

# Manual de Co-Producción de un programa de televisión

## Más Que Sexo

Nadine Kristel García Escalante<sup>(1)</sup>, Jairo Andrés Romero Hervas <sup>(2)</sup> Geovanny Francisco Mora Granda<sup>(3)</sup>.

Ing. Xavier Ceballos Vera, Profesor de la materia de Graduación <sup>(3)</sup>

Escuela de Diseño y Comunicación Visual <sup>(1) (2) (3)</sup>

Escuela Superior Politécnica del Litoral <sup>(1) (2) (3)</sup>

Campus Las Peñas, Malecón y Loja <sup>(3)</sup>

nkgarcia@espol.edu.ec <sup>(1)</sup>, jaaromer@espol.edu.ec <sup>(2)</sup>,

geofmora@espol.edu.ec<sup>(3)</sup>, jceballos@ecuavisa.com<sup>(4)</sup>

### Resumen

*Este proyecto es sobre los pasos a seguir para desarrollar un programa de televisión co-producido con un canal de TV. Se realizó un estudio básico para poder concretar la idea donde se analiza los problemas y un sin número de características que conforman este proyecto, como; la selección de una identidad corporativa que permite identificar al programa ante el medio, un estudio de mercado que ayuda a tener conocimiento del público objetivo e información sobre el desarrollo del programa. También se indica como se realiza la Implementación de una productora incluyendo el análisis de presupuesto y los análisis de ingresos y egresos obteniendo buenos resultados para las aspiraciones comerciales. Este manual es una guía resumida para el inicio de una producción audiovisual junto a una productora o con el trabajo conjunto de un canal de TV.*

**Palabras Claves:** co- producción, audiovisual, identidad corporativa, presupuesto, productora.

### Abstract

*This project is about the steps to follow to develop a TV show co-produced with a TV channel. Elemental studies were made to get this matter clear where difficult topics and a great variety of features involved in it is carefully analyzed, such as the election of a corporate identity which allows the TV show be noticed by the media, a market research together information about the target audience and information about the development of the TV show. It also explains how to set up a Producer including budget and income/expenditure analysis having good results for commercial expectations. This is a summarized guide to set up an AUDIO-VISUAL PRODUCTION with a Producer or with a TV Channel as well.*

**Key Words:** co- production, audiovisual, corporate identity, budget, Production Company.

# 1. Generalidades del Proyecto

## 1.1 Antecedentes Generales

La sexualidad es una parte fundamental en el ser humano que se convierte en un fenómeno con diferentes perspectivas que cambian de una cultura a otra.

En diferentes culturas antiguas los actos sexuales formaban parte de rituales y eventos que definían un cambio en las personas.

El análisis histórico demuestra que el comportamiento sexual no es simplista, ya que éste dependerá del contexto sociohistórico y cultural en que se desarrolla.

La sexualidad en Ecuador se presenta de una manera poco comprendida. Aún en nuestra sociedad existen muchos tabúes e interrogantes que las personas no pueden despejar, por la falta de conocimiento y un profundo sentimiento de auto recriminación.

La sexualidad no puede simplificarse a un mero instinto, mas bien es el conjunto de una serie de elementos que interactúan entre si, en estos elementos se define lo biológico, psicológico y social.

## 1.2 Planteamiento del problema

La sexualidad hoy en día es más acelerada, generando muchos fenómenos que podrían ser poco comprendidos y no aceptados; esto conlleva a un problema social en nuestra cultura.

En el medio televisivo Ecuatoriano, ha existido diferentes programas con un contenido sexual, que presentan una distorsión de la misma.

Otro problema que se suscita en el país son los índices de infecciones venéreas que se convierten en uno de los mayores casos que afectan a la sociedad.

Finalmente, es preciso recordar que la parte emocional es fundamental en nuestro medio, ya que expresamos distintos sentimientos, y nos comunicamos de diferentes maneras, esto identifica la interacción que tenemos como individuos pertenecientes a una sociedad.

## 1.3 Justificación

Es importante comunicar a la sociedad temas trascendentales como la sexualidad, para poder analizar puntos de vista de manera coherente que permita una mejor comunicación y respeto hacia los demás.

Este proyecto pretende exponer temas relacionados con la sexualidad, de manera profesional con el fin de crear una conciencia responsable en el televidente.

De igual manera se ofrecerá un espacio donde el público pueda expresar sus dudas y criterios, es decir; a través de una conexión directa con el espectador, solucionar problemas concernientes al tema tratado.

## 1.4 Misión y Visión

### 1.4.1 Misión

A través de un programa televisivo, presentar a la sociedad ecuatoriana, información sobre la sexualidad que existe en el país, para generar un auto análisis sobre su salud sexual y mejorar el estilo de vida de la sociedad.

### 1.4.2 Visión

Ser una de las mejores producciones audiovisuales donde los televidentes del Ecuador, encuentren guías para mejorar su relación física y emocional con su pareja, además de proporcionar un contenido informativo donde se expresan los criterios, análisis y consejos.

Basados en estudios profesionales que permitan al televidente tener una guía en su salud sexual.

## 1.5 Objetivos

### 1.5.1 Objetivos Generales

Crear una conciencia colectiva responsable sobre la sexualidad, la salud sexual, y la emotividad en pareja en el medio, a través de la televisión.

El programa de TV “Más que sexo” es una propuesta que busca contribuir a la disminución del índice de contagios de enfermedades venéreas así como orientar al público en la solución de problemas en pareja.

### 1.5.2 Objetivos Específicos

- Entretener por medio de un dramatizado.
- Proporcionar información sobre enfermedades venéreas y problemas sexuales.
- Crear conciencia colectiva sobre prevención y cuidado sexual.
- Aportación para la solución de un dilema de pareja.
- Fomentar el respeto sobre la sexualidad en nuestro entorno.

## 2. Identidad Corporativa

La imagen que presentará el programa “Más que Sexo” será una composición de palabras junto a los símbolos masculino y femenino.

Las palabras comunican directamente que no sólo se tratará de temas relacionados con el sexo. Obviamente la propuesta profundiza otros aspectos que rodean el mismo.

El gráfico distintivo del programa “Más que Sexo” está pensado para que los televidentes puedan identificar y reconocer al programa del resto de la programación habitual.



Imagen 1. Logotipo del programa

### 3. Desarrollo del Programa

#### 3.1. Contenido

El programa contiene un dramatizado que está basado en experiencias reales, tomados de entrevistas y cartas del público ecuatoriano.

El análisis profesional permitirá profundizar en los aspectos expuestos en los dramatizados, ofreciendo una explicación y posibles soluciones.

La última sección del programa incluye un tema específico que se relaciona con la parte afectiva de las relaciones en pareja.

#### 3.2. Horario

El programa debido a su contenido se transmitirá de 22h00 a 23h00 ocupando un horario AAA, planteando su exhibición los días domingos.

A: Desde las 5h00 a 12h59

AA: Desde las 13h00 a 18h59

AAA: Desde las 19h00 a 22h59 (Prime Time)

Late: 23h01 a 4h59

#### 3.3. Duración de Programa

El programa está diseñado para poder ser transmitido 1 hora semanal y su temporada consta de 12 capítulos.

#### 3.4. Target

El programa está dirigido a personas con criterio formado que se encuentren interesados en observar historias sexuales y formar parte del análisis de los eventos que se desarrollen en el mismo.

Además de conocer más sobre enfermedades sexuales y cómo solucionar problemas de pareja.

Se tomó en cuenta los jóvenes de 15 a 18 años ya que en estas edades el desarrollo sexual del ser humano.

Se encuentra en etapas de curiosidad y experimentación, también es importante la presencia de personas adultas que puedan guiar y analizar junto a los adolescentes estos temas expuestos.

### 3.5. Distribución del Contenido

#### 3.5.1 Distribución Porcentual

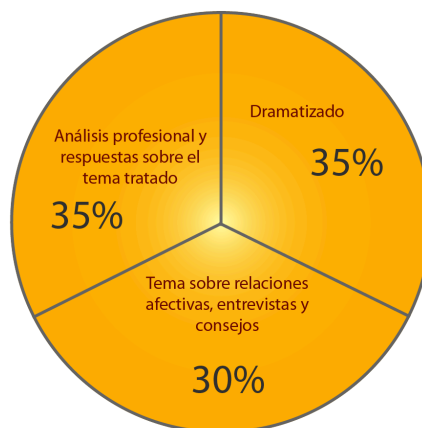


Imagen 2. Distribución Porcentual

#### 3.5.1 Distribución por Bloques

##### Primer bloque

- Intro del programa animado.
- Comienza el programa con dar una bienvenida a los televidentes, luego se indicará cuáles son los temas que se presentarán en el programa.
- Se da una breve explicación sobre el dramatizado que se presentará.
- Se proyecta la primera parte del dramatizado.
- Comentarios de los especialistas sobre los hechos que suceden en el dramatizado.

##### Segundo bloque

- Segunda parte del dramatizado.
- Comentarios de los especialistas sobre los hechos que suceden en el dramatizado.
- Conclusión final sobre el dramatizado.

##### Tercer bloque

- Análisis profesional sobre el tema que encierran el dramatizado.
- Explicación detallada referente a la situación (enfermedad, problema sexual, etc.), que se expone en el tema.

##### Cuarto bloque

- Entrevistas a personas que poseen alguno de estos problemas.
- Recomendaciones.
- Respuestas a las preguntas del público.

##### Quinto bloque

- Presentación del tema afectivo, expuesto por un psicólogo.
- Entrevistas a personas invitadas involucradas en el tema.

- Presentación de entrevistas exteriores para exponer la opinión pública.

### Sexto bloque

- Respuestas a las preguntas del público sobre el tema afectivo que se está tratando.
- Tips o consejos sobre cómo mejorar la relación con la pareja.
- Despedida del programa.

### 3.5. Descripción de Personajes

En el programa “Más que sexo” interactúan dos personajes que lo conforman un psicólogo y un especialista en enfermedades venéreas y problemas sexuales.

### 3.6. Guía de Tomas

Estas tomas encuadran a los personajes en escena para poder comunicar una coherencia visual con respecto al diálogo que sostienen estos personajes.

Sin embargo las tomas realizadas para el dramatizado cambian dependiendo de la intención que el dramatizado involucra y la composición que desee transmitir el director.

### 3.7. Organigrama

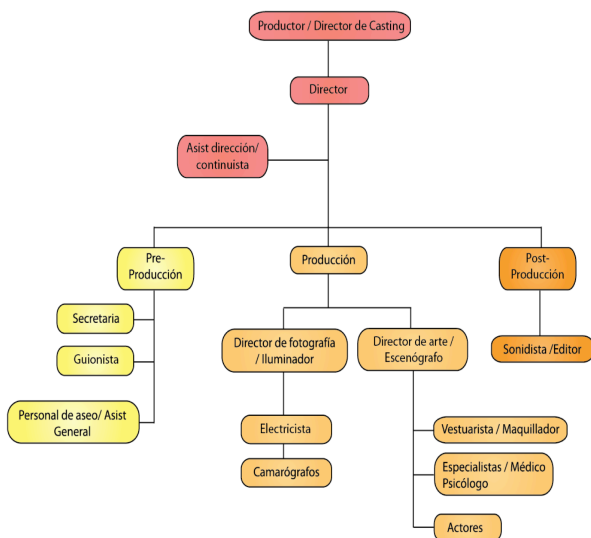


Imagen 3. Organigrama

### 3.8. Recursos Técnicos

Los equipos técnicos serán aportados por el canal de TV ya que la propuesta es la co-producción del programa.

### 3.9. Recursos Humanos

El recurso humano se encuentra detallado en los niveles de grabación de la producción.

Todo el personal cumple funciones específicas que intervienen en la Pre- producción, Producción y Post producción.

## 4. Implementación de una Productora

Se debe realizar una recopilación de información para poder presentar un análisis financiero que contenga la descripción de los montos de inversión y los valores aproximados sobre los diversos rubros que intervienen en la implementación de la productora.

### 4.1 Recursos Administrativos

La productora comprende de algunos cargos que son importantes para poder coordinar de manera eficiente el manejo de los proyectos.

### 4.2 Espacio Físico

La productora se montará en un local el cual será alquilado. Los mantenimientos del local los costeará el propietario del local y debe tener un área que permita el desarrollo de los proyectos además de brindar comodidad.

### 4.3 Gastos de Servicios Básicos

Valores que podrían generar gastos sobre los servicios básicos para la productora.

### 4.4 Presupuesto Mensual de Gastos Administrativos

Se especifica los gastos generales para la implementación de la productora, teniendo como rubros los gastos de salarios, gastos de servicios, gastos de alquiler.

### 4.5 Cálculo costo / Hora de Edición

Para sacar las horas semanales tenemos la siguiente fórmula, que nos permitirá sacar las horas que la productora trabajará en el periodo de un año:

Horas Estimadas:  
 $40 \text{ hrs. Semanales} \times 36 \text{ semanas} = 1440 \text{ hrs.}$

Para sacar el costo/hora de edición realizamos la fórmula:

Costo hora:  
 $\frac{\text{Depreciación Anual} + \text{Mantenimiento Anual}}{\text{Horas Estimadas Anuales}}$

y el total es: \$1.75

Este costo por hora nos permitirá tener un valor indirecto que se utilizará para poder identificar el valor por capítulo de la editora no lineal.

Costo Indirecto:  
Costo/Hora x Horas diarias laborables x Días de edición.

y Su valor es: \$ 70 dólares por capítulo.

## 5. Presupuesto

El presupuesto es presentado en dos partes, la primera parte especifica los rubros sobre la línea, estos generalmente son gastos que refieren a los elementos de realización y producción como: talento, guión, música, servicios de oficina, etc. Los gastos bajo la línea se especifican los sueldos del personal técnico. A su vez el presupuesto se encuentra especificado con las fases de Pre- Producción, Producción, Post- producción.

También se ha tomado en cuenta la duración del proyecto según el cronograma general que consta en 4 meses de realización ya que esto permitirá tener los valores detallados del presupuesto, analizando los gastos de alimentación, refrigerio de todo el equipo de producción, equipos técnicos y costos adicionales.

Dando como resultado el costo real de la producción: \$ 5,701.40.

## 6. Análisis de Ingresos y Egresos

### 6.1 Análisis de Ingresos

Para esto se necesitará una tabla de datos que permitirá analizar el rating, CPR, y la ocupación. Además, se tendrá que analizar cuántas cuñas debe poseer el programa según la duración que tenga al aire.

Se asume que las cuñas (comerciales), tienen una duración de 30 segundos. Esto quiere decir que en 1 minuto (que representa 60 segundos), existen 2 comerciales.

Para poder cubrir el tiempo transmisión de las cuñas en el programa, se debe multiplicar los 14 minutos de aire por los 2 comerciales que se proyectan en un minuto.

Entonces:  $14 * 2 = 28$

El resultado indica que existe 28 comerciales en 14 minutos.

Para poder sacar los ingresos por cuñas se realiza la siguiente formula:

$INGRESOS = CPR \times RATING \times CUÑAS \times OCUPACIÓN$

Según los datos tomados de la tabla de análisis de factibilidad, en horario de 22h00 se puede estimar que el programa "Más que Sexo", en guayaquil, podría

obtener 5 puntos de rating con una ocupación de 65%.

El CPR es el costo por punto de rating que tiene una cuña, esto quiere decir que si se tiene puntos de rating entre el 5 y 6.9; el costo de una cuña estaría valorado en \$ 80 tal y como lo explica la tabla anterior. Tomando en cuenta los 5 puntos, estaríamos diciendo que \$ 80 es el CPR en este caso.

Entonces:

$INGRESOS = 80 \times 5 \times 28 \times 0.65 = 7,280$

El resultado \$ 7.280 sería los ingresos por las cuñas proyectadas en el programa.

El programa no sólo gana por la proyección de cuñas, si no por las menciones. Se estima que el ingreso de estas menciones, para el tipo de programa que representa "Más que Sexo" es el 25% de los ingresos por cuña.

Entonces:

$INGRESOS = \$ 7,280 \times 0.25 = \$ 1,820$

El total de ingresos real sería la suma de los ingresos de cuñas y los ingresos de menciones.

Entonces:

$TOTAL DE INGRESOS = INGRESOS DE CUÑAS + INGRESOS DE MENCIONES$

$TOTAL DE INGRESOS = 7,280 + 1,820 = \$ 9,100.00$

El resultado \$ 9,100.00 sería los ingresos Totales por menciones y cuñas para el programa.

### 6.2 Análisis de Egresos

Para poder analizar la viabilidad del proyecto es necesario restar los costos del proyecto con los ingresos totales.

$UTILIDAD = INGRESOS - COSTOS$

Los costos reales ahora se lo resta de los ingresos por cuñas y menciones analizados anteriormente.

$UTILIDAD = INGRESOS - COSTOS$

$UTILIDAD = \$ 9,100.00 - \$ 5,701.40 = 3,398.60$

La utilidad por capítulo es de \$ 3,398.60, esto quiere decir que el proyecto es viable y competente para poder desarrollarlo en un Canal de TV.

### 6.3 Ingresos por Reprises

También se puede obtener utilidades por reprises, quiere decir que la grabación del programa puede volver a pasarse en pantalla; cabe recalcar que los reprises no poseen el mismo punto de rating. Se estima que el rating por reprises es el 67% de el primer rating que obtuvo el programa en su primera pasada al aire. Este valor se lo obtiene de los estudios de rating.

Entonces:

$$5 \times 0.67 = 3.35 \text{ es el nuevo punto de rating}$$

$$\text{INGRESOS} = \text{CPR} \times \text{RATING} \times \text{CUÑAS} \times$$

OCUPACIÓN

$$\text{INGRESOS} = 60 \times 3.35 \times 28 \times 0.50$$

INGRESOS = \$ 2,814.00 es el valor por la repetición de un capítulo.

$$\text{INGRESOS REPRISAS POR CAPITULO} = 2,814.00 \times 12$$

$$\text{INGRESOS REPRISAS POR TEMPORADA} = \$ 33,768.00 \text{ por repetición de temporada.}$$

Estos valores no tienen costos que se deban restar, ya que los costos de producción ya han sido debitados en la primera pasada al aire de la temporada, ahora estos valores entran directamente a las ganancias de la Productora y el Canal.

## 7. Aspiraciones Comerciales

### 7.1 Co-producción

La propuesta de trabajo es que el canal de TV proporcionen el costo que tendría la producción del programa (\$ 5,701.40).

Al transmitir el producto en pantalla, el ingreso estimado sería (\$ 9,100.00 ); al restar el costo del programa de este ingreso, el valor del costo se devolvería al canal y quedaría una utilidad de \$ 3,398.60 que se dividiría en porcentajes representativos para la productora y el canal.

El canal por la aportación de equipos técnicos y espacio de estudio tendría un porcentaje de 80% y la Productora por las aportaciones de Pre- Producción, Producción, Post-producción tendría un porcentaje de 20% de las utilidades.

Entonces:

$$\text{Ganancia del Canal} = 3,398.60 \times 0.80 = \$ 2,718.88 \text{ por capítulo}$$

Multiplicado por los 12 capítulos = \$ 32,626.56 por temporada.

$$\text{Ganancia Productora} = 3,398.60 \times 0.20 = \$ 679.72 \text{ por capítulo.}$$

Multiplicado por los 12 capítulos = \$ 8,156.64 por temporada.

También se podrá obtener ganancias por los reprises que se hagan del programa ya que aunque sea un número bajo de televidentes siempre será gente nueva que lo vea.

$$\text{INGRESOS REPRISAS POR CAPITULO} = 1,733.42$$

$$\text{Ganancia del Canal} = 2,814.00 \times 0.80 = \$ 2,251.20 \text{ por capítulo reprisado}$$

Multiplicado por los 12 capítulos = \$ 27,014.40 por temporada reprisada.

$$\text{Ganancia Productora} = 2,814.00 \times 0.20 = \$ 562.80 \text{ por capítulo.}$$

Multiplicado por los 12 capítulos = \$ 6,753.60 por temporada.

### 7.2 Venta de la Idea

Para una productora que inicia en el mercado, será muy complicado desarrollar este tipo de proyectos que demandan gran cantidad de dinero y recursos; pero se puede realizar de manera factible con pocas ganancias, además se puede ganar por los reprises del programa.

Por la venta de la idea, los derechos pasan al canal y el valor por la venta de la idea del programa es representativo a \$ 500 por capítulo.

Entonces:

$$\text{Valor de Idea} = 500 \times 12 \text{ Capítulos de temporada.}$$

$$\text{Valor de Idea} = \$ 6,000.$$

## 8. Derechos de Autor

Si tenemos la capacidad producir por nosotros solos el programa, entonces esta también es una opción de negocios para nosotros, donde iniciamos y terminamos en su totalidad el programa y cobramos por el producto completo, listo para reproducirse.

## 9. Conclusiones

Para la elaboración de este proyecto se necesita una gran inversión ya que su elaboración está estudiada

para que el público televidente pueda obtener información veraz y confiable sobre los temas relacionados con la sexualidad.

Cabe recalcar que debido a la fusión de dramatizados, opinión profesional, entrevistas, etc. El programa tiende a tener un costo elevado por su realización, estos elementos forman parte de una estructura que apunta hacia los objetivos del proyecto.

## 10. Recomendaciones

La idea del proyecto puede ajustarse a cambios que sean competentes para mejorar calidad visual de información que es dada al público para llegar a cumplir los objetivos propuestos. Pero sin dejar a un lado los puntos importantes del programa, que son estos los que permiten identificarlo y diferenciarlo del las demás propuestas audiovisuales.

## 11. Agradecimientos

Agradecemos a nuestras familias por todo el apoyo brindado en este tiempo, a los amigos que nos han ayudado en cada momento y que nos apoyaron también y a las personas que nos ayudaron de forma desinteresada en nuestra tesis y a Dios por darnos las fuerzas suficientes para poder seguir adelante.

## 12. Referencias

- [1] Rev Biomed 1998; 9:116-121.
- [2] Historia de la Medicina
- [3] Solicitud de sobretiros: M.C. Ligia Vera-Gamboa, Centro de Investigaciones Regionales “Dr. Hideyo Noguchi”, Universidad Autónoma de Yucatán. Av.
- [4] Itzaés N° 490 x 59, C.P. 97000. Mérida, Yucatán, México. Correo electrónico: vgamboa@tunku.uady.mx
- [5] Recibido el 4/Mayo/1998. Aceptado para publicación el 11/Mayo/1998.
- [6] Este artículo esta disponible en <http://www.uady.mx/~biomedic/rb98927.htm>
- [7] Historia de la sexualidad.
- [8] <http://maravillosisimo.wordpress.com/2007/09/03/la-homosexualidad-en-la-epoca-precolombina/>.
- [9] <http://www.hoy.com.ec/libro6/vida/vida12.htm>
- [10] [http://es.wikipedia.org/wiki/Sexualidad\\_humana](http://es.wikipedia.org/wiki/Sexualidad_humana)
- [11] <http://www.cbp-psicologos.com>
- [12] <http://es.wikipedia.org/>
- [13] [http://es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n\\_audiovisual](http://es.wikipedia.org/wiki/Producci%C3%B3n_audiovisual)

---

Ing. Xavier Ceballos  
Director de tesis