTOR HUGO VELARDE LOPEZ
APODERADO
Panamericana Televisión S.A.



CONSTANCIA DE SERVICIOS INDEPENDIENTES

CINESETENTA PRODUCTORA PERUANA DE PELICULAS S.A con RUC **20202576878** y domicilio fiscal en Av. Mariscal José de la Mar N° 662 Of. 601, Miraflores dedicada a la producción y realización de películas, programas de televisión, publicidad y contenidos audiovisuales en general.

CERTIFICA QUE:

Dorothy Rodriguez Pita

Identificada con RUC 10102648159; presto sus servicios de forma autónoma e independiente bajo la modalidad de locación de servicios en nuestra empresa desde el 01 marzo de 2012 hasta el 30 de mayo de 2014.

Se expide el presente documento para los fines que crea conveniente el interesado.

Miraflores, 02 de septiembre de 2021.

Atentamente,



RENZO MALDONADO O.
RENZO MALDONADO O.
RUC 10102648159



CONSTANCIA DE SERVICIOS

OH MARGOT! S.A.C con RUC 20565277708 y domicilio fiscal en José Gabriel Chariarse 224 dpto 602 Miraflores es una empresa dedicada a la producción de comerciales publicitarios, eventos, series y contenidos audiovisuales para redes.

Por medio del presente certifica que: **Dorothy Rodríguez Pita** identificada con DNI 10264815 se desempeñó como Productora desde el 01 de setiembre del 2014 hasta el 01 agosto del 2018 y como Gerente de la empresa hasta la actualidad.

Se expide el presente documento para los fines que la interesada considere conveniente.

Miraflores, 07 de Octubre de 2021

Atentamente,

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Mirella Delgado", written over a faint, illegible stamp or background.

Mirella Delgado
Gerente General
DNI: 18140322



CONSTANCIA DE SERVICIOS

El que suscribe, representante legal de la empresa PANAMERICANA TELEVISION S.A.

Se deja constancia de:

La Srta. **RODRIGUEZ PITA, DOROTHY** identificada con RUC. N.º **10102648159**, está prestando servicio en nuestra empresa como **Productora Ejecutiva** del programa periodístico **Panorama** desde el 1 de junio de 2018 hasta el 31 de diciembre del 2019

Se expide el presente a solicitud del interesado para los fines que este conviene.

Lima, 8 de Setiembre de 2021



VICTOR HUGO VELARDE LOPEZ
APODERADO
Panamericana Televisión S.A.



CONSTANCIA

El que suscribe, representante legal de la empresa PANAMERICANA TELEVISION S.A.

Se deja constancia de:

La Srta. **RODRIGUEZ PITA, DOROTHY** identificada con DNI. N.º 10264815, está prestando servicio en nuestra empresa como **Productora Ejecutiva** del programa periodístico **Panorama** desde el 1 de enero de 2020 hasta la Actualidad.

Se expide el presente a solicitud del interesado para los fines que este conviene.

Lima, 8 de Setiembre de 2021



VICTOR HUGO VELARDE LOPEZ
APODERADO
Panamericana Televisión S.A.

INF. TURNITIN

INFORME DE ORIGINALIDAD

2%

INDICE DE SIMILITUD

2%

FUENTES DE INTERNET

1%

PUBLICACIONES

0%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

hdl.handle.net

Fuente de Internet

<1%

2

www.coursehero.com

Fuente de Internet

<1%

3

ichan.ciesas.edu.mx

Fuente de Internet

<1%

4

www.mgv-portal.eu

Fuente de Internet

<1%

5

www.slideshare.net

Fuente de Internet

<1%

6

www.cubanet.org

Fuente de Internet

<1%

7

www.cinematecadistrital.gov.co

Fuente de Internet

<1%

8

www.etsid.upv.es

Fuente de Internet

<1%

9

comunicacionyliteratura.blogspot.com.ar

Fuente de Internet

<1%

10 cuadernosdeaguamarina.blogspot.com <1 %
Fuente de Internet

11 es.unionpedia.org <1 %
Fuente de Internet

12 journals.openedition.org <1 %
Fuente de Internet

13 moam.info <1 %
Fuente de Internet

Excluir citas

Activo

Excluir coincidencias Apagado

Excluir bibliografía

Activo